

VIERKO 2

Liikeidean arviointi: SWOT

Osa 11: Liikeidean arviointi ja SWOT

Yritystoiminnan suunnittelu, 15 osp

Sisältö

1. Liikeidean arviointi
2. SWOT: tapa arvioida liikeidea
3. Lähteet



1. Liikeidean arviointi



Arvioi liikeideaasi ja paranna sitä



Mitä mieltä muut ovat liikeideastasi? Kysy, keskustele - kuuntele muita

- Kerää **palautteita** liikeideastasi.
- Arvosta muiden mielipiteitä.



Tarvitseeko liikeideasi olla uusi? Saavatko asiakkaat jotain uutta?

- Liikeidea ei ole uusi: yritys voi silti onnistua.
- Yrittäjä saa yrityksestä rahaa, jolla hän elää.
- Esimerkiksi kukkakaupan idea ei ole uusi.
- Uusi idea eli **innovaatio**:
 - Yrittäjä voi saada nopeasti voittoa.
 - Voi syntyä lisää innovaatioita eli ideoita ja keksintöjä.
 - Yritys voi kasvaa nopeasti.
- Esimerkiksi pelialalla on paljon uusia ideoita.



Miten tuotteesi tai palvelusi pärjää kilpailussa?

- Mikä on tuotteesi tai palvelusi sisältö?
- Millaisia ne ovat muilla yrityksillä, jotka myyvät samanlaista tuotetta tai palvelua?
- Mikä on tuotteesi tai palvelusi hinta?
- Mikä sen hinta on muilla yrityksillä?
- Miten erotut muista?



Keitä ovat asiakkaasi? Mitkä ovat markkinat?

- Kuka ja millainen on asiakkaasi?
- Paljonko asiakkaita on?
- Missä asiakkaat ovat?
- Mitä asiakkaat haluavat?



Mikä on yrityksesi brändi? Millainen on yrityksesi imago?

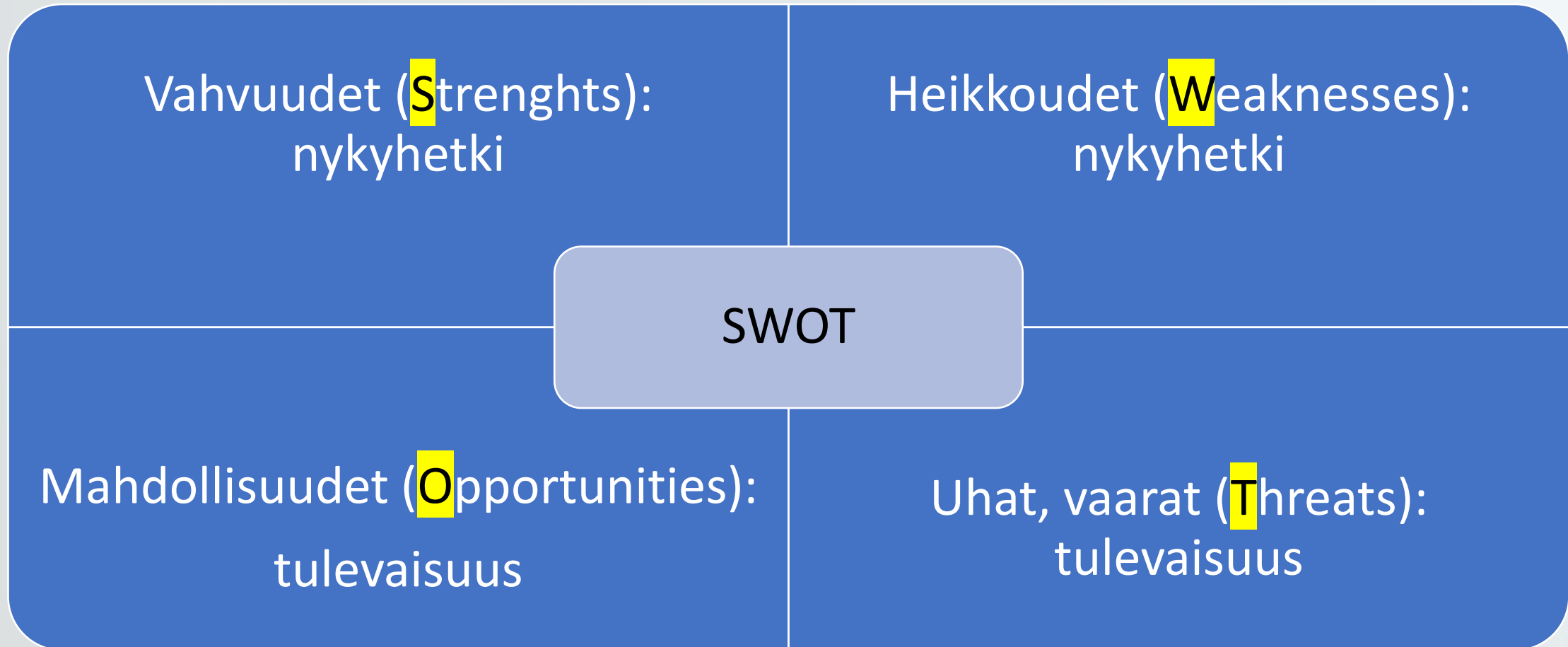
- Hyvä **brändi** = ihmiset tietävät yrityksesi ja ajattelevat siitä hyvää.
- Hyvä **imago** = ihmiset ajattelevat hyvää, kun kuulevat yrityksesi nimen tai näkevät sen tuotteen.
- Mitä ihmiset ajattelevat, kun he
 - näkevät tai kuulevat yrityksesi nimen
 - näkevät yrityksesi paikan, talon, huoneen, sisutuksen, nettisivun jne.
 - näkevät yrityksesi **logon** eli merkin, tunnuksen?



2. SWOT: tapa arvioida liikeideaa



Liikeidean arviointi SWOTin avulla



Arvioi nykyhetkeä: vahvuudet

Ne liittyvät sinuun ja yritysideaasi

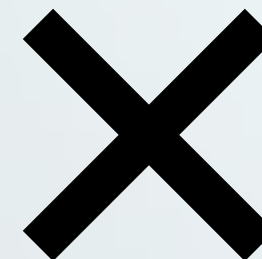
- Mitä osaamista sinulla on?
- Mitä osaamista on yrityksessäsi?
- Miksi liikeideasi on hyvä?
- Miksi tuote tai palvelu on parempi kuin muissa yrityksissä?



Arvioi nykyhetkeä: heikkoudet

Ne liittyvät sinuun ja yritysideaasi

- Mikä on liikeideassasi huonoa?
- Mihin **liiketoiminnan osa-alueeseen** tarvitset apua, tukea tai lisää osaamista:
 - tuote tai palvelu
 - asiakkaat, asiakaspalvelu ja markkinointi
 - kilpailijat
 - myynti ja hinta (hinnoittelu)
 - talous: tulot ja menot
 - oma osaaminen?



Arvioi tulevaisuutta: mahdollisuudet

Mahdollisuudet tulevat ulkopuolelta

- Mikä on tuotteesi tai palvelusi markkinoiden tilanne?
 - Mikä on suosittua?
 - Mistä tulee suosittua?
- Miten voit hyötyä markkinoiden tilanteesta?
- Mitä **verkostoja** sinulla on
(perhe, ystävät, asiantuntijat, muut yritykset jne.)?
- Miten voit käyttää verkostoja?
- Mitä uusia **innovaatioita** (ideoita, keksintöjä jne.) yrityksesi tuo markkinoille?



Arvioi tulevaisuutta: uhat

Uhat, vaarat, vaikeudet ja ongelmat tulevat ulkopuolelta

- Mitä vaikeuksia tai ongelmia on yrityksen **toimintaympäristössä?**
 - Toimintaympäristö = Kaikki asiat, jotka vaikuttavat yritykseesi sen ulkopuolelta, esimerkiksi:
 - markkinat ja kilpailijat
 - talous ja rahat
 - yhteiskunnan tilanne ja tulevaisuus
 - teknologia ja sen nopea kehitys
 - ekologia eli ympäristön tilanne (ilmastonmuutos, kestävä kehitys)



Esimerkki: SWOT kaupasta, joka myy lähiruokaa

Vahvuudet

- Ei ole paljon kauppoja, jotka myyvät lähiruokaa.
- Olen tutkinut asiaa.
 - Tiedän, mitä lähiruoka on
 - Tiedän, mistä sitä voi ostaa.
 - Tiedän tilat, jotka tuottavat lähiruokaa.

Mahdollisuudet

- Hyvät markkinat: ihmiset tarvitsevat aina ruokaa.
- Lähiruoka on trendi, joka kasvaa.
- Ruualla on tuonnin rajoituksia ja se lisää lähiruuan kysyntää.
- Verkostot auttavat:
voin järjestää yhdessä teemapäiviä
ja retkiä ruuan tuottajien tiloille.

Heikkoudet

- Onko minulla tarpeeksi verkostoja?
- Mistä saan hyvää henkilökuntaa myös viikonlopuksi?
- En ole aiemmin markkinoinut palvelua, se on uusi asia minulle.
- Liiketilaa vastapäätä ison kauppaketjun kauppa.

Uhat

- Riittävätkö asiakkaat?
- Saanko tuotteita tarpeeksi paljon?
- Saanko tuotteita silloin, kun asiakkaat haluavat niitä?



3. Lähteet



Lähteet

- Kevytyrittäjät. 23.10.2024. Mikä on SWOT-analyysi ja miten se tehdään? <https://kevytyrittajat.eezy.fi/blogi/swot-analyysi/>. Viitattu 16.10.2025.
- Kurkinen-Koskensalmi, Erika. 2024. Yritystoiminnan suunnittelu. Opetusmateriaali. Stadin AO.
- Kuure, Selina. 15.7.2025. Imago syntyy asiakkaan mielessä – Näin siihen voi vaikuttaa. <https://arcticnexus.com/imago/>. Viitattu 16.10.2025.
- Sanoma. Brändin rakentaminen ja tunnettuus: mistä kestävä ja hyvä brändi ponnistaa? 10.6.2025. https://media.sanoma.fi/ajankohtaista/brandin-rakentaminen-ja-tunnettuus-mista-kestava-ja-hyva-brandi-ponnistaa?gad_source=1&utm_campaign=mainonta_yleinent&utm_content=brandimainont_a&utm_medium=cpc&utm_source=google. Viitattu 16.10.2025.
- Yritystoiminta. Yritys- ja ympäristöanalyysi SWOT. <https://www.osaavayrittaja.fi/ideasta-liikeideaksi/yritys-ja-ymp%C3%A4rist%C3%B6analyysi-swot>. Viitattu 16.10.2025.
- Kuvalähteet:
 - Microsoft. PowerPoint. Kuvapankkikuvat.
 - Microsoft. PowerPoint. Kuvakkeet.



Tekijä

- Selkomukautus Tuija Takala, 2025



Tämä materiaali on tuotettu VIERKO 2 -hankkeessa vuosina 2025–2027.

VIERKO on toteutettu Opetus- ja kulttuuriministeriön vuonna 2024 myöntämällä ammatillisen koulutuksen strategiarahoituksella.

VIERKO on seitsemänkymmenen (71) koulutuksen järjestäjän yhteisponnistus. Osatoteuttajat on listattu tämän esityksen viimeisellä dialla.

Työtä on koordinoanut Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä Keuda.

Hankkeessa on kehitetty vieraskielisen koulutuksen laatua ja kotimaisten kielten opetuksen tarjontaa ammatillisessa koulutuksessa.

Lisätietoa:

<https://www.keuda.fi/keuda/hankkeet/vierko-2/>



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>