

Tietoisuuden lisääminen vihreästä liiketoiminnasta:

Osa 3

Miten tiedät, että se toimii?

Hanke on rahoitettu Euroopan komission tuella. Tästä julkaisusta (tiedotteesta) vastaa ainoastaan sen laatija, eikä komissio ole vastuussa siihen sisältyvien tietojen mahdollisesta käytöstä.



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Sisältö

- ◆ Tavoitteet ja oppimistulokset
- ◆ Aloitus
- ◆ Strategian kehittäminen
- ◆ Oman strategiasi kehittäminen
- ◆ Yhteenveto



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Yleinen tavoite

- ◆ Osan yleisenä tavoitteena on:
Kehittää ymmärrystä vihreän liiketoiminnan markkinointitoimien tarkastelusta
- ◆ Tässä osassa: (1) kehität hahmotelman strategiasta tarkastellaksesi markkinointitoimiasi, (2) tarkastelet liiketoiminnan tuotteiden/palveluiden positiointia ja differointia ja (3) kehität mittareita, joita voidaan käyttää markkinointitoimien tarkasteluun



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Oppimistulokset

- ◆ Käytyäsi tämän osan läpi:
- ◆ Osaat kehittää strategian, jonka avulla voidaan tarkastella vihreän liiketoiminnan markkinointitoimia
- ◆ Osaat kehittää mittareita, joita voidaan käyttää vihreän liiketoiminnan markkinointitoimien tarkastelussa
- ◆ Ymmärrät vihreän liiketoiminnan markkinointitoimien tarkastelun merkityksen



Erasmus+



Oppimisprosessi

- ◆ Teoriatietoa
- ◆ Ryhmätyöskentelyä
- ◆ Henkilökohtaista pohdintaa
- ◆ ... sekä oppimista ja hauskanpitoa



Aloitus

- ◆ Nopea kysymys:
- ◆ Mitä indikaattoreita tai mittareita voisit käyttää vihreän yrityksen markkinointitoimien vaikutusten tarkastelussa?
- ◆ Jaa ajatuksesi koko ryhmälle



Strategian kehittäminen

- ◆ Lähtökohtana on kehittää jonkinlainen strategia, jotta tiedät mitä olet tekemässä, miksi, kenen kanssa ja milloin ne saavutetaan
- ◆ Tämä voi olla epävirallinen hahmotelma strategiasta A4 paperille tai muodollisempi strategia, joka tukee yrityksen muita toimia

Muodollisuuden tasoon vaikuttaa se, miten aiot käyttää strategiaa



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Strategian kehittäminen

◆ Markkinointistrategia koostuu joukosta päätöksiä, jotka liittyvät tuotteen tai palvelun positiointiin, differointiin ja arvoon, joita tarjotaan tunnistetuille asiakasryhmille (Kotler ja Armstrong, 2015)

◆ Strategian keskeisiä elementtejä ovat:

- Arvolupaus
- Tuotteen tai palvelun positiointi
- Tuotteen tai palvelun differointi



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Strategian kehittäminen

◆ **Arvolupaus**

◆ Arvolupaus on lyhyt lause, jossa kerrotaan selkeästi, mitä arvoa yritys lupaa asiakkaalleen.

◆ Kysymys:

◆ Mikä on sinun arvolupauksesi?



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Strategian kehittäminen

◆ **Tuotedifferointi**

◆ Differointi tarkoittaa tuotteen tai palvelun erillaistamista siten, että se poikkeaa laadun tai hinnan osalta muista markkinoilla olevista samaa kohderyhmää tavoittelevista tuotteista. Differoinnin avulla kohdeasiakkaita rohkaistaan näkemään tuote erilaisena ja haluttavana.

◆ Kysymys:

◆ Miten tuotteesi tai palvelusi eroaa kilpailijoista?



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Strategian kehittäminen

◆ **Tuotteen positiointi**

◆ Positiointi tarkoittaa sitä, miten brändi asemoidaan eli millainen mielikuva siitä halutaan luoda kuluttajan mieliin. Se on tuotteen tai palvelun differentiaa seuraava vaihe.

◆ Kysymys:

◆ Kuinka luot tuotteellesi/palvelullesi identiteetin markkinoilla?



Erasmus+



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Strategiasi

- ◆ On tärkeää, että strategiassa määritellään tarpeet, jotka pitää saavuttaa, kenen ne tulee saavuttaa ja milloin. Keskeistä tässä on olla mahdollisimman tarkka.
- ◆ On tärkeää määritellä erityiset tavoitteet SMART-tavoitteiden avulla
- ◆ SMART tavoitteet: **S**pecific (erityinen), **M**easurable (mitattava), **A**chievable (saavutettava), **R**ealistic (realistinen) ja **T**ime defined (ajallinen)



Erasmus+



Strategiasi

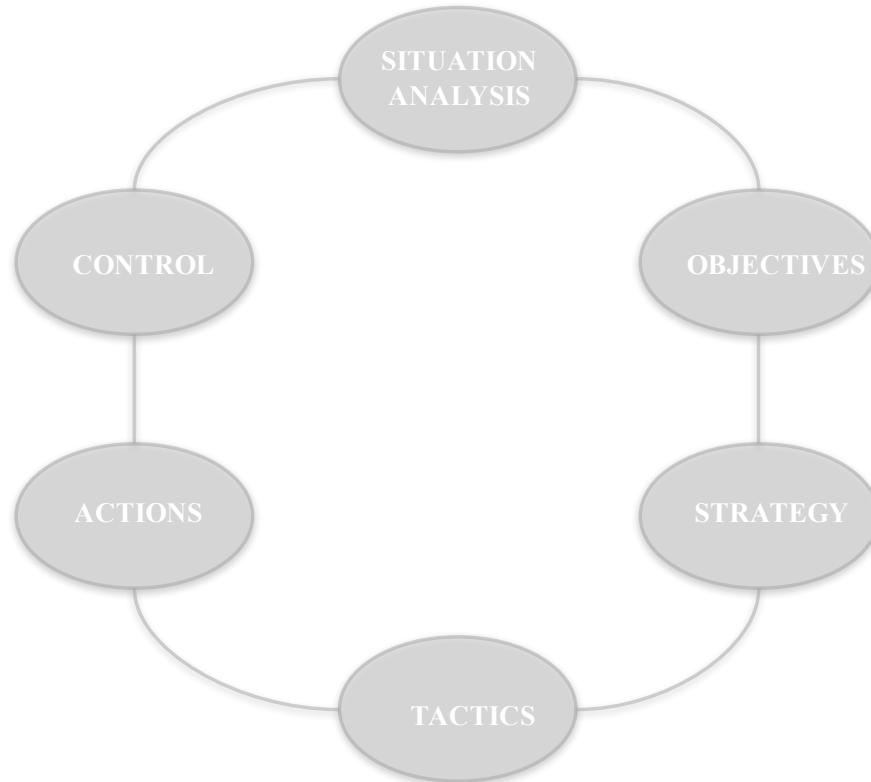
- ◆ Kehittäessäsi SMART –tavoitteita sinun tulee:
 - Määritellä mitä haluat saavuttaa (esim. haluamme saada enemmän uusia asiakkaita)
 - Tee niistä mitattavia (esim. haluamme 5 uutta asiakasta/kk)
 - Mieti onko ne saavutettavissa/realististisia nykyisessä yrityksen tilanteessa (esim. pääsy sisäisiin resursseihin markkinoinnin avuksi mahdollisille uusille asiakkaille)
 - Aseta aikataulu (esim. 6 kk sisällä)



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Strategiasi kehittäminen



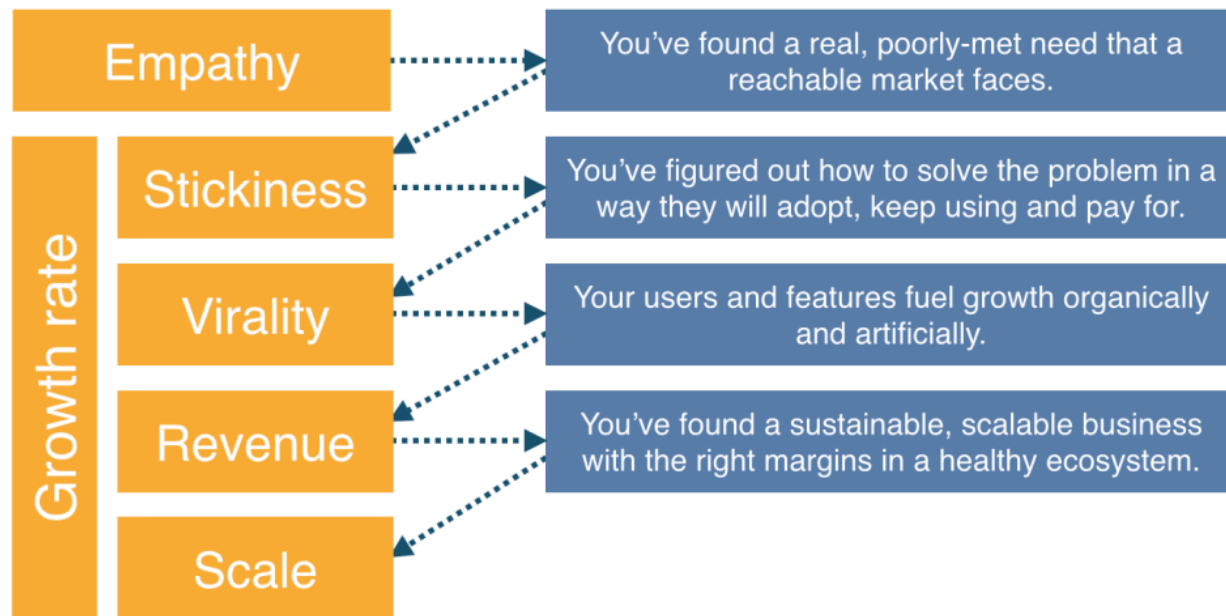
Lähde: Smith (2011)



Strategiasi kehittäminen

Lean Analytics Stages

“Gates” needed to move forward





**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Strategiasi kehittäminen

- ◆ Strategian kehittämisessä on useita vaiheita:
- ◆ Ensinnäkin, sinun on tunnistettava indikaattoreita tai mittareita, jotka kartoittavat tavoitteesi. On tärkeää, että voit kerätä tietoa mittareiden avulla.
- ◆ Toiseksi, sinun tulee päättää milloin tarkastelet edistymistä suhteessa mittareihin. On suositeltavaa asettaa aikarajoja, jotka mahdollistavat edistymisen seuraamisen säännöllisin väliajoin.



Erasmus+



**GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING**



Strategiasi kehittäminen

- ◆ Kolmanneksi, sinun tulee päättää kuka tarkastelee markkinoinnin tehokkuutta
- ◆ Lopuksi, sinun tulee päättää mitä tiettyä menetelmää käytetään markkinointitoiminnan tarkastelussa



Erasmus+



Strategiasi kehittäminen

◆ **Harjoitus:**

◆ Keskustelkaa pienryhmissä:

- Missä haluaisit yrityksesi olevan 6-12 kk kuluttua – aseta SMART -tavoitteita
- Millaisia toimia teet lisätäksesi tietoisuutta yrityksestä?
- Millaisia mittareita voisit käyttää näiden vaikutusten tarkasteluun?
- Tehkää yhteenveto keskeisimmistä toimista fläppitaululle



Yhteenveto

- ◆ On tärkeää tarkastella yrityksesi markkinointitoiminnan tehokkuutta
- ◆ Tätä varten sinun on kehitettävä strategia liiketoiminnallesi
- ◆ Strategian tulee olla johdonmukainen; miksi, mitä, miten ja milloin



GREEN
ENTREPRENEURSHIP
TRAINING



Kiitos!

Lisätietoja

Vieraile verkkosivuillamme
Green-entrepreneurship.online



Erasmus+