

# Yhteenvedo

---

Euroopan ja Suomen kilpailukyvyyn on 2010-luvulla arvioitu perustuvan innovaatioihin. Erityisesti on peräänkuulutettu liiketoimintainnovaatioita. Niillä on tarkoitus selvittää yhä kovenevasta globaalista kilpailusta sekä mm. sen aiheuttamista kustannuspaineista. Yritysjohdolla ei ole kuitenkaan ollut käytettävissään toimivaa suunnittelujärjestelmää tai työkalua liiketoimintainnovaatioiden kehittämiseen tai niiden systemaattiseen prosessointiin. Innovaatiot onkin yhdistetty liian yksioikoisesti teknologiaan ja tuotekehitykseen, mikä oli selviytymisresepti 2000-luvulla, mutta tuskin kantaa enää 2010-luvulla.

Tämä kirja **Dynaamisen ja innovatiivisen liiketoimintamallin suunnittelu** paneutuu syvällisesti liiketoimintainnovaatioiden tekemiseen ja esittelee siihen sopivan uuden suunnittelujärjestelmän korvaamaan vuosikellomaisen perinteisen strategiasuunnittelun.

Kävimme kymmenen suomalaista huippuyritystä läpi löytääksemme yhteneväisiä tekijöitä yritysten liiketoimintamalleista, suunnittelujärjestelmistä sekä näiden roolista yritysten menestymisessä. Esittelemme kirjassa kunkin yrityksen liiketoimintamallit sekä niihin liittyvät kehitysprosessit. Kartoitimme lisäksi ao. yritysjohtajien tarpeita sekä keinoja vastata yhä kiristyvään, erityisesti Aasian suunnasta tulevaan kilpailuun sekä heidän näkemyksiään yritystoiminnan uudistamiseksi. Sen lisäksi seuloimme merkittävän määrän kansainvälisiä julkaisuja huomataksemme, että liiketoimintainnovaatioihin on paneuduttu kansainvälisestikin varsin rajallisesti. Nämä tulokset on koostettu tässä kirjassa uudeksi työkaluksi, jonka avulla **yritysjohtajat voivat uudistaa liiketoimintamalliaan, kehittää systemaattisesti innovaatioita liiketoimintamalliinsa sekä uudistaa näin yritystään.**

Pyrimme samalla vakiinnuttamaan melko seestymättömäksi havaittua innovaatioterminologiaa sekä herättämään konkreettista keskustelua yritysjohtajien sekä julkisen sektorin edustajien keskuudessa liiketoimintainnovaatioiden merkityksestä ja mahdollisuuksista. Kirjan sisältö pyrkii toimimaan eurooppalaisen sekä suomalaisen kilpailukyvyyn, menestyksen sekä työpaikkojen varmistajana ja mahdollistajana.

Tiedämme kaikki, että yritysten liiketoimintaympäristö on muuttunut erittäin ennustamattomaksi ja turbulenttiseksi eikä ole minkäänlaisia merkkejä, että 2010-luku olisi tältä osin helpompi – päinvastoin. Strategisia päätöksiä joudutaan tekemään välittömästi, kun muutostekijä eli mahdollisuus tai uhka on tunnistettu. Siinä ympäristössä Porterilainen, vuosikellomainen strategiasuunnittelu on aivan liian kankea ja toimimaton järjestelmä. Se korvataan tässä kirjassa liiketoiminta-

malli-määrittelyllä sekä sen dynaamisella suunnittelulla ja päivittämisellä heti ja aina, kun on tarve. Enää asioita ei voi siirtää seuraavalle strategiakerrokselle.

Teknologiaan ja palveluihin liittyviä innovaatioita tarvitaan jatkossakin, mutta saavuttaakseen todellisen kilpailuedun, yrityksen on syytä aina yhdistää niihin myös liiketoimintainnovaatio, jolloin tämä kaksoisvaikutus mahdollistaa huomattavasti väkevemmän kilpailuvoiman markkinoille eikä kopiointi ole niin helppoa.

Kannustamme kirjassa yrityksiä myös hyödyntämään laajemmin omaa organisaatiotaan ja arvoverkkoaan, kun yritys hahmottaa ja määrittää tulevaisuuttaan foresight-tarkastelun avulla tai pyrkii löytämään uusia innovatiivisia ajatuksia liiketoimintamalliinsa. Tämän hajautetun älykkyyden eli joukkojen viisauden hyödyntäminen (crowdsourcing) on tullut mahdolliseksi tietoteknisten ratkaisujen avulla. Kirja antaa mallin ja esimerkkejä, miten yritys saa tuhansia ideoita ja näkemyksiä, joista se voi valita parhaat ja näin edelleen kehittää sekä uudistaa liiketoimintamalliaan. Näin menetellen yritys luo itselleen myös suunnittelu- ja innovaatiojärjestelmästä kilpailuelementin, jota on niin ikään vaikea kopioida, koska siihen liittyy oleellisesti yrityksen henkilöstö sekä uniikki toimintamalli.

Kirja esittelee seikkaperäisesti uuden 12-vaiheisen suunnitteluprosessin, jonka avulla yritys voi konkreettisella tavalla uudistaa liiketoimintamalliaan eri osa-alueillaan. Haastattelemamme yritysjohtajat näkivät tällaiselle selkeän tarpeen. Suunnitteluprosessin keskeisin osa kulminoituu liiketoimintainnovaatioiden ideointiin. Olemme ryhmitelleet uudistamisen kohteet kolmeen Renew-ryhmään: asiakasrajapintauudistukset, teknologia- ja tekniset uudistukset sekä toimintatapauudistukset, jotta työskentely helpottuu ja systematisoituu.

Kirja tekee erinomaisen luotauksen yrityksen liiketoimintamallin uudistamiseen liiketoiminta-innovaatioiden avulla. Kirjan esimerkit konkretisoivat asiaa ja pyrkivät antamaan samalla lukijalle uusia, omia ideoita.