

Ura- ja yrittäjyys

Omaa polkua rakentamassa

PATHWAYS
to Business →



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Sisällys

Kipinä

s. 4

Uramaisema	5
Arvot	8
Omat mielenkiinnon kohteet	10
Luontevahvuudet	12
Oma osaaminen	14
Oman osaamisen sanoittaminen	16
Kokonaisvaltainen hyvinvointi	18

Roihu

s. 22

Kutsumuskartta	23
Asiakasymmärrys ja sen merkitys	26
Design thinking	30
Arvolupaus ja asiakasprofiili	32
Identiteettilähtöinen brändin rakentaminen	34

Avanto

s. 38

Liiketoimintamalli	39
Kustannustietoisuus	42
Hinnoittelu	44
Rahoitus	46
Yritysmuodot	47
Hissipuhe	50
Minustako yrittäjä?	52

Lähteet 53

Liitteet 54

Ura- ja yrittäjyys – Omaa polkua rakentamassa

Toimitus: Malla Örn

Julkaisija: Oulun Yliopisto, Oulu 2023

Ulkoasu & taitto: Design Inspis

Pathways to Business tiimi

Pathways to Business -hankkeen päätoteuttajana toimi Oulun yliopisto, Kasvatustieteiden tiedekunta. Osatoteuttajana on toiminut Oulun ammattikorkeakoulu.

Tekijät: Malla Örn, Maria Lehtimäki, Annukka Pitkänen, Jaana Uusitalo, Sanna Virtanen, Kari-Pekka Heikkinen, Tiina Salmijärvi

Euroopan sosiaalirahasto (ESR) on rahoittanut hanketta Pohjois-Pohjanmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen kautta. Hankkeen muuna rahoittajana on toiminut BusinessOulu.

Johdanto

Tulevaisuuden osaamistarpeita on mahdotonta ennustaa tarkasti. Tiedetään kuitenkin, että henkilö, joka jaksaa ja haluaa kehittää omaa osaamistaan ja työtään uransa läpi, tulee mitä todennäköisimmin työllistymään itselleen mielekkäällä tavalla. Tähän tarvitaan myös omien vahvuuksien tunnistamista, innostuneisuutta ja huolenpitoa omasta hyvinvoinnista. Omien vahvuuksien tunnistaminen ja hyödyntäminen kaikilla elämän osa-alueilla auttaa oman itsensä löytämisessä, joka puolestaan auttaa olemaan “aito oma itsensä” eri rooleissa, olipa kyseessä työpaikan tai henkilökohtaisen elämän roolit.

Olemme koonneet tähän työkirjaan Pathways to Business -hankkeen valmennuksissa käytettyjä tehtäviä, jotka auttavat urasuunnittelussa, oman osaamisen tunnistamisessa ja tuotteistamisessa sekä omien vahvuuksien ja arvojen kartoittamisessa. Lisäksi tehtävät auttavat hahmottamaan, miten omat taidot ja osaamisen voi tuotteistaa yrityksen perustamista varten. Ne opettavat havaitsemaan, mitä asiakasymmärrys merkitsee liiketoiminnan kannalta, tunnistamaan itseä työssä tai liiketoiminnassa motivoivat asiat sekä oppimaan luovan ajattelun ja muotoilun hyödyntämistä asiakastarpeiden tunnistamisessa.

Olemme jakaneet tehtäväkirjan kolmeen osaan: **Kipinään**, **Roihuun** ja **Avantoon**. Kipinä-osiossa keskitytään etsimään vahvuuksia ja mielenkiinnon kohteita, kartoittamaan omaa osaamista ja arvoja sekä perehdytään kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Roihu-osiossa sukelletaan asiakasymmärryksen maailmaan ja opetellaan tunnistamaan erilaiset asiakasryhmät sekä niiden tarpeet. Osiossa opitaan ajattelemaan ja hahmottamaan liiketoiminnan perustamista muotoilun ja luovan ajattelun kautta. Avanto-osiossa sukelletaan syvemmälle liiketoiminnan perustamisen realiteetteihin sekä kustannustietoisuuteen, joka on tärkeä taito myös oman talouden kannalta.

Toivotamme mielenkiintoisia lukuhetkiä, oivalluksia ja menestystä urasuunnitelmiisi!



Kipinä



Tehtäväkirjan tässä osiossa pääsee selvittämään omia mielenkiinnonkohteita, osaamista, vahvuuksia ja toiminnan taustalla vaikuttavia arvoja. Lisäksi osiossa voi kartoittaa omaan hyvinvointiin liittyviä asioita ja niiden vaikutuksia sekä työhön että muuhun elämään. Tehtävien tarkoitus on auttaa miettimään edellä mainittuja asioita laaja-alaisesti, niin opintojen, työelämän kuin vapaa-ajankin kannalta. Tämän osion tehtäviä tehdessä, kannattaa pitää mielessä uran ja työelämän lisäksi vapaa-aika ja hyvinvointi; sen myötä arjesta voi luoda itsensä näköistä.

Aiheet ja tehtävät:

- [Uramaisema](#)
- [Arvot](#)
- [Omat mielenkiinnon kohteet](#)
- [Vahvuudet](#)
- [Oma osaaminen](#)
- [Oman osaamisen sanoittaminen](#)
- [Kokonaisvaltainen hyvinvointi](#)

Uramaisema

Ihmisellä ei ole vain yhtä uraa, ammattia, työpaikkaa tai koulutusta, vaan ura rakentuu yhä useammin monen osaamisen, työn muodon ja työn ulkopuolisen tekemisen yhdistelmästä. Työelämän murros haastaa työn tekemisen tapoja, eikä ura ole enää vain kapea polku vaan uramaisema, johon kuuluu erilaista osaamista, kokemusta ja työtehtäviä. Työuraan voi sisältyä monta erilaista uraa, suuntaa voi vaihtaa ja takaisinpäin palata. Bonusuran voi aloittaa vielä eläkkeelle jäädessä. Monimuotoinen uramaisema voi rakentua monesta projektista, työtehtävästä, työn muodosta tai työn ulkopuolisesta tekemisestä. Siirtymä voi olla irtiotto uuteen ja alanvaihto, tai omasta harrastuksestakin voi syntyä uusi ammatti. Vaihtamalla alaa tai tekemällä useita erilaisia töitä elämän aikana erilaisia taitoja ja osaamista voi kartuttaa monipuolisesti.

On hyvä tietää, mistä on lähtenyt ja minkälaisen matkan on kulkenut, jotta voi visioida ja suunnitella tulevaa. Sen vuoksi on hyvä koota oma aiempi työhistoria, koulutus ja osaaminen. Unelmien työviikon hahmotteleminen auttaa löytämään punaisen langan ja ytimen sekä vision siitä, kuka haluaa olla ja millaisia asioita haluaa tehdä. Ihminen kehittyy ja muuttuu jatkuvasti, miksei työ ja urakin muuttuisi. Kutsumus ei välttämättä säily samana läpi elämän, joten on luonnollista, että suunta ja mielenkiinnon kohteet vaihtuvat. Kaikki kokemus on hyödyllistä, joten ei haittaa, vaikka omaa unelmauraansa ei löytäisi heti. Mikään työkokemus ei myöskään mene hukkaan, sillä hyvinkin erilaisissa töissä voi hyödyntää samantyyppistä osaamista, riippumatta alasta tai tehtävästä.

Työhyvinvointia ja työn tehokkuutta voidaan lisätä muun muassa tauottamalla työn tekemistä oman vireystilan mukaan tai valitsemalla työtila, joka lisää vireyttä ja energisyyttä. Mahdollisuus muotoilla työaikaa, myönteiset tunnetilat ja työn merkityksellisyyden kokemus tukevat työntekijöiden hyvinvointia. Kun työntekijä voi muotoilla työtään aikatauluttamalla, paikasta ja tauoista päättämällä, kokemus vapaudesta ja joustavuudesta vahvistuu ja mahdollisuudet työn imun kehittämiseen kasvavat.

Oman unelmien työviikon hahmotteleminen kannattaa, koska se auttaa näkemään keskeisimmät asiat, joita työssä haluaa tehdä. Se myös tukee omaa hyvinvointia, lisää työn mielekkyyttä ja tuottavuutta sekä auttaa hahmottelemaan itselle mielekästä ja voimaannuttavaa vapaa-aikaa. Vapaa-aika lisää jaksamista ja tukee hyvinvointia. Se auttaa pitämään työn ja muun elämän tasapainossa.



Tehtävä - Uramaisema

Voit tehdä tämän tehtävän haluamallasi tavalla: esimerkiksi luku-
järjestystyyllisesti tekemällä itsellesi lukujärjestyksen, johon merki-
tään oman työviikon ja vapaa-ajan tapahtumat. Voit myös kirjoittaa
avainsanoja esim. tarralapuille ja järjestellä sekä teemoitella niitä
mielesi mukaan. Tehtävän voi tehdä myös kollaasina paperista
leikatuilla kuvilla ja sanoilla – tässä tehtävässä vain mielikuvi-
tus on rajana. Oheisen sanapilven asioita voi käyttää apuna unelmien
työviikon hahmottamisessa.

Ota huomioon seuraavat asiat, kun alat rakentamaan unelmiesi
työviikkoa:

- Millaisen viikon voi sanoa olevan unelmien työviikko?
- Millainen on työviikko, jossa työaikaan, -tilaan ja -tapoihin
liittyviä haasteita on mahdollisimman vähän?
- Miten työ mahdollistaa vapaa-ajan vieton?



	Maanantai	Tiistai	Keskiviikko	Torstai	Perjantai	Lauantai	Sunnuntai
08-10							
10-12							
12-14							
14-16							
16-18							
18-20							
20-22							
22-							

Arvot

Arvot ovat yksilön elämän tärkeimpiä asioita. Arvoilla ja motivaatiolla on tiivis yhteys toisiinsa, sillä motivoituminen tai menestyminen on todennäköisempää asioissa, jotka koetaan omakohtaisesti mielekkäiksi ja arvokkaiksi ja joissa voi toteuttaa itseään. Näin ollen arvojen pohtiminen voi myös lisätä yksilön hyvinvointia ja kirkastaa elämän suuntaa.

Arvot vaikuttavat kaikkeen toimintaamme. Ne voivat auttaa urasuunnan päättämisessä. Arvot kuvastavat ja perustelevat toimintaamme ohjaavia normeja. Ne ovat tietoisesti valittuja ja voivat myös muuttua elämän aikana iän ja kokemuksen karttuessa. Tämän vuoksi arvopohdintaa kannattaa tehdä aika ajoin uudestaan.

Ammatinvalinta on ihmisen elämän keskeisiä arvojen ohjaamia valintoja. Arvot ovat merkittävässä asemassa, kun yksilö suunnittelee omaa työuraansa tai yrittäjyyden aloittamista. Ne määrittävät ja ohjaavat myös työelämän ja muun elämän tasapainoa. Lisäksi ne voivat auttaa löytämään alan, organisaation tai suunnan, jossa voi menestyä ammatillisesti ja henkilökohtaisesti. Organisaation ja omien arvojen yhteensopivuus onkin tärkeää motivaation, innostuksen, tehokkuuden ja hyvinvoinnin kannalta.

Seuraavaksi esitellään kolme esimerkkiä arvoista, jotka liittyvät työn tekemiseen ja urasuunnitteluun. Esimerkiksi ”luovuus” tarkoittaa eri ihmisille eri asioita. Jokaisen kannattaa pohtia, mitä kukin arvo omasta mielestä tarkoittaa.

Luovuus: korostaa kykyä ajatella ja toimia omaperäisesti, innovatiivisesti ja ennakkoluulottomasti. Se ilmentää halua ilmaista itseään luovalla tavalla ja löytää uusia ratkaisuja ongelmiin.

Perhe: korostaa läheisten ihmissuhteiden ja perheenjäsenten välisen yhteyden merkitystä. Perhearvolla voi olla vaikutusta myös päätöksentekoon ja priorisointiin, kun pyritään luomaan tasapaino perhe-elämän ja muiden elämänalueiden välillä.

Status: kuvastaa yksilön tai ryhmän pyrkimystä saavuttaa korkea yhteiskunnallinen asema, arvostus tai näkyvyys. Statusarvo voi vaikuttaa päätöksiin, toimintaan ja itsetuntoon, ja se voi olla merkityksellinen urasuunnittelussa.



Tehtävä - Arvot

- Viereisellä sivulla on listattuna 50 eri arvoa, voit myös keksiä omasi ja kirjata ne listaan.
- Merkitse listasta 20 sinulle tärkeää arvoa. Voit merkitä ne esimerkiksi laittamalla pisteen kyseisen arvon eteen.
- Valitse nyt näistä kahdestakymmenestä arvosta 10 sinulle merkityksellisintä ja alleviivaa ne.
- Nyt valitse kymmenestä arvosta 5 sinulle tärkeintä arvoa ja ympyröi ne.

Jäljelle jää viisi tärkeintä arvoasi. Kirjoita ne ylös ja kirjoita niiden viereen, miten toivot niiden nousevan esiin urallasi. Voit pohtia samalla, korostavatko jotkut arvot vapaa-ajan ja työnvälisen tasapainon tärkeyttä? Vaikuttavatko jotkut arvot työn sisältöön tai siihen, minkälaista työtä tahdot tehdä? Vaikuttavatko ne molempiin? Keksitkö aloja tai organisaatioita, joissa pääsisit tekemään arvojesi mukaista työtä?

Aitous Esteettisyys Pätevyys Viisaus Myötätunto Avoimuus Monimuotoisuus
Oikeudenmukaisuus Johtaminen Onnellisuus Sitoutuminen Kurinalaisuus
Oppiminen Ympäristö Uteliasuus Huumori Itsekunnioitus Riippumattomuus/Itsenäisyys
Haasteellisuus Maine/Suosio Päätäväisyys Yhteisöllisyys Terveys Tavoitteellisuus
Seikkailu Rauha Sosiaalisuus Rohkeus Luovuus Kunnioitus
Tasapaino Itsevarmuus Vastuu Vaikuttaminen Luotettavuus
Rakkaus Uskollisuus Turvallisuus Osallistuminen
Hengellisyys Perhe Menestys Rehellisyys Palveleminen
Kasvaminen/Kehittyminen Ystävyys Isänmaallisuus Varallisuus Muutos Status

Tärkeimmät arvoni

Omat mielenkiinnon kohteet

Mielenkiinnon kohteiden tunnistaminen on tärkeä osa urasuunnittelua useista eri syistä. Omat mielenkiinnon kohteensa tunnistava henkilö voi suuntautua sellaisille aloille ja sellaisiin tehtäviin, jotka innostavat ja joiden parissa haluaa työskennellä pitkällä aikavälillä. Tämä auttaa löytämään tyydyttävän ja merkityksellisen työn.

Mielenkiinnon kohteidensa parissa työskentelevillä ihmisillä on suurempi mahdollisuus menestyä ja saavuttaa urallaan hyviä tuloksia. Ihminen on luonnostaan motivoituneempi oppimaan uutta ja kehittymään alalla, joka on kiinnostava. Mielenkiinnon kohteisiin liittyvien tehtävien tekeminen tuntuu useammin mielekkäältä ja antoisalta, mikä edistää myös positiivista työkokemusta.

On tärkeää muistaa, että mielenkiinnon kohteiden tunnistaminen ei ole aina helppoa. Itselleen kiinnostavien ja motivoivien asioiden ymmärtäminen vaatii yleensä aikaa ja itsetutkiskelua. Omia mieltymyksiään voi oppia ymmärtämään esimerkiksi tutkimalla erilaisia aloja, harrastuksia ja työtehtäviä



Tehtävä

Mieti:

1. harrastus tai vapaa-ajan aktiviteetti, josta pidät ja nautit
2. opiskeluissa ollut aihekokonaisuus, joka on ollut mielestäsi kiinnostava ja innostava
3. työelämässä ollut tilanne, työskentelytapa tai ala, joka on ollut mielestäsi kiinnostava. Mikäli sinulla ei ole vielä työkokemusta, voit miettiä unelma-alaasi.

Kirjaa nämä asiat taulukkoon.

Pohdi sen jälkeen, miksi kyseinen asia on ollut kiinnostava? Onko itse tekeminen ollut kiinnostavaa vai onko jokin sen osa tehnyt siitä kiinnostavaa? Esimerkiksi harrastuksiin voi merkitä jalkapallon, ja pelaamisen lisäksi siinä on voinut kiinnostaa ja innostaa ryhmässä toiminen.

Ajattele tekemistä seuraavaksi vielä pidemmälle ja yritä löytää juurisyytä sille, miksi se on ollut kiinnostavaa.

	Harrastus / Vapaa-aika	Opiskelu	Työelämä
Kirjoita tälle riville harrastus, opiskeltu aihe ja työelämässä eteen tullut asia, joka on ollut sinusta kiinnostava, mukava tai mielenkiintoinen.			
Miksi se on ollut kiinnostava?			
Pystytkö kuvailemaan vielä tarkemmin, mikä erityisesti siinä on kiinnostanut?			
Miten se voisi tulla esiin urasuunnittelussa tai työssä?			

Luonteenvahvuudet

Luonteenvahvuuksien kartoittaminen ja niiden hyödyntäminen työelämässä on tärkeä osa urakehitystä ja ammatillista menestystä. Vahvuudet ovat henkilökohtaisia taitoja, kykyjä tai ominaisuuksia, joissa ihminen on erityisen hyvä ja joista hän saa energiaa ja innostusta. Vahvuuksien kartoittaminen on hyödyllistä itsetuntemuksen kehittämisessä, joka taas voi auttaa sopivan työn löytämisessä. Omien vahvuuksien tunnistaminen auttaa myös ammatillisessa kehittämisessä. Kun omat vahvuutensa oppii tunnistamaan, niitä voi joko kehittää edelleen tai hankkia lisää osaamista asioista, jotka eivät vielä ole vahvuuksia. Kun omia vahvuuksia pääsee käyttämään säännöllisesti, myös itseluottamus ja motivaatio voivat kasvaa.

Henkilökohtaiset vahvuudet voivat olla esimerkiksi luonteenpiirteitä ja ihmistä kuvailevia ominaisuuksia. Taidot liittyvät siihen, mitä henkilö osaa tehdä esimerkiksi työssä. Henkilökohtaiset vahvuudet ja taidot kehittyvät opinnoissa, työssä, harrastuksissa ja vapaa-ajalla. On tärkeää tunnistaa omat vahvuudet ja taidot, joista on hyötyä ammattialan työtehtävissä. Vahvuuksia ja taitoja voi myös kehittää.



Tehtävä

Viereisellä sivulla on listattu erilaisia vahvuuksia, joiden avulla voit luoda oman vahvuuskarttasi. Vahvuudet on jaettu kuuteen eri kategoriaan, joita ovat kognitiiviset vahvuudet, emotionaaliset vahvuudet, sosiaaliset vahvuudet, ihmisten välisiin suhteisiin liittyvät vahvuudet, suojautumiseen käytettävät vahvuudet ja henkiset vahvuudet. Lisäksi olemme listanneet muutaman esimerkin vahvuuksista, joihin liittyy useamman kategorian erityispiirteitä. Tehtävän tekemällä saat selkeämmän kuvan omista vahvuuksistasi, ja voit hyödyntää niitä esimerkiksi urasuunnittelussa ja työhakemusten kirjoittamisessa.

Valitse 6 vahvuutta, kirjoita ne ylös taulukon ensimmäiseen sarakkeeseen. Kirjaa toiseen sarakkeeseen, miten olet hyödyntänyt niitä työssä tai opiskeluissa. Kolmanteen sarakkeeseen voit kirjoittaa, miten haluaisit hyödyntää niitä?

Vahvuus	Miten olen hyödyntänyt?	Miten haluaisin hyödyntää?

Kognitiiviset vahvuudet, jotka liittyvät tiedon hankkimiseen ja käyttöön:

Luovuus – Nautitko saadessasi ratkaista, kokeilla, kehittää ja ideoida uutta?

Uteliaisuus – Kyseletkö paljon, tutkitko ja otatko mielelläsi selvää asioista?

Arviointikyky – Pohditko eri vaihtoehtojen hyötyjä ja haittoja ennen päätöksentekoa?

Oppimisen ilo – Motivoiko sinua mahdollisuus kehittää osaamistasi?

Näkökulmanottokyky – Pystytkö löytämään eri vaihtoehtoista tilanteisiin sopivat ratkaisut ja ymmärtämään asioita myös muiden ihmisten kannalta?

Emotionaaliset vahvuudet, joita tarvitaan päämäärien saavuttamiseen sisäisten tai ulkoisten haasteiden edessä:

Urheus – Uskallatko ottaa riskejä ja kokeilla uudestaan epäonnistumisista huolimatta; siedätkö epävarmuutta?

Sinnikkyys – Oletko sitkeä ja sisukas silloinkin, kun asiat eivät mene suunnitelmien mukaisesti?

Rehellisyys – Onko sinulle tärkeää toimia vilpittömästi?

Innokkuus – Oletko tarmokas ja saat paljon aikaan; tarttuuko innostuksesi myös muihin?

Vahvuudet, joiden avulla suojaudutaan liioittelua, ylenpalttisuutta ja ylimielisyyttä vastaan:

Anteeksiantavuus – Pystytkö suhtautumaan lempeästi omiin ja toisten tekemiin virheisiin?

Vaativattomuus – Ajatteletko, että teot puhuvat puolestaan?

Harkitsevuus – Teetkö harkittuja päätöksiä ja punnitsetko eri vaihtoehtoja?

Itsesäätely – Suhteutatko omaa toimintaasi käytettävissä olevaan aikaan?

Nämä ovat esimerkkejä, joissa yhdistyy useamman eri vahvuuden piirteitä:

Organisointikyky – Kykenetkö pitämään langat käsissä ja kokonaisuuden hallussa?

Avoimuus – Pystytkö katsomaan asioita ennakkoluulottomasti uusistakin näkökulmista?

Kunnianhimo – Motivoiko sinua jatkuva kehittyminen paremmaksi?

Herkkyys – Aistitko muiden tunteita ja mielialoja?

Ahkeruus – Jaksatko puurtaa ja ponnistella asioiden eteen?

Vahvuudet, joita tarvitaan etenkin yksilön ja yhteisön välisissä suhteissa:

Ryhmätötaidot – Toimitko ryhmässä vastuuntuntoisesti ja oletko halukas työskentelemään yhteisen hyvän eteen?

Reiluus – Annatko kunnian onnistumisesta sille, joka sen ansaitsee?

Johtajuus – Osaatko nähdä, missä muut ovat hyviä, ja saatko ryhmän toimimaan tavoitteellisesti?

Vahvuudet, joissa korostuu yhteys laajempiin merkityksiin ja maailmankaikkeuteen sekä elämän tarkoituksen etsimiseen:

Kauneuden ja erinomaisuuden arvostus – Ihailletko osaamista, taitoa ja lahjakkuutta kaikissa sen muodoissa?

Kiitollisuus – Löydätkö jokaisesta kokemuksestasi oppimisen mahdollisuuksia?

Toiveikkuus – Jaksatko uskoa hyvään haasteidenkin edessä ja valatko toivoa muihin ihmisiin?

Huumorintaju – Onko sinulle luontevaa löytää asioihin uusi valoisampi näkökulma?

Vakaumuksellisuus – Nautitko asioiden edistämisestä oman elämäkatsomuksesi mukaisesti?

Sosiaaliset vahvuudet, joita tarvitaan toisista huolehtimiseen, ystäväystymiseen ja ihmissuhteiden ylläpitoon:

Rakkaus – Hyväksytkö muut sellaisina kuin he ovat ja tuottaako sinulle iloa, kun teet asioita muiden hyväksi?

Ystävällisyys – Kohtaatko uudet ihmiset avoimesti ja autatko oma-aloitteisesti ympärilläsi olevia?

Sosiaalinen älykkyys – Aistitko herkästi muiden mielialoja ja opitko nopeasti tilanteen vaatimat pelisäännöt?

Oma osaaminen

Oman osaamisen tunnistaminen voi olla haastavaa useista eri syistä esimerkiksi, jos opinnot eivät suoraan johda mihinkään tiettyyn ammattiin tai ne eivät sisällä paljon konkreettisten taitojen harjoittelua. Joitain taitoja pidetään itsestäänselvyyksinä tai niiden merkitystä aliarvioidaan. Myös ulkopuoliset tekijät, kuten perheen odotukset, yhteiskunnalliset odotukset tai muiden mielipiteet, voivat vaikuttaa oman osaamisen arviointiin. Tämä voi johtaa siihen, että omat kyvyt jäävät huomioimatta ja henkilö keskittyy liikaa muiden ihmisten asettamien odotusten täyttämiseen.

Oman osaamisen tunnistaminen on tärkeää useista eri syistä: jos oman osaamisen oppii tunnistamaan, omaa uraansa voi suunnitella tietoisesti ja strategisesti, mikä taas auttaa valitsemaan omia kykyjä hyödyntäviä ja menestystä tarjoavia työtehtäviä. Lisäksi omaa osaamista ja kiinnostuksen kohteita vastaavilla alueilla työskenteleminen kasvattaa todennäköisyyttä kokea työtyytyväisyyttä ja -motivaatiota. Oman osaamisen tunnistamalla myös ymmärtää omat vahvuutensa ja ne alueet, joissa voi vielä kehittyä. Tämä mahdollistaa jatkuvan oppimisen ja taitojen kehittämisen, mikä on tärkeää nykyaikaisessa työelämässä, jossa vaatimukset ja tarpeet muuttuvat jatkuvasti. Oman osaamisen tunnistaminen auttaa tekemään tietoisia urapäätöksiä ja valjastamaan omat kyvyt käyttöön parhaalla mahdollisella tavalla. Se on ensimmäinen askel kohti tyydyttävää ja menestyksestä uraa, joka on linjassa omien tavoitteiden, kiinnostusten ja arvojen kanssa.



Tehtävä

Kuviossa on listattuna korkeakoulussa opittuja työelämätaitoja ja ne on jaettu kuuteen eri osaan: alakohtaiseen substanssiosaamiseen, sosiaalisiin taitoihin, kommunikaatiotaitoihin, teknisiin taitoihin, akateemisiin taitoihin ja yleisiin työelämätaitoihin. Tunnet kuitenkin itse alasi ja oppimasi taitosi parhaiten.

1. Lisää listaan oppimiasi ja osaamiasi taitoja, joita listalla ei vielä ole. Lisää taulukkoon myös muita asioita, joita ei ole valmiiksi kirjattuna ylös. Ne voivat olla joko opintojen aikana opittuja asioita tai työelämässä opittuja taitoja – esimerkiksi asiakaspalvelutaidot sopivat hyvin sosiaalisiin taitoihin.
2. Merkitse listaan esimerkiksi alleviivaamalla tai korostuskynällä ne taidot, jotka olet oppinut. Voit myös halutessasi erotella eri väreillä taidot, missä olet erinomainen, missä olet hyvä ja missä kaivataan kehitystä TAI mitä et halua tulevan työsi sisältävän.

Alakohtainen substanssiosaaminen

- Sinä olet oman alasi paras asiantuntija. Mitä oman alasi tietoja ja taitoja olet oppinut opintojesi aikana?



Sosiaaliset taidot

- Tiimityö
- Sopeutuvuus muuttuviin tilanteisiin
- Verkostoitumistaidot
- Ihmissuhdetaidot

Yleiset työelämätaidot

- Luovuus
- Jatkuva oppiminen
- Ongelmanratkaisu
- Itsenäinen työskentely
- Johtamistaidot
- Ajanhallinta
- Priorisointi



Akateemiset taidot

- Tiedonhaku
- Analyttinen ajattelu
- Tiedon soveltaminen
- Teoreettiset viitekehykset

Tekniset taidot

- IT-taidot
- Muut tekniset taidot
- Sosiaalinen media



Kommunikaatiotaidot

- Sanalliset ja kirjalliset kommunikointitaidot
- Esiintyminen / julkinen puhuminen
- Vieraat kielet
- Palautteen antaminen, kommentointi ja kuuntelu
- Omien näkökulmien perustelu

Oman osaamisen sanoittaminen

Kun henkilö ymmärtää oman osaamisensa, hän voi paremmin viestiä työnantajalle tai rekrytoijalle, mitä hänellä on tarjota ja miten hänen osaamisensa soveltuu työnantajan tarpeisiin. Tämän tehtävän tarkoitus oppia konkreettisesti sanoittamaan omaa osaamista, joka voi joskus olla hyvin abstraktia. Jotkut taidot ovat konkreettisia, kuten “osaan tehdä kuperkeikan”, toiset taas ovat abstraktimpia, kuten “olen hyvä ongelmanratkaisussa”. Mitä abstraktimmasta taidosta on kyse, sitä tärkeämpää on, että työnantaja ymmärtää, mitä puhuja sillä tarkoittaa. Esimerkiksi ”ongelmanratkaisutaito” voi tarkoittaa useaa eri asiaa henkilöstä riippuen.

STAR-metodi on yleisesti ja laajasti käytetty menetelmä oman osaamisen sanoittamiseen tilanteissa, joissa halutaan antaa konkreettisia esimerkkejä omasta osaamisesta tai saavutuksista. STAR on lyhenne sanoista: Situation (tilanne), Task (tehtävä), Action (toimenpiteet) ja Result (tulos). STAR-menetelmä auttaa jäsentämään vastauksen selkeään rakenteeseen ja tarjoamaan konkreettisia esimerkkejä omasta osaamisesta ja toiminnasta. Se auttaa kuulijaa ymmärtämään, miten henkilö toimi tietyssä tilanteessa ja mitä tuloksia siinä saavutti. STAR-metodia voi käyttää muun muassa työhakemusta tehdessä, jolloin se auttaa kertomaan omasta ydinvahvuudesta selkeästi ja lyhyesti. Tätä metodia on hyvä käyttää myös työhaastatteluissa: esimerkiksi jos haastattelija kysyy esimerkkiä jonkun taidon soveltamisesta, metodia hyödyntämällä pystyy selkeästi kertomaan jonkin konkreettisen tilanteen, joka havainnollistaa taitoa kuulijalle.

S - Tilanne: Kuvaa tilanne tai konteksti, jossa kohtasit haasteen tai teit jonkin saavutuksen. Anna tarvittava taustatieto tilanteen ymmärtämiseksi.

T - Tehtävä: Selitä, mikä sinun roolisi tai tehtäväsi oli kyseisessä tilanteessa. Kerro selkeästi, mitä sinulta odotettiin tai mitä päätit tehdä.

A - Toiminta: Kuvaa konkreettisia toimenpiteitä, joita toteutit käsitellessäsi tilannetta tai suorittaessasi tehtäväsi. Korosta omia kykyjäsi, päätöksiäsi ja taitojasi, jotka auttoivat sinua onnistumaan.

R - Lopputulos: Kerro, millaisia tuloksia saavutit toimillasi. Painota positiivisia vaikutuksia, mitä saavutit ja millaisia oppimiskokemuksia sait. Jos mahdollista, anna myös mitattavissa olevia lukuja tai konkreettisia saavutuksia.





Tehtävä

Valitse 2–3 taitoa ja sovelta niihin STAR-metodia. Osaaminen tai taito voi olla jokin edellisen tehtävän asioista.



Tilanne



Tehtävä



Toiminta



Lopputulos

Kokonaisvaltainen hyvinvointi

Maailman terveysjärjestön (WHO) määritelmän mukaan hyvinvointi voidaan jakaa sosiaaliseen, psyykkiseen, fyysiseen ja henkiseen hyvinvointiin. Lisäksi myös terveyden muokkautuvuus lasketaan nykyään osaksi hyvinvointia.

Terveys ja hyvinvointi eivät säily samanlaisina koko elämän ajan, vaan ne muuttuvat jokaisen elämäntilanteen sekä sosiaalisen ja fyysisen ympäristön mukaan. Keskiössä on yksilön oma kokemus hänen hyvinvointinsa tilasta eikä esimerkiksi se, miten muut tilanteen näkevät. Terveyden ja hyvinvoinnin kokemisen kannalta on erityisen tärkeää huomioida elämän kokonaiskuormitus. Kokonaiskuormitukseen vaikuttavat hyvinvoinnin eri osa-alueet, kuten psyykinen, fyysinen ja sosiaalinen hyvinvointi. Näitä eri terveyden ja hyvinvoinnin osa-alueita onkin mahdollista erottaa toisistaan, sillä ne kietoutuvat tiiviisti yhteen ja vaikuttavat jatkuvasti toinen toisiinsa.

Kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin kuuluvat myös henkisen ja ammatillisen hyvinvoinnin osa-alueet. Kokonaisuutta tarkastelemalla voi huomata, että tasapaino eri osa-alueitten välillä on välttämätöntä ja eri osa-alueet ovat myös riippuvaisia toisistaan. Kun haasteita elämässä ilmenee jollain osa-alueella, ne väistämättä vaikuttavat myös toisiin osa-alueisiin. On erityisen tärkeää pohtia omaa jaksamista ja hyvinvointia suhteessa eri osa-alueisiin. On myös hyvä kirjata ylös, mitkä asiat ovat hyvin ja tuottavat iloa elämässä. Nämä asiat ovat niitä voimavaroja, joita tarvitaan, kun jokin asia elämässä aiheuttaa haasteita tai kun elämässä kohtaa vaikeuksia tai kriisejä.



Hyvinvoinnin osa-alueet

Fyysinen hyvinvointi

- Kiinteänä osana ravitsemus, liikunta ja lepo sekä aktiivinen huolehtiminen niiden tasapainosta
- Säännöllinen fyysinen aktiivisuus parantaa sydän- ja verenkiertojärjestelmän toimintaa, vahvistaa lihaksia ja ylläpitää nivelten liikkuvuutta
- Fyysisesti terve keho auttaa toimintakyvyn ylläpitämisessä, lisää energiatasoa ja antaa vahvan pohjan myös henkiselle hyvinvoinnille sekä jaksamiselle

Psyykinen hyvinvointi

- Tähän liittyy vahvasti yksilön mielenterveys, kyky selviytyä elämän haasteista ja stressinhallintataidot
- Vaikuttaa ihmisen kykyyn nauttia elämästä, ylläpitää terveitä ihmissuhteita ja suoriutua työstä
- Kykyä tunnistaa, ymmärtää ja säädellä omia tunteita
- Hyvä itsetuntemus auttaa tunnistamaan omia vahvuuksia ja tekemään hyvinvointia tukevia valintoja

Sosiaalinen hyvinvointi

- Yksilön kykyä luoda ja ylläpitää terveitä ja tyydyttäviä ihmissuhteita sekä osallistua yhteisöön.
- Taitoa ilmaista itseään, kuunnella toisia ja ratkaista konflikteja, mikä taas auttaa rakentamaan terveitä vuorovaikutussuhteita
- Kykyä osoittaa empatiaa ja tukea toisia ihmisiä kohtaan
- Myös omaan elämään liittyvä tyytyväisyys, uraan ja koulutukseen liittyvät odotukset, itsensä toteuttamisen mahdollisuudet sekä taloudellinen ulottuvuus

Henkinen hyvinvointi

- Kattaa mielen hyvinvoinnin, tunne-elämän ja henkisen vireyden ja vaikuttaa ihmisen kykyyn selviytyä stressistä, kohdata haasteita ja nauttia elämästä
- Myönteinen ajattelu ja asenne elämää kohtaan sekä itsemyyötätunnon harjoittaminen ja positiivinen ajattelu edistävät mielen hyvinvointia
- Itsensä kehittäminen ja kasvun tavoittelu, joka voi tarkoittaa uusien taitojen oppimista, omien vahvuuksien hyödyntämistä, omien arvojen ja merkityksellisyyden löytämistä sekä henkilökohtaista kasvua ja itsetuntemuksen syventämistä

Ammatillinen hyvinvointi

- Kattaa fyysisen, henkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin työhön liittyvissä aspekteissa
- Vaikuttaa työntekijän motivaatioon, työtyytyväisyyteen, tuottavuuteen ja terveyteen sekä edellyttää tasapainoa työn ja muun elämän välillä.
- Oleellisena osana mahdollisuus ammatilliseen kehitykseen ja kasvuun
- Tarkoittaa, että työllämme on selkeät päämäärät, meillä on siihen riittävä osaaminen ja saamme palautetta suorituksestamme sekä kehitymme jatkuvasti



Tehtävä - Kokonaisvaltainen hyvinvointi

Löydät seuraavalta sivulta tähän tehtävään liittyvän hyvinvointikarttapohjan, jota voit käyttää oman hyvinvointisi ja jaksamisesi kartoittamiseen. Kun laadit omaa hyvinvointikarttaasi, voit käyttää apuna seuraavia kysymyksiä:

- Miten arvosi näkyvät suhtautumisessa omaan itseesi?
- Mistä tiedät voivasi hyvin?
- Miten huolehdit hyvinvoinnistasi?
- Mikä ylläpitää hyvinvointiasi? Mikä aiheuttaa kuormitusta?

Lisäksi:

- Minkä kouluarvosanan (4–10) annat omalle hyvinvoinnillesi nyt?
 - ⇒ Mitä voisit tehdä, että arvosanasi nousisi? Voisiko joku asia (tai ihminen) auttaa tai helpottaa kuormaa?
- Voit tehdä tehtävän uudelleen 1–6 kuukauden päästä ja verrata tuloksia keskenään, ja katsoa, onko muutosta tullut.



Hyvinvointikartta

Mistä tiedät voivasi hyvin?

Miten huolehdit hyvinvoinnistasi?

Mikä ylläpitää hyvinvointiasi?

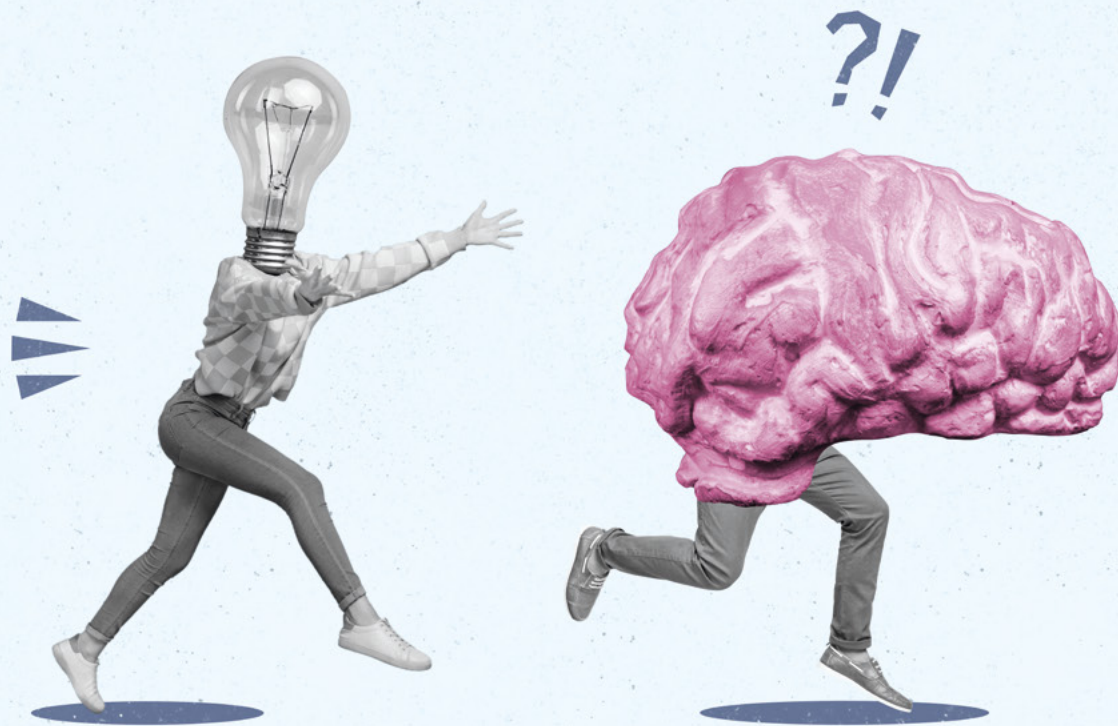
Mikä aiheuttaa kuormitusta?

Minkä kouluarvosanan
(4–10) annat omalle
hyvinvoinnillesi nyt?

Mitä voisit tehdä,
että arvosanasi
nousisi?

Voisiko joku asia
(tai ihminen) auttaa/
helpottaa kuormaa?

Roihu



Roihun tehtävät ohjaavat syventämään ja tunnistamaan omia kiinnostuksen kohteita, etsimään ja löytämään asiakasryhmiä ja havaitsemaan, miksi asiakasymmärrys on merkityksellistä liiketoiminnalle. Lisäksi tehtävissä opetetaan hyödyntämään luovaa ajattelua ja muotoilua asiakastarpeiden tunnistamisessa ja niihin vastaamisessa sekä tunnistamaan omat työssä tai liiketoiminnassa motivoivat asiat ja syyt tehdä niitä.

Aiheet ja tehtävät:

- [Kutsumuskartta](#)
- [Asiakasymmärrys ja sen merkitys](#)
- [Design thinking](#)
- [Arvolupaus ja asiakasprofiili](#)
- [Identiteettilähtöinen brändin rakentaminen](#)

Kutsumuskartta

Kutsumuskartta on työkalu, joka auttaa löytämään oman kutsumuksen, kiinnostuksen kohteet ja tavoitteet elämässä. Se auttaa hahmottamaan tämänhetkiset osaamiset ja kartoittamaan tulevaisuuden haaveita sekä havainnollistamaan omaa ajankäyttöä ja aikatauluttamista. Kutsumuskartan avulla voidaan hahmottaa omia vahvuuksia, arvoja ja intohimoja, ja siten löytää syvempää tarkoitusta omaan elämään. Perusajatus kutsumuskartan laatimisessa on selvittää, mitkä asiat ovat todella tärkeitä ja miten näihin asioihin voi keskittyä saavuttaakseen merkityksellisen elämän. Kartan laatiminen voi auttaa hahmottamaan, millaiset asiat innostavat, mitä haluaa saavuttaa ja millä tavoin voi käyttää omia kykyjä ja voimavaroja tavoitteiden saavuttamiseksi.

Kutsumuskartan hyötyihin kuuluu myös tietoisuuden lisääminen, sillä se auttaa tiedostamaan omia tunteita, toiveita ja arvoja. Kutsumuskartan luominen selkeyttää tavoitteita tuomalla konkreettisesti esille sen, mitä todella haluaa elämältä ja mihin tavoitteisiin haluaa pyrkiä. Se auttaa myös tavoitteiden ja kutsumuksen ymmärtämisessä, mikä taas voi lisätä motivaatiota. Kutsumuskartan laatiminen auttaa syventämään itsetuntemusta ja parantamaan päätöksentekokykyä. Se auttaa ymmärtämään omia vahvuuksia ja heikkouksia, sekä sitä miten ne voivat tukea omien tavoitteiden saavuttamista.

Lisäksi kutsumuskartan avulla voi miettiä, miten harrastuksia voisi hyödyntää liiketoiminnassa. Sen avulla voi hahmottaa, mitä asioita tekee mielellään ja mistä asioista nauttii täysin vapaaehtoisesti tekemisen ilosta. Kutsumuskarttaa tehdessä voi pohtia myös miksi pitää juuri näistä tekemisistä ja mitä ovat ne asiat, joita tekee mielellään ja joissa tuntee olevansa hyvä.





Tehtävä - Kutsumuskartta

Tee oma kutsumuskartta

- Kynällä A4-kokoiselle paperille tai viereiselle sivulle
- Kirjoita ylös **kaikki** sellaiset asiat, joita teet mielelläsi
 - Käy läpi eri elämänalueita ja listaa sellaisia toimia, joihin käytät aikaasi. Asioita, joita teet arjessa, työssä, harrastuksissa, vapaa-aikana jne.
- Kirjoita ylös mahdollisimman konkreettisia asioita
 - Ei pelkästään: tehdä lääkärin työtä, vaan ne konkreettiset asiat, joista ko. työssä pidät: ihmisen kohtaaminen, reseptien kirjoittaminen, lääkärin valkoisessa takissa patsastelu jne.
 - Listaa myös sellaisia asioita, joita et ole koskaan tehnyt, mutta joita haluaisit tehdä
 - Tavoitteena saada paperi mahdollisimman täyteen erilaisia asioita, joita teet mielelläsi

Pisteytä kutsumuskarttasi

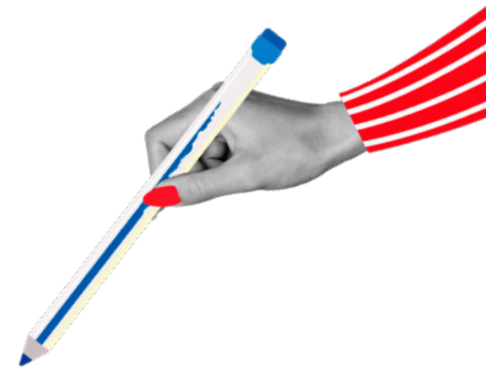
- Kun olet kirjoittanut koko paperin täyteen, on aika pisteyttää tekemiset asteikolla 1–3.
 - 3 pistettä: pääsen tekemään tätä asiaa juuri niin paljon kuin haluan
 - 2 pistettä: pääsen tekemään tätä asiaa jonkin verran, mutta haluaisit tehdä enemmän
 - 1 piste: en pääse tekemään tätä asiaa juuri lainkaan

Hyödynnä kutsumuskarttaasi

- Kutsumuskartta auttaa sinua hahmottamaan, miltä osin nykyinen elämäsi ja siihen sisältyvä tekeminen ovat linjassa omien sisäisten merkitystesi kanssa.
- Tuloksena kartta asioista, jotka edustavat sinulle täysin vapaaehtoista toimintaa ja joiden tekemisestä nautit

Lisäksi pohdittavaa:

- Mitä tekemällä saisit muutettua ykköset ja kakkoset kolmosiksi?
- Voitko yhdistellä asioita, joista pidät esim. koulutuksia, harrastuksia, vahvuuksia?
 - Yhdistele ennakkoluulottomasti löytöjäsi.
- Löydätkö uramahdollisuuksia? Minkälaisia uramahdollisuuksia löydät? Entä liiketoimintaideoita?
- Miten rakentaisit ansaintamallin, jotta voisit tehdä sitä, mitä haluat?



Asiakasymmärrys ja sen merkitys

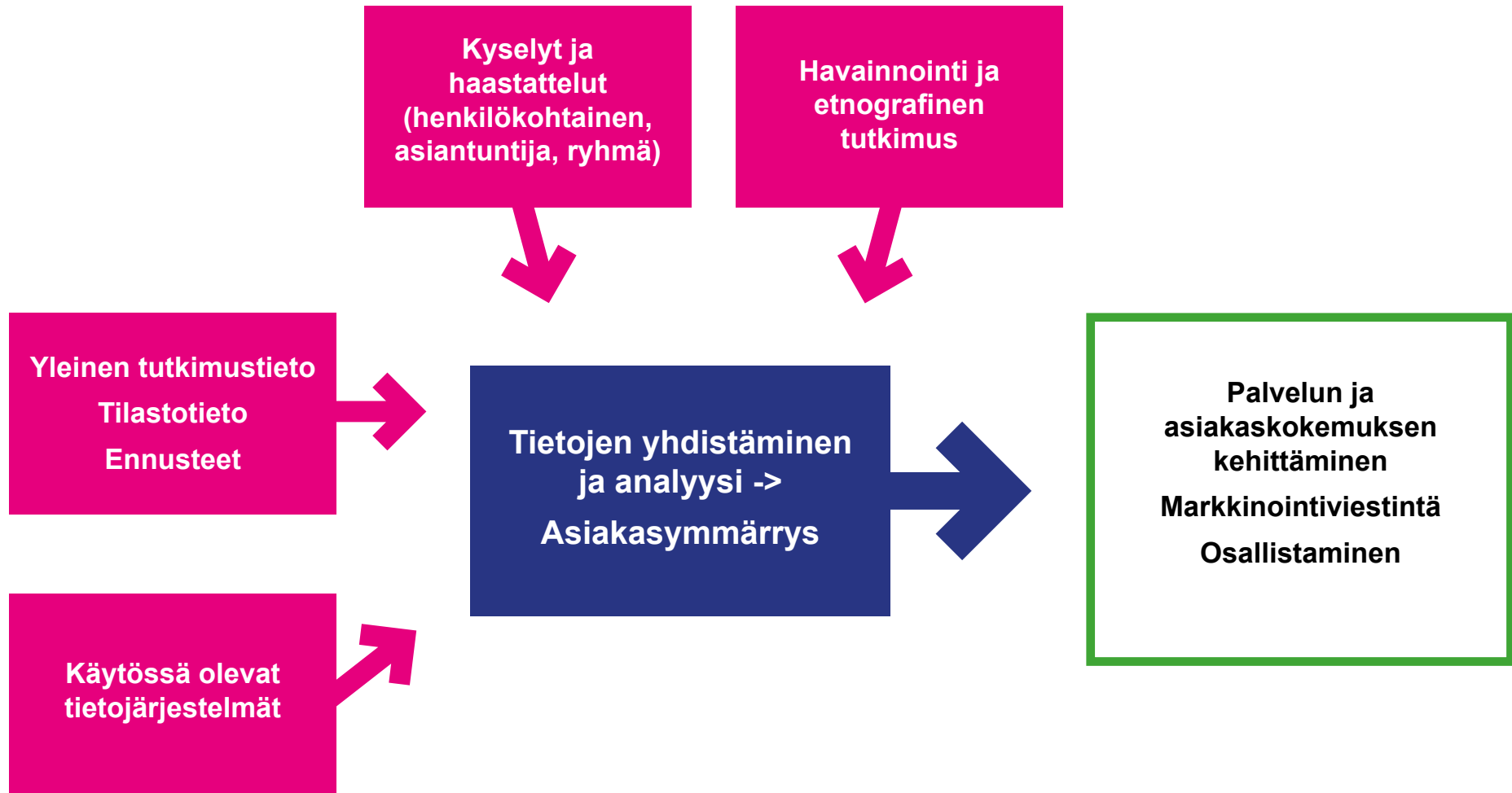
Asiakasymmärrys tarkoittaa ymmärrystä siitä, mitä asiakkaat haluavat, tarvitsevat ja odottavat tuotteilta tai palveluilta. Se on tärkeä osa yrittäjyyttä, liiketoimintaa ja markkinointia, koska se auttaa suunnittelemaan ja kehittämään tuotteita ja palveluita, jotka vastaavat asiakkaiden tarpeita ja odotuksia. Se auttaa myös parantamaan asiakaskokemusta ja asiakasuskollisuutta, mikä voi johtaa pitkäaikaiseen menestykseen liiketoiminnassa.

Ennen asiakasymmärryksen muodostamista on tärkeää tehdä alustavaa kartoitusta ja suunnittelua. Alussa kannattaa keskittyä seuraaviin asioihin:

- **Määrittele tavoitteet:** Ensimmäiseksi määritellään tavoitteet, joita asiakasymmärryksen avulla halutaan saavuttaa. Tämä voi sisältää esimerkiksi tuotteiden ja palveluiden kehittämistä, markkinointistrategian suunnittelua tai asiakaspalvelun parantamista.
- **Määrittele kohderyhmäsi:** On tärkeää rajata kohderyhmä, jonka tarpeita ja odotuksia haluaa ymmärtää. Se voi olla esim. yritys- tai kuluttaja-asiakkaat, yritysasiakkaiden toimiala, ikäryhmä, ammatti, sukupuoli, maantieteellinen sijainti, kuluttajaryhmä, heidän kiinnostuksen ja innostuksen kohteensa, elämäntilanne jne. Määrittelyssä voi hyödyntää omia verkostoja, ja sen kannattaa olla mahdollisimman kapea ja tarkka, jolloin siitä saa luotua mahdollisimman hyvän asiakasymmärryksen. Tästä hyötyy myöhemmin markkinointiviestinnässä. Sitten kannattaa oppia tunnistamaan oikeat kanavat, joista kohderyhmän löytää ja joissa heille saa kohdistettua juuri oikeanlaista markkinointia. Kohderyhmien tunnistamisessa voi hyödyntää myös asiakasryhmäkarttaa.
- **Suunnittele menetelmät:** Asiakasymmärryksen keräämisen menetelmät voivat sisältää esimerkiksi kyselyitä, haastatteluja, havainnointia tai yleisen tutkimustiedon analysointia. On tärkeää valita ne menetelmät, jotka soveltuvat parhaiten omiin tavoitteisiin ja valitulle kohderyhmälle.
- **Suunnittele toteutus:** Toteutus on suunniteltava huolellisesti, jotta se olisi mahdollisimman tehokas ja luotettava. Suunnittelussa ja toteutuksessa kannattaa kuitenkin huomioida, ettei kyseessä ole tieteellinen tutkimus. Toteutuksen osina voi määritellä esimerkiksi toteutusaikataulun ja haastateltavien rekrytointitavat.
- **Kerää alustavia tietoja:** Ennen varsinaisen selvitystyön aloittamista voi kerätä alustavia tietoja esimerkiksi omista verkostoista tai omasta aiemmasta tietämyksestä. Tämä auttaa hahmottamaan aihealueen ja antaa suuntaviivoja varsinaiselle tutkimukselle. Kannattaa olla käyttämättä olettamuksia, vaan perustaa työ aidolle, uteliaalle kartoitukselle!

Asiakasymmärrystä varten kerätään tietoa asiakkaiden tarpeista, mieltymyksistä, käyttäytymisestä ja odotuksista. Ymmärryksen rakentamisessa käytetään erilaisia menetelmiä, kuten markkinatutkimuksia, kyselyitä, haastatteluita, havainnointia, asiakaspalautteita ja yleistä tutkimustietoa.

Asiakasymmärryksen muodostuminen ja sen hyödyntäminen





Tehtävä - Asiakasryhmäkartta

Tunnista palvelusi kohderyhmät ja aseta ne tärkeysjärjestykseen: esimerkiksi mikä on tärkein kohderyhmäsi, josta sinun kannattaa kerätä asiakasymmärrystä? Tärkeysjärjestys auttaa myöhemmin pohtimaan, miten omassa yrittäjyydessä kannattaa edetä. Parhaimpaan tulokseen pääsee usein tiimityöllä. Pohdi, voitko löytää apua verkostoistasi (esim. opiskelu- ja työkaverit, alumnit, yritysikummit).

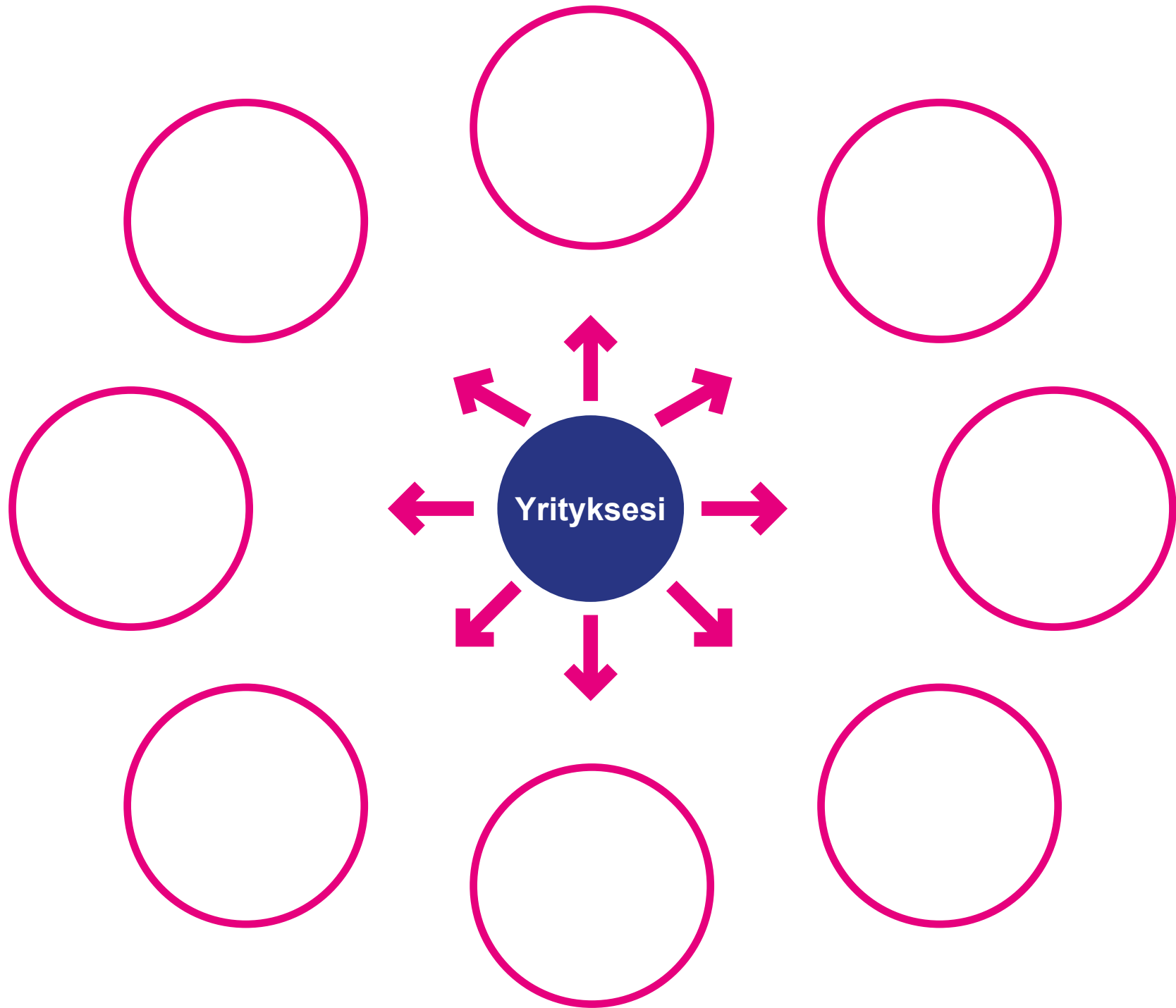
Asiakasryhmäkarttatyöskentelyssä on kolme vaihetta:

1. Tee tehtävä lyijykynällä, jotta voit tarpeen tullen tehdä muutoksia asiakasryhmäkartaasi.
2. Nimeä asiakasryhmä.
3. Numeroi ympyrät, jonka mukaisesti voit asettaa asiakasryhmät tärkeysjärjestykseen.
 - Näin tiedät, mistä asiakasryhmästä aloitat tiedonkeruun.
 - Myöhemmin voit hyödyntää järjestystä esim. yritystoiminnan ja markkinoinnin aloittamisessa sekä palveluiden kehittämisessä.
4. Kun muodostat asiakasymmärrystä, aseta asiakasryhmiäkoskevat oivalluksesi (tarpeet, ongelmat) ko. asiakasryhmän kohdalle. Tämän voit toteuttaa esim. tarralapuilla. Näin tiedät, mihin tarpeisiin ja ongelmiin vastata.

Vinkkejä tehtävään:

1. Kirjoita asiakasryhmä suoraan ympyrään, sen jälkeen voit hyödyntää tarralappuja tai kirjoittaa suoraan karttaan. Yksi asiakasryhmä/lappu tai ympyrä. Tarralappujen hyödyntäminen helpottaa jatkotyöskentelyä.
2. Käytä sanoja niin vähän kuin tarpeellista asian ymmärtämiseksi.
3. Katso, tarviiko asiakasryhmien tärkeysjärjestystä muuttaa.
4. Kirjoita asiakasryhmiä koskevat oivallukset omalle tarralapulle, yksi oivallus/lappu esim. mitä tarpeita tai ongelmia löysit. Aseta ne kartalle ko. asiakasryhmän kohdalle/ympyrän viereen. Oivalluksia hyödynnetään myöhemmin tuotteen/palvelunideointivaiheessa ja asiakasryhmä-arvokartan laatimisessa.

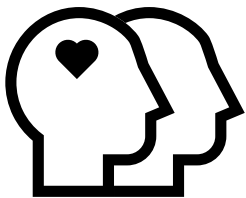




Design thinking

Design thinking on hyvä työkalu ongelmanratkaisussa, jossa tunnistetaan asiakkaan tarpeita ja haasteita. Design-prosessi koostuu yleensä viidestä vaiheesta: empatia, ongelman määrittely, ideointi, prototyypin laatiminen ja testaaminen. Empatian avulla pyritään asettumaan asiakkaan kenkiin ja ymmärtämään heidän tarpeitaan. Ongelman määrittelyssä keskitytään tarkentamaan ongelma-alueita, joille halutaan löytää ratkaisuja. Ideoimisvaiheessa pyritään luomaan mahdollisimman monia ja monipuolisia ratkaisuvaihtoehtoja. Prototyypivaiheessa siirrytään valitsemaan parhaat ideat ja muuttamaan ne konkreettisiksi prototyypeiksi. Lopuksi prototyypit testataan asiakkailla ja niiden perusteella tehdään tarvittavia muutoksia ja iterointia. Design thinking auttaa yrittäjiä luomaan innovatiivisia ratkaisuja, jotka vastaavat asiakkaiden todellisiin tarpeisiin ja tuovat kilpailuetua.

Design thinking auttaa tiimejä ja organisaatioita kehittämään innovatiivisia ja käyttäjäkeskeisiä ratkaisuja. Prosessin joustava luonne mahdollistaa jatkuvan oppimisen ja kehityksen matkan varrella.



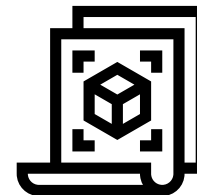
Empatisoi



Analysoi



Ideoi



Prototyyppi



Testaa



Tehtävä - Design thinking

Seuraavan tehtävän on tarkoitus kestää 30 minuuttia. Jokainen vaihe kestää 6 minuuttia. Suosittelemme, että käytät ajastinta tehtävän aikana. Testausvaihe voi kestää pidempään, koska siinä kerätään arvokasta palautetta.

1. **Empatisoi:** Pohdi asiakkaan haasteita. Listaa haasteet ja valitse niistä yksi. Mieti, keneen se vaikuttaa ja miten.
2. **Analysoi:** Keksi vähintään 25 ratkaisua valittuun haasteeseen. Mitkään ideat eivät ole huonoja, joten kirjoita muistiin kaikki mieleesi tulevat ideat.
3. **Ideoi:** piirrä ratkaisusta sarjakuva, jossa käy ilmi, miten ratkaisu toimii, tai kirjoita tarina siitä, miten ratkaisu toimii.
4. **Prototyyppi:** keksi ratkaisulle nimi, slogan ja logo.
5. **Testaa:** Kerro muille, minkä haasteen valitsit ja miten ratkaisit sen. Voit esitellä ajatuksesi myös oman asiakasryhmäsi edustajalle.



Haasteet

Listaa haasteet.

Valitse yksi haaste. Mieti, keneen se vaikuttaa ja miten.



25 ratkaisua haasteeseen

Käytä tarvittaessa tarralappuja ja lisäpaperia.



Ratkaisu

Piirrä ratkaisusta sarjakuva.

Nimi:

Slogan:

Logo:

 **Esittele ideasi muille!**

Arvolupaus ja asiakasprofiili

Arvolupaus (*engl. value proposition*) on lupaus siitä, millä tavalla yritys hyödyttää asiakkaitaan ja erottuu kilpailijoistaan. Arvolupaus on tärkeä osa yrityksen brändiä ja markkinointiviestintää, sillä se kertoo asiakkaille, mikä tekee yrityksen tarjonnasta ainutlaatuisia tai parempaa kuin kilpailijoiden vastaavat tarjoukset.

Hyvä arvolupaus kohdistuu suoraan asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin, ja se kiteyttää yrityksen tarjoaman hyödyn mahdollisimman tehokkaasti. Arvolupaus kertoo, miksi asiakkaiden kannattaa valita juuri kyseinen yritys ratkaisemaan heidän ongelmansa tai tarpeensa. Arvolupauksen pitää myös olla uskottava ja toteutettavissa oleva, eli se ei saa olla liian hyvältä kuulostava tai epärealistinen.

Arvolupaus auttaa pohtimaan ja ilmaisemaan asian selkeästi asiakkaan hyötyjen näkökulmasta – mikä tuottaa asiakkaalle oikeasti arvoa? Hyvä arvolupaus on selkeä, ytimekäs ja helppo ymmärtää. Se keskittyy asiakkaan näkökulmaan ja vastaa hänen kysymyksiinsä: jos olen ihanneasiakkaasi, niin miksi minä ostaisin sinulta sen sijaan, että ostaisin kilpailijaltasi?

Arvolupausesimerkkejä:

- **Nike:** ”*Just do it.*” Nike lupaa rohkaista ja innostaa ihmisiä urheilemaan ja saavuttamaan tavoitteitaan. Tämä arvolupaus on yksinkertainen, mutta tehokas, sillä se vetoaa ihmisten tunteisiin ja motivointiin.
- **Airbnb:** ”*Belong anywhere.*” Airbnb lupaa tarjota ainutlaatuisia kokemuksia matkailijoille ympäri maailmaa. Tämä arvolupaus vetoaa matkailijoiden haluun kokea uusia asioita ja tutustua erilaisiin kulttuureihin.
- **Rovio:** ”*We create joy through games with a mission.*” Rovio lupaa luoda pelejä, jotka tuovat iloa ihmisten elämään samalla, kun ne välittävät tärkeitä viestejä esimerkiksi ympäristönsuojelusta.

Työkalu arvolupauksen rakentamiseen:

- Arvolupauscanvas (Value Proposition Canvas)



Tehtävä - Arvolupauscanvas

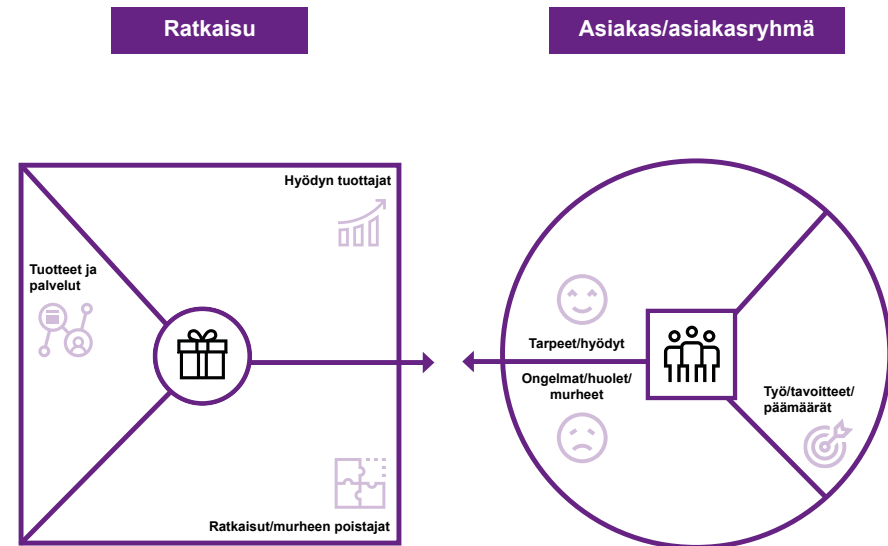
Arvolupauscanvasista voi täyttää joko asiakasryhmän tai asiakkaan näkökulmasta. Työkalun tarkoitus on keskittyä käsittelemään asiakkaan näkökulmaa.

Työkalu koostuu arvokartasta (vasen puoli) ja asiakasprofiilista (oikea puoli). Työkalun käyttö aloitetaan täyttämällä ensi asiakas/asiakasryhmä-osio (oikea puoli) ja vasta sen jälkeen lähdetään pohtimaan ratkaisua. Pohjan löydät työkirjan lopusta isompana.

1. Kirjaa arvolupauscanvaspohjaan ensin asiakkaan/asiakasryhmän työt/tavoitteet/päämäärät, ongelmat/huolet/murheet sekä tarpeet ja hyödyt. Asiakkaat maksavat kokemastaan ja saamastaan hyödystä, joten tehtävää on tärkeä pohtia juuri heidän näkökulmastaan. Hyödynnä tehtävässä asiakasymmärryksen kautta muodostamaasi tietoa.
2. Pohdi tämän jälkeen, mitä ovat asiakkaasi/asiakasryhmäsi kannalta oleellisimmat ja tärkeimmät asiat.
3. Siirry tämän jälkeen täyttämään arvolupauscanvasin vasemman puolen ratkaisuosiota. Pohdi tuotteita ja palveluita oman osaamisesi ja vahvuuksiesi kannalta. Mitä sellaista voit tarjota, mitä muilla ei ole? Ratkaisut ja murheen poistajat -kohdassa voit pohtia, miten tuotteesi/palvelusi lievittävät ja ratkaisevat asiakkaan ongelmia.
4. Listaa viimeiseksi hyödyn tuottajat eli ne hyödyt, joita asiakas kokee tuotteidesi avulla.
5. Arvolupauscanvasin täyttämisen jälkeen vertaa työkalun molempia puolia toisiinsa. Tutki ja tarkista, että jokainen listattu ratkaisu ja murheen poistaja vastaa jotakin asiakkaan tarpeeseen, hyötyyn, ongelmaan, tavoitteeseen tai päämäärään.

Usein parhaimpaan tulokseen päästään tiimityöllä. Pohdi, löydätkö verkostoistasi apua (esim. opiskelu- ja työkaverit, alumnit, yrityskummit...). Voit tulostaa liitteenä löytyvän arvolupauscanvasin, kiinnittää sen seinällesi ja hyödyntää työskentelyssä tarralappuja. Alkuvaiheen yrittäjyyspohdinnoissa seinällä oleva arvolupauscanvas voi auttaa fokuksen säilyttämisessä ja työn etenemisessä.

Huomaathan, että voit muokata ja muotoilla työkalun kysymyksiä ja otsikoita omien tarpeidesi mukaan!



Identiteetilähtöinen brändin rakentaminen

Kun rakennetaan brändiä, joka edustaa yrittäjää yksilönä, on tärkeää lähteä liikkeelle yrittäjän omasta, aidosta identiteetistä. Oman identiteetin tunteminen auttaa luomaan ainutlaatuisen ja uskottavan brändin.

Brändin rakentamisen voi aloittaa tarkastelemalla omia arvoja, vahvuuksia ja osaamisia. Tässä voi käyttää apuna Kipinä-osion tehtävien vastauksia. Mitkä ovat ne tärkeät asiat, joita välittää brändin kautta haluaa välittää? Millaisena haluaa tulla tunnetuksi? Millaisia tunteita ja mielikuvia asiakkaissa haluaa herättää? Millaisia asioita brändinsä haluaa edustavan?

Simon Sinekin mukaan tarkoituksen löytäminen on avain organisaation menestykseen. Kun organisaatio ymmärtää, miksi se tekee sitä mitä tekee, se voi luoda itselleen aidon ja merkityksellisen brändin.

Pohdi näitä asioita ennen tehtävän aloittamista:

- Mitä tekisit, jos et pelkäisi?
- Mitä tekisit, jos sinulla olisi yllin kyllin varallisuutta ja aikaa?
- Tunne, joka sinulla on, kun unelmasi on toteutunut?
- Ihailemasi ihmiset, jotka ovat toteuttaneet unelmansa?
- Asiat, jotka tulevat mahdolliseksi, kun unelmasi on toteutunut?
- Päivämäärä, johon mennessä unelmasi on toteutunut:
xx.xx.xxxx
- Mistä tiedät, että olet saavuttanut unelmasi?





Tehtävä - Brändi

Tehtävän tavoite on kehittää selkeä ja houkutteleva brändi-identiteetti, joka erottuu kilpailijoistaan ja puhuttelee kohdeyleisöä. Pohdi valintojasi huolellisesti ja perustelee ratkaisusi brändin strategisen suunnan ja kilpailuedun näkökulmasta.

Roihu-osion tehtävät auttavat tunnistamaan asiakkaiden tarpeita ja omia intohimojasi ja kiinnostuksen kohteitasi. Näistä sinulle on voinut syntyä alustava liiketoimintaidea tai ajatus konseptista, jolla voisi ansaita jotain. Avanto-osiossa sukellamme alustavien liiketoimintaideoiden jatkojalostamiseen ja otamme mukaan yrittäjyysajattelua.

Tässä tehtävässä voit hyödyntää Design thinking -tehtävän tuloksia. Kirjoita kuvaus, joka sisältää seuraavat osa-alueet:

- **Brändi-identiteetin kuvaus:** Määrittele brändin nimi, arvot, persoonallisuus ja visuaalinen ilme. Selitä, miten nämä elementit heijastavat brändin identiteettiä ja erottuvuutta markkinoilla.
- **Kohdeyleisön määrittely:** Kuva tarkasti kohdeyleisö, jolle brändi on suunnattu. Määrittele heidän demografiset tietonsa, tarpeensa, mieltymyksensä ja arvonsa. Perustelee, miksi valittu kohdeyleisö on olennainen brändin menestyksen kannalta.

- **Kilpailija-analyysi:** Analysoi kilpailijoiden brändejä samalla markkinasegmentillä. Millaisia brändi-identiteettejä heillä on? Millaisia viestejä ja visuaalisia elementtejä he käyttävät? Ehdota, miten oma brändisi voi erottua kilpailijoista ja houkutella kohdeyleisöä.



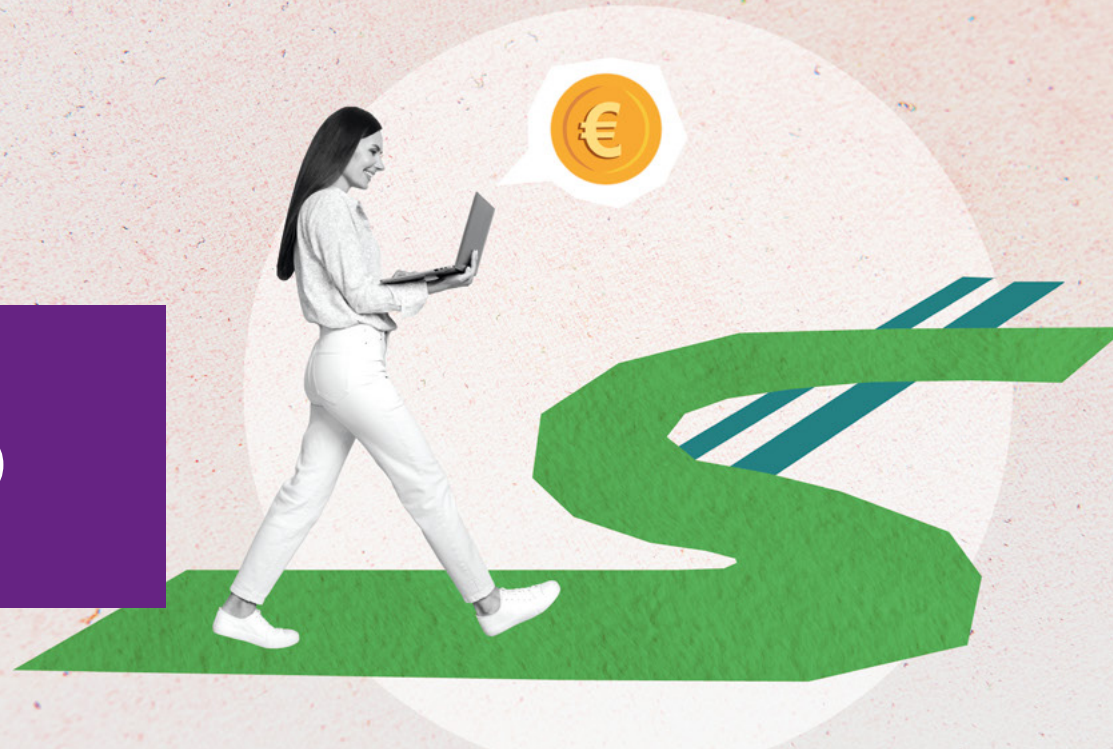
- **Markkinointistrategia:** Kuvaa suunnitelma markkinointistrategiasta, joka vahvistaa brändin tunnettavuutta ja houkuttelevuutta. Millaisia kanavia ja viestejä käytät tavoittaaksesi kohdeyleisön? Miten hyödynnät sosiaalista mediaa, vaikuttajamarkkinointia tai muita markkinointikeinoja?



- **Brändin viestintä:** Miten viestit brändin arvoja ja viesteistä kohdeyleisölle? Miten tuotteet tai palvelut kytkeytyvät brändiin? Kuvittele konkreettinen esimerkki viestistä, jonka haluat välittää kohdeyleisölle.



Avanto



Avanto-osion tehtävät ohjaavat suunnittelemaan liiketoimintaa ja kasvattamaan omaa kustannustietoisuutta. Nämä taidot ovat tärkeitä myös oman taloudenpidon kannalta. Lisäksi osiossa tutustutaan yleisimpiin yritysmuotoihin ja opitaan suunnittelemaan hissipuhe. Avanto-osiossa herätellään yrittäjämieltä ja pohditaan syvemmin mahdollisuuksia yrittäjyyteen, mutta tähän osioon liittyvää osaamista voi hyödyntää myös esimerkiksi työnhaussa.

Aiheet ja tehtävät:

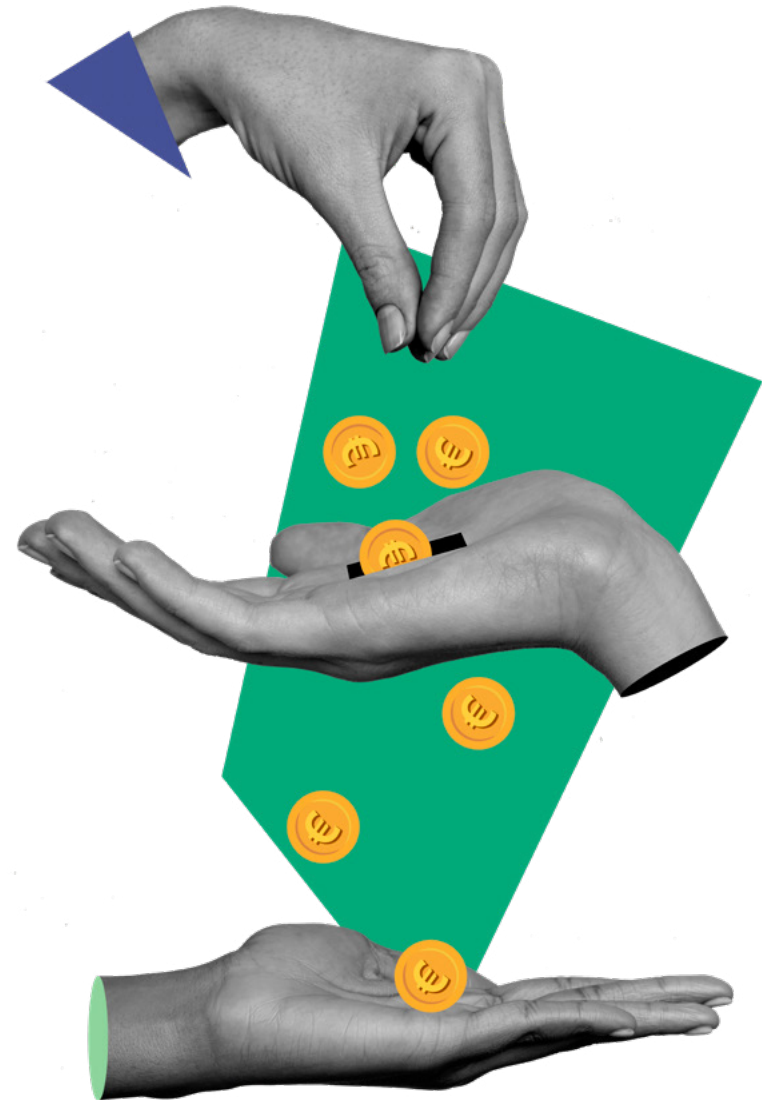
- [Liiketoimintamalli](#)
- [Kustannustietoisuus](#)
- [Hinnoittelu](#)
- [Rahoitus](#)
- [Yritysmuodot](#)
- [Hissipuhe](#)
- [Minustako yrittäjä?](#)

Liiketoimintamalli

Liiketoimintamallin avulla suunnitellaan ja kuvaamaan muun muassa yrityksen asiakaslupauksen, asiakaskohderyhmät, tuotteet, palvelut, resurssit ja ansaintalogiikan eli sen, miten yritys aikoo ansaita rahaa. Liiketoimintamallin ohessa voi samalla pohtia, miten markkinointia ja myyntiä on tarkoitus toteuttaa. Hyvin kuvattu liiketoimintamalli kirkastaa ja kiteyttää ajatukset yritystoiminnasta, ja samalla se auttaa myös ulkopuolista ihmistä ymmärtämään, mistä yrityksen liiketoiminnassa on kyse ja mikä on yritystoiminnan tavoite.

Liiketoimintamallin kuvaamiseen on useita työkaluja: Yksi työkaluista on Business Model Canvas (BMC), jonka avulla voi suunnitella, tiivistää ja visualisoida liikeidean eri osa-alueita. BMC on taulukon muotoon rakennettu, visuaalinen tiivistys yrityksen liiketoimintasuunnitelmasta. Tätä työkalua voi hyödyntää eri yhteistyökumppaneiden, asiakkaiden ja muiden sidosryhmien kanssa toimiessa. Jos yritykselle pitää suunnitella useita erilaisia palveluita tai tuotteita, jokaisesta voi tehdä oman canvaksen.

Business Model Canvas koostuu yhdeksästä keskeisestä lohkoista, jotka kattavat tärkeät osa-alueet liiketoimintamallissa. Lohkot täytetään numerojärjestyksessä, ei siis vasemmalta oikealle.



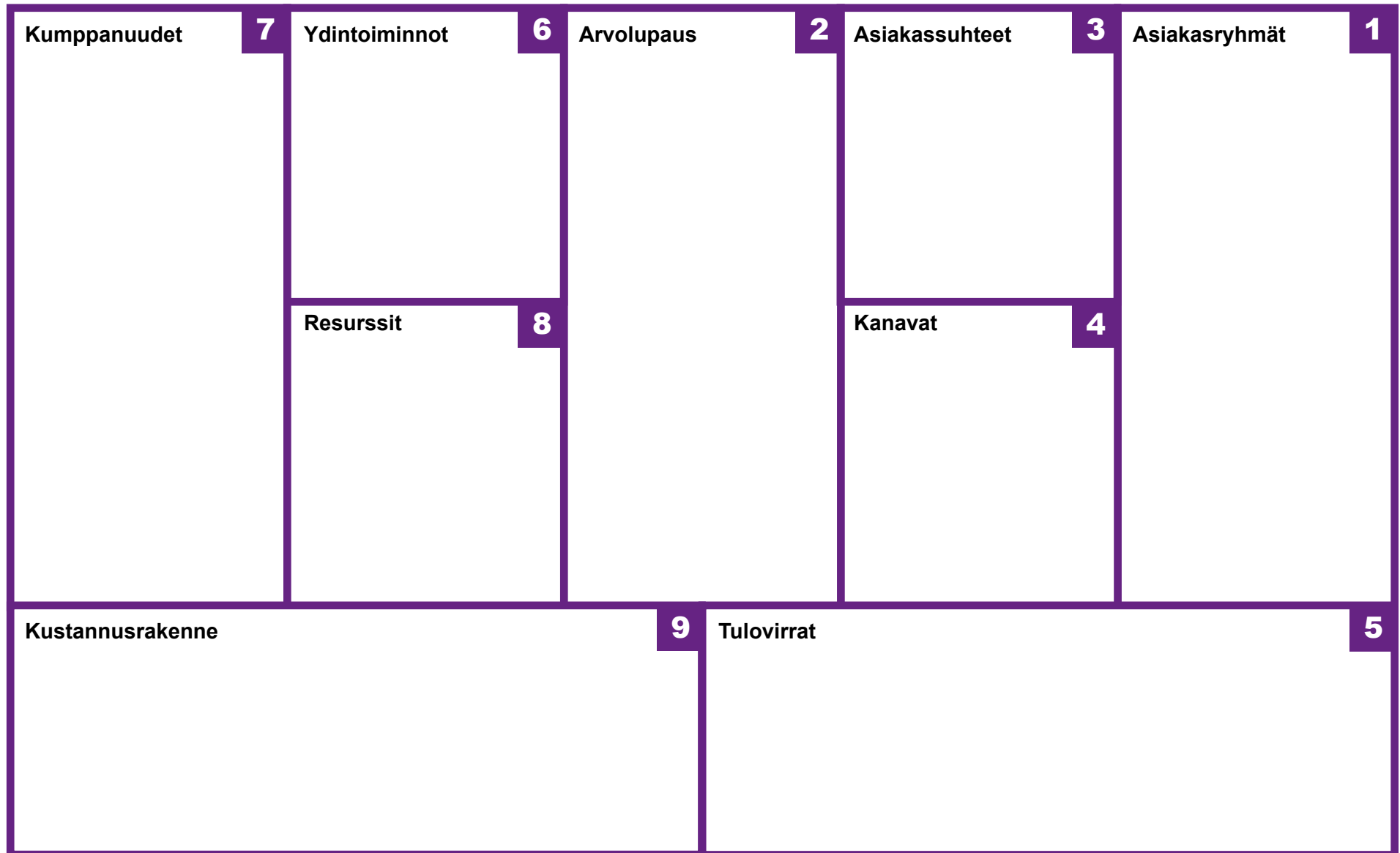


Tehtävä - Business Model Canvas

Suunnittele Business Model Canvasia hyödyntäen liiketoimintamalli yrityksellesi. Hyödynnä tekemisessä aikaisempia tehtäviä. Täydennä BMC:n lohkot seuraavassa järjestyksessä:

- 1. Asiakasryhmät:** kirjaa tähän ne asiakasryhmät, joihin yrityksesi pyrkii keskittymään. Saat tähän tietoa aikaisemmin tehdystä asiakasryhmäkartastasi sekä arvolupauscanvaksesta.
- 2. Arvolupaus:** kuvaile, mitä arvoa yrityksesi tarjoaa asiakkailleen ja millä tavalla se erottuu kilpailijoistaan. Saat tähän tietoa aikaisemmin tehdystä arvolupauscanvaksesta.
- 3. Asiakassuhteet:** kuvaa, minkälaisia suhteita yrityksesi pyrkii luomaan asiakkaidensa kanssa: esim. pitkäkestoiset asiakassuhteet, satunnaiset asiakkuudet, henkilökohtainen palvelu jne.
- 4. Kanavat:** kuvaa, miten yrityksesi tavoittaa ja saavuttaa asiakkaansa ja minkälaisia jakelukanavia ja viestintäkeinoja se käyttää.
- 5. Tulovirrat:** kirjaa tähän, miten yrityksesi ansaitsee rahaa tuotteistaan tai palveluistaan. Tämä voi sisältää myyntituloja, tilauspohjaisia maksuja, mainostuloja tai muita tulonlähteitä.
- 6. Ydintoiminnot:** kuvaa keskeisiä toimintoja ja prosesseja, joita yrityksesi tekee tuottaakseen, toimittaakseen ja ylläpitääkseen arvolupaustaan.
- 7. Kumppanuudet:** kuvaa yhteistyökumppanit ja muut tahot, joiden avulla yrityksesi voi luoda arvoa ja toteuttaa liiketoimintaa. Näitä voivat esimerkiksi olla tavarantoimittajat, yhteistyökumppanit tai alihankkijat.
- 8. Resurssit:** kirjaa ylös yrityksen tärkeitä voimavaroja, jotka ovat välttämättömiä liiketoiminnan toteuttamiseksi. Esimerkiksi fyysiset resurssit (esim. tilat), henkilöstö, teknologia tai brändi.
- 9. Kustannusrakenne:** Määrittele yrityksen tärkeimmät kulut ja kustannukset, jotka liittyvät liiketoiminnan harjoittamiseen. Tämä voi sisältää tuotantokustannukset, markkinointikulut, henkilöstökulut ja muut kulut.

Business Model Canvas



Voit nimetä osiot sinulle sopivalla tavalla!

Kustannustietoisuus

Yritystoiminnan suunnittelun yhteydessä kannattaa perehtyä myös oman yritystoiminnan aiheuttamiin kustannuksiin. Tätä kutsutaan kustannustietoiseksi suunnitteluksi.

Kustannustietoisuus tarkoittaa yrittäjyydestä kiinnostuneelle kykyä ymmärtää ja arvioida liiketoiminnan kustannuksia ennen yrityksen perustamista ja myös sen aikana. Se on tietoisuutta siitä, miten erilaiset kustannukset vaikuttavat yrityksen kannattavuuteen ja menestykseen. Se on ymmärrystä siitä, mistä yrityksen kustannukset koostuvat, mikä on suurin menoerä ja miksi sekä mikä on yrityksen kustannusrakenne.

Riittävä kustannustietoisuus auttaa suunnittelemaan yrityksen liiketoimintaa realistisesti ja tekemään kannattavia päätöksiä. Se myös auttaa hallitsemaan riskejä ja parantaa yrityksen mahdollisuuksia menestyä markkinoilla.

Yrittäjyyden alussa kannattaa tutkia ja arvioida riittävän huolellisesti kaikkia mahdollisia kustannuksia, joita liiketoimintaan liittyy. Tämä voi sisältää esimerkiksi tilavuokrat, laitteet ja tarvikkeet, markkinointikustannukset, palkan ja vakuutukset. Kustannusten arviointi antaa mahdollisimman realistisen käsityksen siitä, kuinka paljon rahaa yrityksen käynnistämiseen ja ylläpitämiseen tarvitaan. Nämä tiedot auttavat selvittämään rahoituksen ja käyttöpääoman riittävyyden yritystoiminnan alkuvaiheessa. Käyttöpääoma on se rahoitus, jota tarvitaan yrityksen pyörittämiseen. Tätä rahoitusta tarvitaan esimerkiksi markkinointiin, perustamiskuluihin, pilotointeihin ja vuokriin. Käyttöpääoma on erittäin kriittinen osa etenkin yritystoiminnan alkua.

Kustannustietoisuus auttaa hahmottamaan:

- Mikä on palvelun omakustannehinta (esim. mitä yksi työtunti yritykselle maksaa)?
- Millä hinnalla tuotteita/palveluita pitää myydä, jotta toiminta on kannattavaa?
- Kuinka paljon pitää myydä, että toiminta on kannattavaa?
- Ovatko yrityksen myyntitavoitteet saavutettavissa?
- Kuinka paljon on myytävä, jotta rahat riittävät menojen ja mahdollisten lainanlyhennysten maksamiseen?
- Tarvitaanko yrityksen aloittamiseen lainaa?
- Mahdollisimman realistinen arvio rahavirroista (tulot ja kustannukset)

Laskelmat ja budjetit ovat pääasiassa yrittäjän omia työkaluja, vaikka myös ulkopuoliset sidosryhmät saattavat olla niistä kiinnostuneita. Tämä on erityisen tärkeä liiketoimintasuunnitelmaa tehtäessä ja rahoitusta hakiessa. Budjettipohjia löydät useista eri paikoista. Alla on muutama nettisivu, josta löydät valmiit budjettipohjat.

- yrityksen-perustaminen.net
- www.op.fi/yritykset/asiakkuus/yrittajan-talousvalmennus/taloudenhallinnan-abc/budjetointi
- uusyrityskeskus.fi/yrityksen-suunnittelu/kannattavuuslaskelmat



Tehtävä - Menojen konkretisointi

Kun tiedossasi on kaikki kulut, voit helpommin arvioida, millaisella hinnalla yrityksesi tuotteita tai palveluita pitää myydä, että toiminta on kannattavaa. Huomioithan, että aina voi tulla yllättäviä muutoksia: esimerkiksi raaka-aineiden hinnat voivat nousta tai kalusto hajota.



Menot

/ kk

Kiinteät kulut

Kaikki sellaiset kulut, jotka on pakko maksaa, vaikka myyntiä ei olisi lainkaan.

- Palkat + palkan sivukulut:
- Hallintokulut (mm. kirjapito, pankkimaksut):
- Puhelin ja internet:
- Toimitilan vuokra sekä sähkö ja vesi:
- Vakuutukset:
- YEL-maksu:
- Markkinointi:
- Verkkosivuston ylläpito:
-
-
-

Yhteensä:

Muuttuvat kustannukset

Vaihtelevat tuotannon ja myynnin määrän mukaan. Esimerkiksi

- Raaka-aineet:
- Materiaalit:
- Kuljetukset:
- Joku muu kulu:

Yhteensä:

Muut mahdolliset menot:

- Ennakkoverot:
- Lainan tai muun rahoituksen kulut:
-

Yhteensä:



Tulot

/ kk

+

+

+

+

+

+

+

+

+

+

+

+

Yhteensä:

Hinnoittelu

Hinnoittelu tarkoittaa tuotteen tai palvelun hinnoitteluprosessia, jossa määritellään hinta, jolla kyseinen tuote tai palvelu myydään. Hinnoittelulla on tärkeä rooli yritysten liiketoiminnassa. Se vaikuttaa suoraan yrityksen kannattavuuteen, kilpailukykyyn ja markkina-asemaan. Hinnoittelulla varmennetaan myös yrittäjän oma työhyvinvointi sekä mahdollisuudet lomiin ja riittävään palautumiseen.

Hinnoittelussa huomioidaan useita tekijöitä. Yrityksen on ensin arvioitava tuotteen tai palvelun valmistus- tai hankintakustannukset ja omakustannehinnat. Näihin kustannuksiin sisältyy raaka-aineiden, työvoiman, tuotantolaitosten ja kuljetuksen kustannukset. Lisäksi yritys ottaa huomioon muut liiketoiminnan kulut, kuten markkinointi-, jakelu- ja kirjanpitokulut. Omakustannehinta on se hinta, minkä esimerkiksi palvelun tuottaminen yritykselle maksaa.

Hinnoittelussa on tärkeä ottaa huomioon markkinatilanne, kilpailijoiden hinnoittelu, kysyntä- ja tarjontatekijät sekä asiakkaiden valmius maksaa tuotteesta tai palvelusta. Yritys voi käyttää erilaisia hinnoittelustrategioita, kuten kustannusperusteista hinnoittelua, kilpailuun perustuvaa hinnoittelua, arvolähtöistä hinnoittelua tai markkinaosuuteen perustuvaa hinnoittelua. Kustannusperustainen hinnoittelu on yleisin hinnoittelustrategia. Se ei kuitenkaan yleensä johda parhaaseen mahdolliseen hintaan ja pahimmillaan jopa tappiolliseen toimintaan, koska riskinä on väärät kustannustiedot laskelmissa.

Hinnoittelun tavoitteena on löytää tasapaino, joka mahdollistaa yrityksen tuoton ja asiakkaiden kannalta houkuttelevan hinnan. Liian korkea hinta voi johtaa asiakkaiden menetykseen, kun taas

liian alhainen hinta voi vaikuttaa negatiivisesti yrityksen kannattavuuteen. Hinnoittelua voidaan myös käyttää strategisena työkaluna, kuten hinnan kausittaisena vaihteluna tai alennusten tarjoamisena markkinointikampanjoiden yhteydessä.

On tärkeää huomata, että hinnoittelustrategiat voivat vaihdella eri toimialoilla ja yrityksissä. Hinnoittelupäätökset on hyvä tehdä huolellisen analyysin ja markkinatutkimusten perusteella. Hinnoittelua on myös syytä tarkastaa ja päivittää vuosittain mahdollisen markkinatilanteen ja yrityksen tavoitteiden muuttuessa sekä kustannusten noustessa.



Tehtävä - Hinnoittelu

Seuraavien kysymysten pohdinta auttaa sinua hahmottamaan yrityksellesi hinnoittelustrategian, joka on linjassa sen liiketoiminnallisten tavoitteiden, asiakastarpeiden ja markkinaympäristön kanssa.

1. **Kustannukset:** Mikä on tuotteen tai palvelun valmistus- tai hankintakustannus? Kuinka paljon yrityksesi maksaa raaka-aineista, työvoimasta (palkat), kuljetuksista ja muista liiketoiminnan kuluista? Onko olemassa kiinteitä kustannuksia, kuten markkinointi- ja hallintokulut, jotka otettava huomioon hinnoittelussa?

2. **Kilpailu:** Minkälainen kilpailutilanne markkinoilla on? Mitkä ovat kilpailijoiden hinnoittelutaktiikat? Onko yrityksellä kilpailuetua, joka voi vaikuttaa hinnoitteluun? Kuinka yrityksen hinta vertautuu kilpailijoiden hintoihin? Miten erottaudut kilpailijoista? Miten löydät oman kilpailuetusi?

3. **Asiakkaat:** Mitä asiakkaat ovat valmiita maksamaan kyseisestä tuotteesta tai palvelusta? Minkälainen on kysyntä- ja tarjontatilanne? Minkälaisia arvoja tai hyötyjä tuote tai palvelu tarjoaa asiakkaille? Minkälainen asiakkaiden hintatietoisuus ja -herkkyys on?

4. **Tavoitteet:** Minkälaisia tavoitteita sinulla on yritystoimintaasi? Mikä on yrityksesi tavoite hinnoittelun suhteen? Mitä haluat saavuttaa? Onko tavoitteena houkutella uusia asiakkaita, lisätä myyntiä tai kasvattaa brändin arvoa? Hinnoittelun tavoite vaikuttaa strategiaan ja hinnoittelupäätöksiin.

5. **Markkinatrendit ja -muutokset:** Miten markkinatrendit ja -muutokset voivat vaikuttaa hinnoitteluun? Onko odotettavissa hintojen nousua tai laskua raaka-aineiden tai muiden tekijöiden vuoksi? Miten kuluttajien käyttäytyminen tai teknologian kehitys voi vaikuttaa hinnoittelupäätöksiin?

6. **Arvolupaus:** Millainen on yrityksen arvolupaus asiakkaille? Miten hinta heijastaa tuotteen tai palvelun laatua, brändiarvoa tai ainutlaatuisia ominaisuuksia? Millainen hintataso tukee yrityksen asemaa markkinoilla?

Rahoitus

Yrittäjän rahoitusvaihtoehdot voivat vaihdella riippuen monista tekijöistä, kuten yrityksen liiketoimintamallista, perustajan omasta taloudellisesta tilanteesta, markkinoiden olosuhteista ja yrityksen kasvutavoitteista. Tässä kannattaa huomioida, että rahoitus ei aina ole pelkästään rahaa, vaan se voi olla myös esimerkiksi osaamisen jakamista ja verkostojen hyödyntämistä.

Ohessa muutamia yleisiä rahoitus- ja resurssivaihtoehtoja, joita yrittäjä voi harkita:

- 1. Oma pääoma:** yrityksen perustaja voi käyttää omia säästöjään tai henkilökohtaista varallisuuttaan yrityksen perustamiseen ja toiminnan rahoittamiseen. Tämä voi sisältää esimerkiksi omien varojen sijoittamista yritystoimintaan, oman luottokortin käyttöä tai oman omaisuuden panttaamista.
- 2. Perhe ja ystävät:** yrittäjä voi hakea rahoitusta perheeltään, ystäviltään tai läheisiltään. Tällöin on tärkeää laatia selkeät sopimukset ja määritellä lainan ehdot (esim. takaisinmaksuaikataulut, mahdolliset korot yms.) tarkasti, jotta vältetään mahdollisilta väärinkäsityksiltä tai suhteiden vahingoittumiselta.
- 3. Liiketoimintakumppanit:** yhteistyökumppanit voivat tuoda rahoitusta yritykselle osakkuuden tai sijoituksen muodossa. Tällainen rahoitusvaihtoehto voi olla hyödyllinen erityisesti silloin, kun kumppani tuo mukanaan arvokasta osaamista tai resursseja, kuten verkostoja tai markkina-asemaa.
- 4. Pankit ja luottolaitokset:** yrittäjä voi hakea perinteistä lainaa pankilta tai luottolaitokselta. Tällöin lainan saaminen edellyttää yleensä liiketoimintasuunnitelman esittämistä ja vakuuksien tarjoamista.
- 5. Sijoittajat ja riskipääoma:** yrittäjä voi houkutella sijoittajia, kuten enkelisijoittajia tai riskipääomarahastoja, jotka ovat kiinnostuneita rahoittamaan lupaavia startup-yrityksiä. Sijoittajat voivat tarjota pääomaa vastineeksi osuudesta yrityksen omistuksesta tai velkakirjojen muodossa.
- 6. Julkiset tukiohjelmat ja avustukset:** yrittäjäksi aikovalla on mahdollisuus hakea yrittäjyyden tukemiseen liittyviä tukia ja avustuksia. Eri rahoittajat (esim. ELY-keskus, Leader-ryhmät, TE-keskus, Business Finland) voivat tarjota rahoitusta, koulutusta tai muita resursseja yrittäjille. Tukiohjelmat voivat vaihdella alueittain, joten kannattaa tutkia oman alueen tarjontaa.

On tärkeää huomata, että jokainen rahoitusvaihtoehto voi vaikuttaa yrityksen omistukseen ja päätöksentekoon sekä velvollisuuksiin. Rahoitusvaihtoehtojen etsimisessä ja valinnassa aloittelevaa yrittäjää auttavat esimerkiksi alueen uusyrittäjäkeskuksen yritysneuvojat.

Yritysmuodot

Yritysmuoto on se oikeudellinen muoto, jonka yrittäjä valitsee yrityksensä taloudellisen toiminnan harjoittamiseen. Yritysmuodon valinta on tärkeä päätös, sillä se vaikuttaa moniin yrityksen toimintaan liittyviin asioihin, kuten esimerkiksi päätöksentekoon, hallintoihin, yrityksen taloudelliseen vastuuseen, verotukseen, voitonjaon mahdollisuuksiin ja jatkuvuuteen.

Erilaisilla yritysmuodoilla on omat etunsa ja haittansa, ja yrityksen perustajan kannattaakin pohtia valintaa huolellisesti. Oman yrityksen tarpeet ja tavoitteet sekä elinkeinotoiminnan luonne ratkaisevat, mikä muoto on paras tietylle yritykselle. Yritysmuodon valintaan vaikuttavat myös mm. toiminnan laajuus, omistajien toiveet, haluttu imago ja brändi, pääasialliset asiakaskohderyhmät sekä yhtiömiesten lukumäärä. On tärkeää harkita huolellisesti eri yritysmuotojen etuja ja haittoja sekä hankkia tarvittaessa myös oikeudellista ja verotuksellista neuvontaa ennen päätöksen tekemistä.

Eri yritysmuotoja kannattaa vertailla keskenään ja hyödyntää oman paikkakunnan uusyrityskeskuksen yritysneuvojen ja asiantuntijoiden apua. Yritysmuodoksi kannattaa valita juuri se, joka soveltuu parhaiten oman yrityksen tarpeisiin ja tavoitteisiin. Valittu yritysmuoto voi olla toiminimi, osakeyhtiö tai osuuskunta, jos yritystoiminta on tarkoitus käynnistää yksin. Yritysmuodoista avoin yhtiö ja kommandiitti-yhtiö vaativat vähintään kaksi perustajaa.

Yleisimpiä yritysmuotoja ovat yksityinen elinkeinonharjoittaja (toiminimi) ja osakeyhtiö (Oy). Myös laskutusyrittäjyys tai kevytyrittäjyys voivat olla toimivia vaihtoehtoja yrittäjyyden aloittamiseen. Jokaisella yritysmuodolla on kuitenkin omat erityispiirteensä ja vaikutuksensa liiketoiminnan harjoittamiseen.



Kevytyrittäjyyden plussat ja miinukset

- + helppo ja nopea aloittaa, asiakkaalle voi luoda laskun vaikka heti
- + ei kiinteitä kuluja tai sitoutumista
- + laskutuspalvelu hoitaa paperityöt
- + y-tunnusta ei tarvita
- + mahdollisuus keskittyä rauhassa toiminnan kehittämiseen ja asiakkaisiin kun hallinnolliset velvoitteet eivät vie aikaa
- + lopettaminen helppoa
- ei sovi kaupan perustamiseen
- ei sovi verkkokauppaliiketoimintaan, eikä luvanvaraiseen toimintaan
- ei sovi, jos tarvitsee y-tunnusta (vaihtoehtona esim. OP-kevytyrittäjä, Ukko Pro)
- kevytyrittäjä ei ole oikeutettu niin moniin veroetuihin, kuin omalla y-tunnuksella laskuttava
- voi luoda imagollista estettä pidempiaikaiseen kumppanuuteen

Perustamiskulut: 0 €

Toiminimen plussat ja miinukset

- + nopea ja helppo perustaa
- + yhdenkertainen kirjanpito riittää, edullinen ja helppo kirjanpito
- + vähemmän byrokratiaa kuin osakeyhtiössä
- + sopii yksinyrittäjälle
- + yrityksen tulot ovat suoraan yrittäjän omaa tuloa
- + lopettaminen melko vaivatonta
- itselleen ei voi maksaa palkkaa, vaan pitää tehdä yksityisnostoja
- luontaisetuja ei voi hyödyntää
- yritystoiminta henkilöityy ja näyttää ulospäin pieneltä liiketoiminnalta
- yrittäjä vastaa yrityksen veloista koko henkilökohtaisella omaisuudellaan
- henkilökohtaiset ja yrityksen varat vaarassa sekoittua, jos ei ole tarkkana
- tuloveron ennakointi hankalaa
- tulotason noustessa henkilökohtaisen verotuksen kiristyminen
- yhtiökumppanuus ei ole mahdollista

Perustamiskulut: 0 €, 60 € tai 115 €

Osakeyhtiön plussat ja miinukset

- + voi perustaa yksin tai useamman hlön kanssa
- + velkavastuu rajoittuu sijoitettuun pääomaan
- + joustava yritysmuoto
- + helppo ottaa mukaan kumppaneita ja ulkopuolisia sijoittajia
- + toiminimeä enemmän mahdollisuuksia verosuunnitteluun
- + mahdollistaa voittojen maksamisen osinkoina
- + luottamusta herättävä yhtiömuoto
- + yrityksen myynti mahdollinen
- enemmän byrokratiaa kuin toiminimessä
- toiminnan lopettaminen hankalampaa kuin esim. toiminimiyrittäjällä

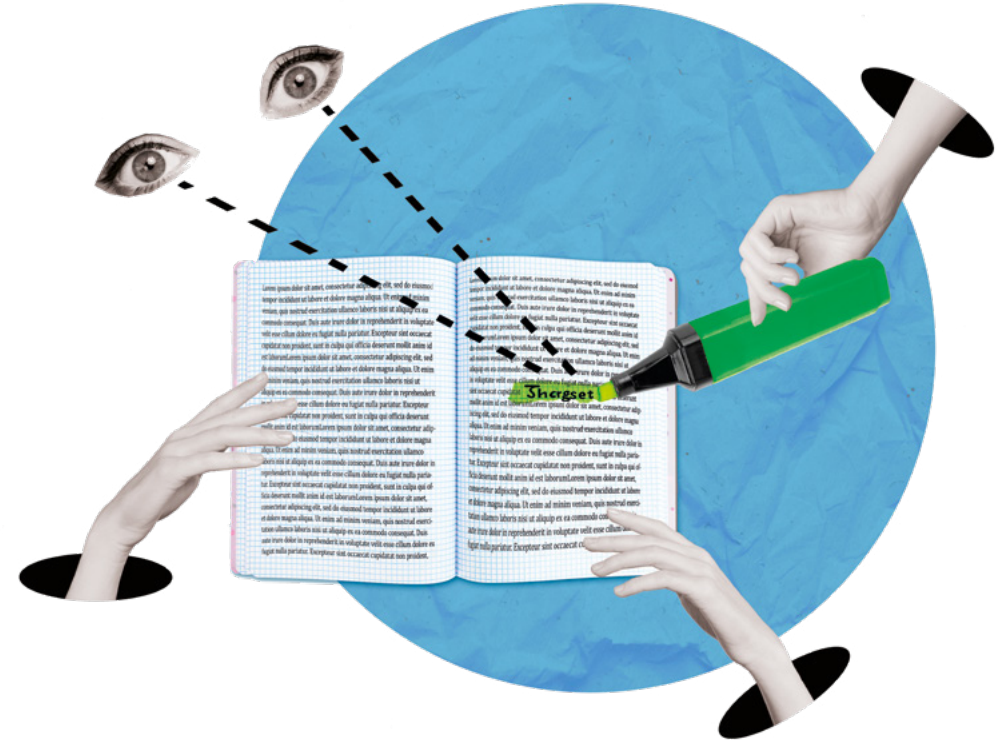
Perustamiskulut: 275 € tai 380 €



Tehtävä - Yritysmuodot

Viereisellä sivulla on taulukoituna eri yritysmuotoja. Yliiviivaa siitä vihreällä asiat, joita haluat ja jotka ovat sinulle tärkeitä. Yliiviivaa punaisella asiat, joita et halua, ja keltaisella asiat, jotka ovat sinulle neutraaleja. Käytä pohdinnan apuna alla olevia kysymyksiä.

- Minkälaiset asiat vaikuttavat juuri sinun yritysmuotosi valintaan?
- Kuinka paljon haluat olla henkilökohtaisesti vastuussa yrityksen veloista ja sitoumuksista? Haluatko rajoittaa henkilökohtaista vastuutasi?
- Oletko perustamassa yritystä yksin vai yhdessä muiden kanssa? Kuinka monta omistajaa yritykselläsi on?
- Miten eri yritysmuodot vaikuttavat verotukseen? Haluatko minimoida yrityksen verotaakan ja/tai hyödyntää verosuunnittelua?
- Miten aiot hankkia pääomaa yritykselle? Haluatko houkutellessa sijoittajia tai tarvitsetko lainaa? Millainen yritysmuoto helpottaa pääoman hankintaa?
- Haluatko testata yritystoimintaa kevyesti? Vai onko yrityksellä tarkoitus kasvaa ja kehittyä tulevaisuudessa? Millainen yritysmuoto tarjoaa parhaat mahdollisuudet liiketoiminnan laajentamiseen ja jatkuvuuteen?
- Miten haluat hallinnoida yritystä? Haluatko pitää päätöksenteon itselläsi tai jakaa sen muiden kanssa? Millainen yritysmuoto tukee haluamaasi päätöksentekomallia?



- Onko yrityksesi toiminta avointa ja julkista vai haluatko pitää sen enemmän yksityisenä? Vaikuttaako yritysmuoto yrityksen julkisuuteen ja raportointivaatimuksiin?
- Miten eri yritysmuodot vaikuttavat yrityksen perustamis- ja ylläpitokustannuksiin? Haluatko välttää liiallista byrokratiaa ja hallinnollista taakkaa?
- Minkälaisia brändiä rakennat? Minkälaisia asiakasryhmiä palvellet?

Hissipuhe

Hissipuhe on nimensä mukaisesti puhe, joka kestää hissimatkan verran. Hissipuheen tarkoitus on tiivistää ja välittää tärkein viesti lyhyessä ajassa.

Hissipuheen tarkoitus on herättää kiinnostus tiettyihin ideoihin, tuotteisiin tai palveluihin. Tyypillisesti hissipuhe pyrkii kiteyttämään, mikä tekee tuotteesta tai palvelusta ainutlaatuisen tai arvokkaan. Hissipuhe saattaa sisältää myös lyhyen kuvauksen siitä, miten se ratkaisee tietyn ongelman tai täyttää asiakkaan tarpeet.

Koska hissipuheen aika on rajallinen, sen on oltava tiivis, selkeä ja vaikuttava. Tärkeää on keskittyä olennaiseen ja välittää ydinviesti tehokkaasti.

Hissipuheen sisältö voi vaihdella riippuen tilanteesta ja kohdeyleisöstä, mutta sen tulisi aina olla helposti ymmärrettävä ja mukaansatempaava. Se on hyödyllinen työkalu, kun tarvitaan nopeaa ja vaikuttavaa tapaa kertoa muille, mitä yritys tekee tai miksi heidän tulisi kiinnostua yrittäjästä tai hänen yrityksestään.

Hissipuhe täytyy pitää lyhyenä ja ytimekkäänä, tyypillisesti noin 30–60 sekunnin mittaisena. Puhetta kannattaa harjoitella etukäteen, jotta sen voi esittää sujuvasti ja itsevarmasti.



Tehtävä - Hissipuhe

Laadi alla olevan ohjeen mukainen hissipuhe.

Hissipuheen vaiheet voidaan jakaa seuraaviin osiin:

- 1. Alku:** Aloita hissipuhe tarttuvalla avauksella, joka herättää kuulijan mielenkiinnon. Tavoitteena on vangita heidän huomionsa ensimmäisillä lauseilla. Voit käyttää esimerkiksi kysymystä, väitettä tai lyhyttä tarinaa.
- 2. Ongelman esittely:** Seuraavaksi esitele ongelma tai haaste, johon tuote tai palvelu tarjoaa ratkaisun. Keskity ongelman kuvaamiseen tiiviisti ja selkeästi, jotta kuulija ymmärtää sen merkittävyyden.
- 3. Ratkaisun esittely:** Jatka puheen etenemistä esittelemällä tuote tai palvelu, joka tarjoaa ratkaisun mainittuun ongelmaan. Korosta sen ainutlaatuisia ominaisuuksia, hyötyjä ja arvoa kohdeyleisölle. Pidä kuvaus ytimekkäänä ja keskity olennaiseen.
- 4. Kilpailuetu:** Kerro, miten tuotteesi tai palvelusi erottuu kilpailijoista. Painota ainutlaatuisia ominaisuuksia, jotka tekevät siitä paremman vaihtoehdon kuin muut markkinoilla olevat ratkaisut. Tämä auttaa vakuuttamaan kuulijan siitä, miksi heidän tulisi kiinnostua juuri sinun tarjoamastasi ratkaisusta.
- 5. Kohdeyleisön hyödyt:** Korosta, miten tuote tai palvelu hyödyttää kohdeyleisöäsi. Kerro, miten se täyttää heidän tarpeensa, ratkaisee heidän ongelmansa tai auttaa heitä saavuttamaan tavoitteensa. Keskity konkreettisiin etuihin ja tuloksiin, joita tuote tai palvelu tarjoaa.
- 6. Kutsu toimintaan:** Päätä hissipuhe kutsumalla toimimaan. Kehota kuulijaa ottamaan seuraava askel, kuten varaamaan tapaaminen kanssasi, tutustumaan lisää tuotteeseen tai palveluun verkkosivustollasi tai jatkamaan keskustelua. Anna selkeä ohje siitä, mitä haluat heidän tekevän seuraavaksi.
- 7. Lopetus:** Päätä hissipuhe kiittämällä kuulijaa hänen huomiostaan. Jätä positiivinen vaikutelma ja avoin ovi jatkokeskustelulle.



1. Alku

Blank white box for the start of the presentation.

2. Ongelman esittely

Blank white box for presenting the problem.

3. Ratkaisun esittely

Blank white box for presenting the solution.

4. Kilpailuetu

Blank white box for the competitive advantage.

5. Kohdeyleisön hyödyt

Blank white box for the benefits to the target audience.

6. Kutsu toimintaan

Blank white box for the call to action.

7. Lopetus

Blank white box for the conclusion.

Minustako yrittäjä?

On hyvä huomioida, että yrittäjyyskokemus voi vaihdella suuresti eri toimialoilla, yrityksen koosta, yritysmuodosta ja yksilöllisistä tekijöistä riippuen. Jos yrittäjyys tuntuu houkuttelevalta, ota yhteyttä paikkakuntasi uusyrityskeskukseen ja esittele heille suunnitelmasi. Voit myös opiskella yrittäjyyttä ja siihen liittyviä aiheita ammattikorkeakouluissa, yliopistossa ja ammatillisissa opistoissa. Opinnoissa

keskitytään usein yrittämisen hallinnollisiin tekijöihin, yritystoiminnan suunnitteluun ja käynnistämiseen liittyviin asioihin. Opinnot antavat realistisen käsityksen siitä, mitä yrittäjyys on, ja samalla saat varmuutta yrittäjyyden hallinnollisiin tekijöihin ja markkinointiin. Avanto-osion tehtävät avaavat kokonaisuutta ja konkretisoivat toteuttamistapoja. Lisäksi löydät vinkkejä, mistä etsiä lisätietoa.

Yrittäjyys voi tarjota useita etuja ja mahdollisuuksia:

- 1. Luova vapaus:** Yrittäjänä sinulla on mahdollisuus toteuttaa omia ideoitasi ja visioitasi liiketoiminnassa. Voit kehittää uusia tuotteita tai palveluita ja muokata niitä omien näkemystesi mukaan.
- 2. Taloudellinen mahdollisuus:** Menestyvä yritys voi tarjota taloudellista menestystä ja taloudellista vapautta. Sinulla on mahdollisuus ansaita enemmän kuin palkkatyössä ja luoda vakaampi taloudellinen tulevaisuus itsellesi ja mahdollisesti myös työntekijöillesi.
- 3. Itsenäisyys ja päätöksenteko:** Yrittäjänä sinä olet oman yrityksesi johtaja. Sinulla on yritysmuodostasi riippuen vapaus tehdä päätöksiä, jotka vaikuttavat yrityksen suuntaan, strategiaan, työntekijöihin ja asiakkaisiin. Tämä antaa sinulle mahdollisuuden muokata yritystäsi omien arvojesi ja tavoitteidesi mukaan.
- 4. Henkilökohtainen kasvu:** Yrittäjyys voi olla henkilökohtaisen kasvun ja kehityksen lähde. Se haastaa sinut oppimaan uusia taitoja, kehittämään jo olemassa olevia taitoja ja laajentamaan osaamistasi eri liiketoiminta-alueilla. Yrittäjänä joudut usein kohtaamaan haasteita ja ratkaisemaan ongelmia, mikä auttaa sinua kehittämään ammatillisesti ja henkilökohtaisesti.

Toisaalta yrittäjyys voi myös sisältää haasteita ja riskejä:

- 1. Taloudellinen epävarmuus:** Yrittäjänä toimimiseen liittyy usein taloudellinen epävarmuus. Menestys ei ole taattua, ja liiketoimintaympäristön muutokset, kilpailu ja muut tekijät voivat vaikuttaa yrityksesi tulokseen. Taloudelliset haasteet voivat aiheuttaa stressiä ja painetta.
- 2. Vastuu ja työmäärä:** Yrittäjänä sinulla on kokonaisvastuu yrityksestäsi. Sinun on tehtävä päätöksiä, johdettava työntekijöitä, hoidettava kirjanpitoa, markkinointia ja monia muita tehtäviä. Tämä voi vaatia paljon työtunteja ja omistautumista, erityisesti yrityksen alkuvaiheessa.
- 3. Riskienhallinta:** Yrittäjänä sinun on otettava riskejä. Investoit aikaa, rahaa ja resursseja yrityksen perustamiseen ja kasvattamiseen, ja nämä sijoitukset voivat olla alttiita epäonnistumiselle. Sinun on kyettävä hallitsemaan riskejä ja tekemään harkittuja päätöksiä yrityksesi menestyksen varmistamiseksi.
- 4. Työn ja henkilökohtaisen elämän tasapainon haasteet:** Yrittäjänä työn ja henkilökohtaisen elämän tasapainon ylläpitäminen voi olla haastavaa. Yrittäjät voivat joutua tekemään paljon työtä ja uhraamaan vapaa-aikaa ja perhe-elämää yrityksensä hyväksi.

Lähteet

Johdanto & Kipinä alku

- Wenström, S. (2020) Enthusiasm as a driving force in vocational education and training (VET) teachers' work. Defining positive organization and positive leadership in VET, Acta electronica Universitatis Lapponiensis 269.
<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-337-185-9>
- Wenström, S. (2020). Positiivinen johtaminen. Johda paremmin opetus- ja kasvatusalalla. Jyväskylä: PS-kustannus.

Uramaisema

- Ruuska, I. (2022) Moniosaamisen renessanssi -opas työelämän edelläkävijöille. Besam Books, Helsinki.
- <https://bci.fi/ajankohtaista/tyoelama-muuttuu-ja-urat-sen-mukana>
- Ropponen, A., Bergbom, B., Härmä, M. & Sallinen, M. (2018) Asiantuntijatyön työajat - yhteydet työhön ja hyvinvointiin. Työterveyslaitos. Juvenesprint, Tampere.
- Tims, M., Bakker, A., Derks - Theunissen, D. & van Rhenen, W. (2013) Job crafting at the team and individual level: Implications for work engagement and performance. Group & organization management, Vol.38 (4), p.427-454.

Arvot

- Helkama, K. (2015). Suomalaisten arvot. Mikä meille on oikeasti tärkeää? Tallinna: Meedia Zone Oy
- Purjo, T. (2014). Arvot ovat ihmisen toiminnan perusta. Tampere: Tampere University Press
- Aro, A. (2018). Työilmapiiri kuntoon. Helsinki: Alma Talent Oy
- <https://www.nyyti.fi/opiskelijoille/opi-elamantaitoa/persoonallisuus/arvot>
- <https://mieli.fi/vahvista-mielenterveyttasi/itsetuntemus-ja-itsetunto/millaisia-asioita-arvostan>

Luontevahvuudet

- Hyvärinen, S., Kangastie, H., Löf, J., Rautio, K., Riponiemi, N., & Uusiautti, S. (Toimittajat) (2021). VAHTO-vahvuuskortit. Lapin yliopisto.
<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-337-291-7>
- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004). Character strengths and virtues: A handbook and classification. American Psychological Association; Oxford University Press

Hyvinvointi

- Älykäs itsensä johtaminen ja hyvinvointi: Miten pitää hyvää huolta yksilön ja organisaation hyvinvoinnista FT Pentti Sydänmaanlakka
- <https://halsa.fi/uncategorized/itsensa-johtaminen>
- <https://halsa.fi>
- <https://www.tuumakustannus.fi/artikkelit/kokonaisvaltainen-hyvinvointi>
- <https://www.who.int>

Kutsumuskartta

- Mukailleen alkuperäisestä lähteestä Järvilehto, L. (2013) Upeaa työtä! : näin teet itsellesi unelmiesi työpaikan. Helsinki : Tammi.

Identiteettilähtöinen brändin rakentaminen

- Simon, S. (2011) Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action. Englanti.

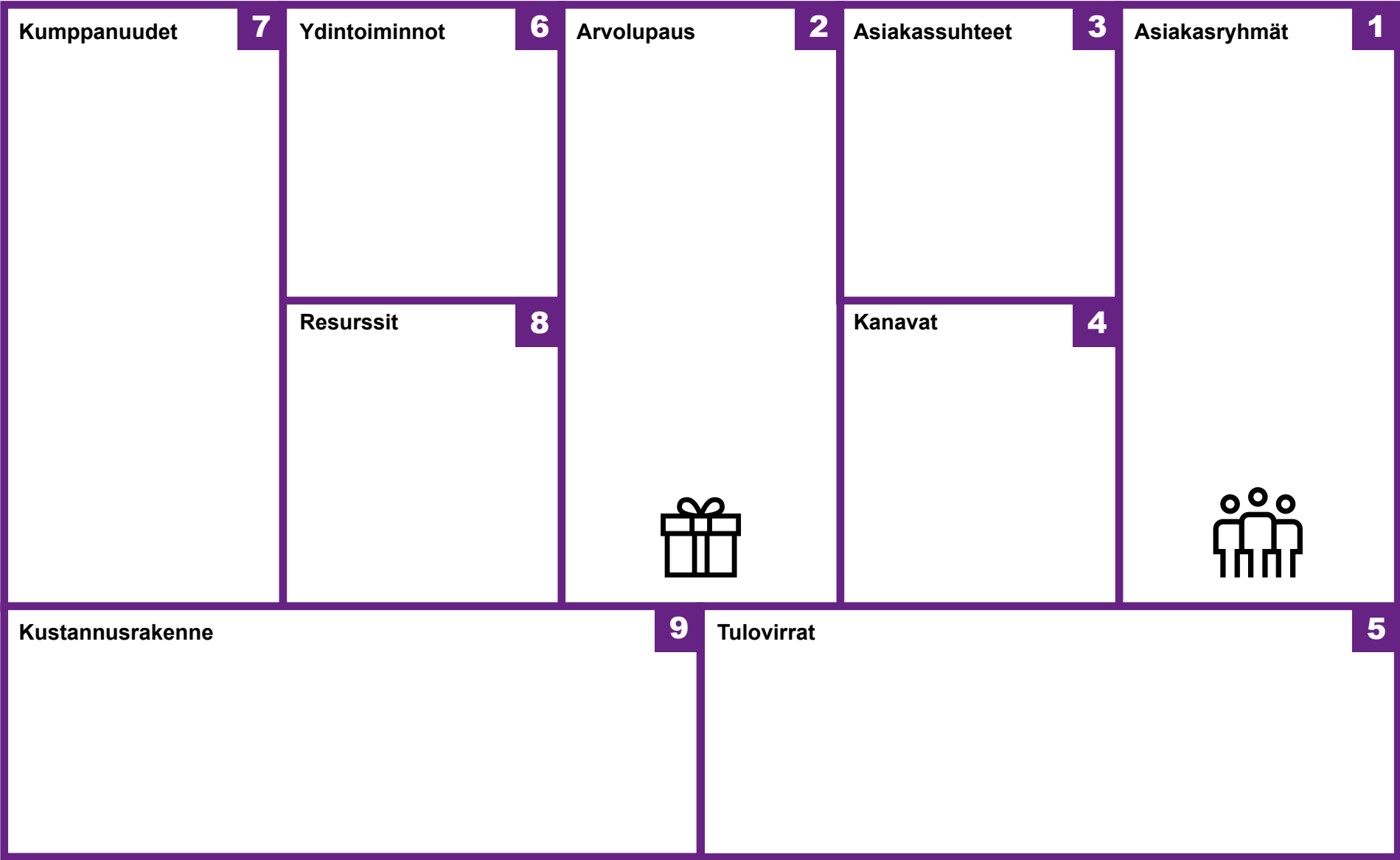
Liiketoimintamalli

- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves; Clark, Tim (2010). Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, and Challengers. Strategyzer series.

Yritysmuodot

- <https://www.suomi.fi/yritykselle>
- <https://www.yrittajat.fi>

Business Model Canvas

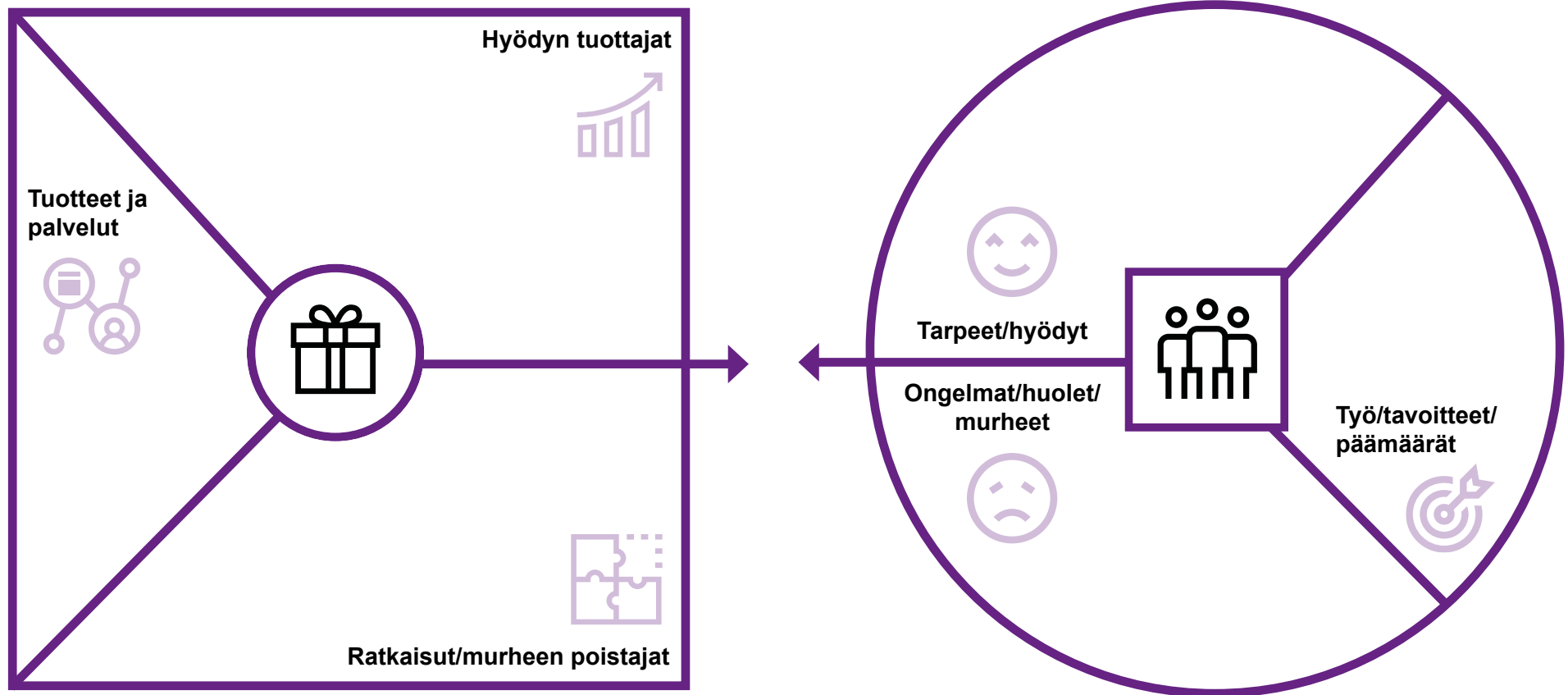


(Lähde: Osterwald, A. 2010)

Arvolupauscanvas

Ratkaisu

Asiakas/asiakasryhmä





PATHWAYS
— to Business —

Ura- ja yrittäjyys – Omaa polkua rakentamassa

Valmennuksen myötä rohkaistuimme ottamaan askeleen kohti yrittäjyyttä, josta olimme jo pidempään haaveilleet. Valmennus kannustaa ja valmistaa yrittäjyydestä kiinnostuneita toteuttamaan yrittäjäunelmansa omia vahvuuksia ja mielenkiinnon kohteita hyödyntäen, jotta jokaisella meistä on mahdollisuus tehdä unelmiensa työtä.



pathwaystobusinesscom.wordpress.com



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



OULU BUSINESSOULU



OULUN YLIOPISTO



OAMK
OULUN AMMATTIKORKEAKOULU



KERTTU SAALASTI
INSTITUUTTI
OULUN
YLIOPISTO