

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

Huom! Tämä on rinnakkaistallenne.

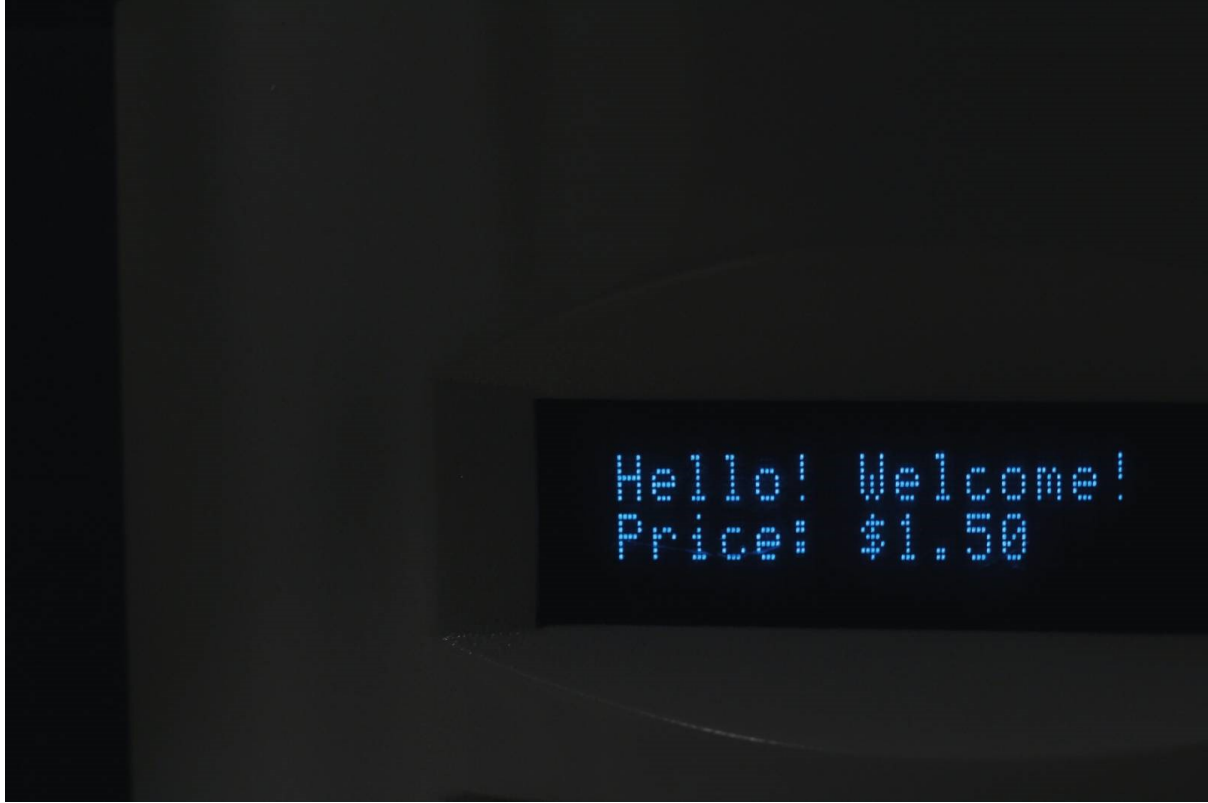
To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Perämäki, V. & Hautamäki, P. (2021) Alustaliiketoiminta vie yritykset takaisin peruskysymysten äärelle. TAMK-blogi, 3.6.2021.

URL: <https://blogs.tuni.fi/tamkblogi/myynti/alustaliiketoiminta-vie-yritykset-takaisin-peruskysymysten-aarelle/>

Alustaliiketoiminta vie yritykset takaisin peruskysymysten äärelle

3.6.2021 — Arja Hautala



Wolt, Uber, Tori.fi... Moni meistä on viimeistään koronan myötä ollut kosketuksissa erilaisten kauppa-alustojen kanssa. Ja miten helppoa se onkaan niin tilata palveluita kuin tuotteitakin. Ehkä sinullekin on tullut mieleen, että miksi edes olen vaivautunut näitä yksinkertaisia asioita hoitamaan jalkapelillä. Tulevaisuudessa yhä useampi yritys, niin kuluttajaliiketoiminnassa kuin yritysten välisessä kaupankäynnissäkin rakentaa liiketoimintansa erilaisten digitaalisten alustojen varaan. Tämä on sinänsä kannattavaa, sillä alustat mahdollistavat liiketoiminnan aiempaa tehokkaamman skaalaamisen ja uudenlaisten kohderyhmien tavoittamisen. Moni tämän hetken isoimmista kasvuyrityksistä ovatkin jonkinlaisia alustayrityksiä.

Alustaliiketoiminta ei kuitenkaan ole mikään yrityksen liiketoiminnan lisäpalikka, joka asennetaan osaksi yrityksen olemassa olevaa liiketoimintaa, vaan alustaliiketoimintaan haluavan yrityksen on pystyttävä tarvittaessa miettimään koko liiketoimintalogiikkansa uudelleen. Usein onkin palattava aivan liiketoiminnan perimmäisten kysymysten äärelle ja pohdittava sitä, millaista arvoa yritys haluaa olla luomassa, keiden kanssa yhteistyössä ja millaisin tavoin. Näihin kysymyksiin yritys vastaa muodostamassaan arvolupauksessaan.

Siinä missä alustat toisaalta mahdollistavat erilaisten liiketoiminnallisten raja-aitojen häivyttämisen, edellyttävät ne samalla yrityksiltä entistä parempaa kykyä selkeämpien ja erottuvampien arvolupausten luomiseen. Tällaisen arvolupausten muovaaminen edellyttää yrityksiltä kykyä purkaa arvolupauksensa osiin ja tarkastella sen jokaista osa-aluetta uudesta

tulokulmasta. Voittajana alustojen globaalista vallankumouksesta selviävätkin ennen kaikkea ne yritykset, joiden arvolutaus on riittävän uniikki, ja jotka pystyvät valjastamaan alustateknologian käyttöönsä muita innovatiivisemmin.

Alustaliiketoiminnan aihealueelta valmistui ROBINS-tutkimushankkeen tiimoilta pro gradu -tutkielma. Tutkielmassa tutkittiin yrityksen arvolutauksessa tapahtuvaa muutosta siirryttäessä lineaarisista B2B-arvoketjuista kohti avoimempaa, digitaalisten alustojen varaan rakentuvaa liiketoimintaympäristöä. Keskeisimpinä löydöksinä havaittiin, että uudenaikaisessa, aiempaa monitahoisemmassa ja dynaamisemmassa toimintakentässä, selkeästi määritellyn ja viestityn arvolutauksen merkitys yrityksen koko liiketoimintaa ohjaavana työkaluna korostuu entisestään.

Pro gradu -tutkielman pohjalta ehdotetaan, että yritykset kiinnittäisivät yhä enemmän huomiota siihen millaista arvoa ne omalla tekemisellään ovat mukana luomassa, millaisia kohderyhmiä pyritään tavoittamaan ja miten uusi teknologia valjastetaan arvolutauksen välineeksi. Tutkielmassa esitetään konkreettisia työkaluja, joilla olemassa oleva arvolutaus pystytään ensin pilkkomaan ja sen jälkeen palanen kerrallaan mukauttamaan uusiin digitaalisen ajan asettamiin vaatimuksiin sopivaksi.

Arvolutauksen on ajateltu jakautuvan kuuteen elementtiin: hyötyihin, vastaanottajiin, näkökulmaan, kohdistukseen, selkeyteen ja tarkkuuteen. Tässä tutkielmassa seitsemänneksi arvolutauksen elementiksi nostetaan edellä mainittujen lisäksi verkostorakenne. Tämän seitsemännen elementin avulla otetaan kantaa siihen, kuinka avointa arvolutauksen luonti yhdessä muiden sidosryhmien kanssa on.

Alustaliiketoiminnassa, jossa digitaalisia alustoja käyttäen voidaan tuoda erilaiset toimijat yhä tiiviimmin yhteen, verkostorakenne ja sen avoimuus näyttelevät hyvinkin keskeistä roolia. Karkeasti voidaan sanoa, että vaikka teknologiapuoli olisi yrityksellä kunnossa, on menestyksestä alustaliiketoimintaa vaikea rakentaa, jos arvolutaus on tehty vastaamaan yksinomaan perinteisen lineaarisen arvoketjun tarpeisiin. Tällöin alustateknologiakaan ei pääse saavuttamaan täyttää arvolutauksen potentiaaliaan ja yrityksen investoinnit voivat valua hukkaan.

Lisää arvolutauksen roolista alustaliiketoiminnassa voit siis lukea [täältä](#). Ja jos innostut todella aiheesta, ota myös kuunteluun ROBINS podcast [täältä](#). [Robins-tutkimushanke](#) on Business Finlandin rahoittama Co-Innovation hanke, jossa kehitetään yritys yhteistyöhön ja tutkimukseen pohjautuvia älykkääseen B2B-myyntirobotiikkaan ja automatisaatioon liittyviä toiminta- ja johtamismalleja.

Tämän blogikirjoitus, kuten opinnäytetyökin on tehty ROBINS-tutkimushankkeessa ”Malli älykkääseen B2B-myyntin robotiikkaan pohjautuvasta liiketoiminnasta” -työpaketissa. Valtteri Perämäen opinnäytetyön ohjaajana on toiminut ROBINS-tutkimushankkeessa Tampereen yliopiston osakokonaisuutta johtava KTT Malla Mattila.

Kirjoittajat: KTM Valtteri Perämäki, Futures Platform Oy ja KTT Pia Hautamäki Tampereen ammattikorkeakoulu

Kuva: Unsplash, Algernai Hayes