

Boostia kasvuun!

Yrityssprintti 2022



Tero Luoma

Ikä: 44

Koulutus: eMBA, Aalto EE

Ammatti: Yrittäjä, hallitusammattilainen

Mukana seuraavissaa yrityksissä yrittäjänä, osakkaana, hallituksessa tai neuvonantajana:

- BSTR Luova Konttori Oy
- Absolute Module Oy
- Lite bättre Consulting Company Oy
- JB Invest Oy
- Keskustaksi Oy
- Novice Oy

Osaaminen

Kokenut liikkeenjohdon ammattilainen. Olen työskennellyt koko työurani kasvuyritysten parissa.

Ihmisten johtaminen, strateginen kehittäminen, myynti ja markkinointi ovat vahvimpia osaamisalueitani.

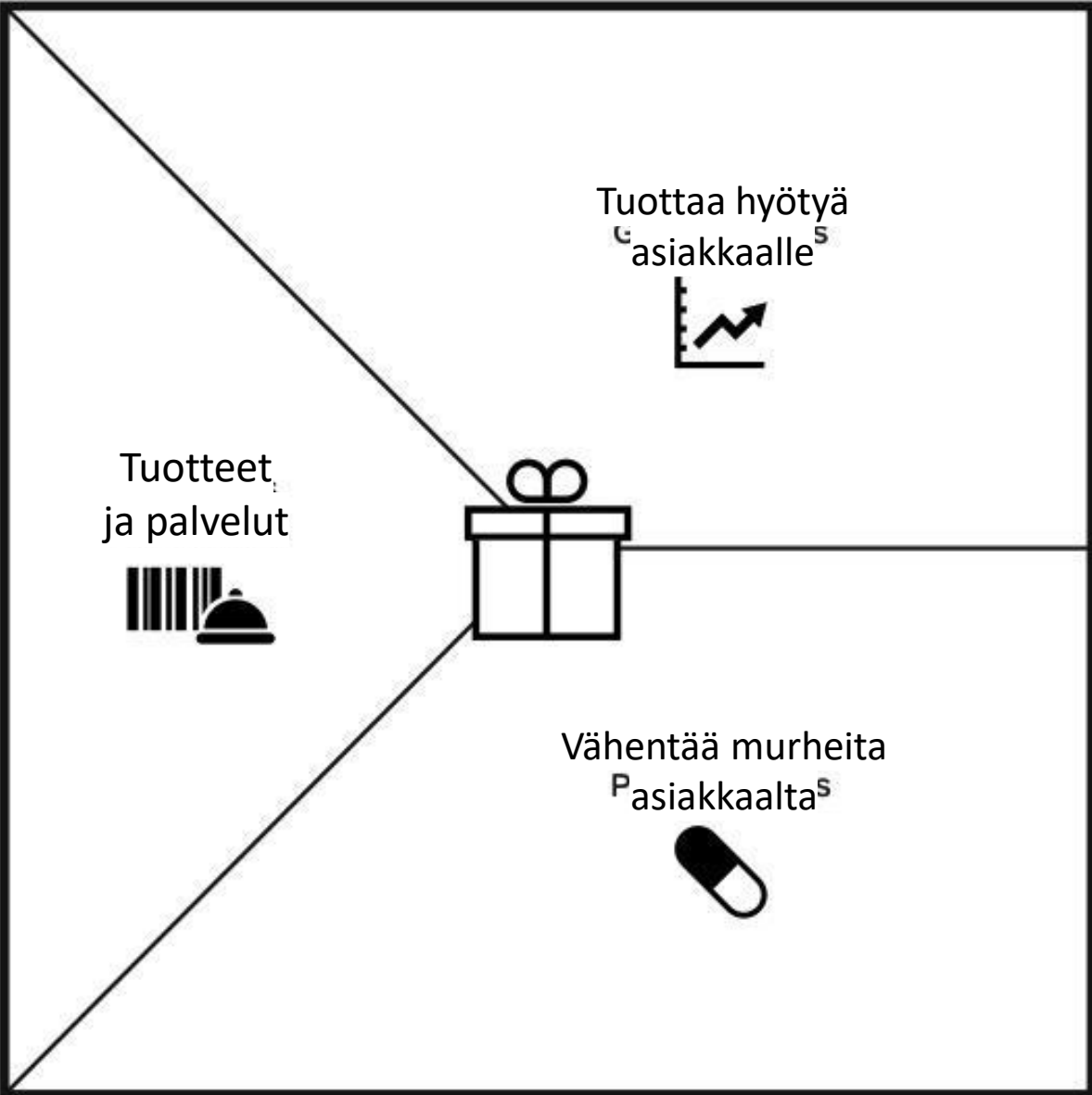
Innostun

- Haasteista ja mahdollisuuksista
- Positiivisista ihmisistä
- Kasvusta ja kansainvälistymisestä

Mistä tänään puhutaan

- Asiakaspersoonat
 - Ketä ja millaisia ovat yrityksemme asiakaspersoonat
- Arvolupaus
 - Mitä arvoa yrityksemme tuottaa asiakkaille
- Business model canvas
 - Selkeä liiketoimintamalli, joka tuottaa arvoa asiakkaille ja yritykselle

Luottamus ja vaitiolovelvollisuus



Asiakaspersoonat



Mikko Mallikas



Anne Asiakas

Asiakaspersoonien avulla määritellään asiagassegmentit helpommin havainnollistettavaan muotoon. Asiakaspersoonien avulla määritellään asiakkaiden työt, tarpeet ja murheet.

Asiakkaan murheet

Murheet kuvaavat asiakkaiden työhön tai elämään liittyviä huonoja tuloksia, riskejä ja esteitä.

Asiakkaan tarpeet

Tarpeet kuvaavat tuloksia, joita asiakkaat haluavat saavuttaa tai konkreettisiä hyötyjä, joita he etsivät.

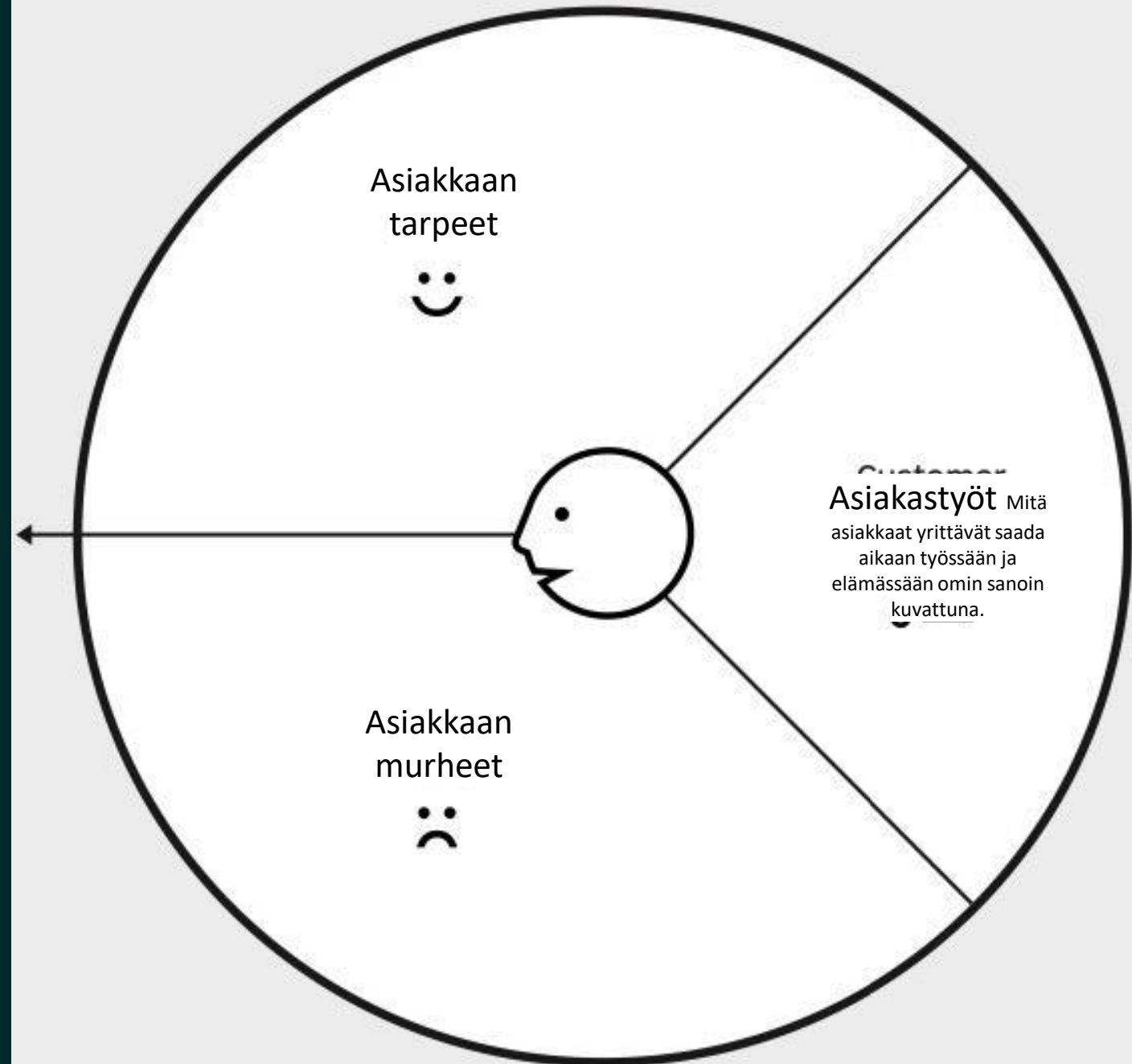
Asiakastyöt

Asiakastyöt kuvaavat mitä asiakkaat yrittävät saada aikaan työssään ja elämässään omin sanoin kuvattuna.



Määritä asiakaspersoona(-t)
20 min

Nimi
Työt
Tarpeet
Murheet



Yrityksemme tuotteet ja palvelut

Miten yrityksemme tuotteet ja palvelut vastaavat asiakkaidemme tarpeisiin ja toimivat pelastuksena asiakkaiden murheisiin?

Yrityksemme tuotteet ja palvelut

Mitä tuotteita ja palveluita yrityksemme tuottaa asiakkaille

Tyydyttää asiakkaan tarpeet

Millä tavoin tuotteemme ja palvelumme tyydyttävät asiakkaiden tarpeet

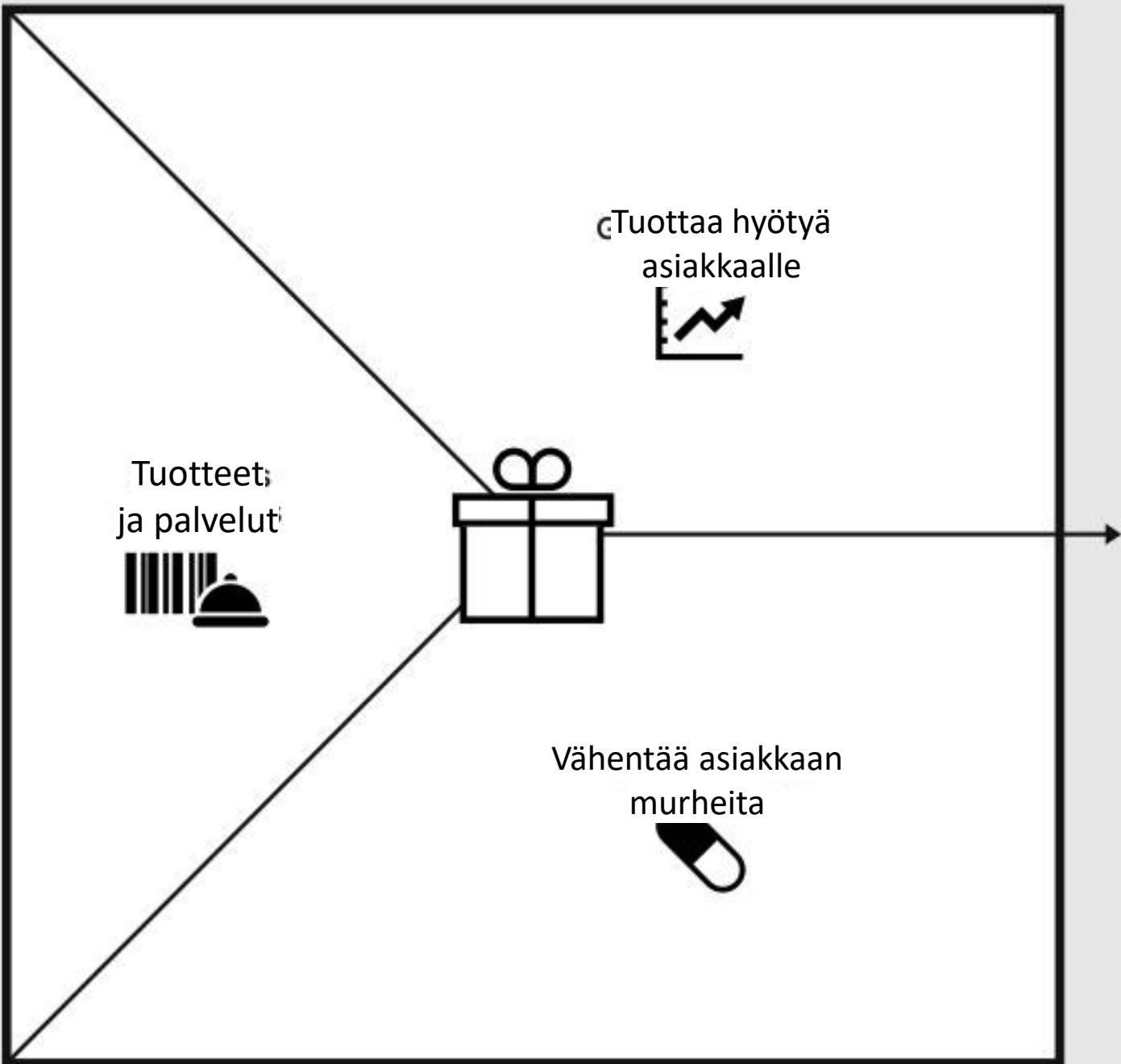
Vähentää asiakkaan murheita

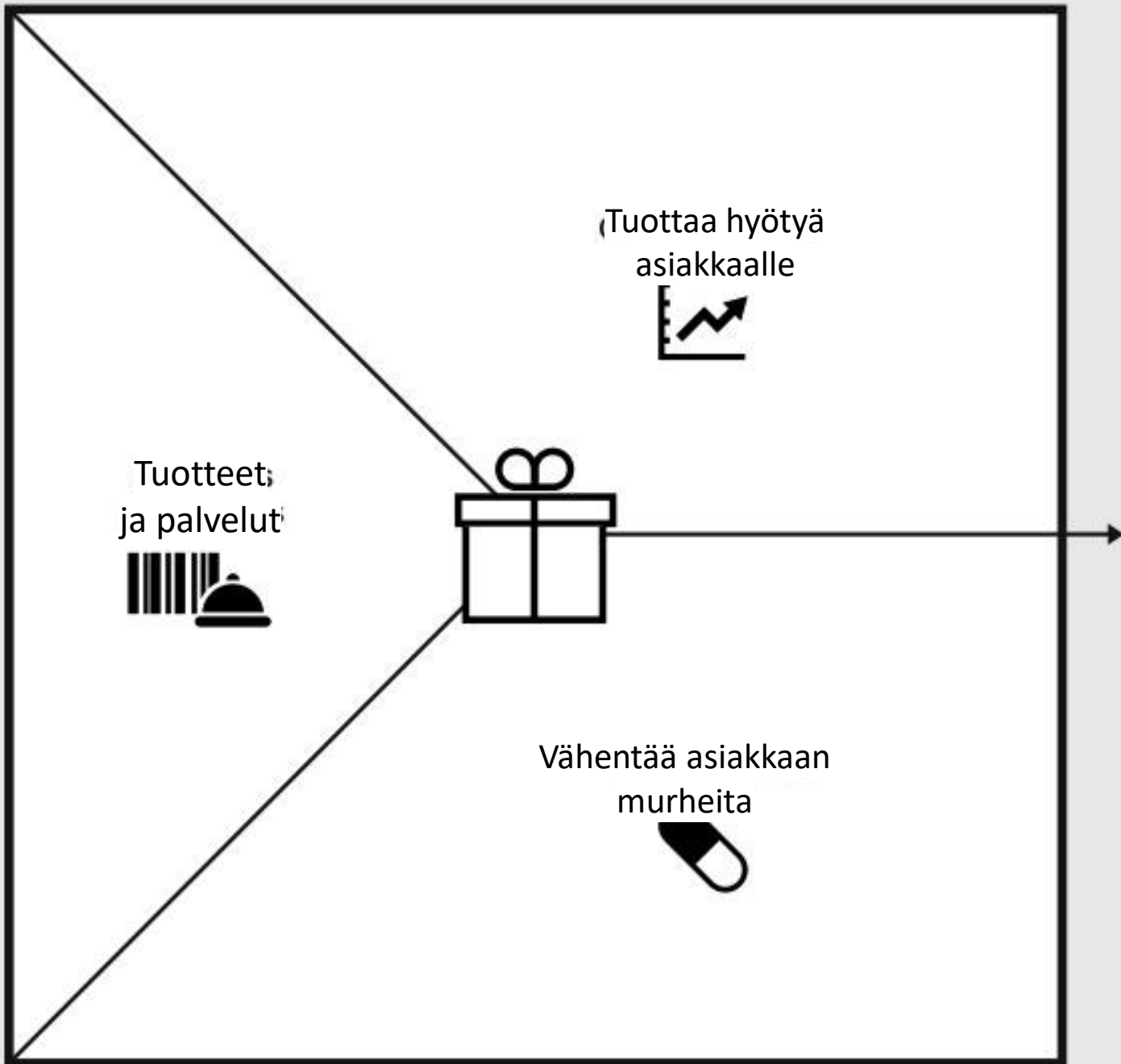
Miten vähennämme asiakkaiden murheita tuotteidemme ja palveluidemme avulla

Määritä arvolupaus asiakkaalle

1. Tunnista hyödyt, joita tuotteesi ja palvelusi tarjoavat
2. Kuvaa mikä tekee näistä hyödyistä arvokkaita
3. Tunnista asiakkaasi tärkein ongelma
4. Yhdistä tarjoamasi lisäarvo asiakkaan ongelmaan
5. Erottaudu parhaaksi kyseisen lisäarvon tarjoajaksi

Arvolupaus on kilpailuedun ydin





Hyviä esimerkkejä:

Spotify – Musiikkia kaikille

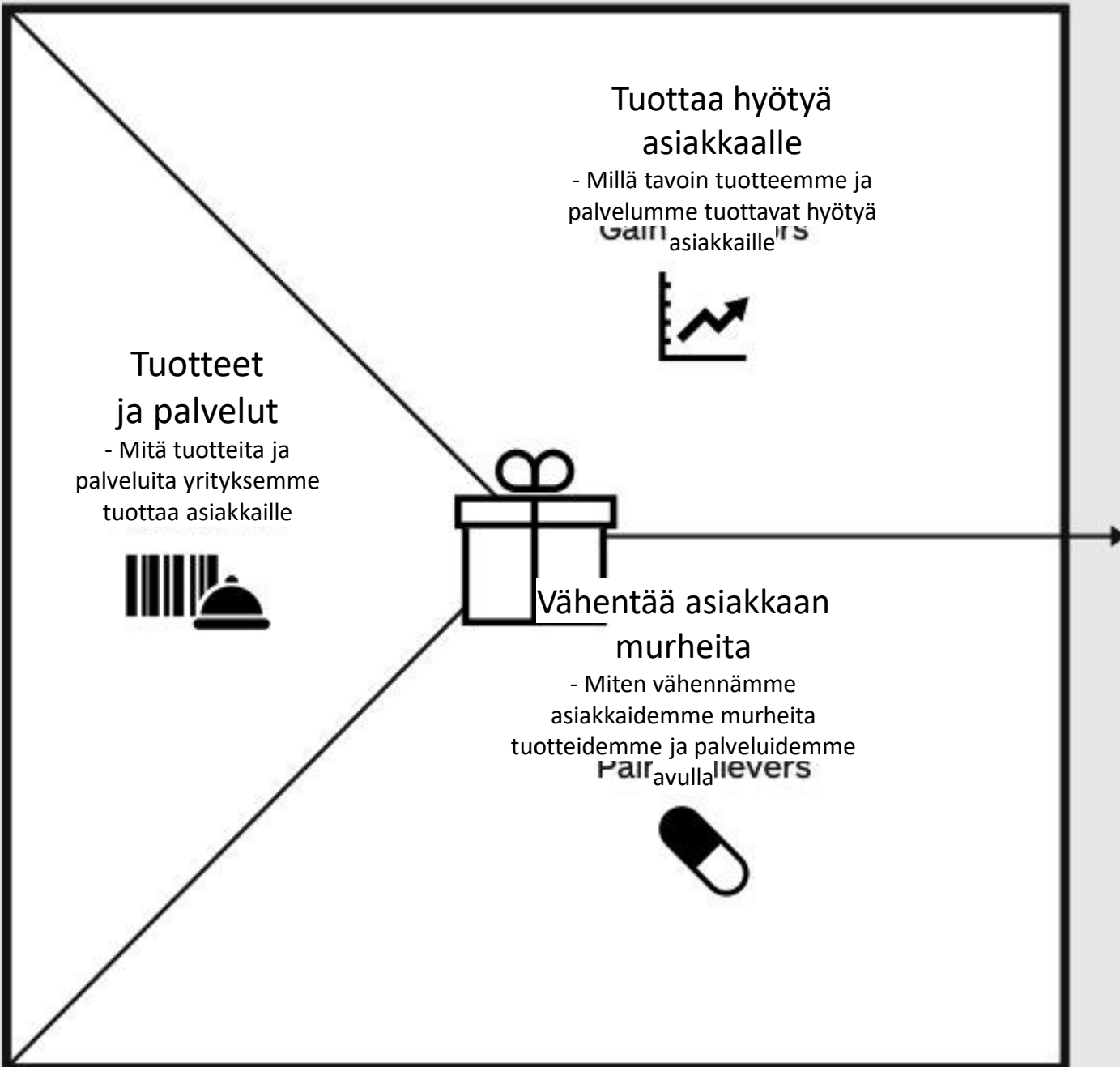
Fundly – Raise Money For Anything

Naava – Älykäs ilmaa puhdistava viherseinä

Määritä arvolupaus asiakkaalle

1. Tunnista hyödyt, joita tuotteesi ja palvelusi tarjoavat
2. Kuvaa mikä tekee näistä hyödyistä arvokkaita
3. Tunnista asiakkaasi tärkein ongelma
4. Yhdistä tarjoamasi lisäarvo asiakkaan ongelmaan
5. Erottaudu parhaaksi kyseisen lisäarvon tarjoajaksi

20 min



Tuotteet
ja palvelut



Tuottaa hyötyä
asiakkaalle



Vähentää murheitä
asiakkaalta



Asiakkaan
tarpeet



Asiakkaan
murheet

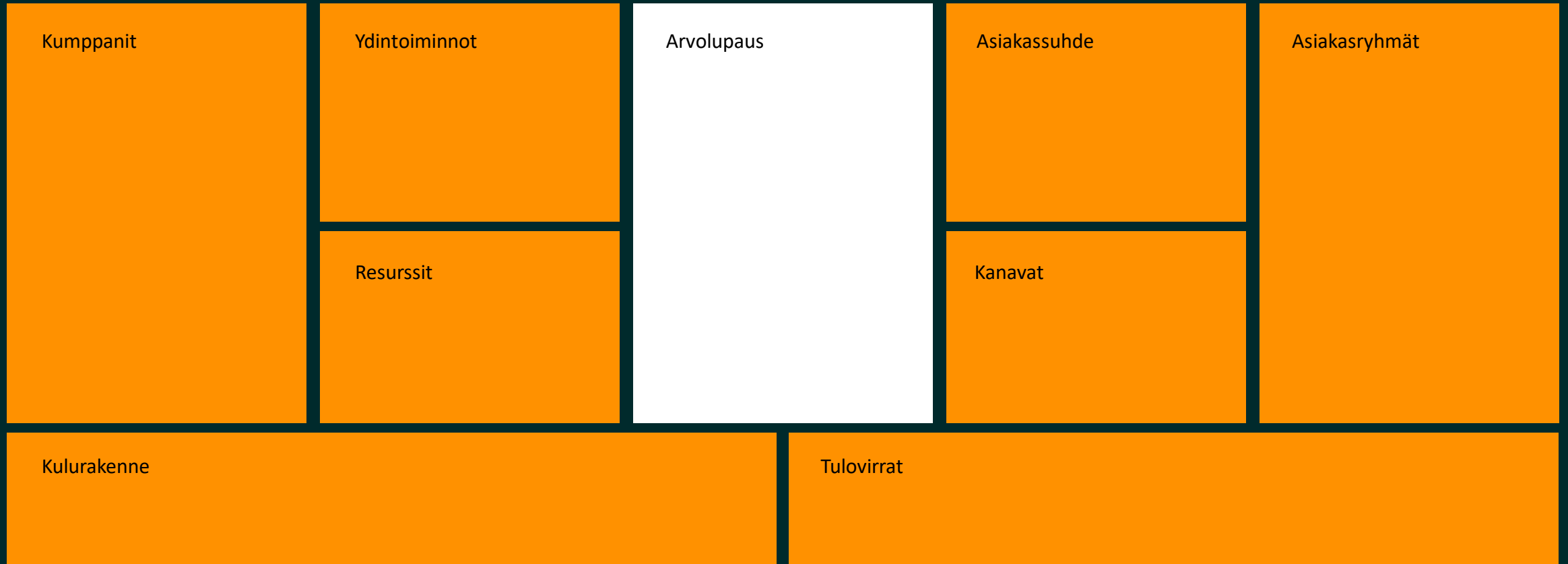


Asiakastyöt

Mitä asiakkaat yrittävät saada
aikaan työssään ja elämässään
omin sanoin kuvattuna.

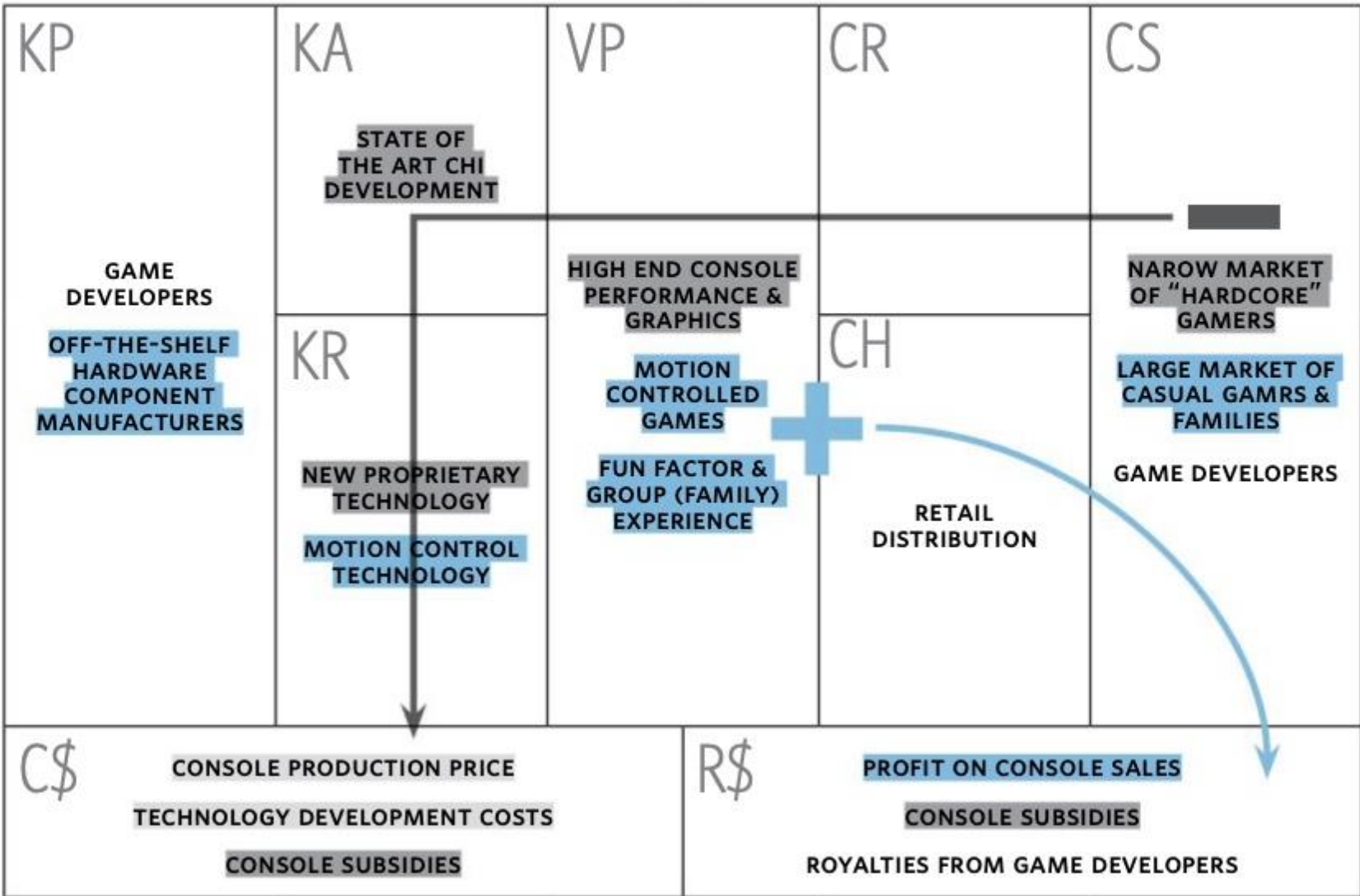


Business Model Canvas

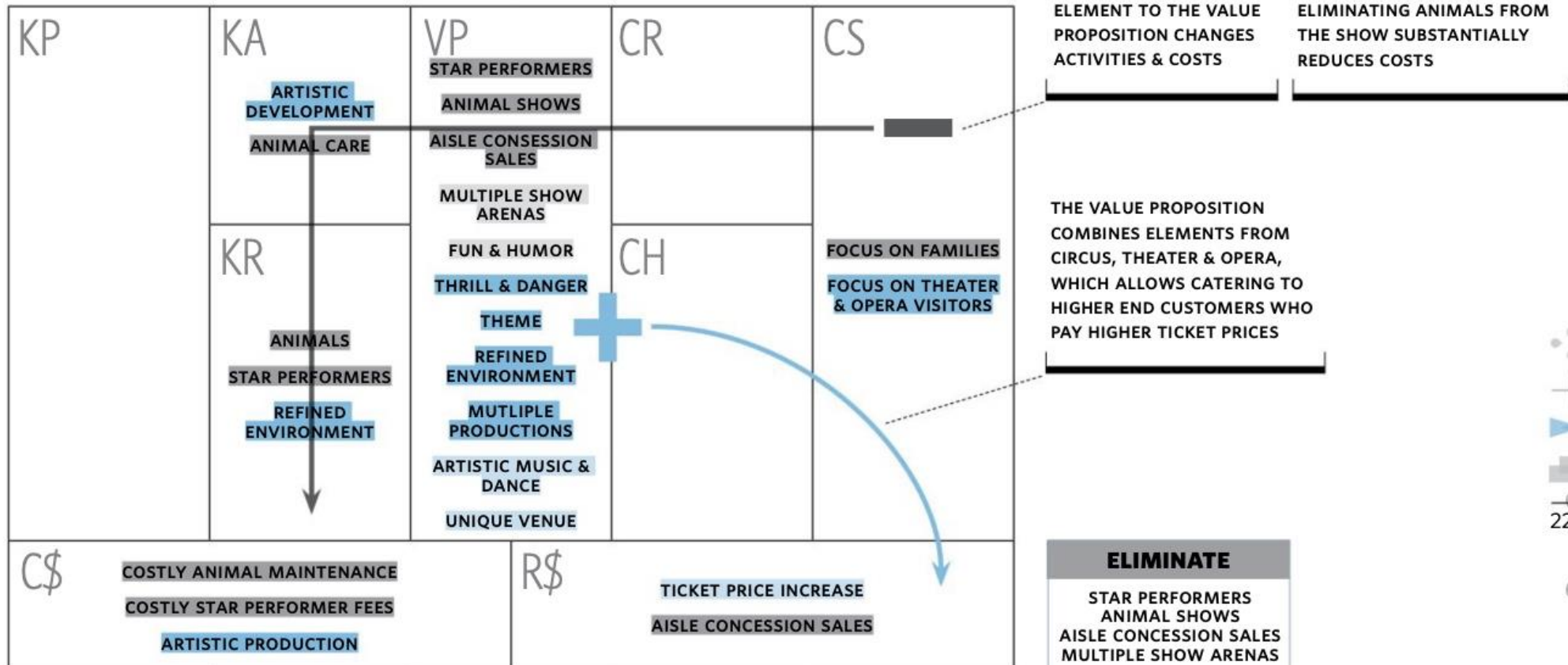


NINTENDO'S wii

ELIMINATE
REDUCE
CREATE
UNCHANGED



CIRQUE DU SOLEIL



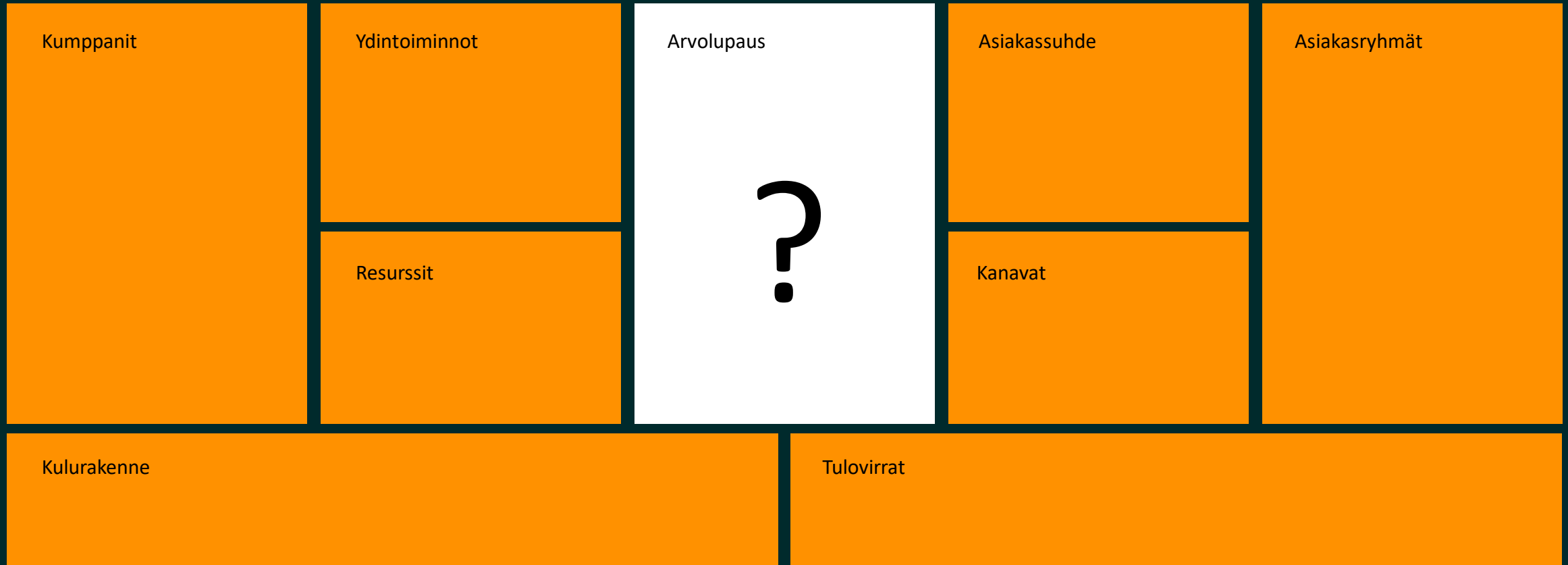
Cirque du Soleil features prominently among Blue Ocean Strategy examples. Below we apply the blended Blue Ocean and Business Model Canvas approach to this intriguing and highly successful Canadian business.

First, the Four Actions Framework shows how Cirque du Soleil “played” with the traditional elements of the circus business Value Proposition. It eliminated costly elements, such as animals and star performers while adding other elements, such as theme, artistic atmosphere, and

refined music. This revamped Value Proposition allowed Cirque du Soleil to broaden its appeal to theatergoers and other adults seeking sophisticated entertainment, rather than the traditional circus audience of families.

As a consequence, it was able to substantially raise ticket prices. The Four Actions Framework, outlined in blue and gray in the business model canvas above, illustrates the effects of changes in the Value Proposition.

Business Model Canvas 30 min



Kysymyksiä?

Kiitos!

0400 918 288

tero.luoma@litebattre.com

