



Yrityksen toimintaympäristö ja sen analysointi

Kajsa Hasselström-Pere



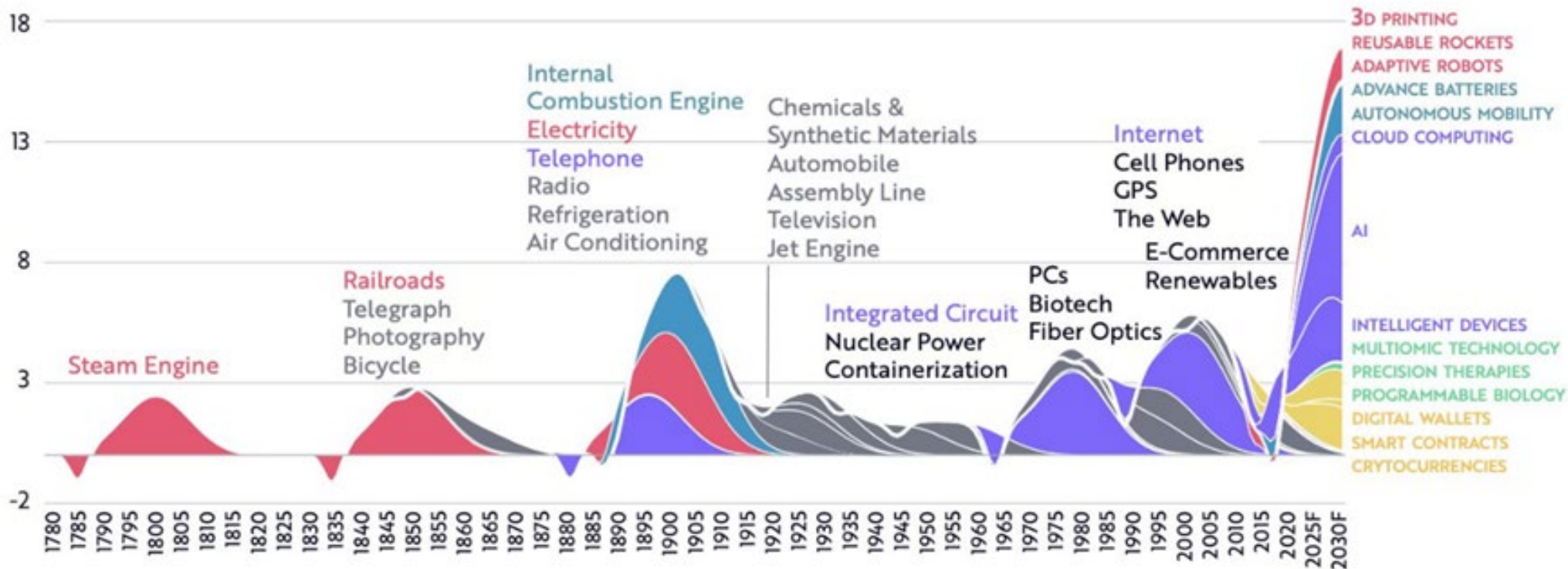
Kajsa Hasselström-Pere

2020-	Yhteiskehittämisen johtava asiantuntija, Motiva
2015-2020	Liiketoimintamuotoilija / Strategisti, Futurice
2008-2014	Liiketoiminnan ja prosessien kehittäminen eri rooleissa, Caruna ja Fortum


- *Digitaalisten mahdollisuuksien ja strategian muodostaminen*
- *Palveluiden kehittäminen*
- *Innovaatiotoiminta*
- *Toimintamallit ja ketterän kehittämiseen kulttuuri*
- *Lean startup- sekä design ajattelu*

General Purpose Technologies (GPT)

Estimated Economic Impact Of General Purpose Technologies
 (Rough Annual Percentage Point Additions to the Economy, inclusive of consumer surplus)



Source: ARK Investment Management LLC, 2024. This ARK analysis is based on a range of underlying sources, which are available upon request.



Viitekehyksiä ja työkaluja joita hyödyntää toimintaympäristön analysoinnissa

- Porter 5 forces
- Skenaariosuunnittelu
- Value Chain Analysis (Arvoketjuanalyysi)
- **SWOT**
- **PESTEL**
- **Business Model Environment**

SWOT-analyysi

Sisäiset

Vahvuudet






Heikkoudet

SWOT

Ulkoiset

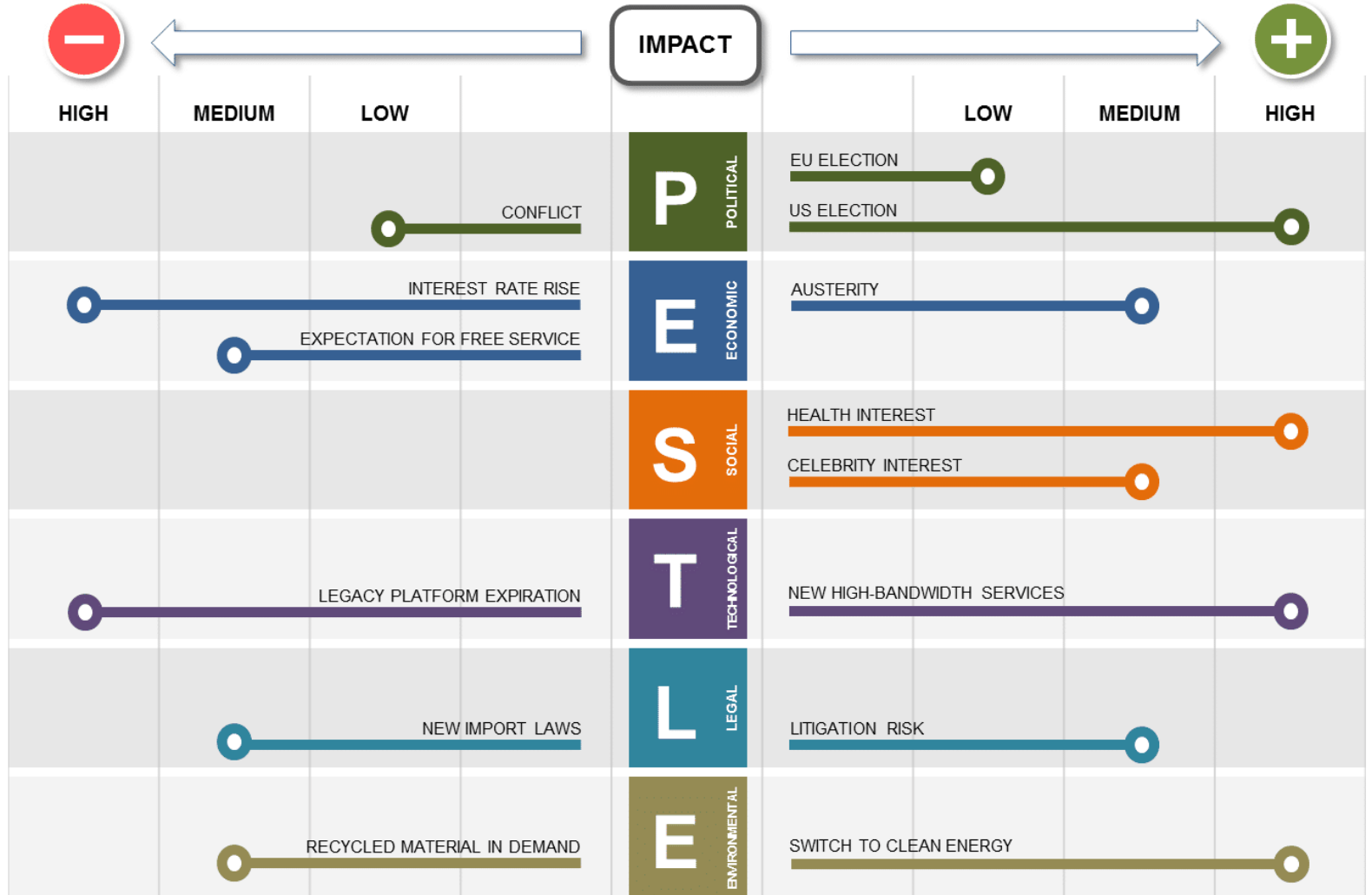
Mahdollisuudet

Uhat

P	Political	Political factors are government, trade and tax policies, general political issues, changes in leadership, regulation, and political trends.	
E	Economic	Economic factors may include inflation, interest rates, exchange rates, economic growth and unemployment levels.	
S	Social	Social factors are cultural trends and patterns in society. They may include lifestyle trends, age distribution, and consumer behavior.	
T	Technological	Technological factors may include technological advancements and developments, innovation and scientific breakthroughs.	
E	Environmental	Environmental factors may include climate change, environmental regulations, waste management policies and consumer environmental awareness.	
L	Legal	Legal factors may include labor and consumer laws, market and import/export regulations, health and safety policies and guidelines	

PESTEL IMPACT MAP

PESTLE IMPACT MAP – POSITIVE & NEGATIVE










The Business Model Canvas

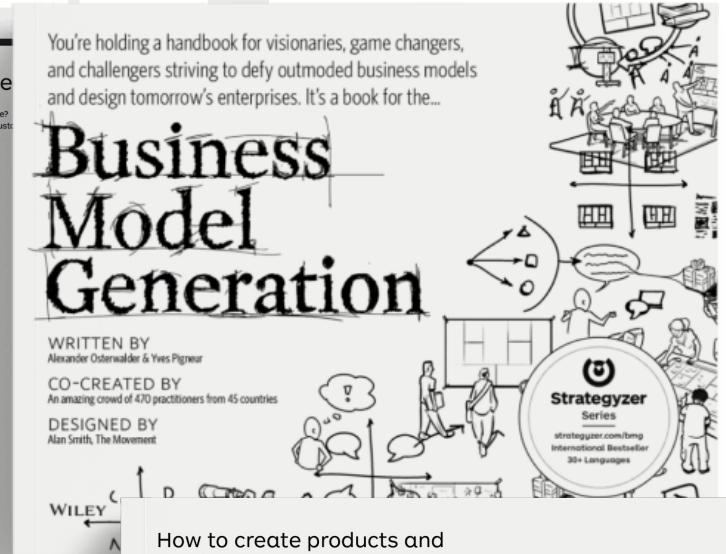
Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

<p>Key Partners </p> <p>Who are our Key Partners? Who are our Key Suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform?</p> <p>MOTIVATIONS FOR PARTNERSHIPS Optimization and economy Reduction of risk and uncertainty Acquisition of particular resources and activities</p>	<p>Key Activities </p> <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue streams?</p> <p>CATEGORIES Production Problem Solving Platform/Network</p>	<p>Value Propositions </p> <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying?</p> <p>CHARACTERISTICS Newness Performance Customization "Getting the Job Done" Design Brand/Status Price Cost Reduction Risk Reduction Accessibility Convenience/Usability</p>	<p>Customer Relationships </p> <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?</p> <p>EXAMPLES Personal assistance Dedicated Personal Assistance Self-Service Automated Services Communities Co-creation</p>	<p>Customer Segments</p> <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</p> <p>Mass Market Niche Market Segmented Diversified Multi-sided Platform</p>																								
	<p>Key Resources </p> <p>What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p> <p>TYPES OF RESOURCES Physical Intellectual (brand patents, copyrights, data) Human Financial</p>		<p>Channels </p> <p>Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines?</p> <p>CHANNEL PHASES 1. Awareness How do we raise awareness about our company's products and services? 2. Evaluation How do we help customers evaluate our organization's Value Proposition? 3. Purchase How do we allow customers to purchase specific products and services? 4. Delivery How do we deliver a Value Proposition to customers? 5. After sales How do we provide post-purchase customer support?</p>																									
<p>Cost Structure </p> <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p> <p>IS YOUR BUSINESS MORE Cost Driven (cheapest cost structure, low price value proposition, maximum automation, extensive outsourcing) Value Driven (focused on value creation, premium value proposition)</p> <p>SAMPLE CHARACTERISTICS Fixed Costs (salaries, rents, utilities) Variable Costs Economies of scale Economies of scope</p>		<p>Revenue Streams</p> <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?</p> <table border="0"> <tr> <td>TYPES</td> <td>FIXED PRICING</td> <td>DYNAMIC PRICING</td> </tr> <tr> <td>Asset sale</td> <td>List Price</td> <td>Negotiation (bartering)</td> </tr> <tr> <td>Usage fee</td> <td>Product feature dependent</td> <td>Yield Management</td> </tr> <tr> <td>Subscription fees</td> <td>Customer segment dependent</td> <td>Real-time Market</td> </tr> <tr> <td>Lending/Renting/Leasing</td> <td>Volume dependent</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Licensing</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Brokerage fees</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Advertising</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			TYPES	FIXED PRICING	DYNAMIC PRICING	Asset sale	List Price	Negotiation (bartering)	Usage fee	Product feature dependent	Yield Management	Subscription fees	Customer segment dependent	Real-time Market	Lending/Renting/Leasing	Volume dependent		Licensing			Brokerage fees			Advertising		
TYPES	FIXED PRICING	DYNAMIC PRICING																										
Asset sale	List Price	Negotiation (bartering)																										
Usage fee	Product feature dependent	Yield Management																										
Subscription fees	Customer segment dependent	Real-time Market																										
Lending/Renting/Leasing	Volume dependent																											
Licensing																												
Brokerage fees																												
Advertising																												



How to create products and services customers want. Get started with...

Value Proposition Design

strategyzer.com/vpd

Written by
Alex Osterwalder
Yves Pigneur
Greg Bernarda
Alan Smith

Designed by
Trish Papadacos

WILEY



DESIGNED BY: Business Model Foundry AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

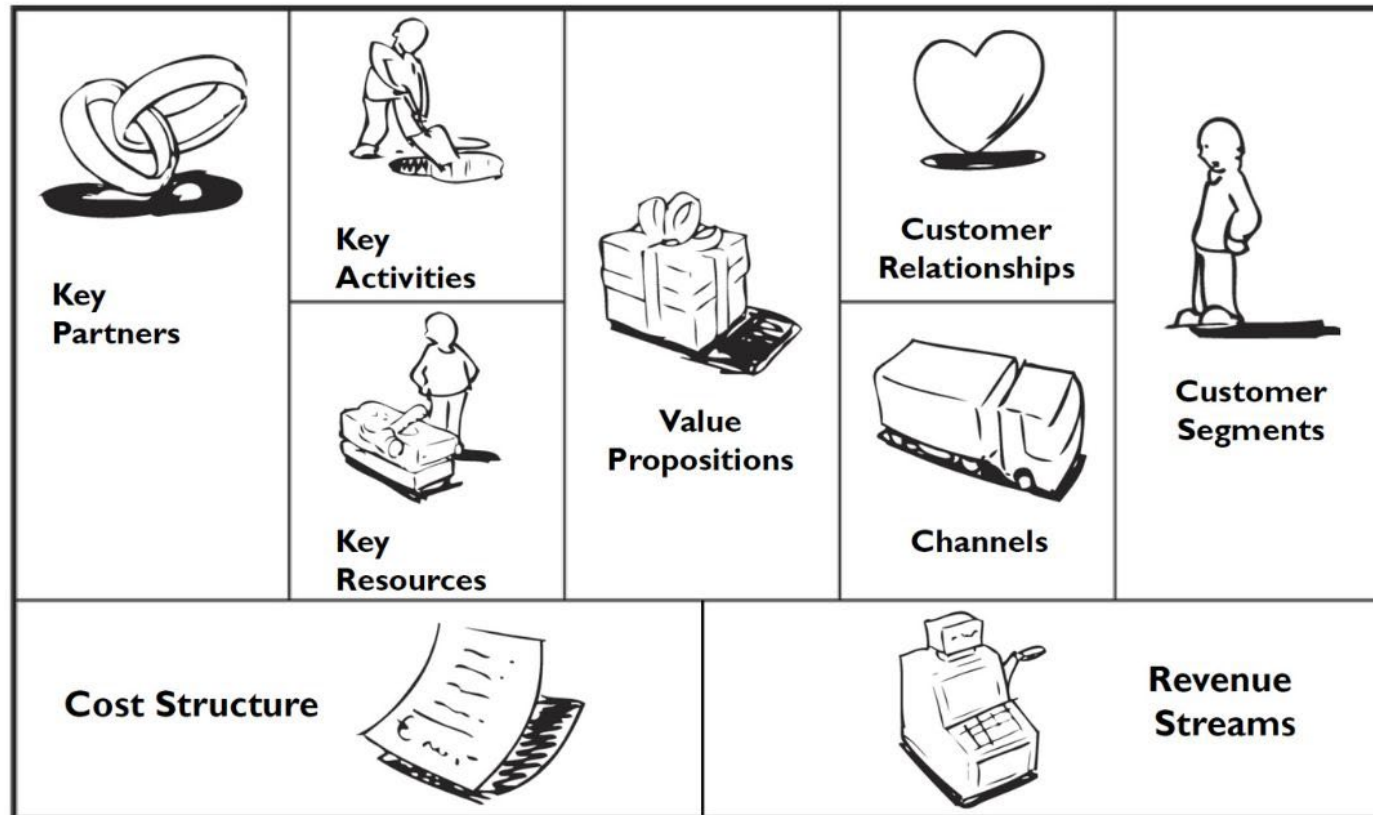
This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 license. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or write to Creative Commons, 529 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

29.1.2025

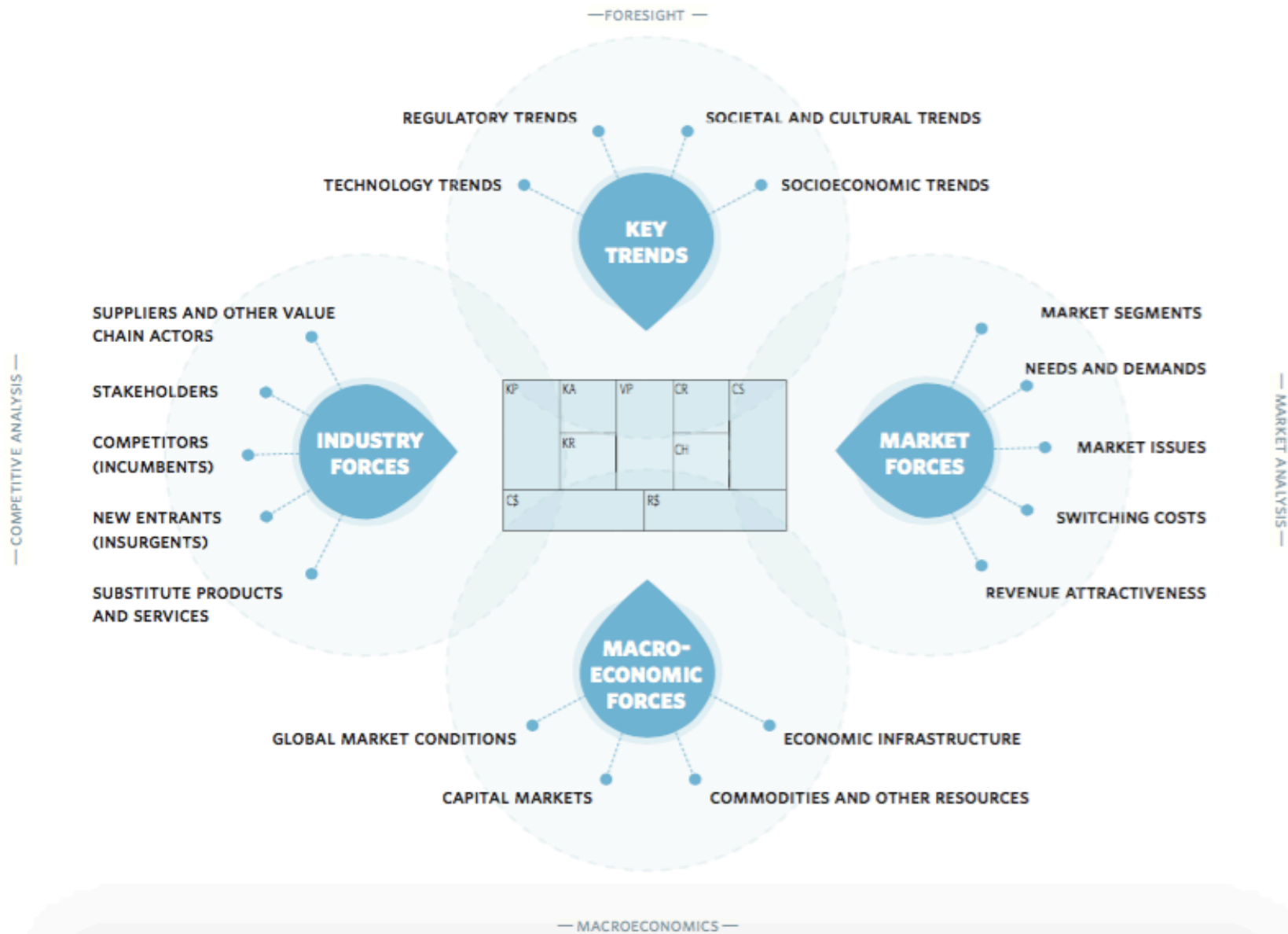


Business Model Canvas -työkalu

tehokkuus



arvo



Kuva: Strategyzer, [The Business Model Design Space Card deck](#) (PDF)

Oppimistehtävä

Osa 1: Energiaratkaisujen toimintaympäristön analysointi ja uudet mahdollisuudet - OPPIMISTEHTÄVÄ

Tee toimintaympäristöanalyysi käyttäen PESTEL-mallin kysymyksiä. Voit tehdä analyysin joko yrityksestä jossa olet töissä tai jollekin toiselle valitsemaallesi yritykselle (kannattaa valita sellainen, jonka tuntee ainakin jollain tasolla).

1. Etsi toimialaan liittyviä signaaleja ja jäsennä analyysi PESTEL-mallin mukaisten otsikoiden alle
2. Priorisoi tämän jälkeen muutama signaali per aihe
3. Arvioi vaikutusta liiketoimintaan: onko vaikutus positiivinen vai negatiivinen, miten suuri vaikutus on (matala, keskitasoa, korkea).

Analyysin pituus max 1 sivu A4.

PESTEL-analyysin näkökulmat:

Poliittiset tekijät viittaavat esimerkiksi hallituksen toimiin, lainsäädäntöön, veropolitiikkaan, ja kansainvälisiin suhteisiin. Poliittiset päätökset voivat vaikuttaa liiketoimintaan suoraan tai epäsuorasti, ja niiden vaikutukset voivat olla lyhytaikaisia tai pitkäkestoisia.

Taloudelliset tekijät käsittelevät talouden tilaa, inflaatiota, korkotasoa, työttömyyttä ja muita makrotalouden ilmiöitä, jotka vaikuttavat organisaation toimintaan.

Sosiaaliset tekijät liittyvät yhteiskunnan asenteisiin, kulttuurisiin arvoihin, väestörakenteen muutoksiin ja kuluttajakäyttäytymiseen. Nämä tekijät voivat muuttaa kysyntää, markkinointistrategioita ja jopa tuotteiden tai palveluiden muotoa ja sisältöä.

Teknologiset tekijät viittaavat uusiin innovaatioihin, teknologian kehitykseen, automaatioon ja digitalisaatioon. Teknologia voi muuttaa kilpailukenttää, ja organisaatiot, jotka eivät pysy kehityksen mukana, voivat jäädä jälkeen.

Ekologiset tekijät käsittelevät ympäristön tilaa ja kestäväen kehityksen vaatimuksia. Ilmastonmuutoksen torjunta, kiertotalous, energiatehokkuus ja ympäristölainsäädäntö ovat esimerkkejä tekijöistä, jotka voivat vaikuttaa liiketoimintastrategioihin.

Oikeudelliset tekijät liittyvät lainsäädäntöön ja sääntelyyn, joka voi vaikuttaa yrityksen toimintaan. Esimerkiksi työvoimalainsäädäntö, ympäristölait ja turvallisuusstandardit voivat asettaa rajoituksia ja velvoitteita.

Kiitos!



@MotivaOy



www.motiva.fi