

Please note! This is a self-archived version of the original article.

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Hjelt, J. & Heikinheimo, M. (2021) Digitaalinen murros liiketoimintamahdollisuuksien liikkeelle panevana voimana. TAMK-blogi, 16.2.2021.

URL: <https://blogs.tuni.fi/tamkblogi/myynti/digitaalinen-murros-liiketoimintamahdollisuuksien-liikkeelle-panevana-voimana/>

Digitaalinen murros liiketoimintamahdollisuuksien liikkeelle panevana voimana

16.2.2021 — Arja Hautala



Yritysten kilpailuympäristön muutokset luovat liikkeelle panevaa voimaa, jolloin uudistumisen paine on jatkuvaa. Tällainen paine saa helposti toivomaan viisasten kiveä tai ainakin nyrkkisääntöjä sille, kuinka uudistua nopeasti, kilpailukykyisesti ja tavoittaa kestävää kilpailuetua. Tässä blogikirjoituksessa tarkastelemme yritysten uudistumisen alkuhämärää eli niitä hetkiä, kun on tarve tunnistaa liiketoimintaan ja liiketoimintaympäristöön liittyviä epäjatkuvuuksia.

Mistä hakea epäjatkuvuuksia ja ymmärrystä liiketoiminnallisesta uudistumisesta sekä keiden kanssa tehdä yhteistyötä? Näitä kysymyksiä pohdimme tässä blogikirjoituksessa, joka pohjautuu Tampereen korkeakoulu yhteisön [ROBINS-hankkeessa](#) keräämäämme aineistoon. Aineisto on muodostunut 20 yrityshaastattelusta, joissa on keskusteltu yritysten toiminnasta koskien digitaalista alustataloutta ja tähän liittyvää arvolupausta. Haastateltavat ovat osaltaan vastanneet yrityksen digitaalisen alustatalouden edistämisestä ja arvolupauksen luonnista.

Digitaalinen murros muutosvoimana

Digitaalinen murros on tänä päivänä tärkeä teema, jota yhteiskunnan eri sektoreilla ei voi välttää, eikä vältellä. Onkin tavallista, että monet organisaatiot käyvät erilaisissa

verkostoissaan vuorovaikutusta, jonka keskeisinä käsitteinä vilisevät esimerkiksi data, pilvipalvelut, tekoäly, koneoppiminen, esineiden internet ja robotiikka.

Digitaalinen murros teknologisenä kehityksenä on tuottanut yrityksiin liikkeelle panevaa voimaa. Tämän voiman hyödyntäminen on yrityksissä ilmennyt kekseliäinä sovelluksina, jotka ovat ratkaisevasti vaikuttaneet myös siihen, millaisia liiketoiminnallisia mahdollisuuksia onnistutaan löytämään. Sovellukset ovat liittyneet optimointiin, ennakointiin ja esimerkiksi käytettävyyteen, kun liiketoiminnalliset mahdollisuudet ovat liittyneet palveluihin, tehokkuuden ja tuottavuuden kasvuun sekä vaikuttavuuteen. On kuitenkin tärkeää korostaa, että matka teknologioista liiketoiminnaksi voi viedä aikaa. Olennaista onkin nähdä teknologioiden liiketoiminnalliset sovellukset keksivinä ja kokeilevina prosesseina.

Keksivä prosessi avaa polkua innovaatioille

Keksivä prosessi liiketoiminnan edistämässä on merkinnyt yhtäältä kykyä ymmärtää teknologisia mahdollisuuksia sekä toisaalta tunnistaa liiketoiminnallista potentiaalia. Tällä pyritään alleviivaamaan, että liiketoiminnan luonti edellyttää epäjatkuvuuksien tunnistamista sekä vaihtoehtojen etsintää. Keksivä prosessi merkitsee näin ollen kykyä sietää epävarmuutta, säilyttää avoimuus muutoksille ja valaa rohkeutta etenemiselle.

Liikkeelle voidaan lähteä etsimällä ja arvioimalla erilaisten markkinoiden, toimialojen tai asiakassegmenttien tarpeita, joihin yritys voi tarjota esimerkiksi uusia teknologisia ratkaisuja näiden tuotteiden ja palveluiden kehittämiseksi. Potentiaalisen markkinan, toimialan ja asiakkaan löytyminen mahdollistavat vaihtoehtoisten tarpeiden etsinnän ja kokeiluiden edistämisen. Keksivästä prosessista onkin tarkoitus myöhemmin siirtyä systemaattisempaan innovaatioprosessiin, jolloin kehityksen suunta on jo kirkastunut ja vaihtoehtoiset kokeilut ovat mahdollisia.

Monissa ROBINS-hankkeeseen osallistuneissa pk-yrityksissä tuotiinkin esiin, että haasteita alun epävarmuuden sietämisessä riittää, sillä ympäristön muutos etenee monella rintamalla. Muutokseen osallistuminen ja mukana pysyminen edellyttävätkin rohkeutta edistää keksivää prosessia ja sietää sen edelleen ruokkimaa epävarmuutta, jolloin ideointi on vielä avointa ja osittain epäselvää. On kuitenkin liiketoiminnan näkökulmasta ymmärrettävää, että tavoitteena on ennen pitkää edetä systemaattisempaan innovaatioprosessiin.

Alati muuttuvassa maailmassa aikaikkunaa innovaatioprosessiin tarttumiseksi ei voi kuitenkaan ennustaa, mutta sen voi tunnistaa. Tunnistamisessa auttavat ensinnäkin markkinoiden muutosten seuraaminen. Toiseksi epälineaariseen ajatteluun taipuvien toimialojen kartoittaminen, jolloin toimialan ominaispiirteet hahmottuvat. Kolmanneksi rohkeus edistää yrityksen uudistumista, jolloin yrityksessä pysytään kehityksessä mukana. Neljänneksi kokeilunhaluisten asiakkaiden etsintä ja viidenneksi edelläkävijöiden yhteiskehittämisen edistäminen.

Kokeilunhaluiset asiakkaat avainasemassa yrityksen rinnalla

Kokeilunhaluiset asiakkaat ovat usein organisaatioita, joilla on ennen kaikkea kehittämislle tarvittavia resursseja sekä halua edistää esimerkiksi toimialan uudistumista. Asiakkaissa

tunnistettava kehittämishalukkuus edistääkin myös pk-yritysten mahdollisuuksia laajentaa liiketoimintaansa esimerkiksi uusille kansainvälisille markkinoille sekä kehittää arververkostojaan.

Kokeiluiden edistämässä, uusien ratkaisujen keksimisessä ja kehittämisessä pk-yritykset ovat pyrkineet tunnistamaan kehittämishaluisia asiakkaita ja tällaisen löydettyään hyödyntäneet luottamuksellista ja avointa vuorovaikutusta asiakasrajapinnassa. Tällöin lähtökohtana on ollut alustava arvolupauksen tunnustelu ilman suuria investointeja. Alustavalla arvolupauksella tarkoitetaan asiakkaissa herätettävää kiinnostusta, jossa tavoitteena on edetä potentiaalisen asiakkaan liiketoiminnan tarpeiden määrittämiseen ja selkeyttää pk-yrityksen kykyä palvella tunnistettuja tarpeita. Lähestymistapa on edellyttänyt pk-yrityksiltä kykyä systeemiseen ajatteluun, jolloin arvonluonnin mahdollisuuksia on tarkasteltava myös esimerkiksi asiakkaiden arververkostoissa.

Kaikki kokeilut eivät johda liiketoimintaan

Toisinaan on kuitenkin niin, että onnistuneetkin kokeilut hautautuvat unholaan, sillä projektit päättyvät ja uudet alkavat. Tutkimusaineiston pohjalta havaittiin, että myös onnistuneiden hankkeiden skaalaaminen ja tehokas edistäminen kohti kestäväää liiketoimintaa ontui välillä.

Liiketoiminnan edistäminen voikin merkitä sitä, että valituista vaihtoehtoista voi joutua luopumaan ja etsimään uusia. Onnistuneita käytännöllisiä kokeiluita tulisi puolestaan kyetä edistämään ja monistamaan eli kasvattamaan liiketoimintaa. Onnistuneiden kokemusten ympärille on tarpeen organisoitua ja organisoida toiminta liiketoiminnallisiksi prosesseiksi ottamalla käyttöön esimerkiksi myynnin ja markkinoinnin työkaluja, joista on tietoa saatavilla ROBINS-hankkeen julkaisuissa.

Teksti: Jonna Hjelt, tutkija ROBINS-hankkeessa, Tampereen yliopisto ja Minna Heikinheimo, väitöskirjatutkija ROBINS-hankkeessa, Tampereen ammattikorkeakoulu

Tämä kirjoitus pohjautuu ROBINS-tutkimushankkeessa ”Malli älykkääseen B2B-myyntiin robotiikkaan pohjautuvasta liiketoiminnasta” -työpaketissa kerättyyn aineistoon, analysointiin, alustaviin löydöksiin sekä näistä käytyihin keskusteluihin ja teoreettiseen tarkasteluun. Tätä työtä ovat olleet tekemässä Malla Mattila (KTT), Marjukka Mikkonen (HM, väitöskirjatutkija) ja Jonna Hjelt (HM, väitöskirjatutkija) Tampereen yliopistosta.

Lue lisää ROBINS-tutkimushankkeesta: <https://projects.tuni.fi/robins-fi/>

Kuva: Pexels