BUSINESS
FINLAND

INNOVOINTIOPAS
PK-YRITTÄJÄLLE

JOHDANTO

Laadimme tämän oppaan tavoitteenamme sytyttää kipinä uudistumiseen ja innovointiin ihan jokaisessa pk-yrityksessä. Toivomme sen toimivan innostavana ja selkeänä työkaluna kehitys- ja innovaatiotyön ensi askeliin, samalla poistaen turhan mystiikan innovaatio-termin ympäriltä.

> KUN OTTAA ENSIASKELEET JA ALKAA NIVOA KEHITYSTYÖTÄ OSAKSI YRITYSKULTTUURIA, ON KENELLÄ TAHANSA MAHDOLLISUUS KANSAINVÄLISESTI MENESTYVIIN INNOVAATIOIHIN.

INNOVOINTI JA LIIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN KUULUVAT KAIKILLE.

Innovaatio terminä tarkoittaa kehitystyötä ja uudistumista – useimmiten hyvin konkreettista, yksinkertaistakin työtä kohti jotain uutta. Innovointi ja liiketoiminnan kehittäminen ovat selviytymiskeinoja pärjäämiseksi tulevaisuuden markkinoilla, kykyä luoda kansainvälistä kilpailuetua ja mahdollisuuksia viedä alaa eteenpäin.

Innovaatiotyöhön ei ole onneksi vain yhtä tapaa, vaan on monia työkaluja ja menetelmiä saada se luontevaksi osaksi oman yrityksen toimintaa.

PARHAAT INNOVAATIOT JÄÄVÄT OSAKSI ELÄMÄÄMME.

Unohda perinteinen mielikuva patentein suojattavasta vempaimesta – innovaatio voi olla vaikkapa uudenlainen bisnes- tai palvelumalli, kuten oli Woltin kotiinkuljetuspalvelu Suomen markkinoilla. Innovaatiot kumpuavat aikansa uudenlaisesta ajattelusta, kyvystä katsoa tuttuja asioita uudesta näkökulmasta. Elämää helpottavat, parhaat innovaatiot jäävät osaksi arkeamme, kuten 1940-luvun kotimainen keksintö, astiankuivauskaappi.

Muuttuvaa maailmaa on tarkasteltava jatkuvasti löytääkseen niitä kilpailuetuja, joita maailma vaatii. Joskus vasta alkuperäisestä ideasta kehitetty, seuraava versio on se, joka lähtee lentoon. Innovointi vaatiikin pitkäjänteisyyttä ja riskinottokykyä.

Business Finland tukee kaiken kokoisia yrityksiä innovointityössä, kasvussa ja kansainvälistymisessä monin eri tavoin. Kansainvälistymisen tavoittelu on myös ehtona Business Finlandin myöntämälle tutkimus- ja kehitystyön (T&K) rahoitukselle. Rahoitamme kehitystyötä, joka ottaa riskejä, ja onnistuessaan tuottaa myös merkittävästi – yritykselle sekä suomalaiselle yhteiskunnalle.

Tervetuloa inspiroitumaan innovointityöstä – ja ottamaan yhteyttä meihin, kun kaipaatte tukea kasvuun ja kehitykseen.

SISÄLTÖ

1 INNOVOINTI KILPAILUKYVYN NÄKÖKULMASTA 4

Mikä on innovaatio – kuka voi innovoida? 5

Innovointi on kehitystyötä, joka mahdollistaa kasvun 6

Kehitystyön lähtökohta on aina asiakas 8

2 INNOVOINTI KESTÄVÄN KEHITYKSEN NÄKÖKULMASTA 10

Kestävän kehityksen termit tutuksi 11

Megatrendit ja muutostrendit määrittelevät sinunkin yrityksesi askeleita 12

Hyödynnä ajoissa kulutuskäyttäytymisen muutostrendit 14

Kestävä kehitys on paljon muutakin kuin ympäristönsuojelua 15

Mitä pk-yritys voi konkreettisesti tehdä? 16

Mitä riskejä ja uhkia on hyvä huomioida? 17

3 MITEN LÄHTEÄ INNOVOIMAAN? 19

Katse ensin oman yrityksen kulttuuriin 20

Asiakastarpeet ja heikot signaalit luupin alle 21

Menetelmiä ja työkaluja innovointiin 22

Pilotointivaihe tuo kallisarvoista palautetta 24

Mitä jos innovointi ei tule selkärangasta? 25

Miten innovaatioprosessi etenee? 26

Innovointityöhön saa – ja kannattaa pyytää apua 27

4 BUSINESS FINLANDIN T&K-RAHOITUS PK-YRITYKSILLE INNOVOINNIN TUEKSI 29

Miten innovaatioita arvioidaan Business Finlandilla? 30

Hyvinvoiva yritys on edellytys T&K-projektin arvioinnille 31

T&K-rahoituksen hakijan muistilista 32

Alkukeskustelu: säästä aikaa ja löydä oikea palvelu 33

Hyvä tietää T&K-rahoituksesta 34

Yritystukea monista lähteistä 35

Hyödynnä myös muut kansainvälistymisen palvelut 36

1
INNOVOINTI KILPAILUKYVYN NÄKÖKULMASTA

Hyvin harvaa kulutusvalintaamme tai ostopäätöstämme rajoittaa enää maantieteellinen sijainti. Voimme valita kiinnostavimman, edullisimman, laadukkaimman tai ekologisimman palvelun, yhteistyökumppanin tai tuotteen lähes mistä tahansa. Siksi innovointi, kehittyminen ja uudistuminen on niin valtavan tärkeää – kilpailukyvyn säilyttämiseksi ja kasvattamiseksi.

“ INNOVOINTI ON ELINEHTO, JOS YRITYS HALUAA PYSYÄ MUKANA GLOBAALIKSI KASVANEESSA KILPAILUSSA.

MIKÄ ON INNOVAATIO – KUKA VOI INNOVOIDA?

Innovaatio-sana liitetään mielikuvatasolla usein edelleen yksinomaan maailmaa mullistaviin, patentoitaviin keksintöihin. Tämä saa innovoinnin kuulostamaan etäiseltä, joltain joka ei koskisi kaikkia aloja ja yrityksiä. Siksi haluamme aloittaa ravistelemalla tämän turhan salaperäisen mielikuvan innovaatio-sanan ympäriltä.

UUSI IDEA, JOKA ON TALOUDELLISESTI HYÖDYNNETTÄVISSÄ

Pk-yrityksen kannattaa ajatella innovaatioita yksinkertaisesti keksintönä tai uutena ajatuksena, joka on taloudellisesti hyödynnettävissä. Innovaatioita on toki yhtä lailla erilaisia kuin on yrityksiäkin. Täten innovaatio voi olla niin uusi, korkean teknologian valmistusmateriaali teollisuuteen, kuin vaikkapa uudenlainen palvelumalli autokorjaamolle. Molemmilla voi olla huomattavaa taloudellista potentiaalia, myös kansainvälisellä tasolla.

RATKAISU NYKYPÄIVÄN TAI TULEVAISUUDEN HAASTEESEEN

Voimme siis hyvillä mielin haudata ajatuksen innovaatiosta pelkkänä patentoituna ihmelaitteena. Todellisuudessa innovaatiot voivat olla hyvinkin yksinkertaisia uudistuksia, joilla on helpottava vaikutus päivittäiseen elämäämme, ja samalla taloudellista potentiaalia. Innovaatio voidaan ajatella ratkaisuna johonkin nykyiseen tai tulevaisuuden haasteeseen.

KEHITYSTYÖTÄ LAATIKON ULKOPUOLELTA & RISKINOTTOKYKYÄ

Yksi yhteinen nimittäjä erilaisille innovaatioille on kyky ajatella laatikon ulkopuolelta ja uskaltaa ottaa riskejä. Me Business Finlandilla tuemme rahoituspalveluillamme yrityksiä, joilla on käsissään jotain uutta ja arvioimme, minkälainen potentiaali innovaatiolla olisi kansainvälisillä markkinoilla – seikka, johon perustuvat myös T&K-rahoituspäätöksemme.

INNOVAATIO VOI OLLA:

1. UUSI, ENNENNÄKEMÄTÖN TAPA TOIMIA
2. UUSI TUOTE TAI PALVELU, JOTA EI VIELÄ OLE OLEMASSA
3. TEHOKKAAMPI TAPA TEHDÄ VANHA ASIA
4. PROSESSIN TEHOSTAMINEN UUDELLA TAVALLA
5. UUDISTUS, JOKA HELPOTTAA PÄIVITTÄISTÄ ELÄMÄÄMME
6. KILPAILUETUA PARANTAVA KEHITYSTYÖN TULOS

INNOVOINTI ON KEHITYSTYÖTÄ, JOKA MAHDOLLISTAA KASVUN

Jos yritys haluaa kasvaa, on kehitystyö välttämätöntä. Ennen yritys saattoi valita, haluanko uudistua vai vain "olla näin". Kilpailun kansainvälistyttyä uudistumisen vaihtoehto ei ole paikallaan pysyminen, vaan tamppautuminen uudistujien jalkoihin. Kasvu mahdollistaa pysymisen mukana globaalissa kilpailussa. Yrittäjänä harvemmin voit enää edes valita kotimaisen tai globaalin kilpailun väliltä.

KOTIMAISUUS EI ENÄÄ YKSIN RIITÄ

Yhteistyökumppani tai palveluntarjoaja voi sijaita kotikaupungissa tai tuhansien kilometrien päässä. Siksi kotimaisuuskaan ei enää yksin riitä, kun asiakkaan vaakakupissa painavat myös kustannustehokkuus, laatu, hinta, asiantuntemus, innovatiivisuus, ympäristöystävällisyys – ja valinnanvaraa on maailmanlaajuisesti.

Ja jos käännetään asetelma toisin päin, miksi suomalainen yritys herättäisi kiinnostusta kansainvälisillä markkinoilla, jos sillä ei ole mitään uutta, poikkeuksellista tarjottavaa?

KÄYTÄ KESTÄVÄÄ KEHITYSTÄ UUDISTUMISEN MOOTTORINA

Maailman kiihtyvävauhtinen muutos sekä kestävän kehityksen vaatimukset puskevat väkisin uudistumaan. Kestävän kehityksen tulee nivoutua yrityksen toimintaan ja yhä useampi asiakas myös odottaa sitä. Yritysten kannattaisikin pyrkiä ajattelemaan kestävän kehityksen vaatimuksia uusina mahdollisuuksina.

Esimerkiksi videokokoukset eri puolille maailmaa ovat osa tätä mullistusta – niistä tuli nopeasti normaali, helpottava osa päivittäistä elämäämme. Samalla tavoin voi tulevaisuudessa kestävän kehityksen ajattelutavan ansiosta löytyä innovaatioita, joita emme voi vielä edes käsittää.

> "KASVU MAHDOLLISTAA PYSYMISEN MUKANA GLOBAALISSA KILPAILUSSA.

KEHITY JA HARPO EDELLÄ – TAI PYSÄHDY JA JUOKSE MUITA KIINNI

Edes globaali markkinajohtajuus ei takaa asemaa, jossa kehitystyön ja uudistumisen voisi unohtaa. Tästä esimerkkinä voidaan muistella Nokian, Ericssonin ja Motorolan ylivertaisuutta, joka hapertui hetkessä älylaitteiden vallatessa markkinat. Nyt autoteollisuudessa käydään samaa painia, kun satavuotiaat autonvalmistajat koettavat ottaa kaukaa takamatkalta kiinni uusia, kestävän kehityksen trendiä tukevia innovaatioita.

5 SYYTÄ KEHITTYÄ:

1 KEHITYSTYÖ ON AINOA TIE KASVUUN

2 KILPAILET KOKO MAAILMAN TARJONNAN KANSSA

3 ASIAKAS ODOTTAA KESTÄVÄN KEHITYKSEN MUKAISTA TOIMINTAA

4 ASIAKAS VALITSEE SINUT, KOSKA OLET KILPAILIJOITA EDELLÄ

5 OLE MUKANA LUOMASSA KESTÄVÄMPÄÄ TULEVAISUUTTA

KEHITYSTYÖN LÄHTÖKOHTA ON AINA ASIAKAS

Jokainen yritys on olemassa asiakkaidensa vuoksi. Siksi kehitystyönkin on oltava asiakaslähtöistä. Innovaation on vastattava asiakastarpeeseen ja täytettävä jokin tyhjiö markkinoilla.

ASIAKASLÄHTÖISEN KEHITYSTYÖN MERKITYS YRITYKSELLE:

- Asiakkaat odottavat, että sinulla on jotain uutta ja parempaa kuin kilpailijalla.
- Asiakasvalinta syntyy, kun täytät heidän tarpeensa paremmin kuin kilpailijat.
- Kun asiakas valitsee teidät uudelleen ja uudelleen, johtaa se yrityksen kasvuun.

YMMÄRRÄ ASIAKASTARPEITA JA KATSO TULEVAISUUTEEN

Kehitystyössä paneudutaan ymmärtämään asiakkaan tarpeita ja sitä, mitä uutta yritys voisi tarjota, mitä tehdä eri tavalla kuin ennen, ja toisin kuin kukaan muu.

Harvoin kuitenkaan idea uuteen innovaatioon tarjoillaan suoraan selkeän asiakastarpeen muodossa, eivätkä asiakkaat aina osaa kertoa, mitä he haluavat. Siksi kehotammekin unohtamaan hetkeksi kaikenlaiset pään sisäiset rajoitteet, ja ajattelemaan visionäärisesti laatikon ulkopuolelta.

INNOVAATIOTYÖN MUISTILISTA:

1 Pohdi seuraavia kysymyksiä:

- Mitä tulevaisuuden asiakkaat tulevat haluamaan?
- Miltä maailma näyttää muutaman vuoden päästä?
- Mitä kaikkea teknologian trendit tulevat mahdollistamaan?

2 Mieti, mitä uutta annettavaa sinun yrityksellesi on silloin?

3 Selvitä tarve, tai luo sellainen.

4 Yritä rohkeasti, vain silloin voit onnistua.

5 Rohkea innovoija saa apua riskin jakamiseen.

SELVITÄ TARVE – TAI LUO SELLAINEN

Innovaatiot syntyvätkin usein niin, ettei tarvetta vielä ole, vaan sellainen luodaan. Seuraavat esimerkit kertovat tarpeiden luomisesta sekä siitä, että innovointia voi todella tehdä joka sektorilla:

• Kosketusnäyttö on tänä päivänä meille itsestäänselvyys, mutta harva tavallinen kuluttaja oli osannut haaveilla siitä, saati sitten kokea tarvetta sellaiselle, kun se lanseerattiin kuluttajakäyttöön.

• “Tilataanko tänään pizzaa?” tavattiin ennen kysyä, sillä muuta ruokaa ei kotiinkuljetuksella saanut. Woltilla ajateltiin toisin, ja muutamassa vuodessa ruuan kotiin tilaaminen on räjähtänyt ja laajenemassa myös uusille osa-alueille.

VAIN YRITTÄMÄLLÄ ON MAHDOLLISUUS ONNISTUA

Haluamme kannustaa jokaista yritystä innovoimaan, eli tekemään kehitystyötä. Kehitystyö on elintärkeää yritykselle ja yhteiskunnalle, vaikka se ei aina johtaisikaan innovaatioihin. Mutta ilman kehitystyötä ei innovaatioille anneta edes mahdollisuutta.

Vaikka puhumme innovaatioista usein menestyjien kautta, harvemmin kukaan on onnistunut ensi yrittämällä, vaan joutunut kokemaan myös epäonnistumisia. Silti vain yrittämällä on mahdollisuus onnistua.

BUSINESS FINLAND ROHKEAN INNOVOIJAN RISKIÄ JAKAMASSA

Rohkea, laatikon ulkopuolelta -ajattelu sisältää aina riskin. Business Finlandin rahoituspalvelu perustuu siihen, että me olemme jakamassa sitä riskiä – sitä varten olemme olemassa pk-yrityksille. Rahoituspalvelumme on niitä rohkeita avauksia ja radikaalimpia innovaatioita varten, joilla on potentiaalia saavuttaa kilpailuetua kansainvälisillä markkinoilla.

> “BUSINESS FINLANDIN RAHOITUSPALVELU PERUSTUU SIIHEN, ETTÄ ME OLEMME JAKAMASSA SITÄ RISKIÄ – SITÄ VARTEN OLEMME OLEMASSA PK-YRITYKSILLE.

2
INNOVOINTI KESTÄVÄN KEHITYKSEN NÄKÖKULMASTA

Innovoinnista puhuttaessa ei voi olla sivuuttamatta kestävää kehitystä, joka on kasvavan tärkeässä roolissa yritysten kehittämisessä – ja jos ei vielä ole, sen tulisi olla. Kestävä kehitys ei ole ohimenevä trendi, ja se linkittyy vahvasti kestävään kilpailuetuun.

Kestävän kehityksen mukaiseen toimintaan ei onneksi ole vain yhtä tapaa, vaan yritys voi valita omalle toiminnalleen luontevimmat kestävän kehityksen tavoitteet, joihin sitoutua.

“ KESTÄVÄN KEHITYKSEN HUOMIOINTI TUO KESTÄVÄÄ KILPAILUETUA.

KESTÄVÄN KEHITYKSEN TERMIT TUTUKSI

Kestävä kehitys on paljon käytetty yleissana, mutta rinnalla vilisee muitakin termejä, kuten vähähiilisyys ja vastuullisuus. Käsitteet menevät helposti sekaisin, jopa menettäen merkityksensä. Kuoritaan siis termit auki, jolloin niiden sanoma kirkastuu.

KESTÄVÄ KEHITYS

Suomen ympäristöministeriön mukaan "Kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Tämä tarkoittaa myös, että ympäristö, ihminen ja talous otetaan tasavertaisesti huomioon päätöksenteossa ja toiminnassa."

VÄHÄHIILISYYS

Vähähiilisyys on kestävän kehityksen osa-alue, jonka merkitys kasvaa luonnonvarojen ehtyessä. Se on energia- ja materiaalitehokkuutta, energiankulutuksen pienentämistä ja uusien energiamuotojen hyödyntämistä. Se on pyrkimystä löytää kestäviä, uusiokäytettäviä materiaaleja sekä prosesseja, joissa on mahdollisimman vähän hukkatuotantoa.

VASTUULLISUUS

Vastuullisuus voidaan nähdä kestävän kehityksen rinnakkaisena terminä mutta myös sen osa-alueena. Yrityksen vastuullinen toiminta ihmisiä ja ympäristöä kohtaan käsittää mm. lakien noudattamisen, hyvän hallintotavan sekä sosiaaliset normit. Myös rahoitusta on helpompi myöntää vastuullisesti toimiville yrityksille kuin niille, joiden toiminnassa on epäselvyyksiä.

Eikö kuulostakin päämäärältä, jonka vuoksi kannattaa tehdä kehitystyötä? Jos sinunkin yrityksesi siis haluaa toimia päämääränään hyvät elämisen mahdollisuudet nykyisille ja tuleville sukupolville, on se hyvä alku kestävän kehityksen mukaisiin toimiin.

MEGATRENDIT JA MUUTOSTRENDIT MÄÄRITTELEVÄT SINUNKIN YRITYKSESI ASKELEITA

Megatrendi tarkoittaa maailmanlaajuista, yleistä kehityssuuntaa. Muutostrendi viestii nousevasta muutoksesta, joka ei ole vielä laajentunut megatrendin kaltaiseksi toimintatavaksi.

Megatrendit ja muutostrendit heijastavat vahvasti sitä, mihin maailma on menossa, ja näin ollen myös sitä, mihin suuntaan sinun yrityksesi tulisi olla matkalla. Siksi on tarpeen ottaa esiin muutama kestävän kehityksen trendi.

MEGATRENDI I:
KILPAJUOKSU ILMASTONMUUTOKSEN KANSSA

Ilmastonmuutos, sen torjuminen ja siihen sopeutuminen on globaali megatrendi. Meillä on suorastaan kiire kehittää kestävämpiä tapoja toimia.

Yrityksille tämä tarkoittaa erityisesti kahta asiaa:

1 Vaatimuksia asetetaan valtiotasolta, joihin yritysten toiminnan on vääjäämättä mukauduttava. He jotka tekevät sen ensin, ovat etulyöntiasemassa muihin nähden.

2 Asiakkaasi tekevät kulutuspäätöksiään tänä päivänä erilaisista lähtökohdista. Ilmastonsuojelu yrityksen arvona ja konkreettisina tekoina painaa enemmän kuin vielä joitain vuosia sitten.

MEGATRENDI II:
KEHITTYVIEN MAIDEN TALOUSKASVU MAAPALLOMME EHDOILLA

Ilmastonmuutoksen vastavoimana jyllää erityisesti kehittyvien markkinoiden talouskasvu. Uutta keskiluokkaa syntyy, jolla on varaa kuluttaa toisin kuin vanhemmillaan. Globaalisti energiankulutus on yhä kasvamassa, ja kelkka kääntyy hitaasti.

Yrittäjänä voit pohtia asiaa näin:

1 Talouskasvun paine kehittyvissä maissa ja samaan aikaan vaatimukset kestävämmille ratkaisuille muodostavat yrityksille valtavan mahdollisuuksien areenan.

2 Kysyntä uusille innovaatioille, joiden avulla taistellaan ilmastonmuutosta vastaan ja tarjotaan kehittyville maille kestävämpiä vaihtoehtoja talouskasvuun, on kovempi kuin koskaan.

> “MITÄ VOISITTE TEHDÄ TOISIN, MITEN KEHITTÄÄ PROSESSEJA TAI MATERIAALEJA, KUN MAAILMA SUORASTAAN HUUTAA TEKOJA JA IDEOITA?

HYÖDYNNÄ AJOISSA KULUTUS-KÄYTTÄYTYMISEN MUUTOSTRENDIT

“ SAAVUTA KILPAILUKYKYÄ JA ETULYÖNTIASEMA.

OLE MUKANA LUOMASSA KESTÄVÄMPÄÄ MAAPALLOA.

LÄNSIMAAT
- Kulutuskäyttäytymisen muutos pitkällä
- Kestävä kehitys näkyy arjessa
- Vastuullisuutta osataan vaatia

KEHITTYVÄT MAAT
- Kulutus kasvaa yhä nopeammin
- Vastuullisuutta ei osata kaivata
- Ympäristö huutaa kestäviä ratkaisuja

VALTIOT
- Kestävä kehitys agendalla
- Painetta tekoihin
- Nopeitakin kestäviä päätöksiä, esim. liikenteen sähköistyminen

VASTUULLISUUS ARVOINA JA TEKOINA ON JO KILPAILUKYVYN EDELLYTYS

YRITYKSET

TÄRKEÄÄ PYSYÄ AJAN HERMOLLA VALTIOIDEN KESTÄVÄN KEHITYKSEN AGENDOISTA

TUHANSIA MAHDOLLISUUKSIA LUODA MARKKINOILLE UUSIA, KESTÄVÄN KEHITYKSEN INNOVAATIOITA

KESTÄVÄ KEHITYS ON PALJON MUUTAKIN KUIN YMPÄRISTÖNSUOJELUA

Usein kestävä kehitys mielletään juuri ympäristönäkökulmasta. Se on kuitenkin paljon laajempi kokonaisuus, ja yritys voi teoillaan vaikuttaa moneen osa-alueeseen.

Yrityksen, joka suunnittelee toimintaansa kestävän kehityksen arvojen mukaan, on hyödyllistä peilata toimintaansa YK:n kestävän kehityksen toimintaohjelmassa määriteltyihin 17 globaaliin tavoitteeseen, vaikka niistä osa olisi kaukanakin yrityksen toiminnasta.

Tavoitteissa esiintyvät ympäristönsuojelun lisäksi mm. köyhyyden ja nälän poistaminen, koulutus, sukupuolten tasa-arvo, puhdas vesi ja kestävä kuluttaminen – sekä monta muuta tavoitetta, jotka yritys voi ottaa omakseen. Myös Business Finlandilla lähestytään kestävää kehitystä YK:n tarjoaman viitekehyksen kautta.

KESTÄVÄN KEHITYKSEN ALALAJEJA OVAT:

EKOLOGINEN KESTÄVYYS – – **TALOUDELLINEN KESTÄVYYS** – – **KULTTUURINEN KESTÄVYYS** – – **SOSIAALINEN KESTÄVYYS**

> “AIDOSTI YRITYKSEN TOIMINTAAN NIVOTUT KESTÄVÄN KEHITYKSEN ARVOT KASVAVAT MARKKINOINTIKEINOKSI JA KILPAILUEDUKSI NIIN KOTIMAISILLA KUIN GLOBAALEILLA MARKKINOILLA.

MIKSI KESTÄVÄ KEHITYS ON TÄRKEÄÄ JOKAISELLE YRITYKSELLE?

- Se on elintärkeää maapallolle
- Se kiinnostaa asiakasta
- Se kiinnostaa rahoittajia
- Se kiinnostaa työntekijöitä
- Siitä voi kasvaa globaali kilpailuetu

MITÄ PK-YRITYS VOI KONKREETTISESTI TEHDÄ?

Jokaisen yrityksen kannattaa miettiä, miten voi kantaa oman kortensa kekoon. Tilaa on niin suurille kuin pienillekin innovaatioille. Yrityksen kyky ja halukkuus osallistua kestävän kehityksen tavoitteiden saavuttamiseen nimittäin on paitsi tärkeää maapallolle, se kiinnostaa niin rahoittajaa, työntekijöitäsi, kuin asiakastasi.

YMMÄRRÄ OMA HIILIJALANJÄLKESI

Aloita tarkastelu yrityksen omasta hiilijalanjäljestä. Kun ymmärtää mistä kaikista tekijöistä se syntyy, voi ryhtyä helposti konkreettisiin tekoihin oman toiminnan kehittämiseksi. Hiilijalanjäljen suuruus riippuu valtavasti alasta, mutta yleensä voi aina tehdä jotain eri tavalla entistä kestävämmän toiminnan hyväksi.

OTA KESTÄVÄN KEHITYKSEN NÄKÖKULMA JOKAISEEN YRITYKSEN OSA-ALUEESEEN

Parhaiten kestävän kehityksen saa mukaan yrityksen konkreettiseen tekemiseen ottamalla sen huomioon jo heti tavoitteita asetettaessa sekä prosesseja suunniteltaessa. Näitä ovat mm. tuotannon materiaalivalinnat, palvelusuunnittelu, tai liiketoimintakonseptit, missä voi esimerkiksi digitalisaation keinoin korvata fyysisiä prosesseja.

Kestävän kehityksen tulisi nivoutua luontevaksi osaksi kaikkea yrityksen kehitystyötä. Silloin se ei tunnu vaikealta ja erilliseltä asialta, joka täytyy “muistaa tehdä”, vaan se kulkee kaikessa tekemisessä selkärankana, ja voi kasvaa kilpailueduksi.

PYRI VÄHÄHIILISYYTEEN

Vähähiilisyyteen pyrkiminen yrityksen tuotteissa ja palveluissa on konkreettinen teko kestävän kehityksen hyväksi ja hyvin todennäköinen kilpailuetu. Kilpailu on toki kovaa, mutta vähähiilisyys on hyvä keino luoda kestävää kilpailukykyä yritykselle.

On myös selvää, että tulevaisuudessa tietyt materiaalit tulevat väistämättä loppumaan, ja tarve kierrättää ja uusiokäyttää tulee kasvamaan. Mitä nopeammin yrityksesi omaksuu nämä toimenpiteet, sitä helpompi muutos tulee olemaan.

MITÄ RISKEJÄ JA UHKIA ON HYVÄ HUOMIOIDA?

MARKKINOIDEN KYPSYYSASTE

Kestävän kehityksen innovaatioiden markkinakohtainen menestys riippuu siitä, ovatko markkinat jo valmiita hyväksymään uusia, kestävän kehityksen mukaisia ratkaisuja. Uhkana voi olla, että markkinat eivät ole vielä innovaatiolle valmiit.

UUDEN INNOVAATION MARKKINAHINTA

Kehittämänne tuote tai ratkaisu saattaa olla elinkaarikustannuksiltaan edullisempi, mutta hankintahetkellä huomattavasti kalliimpi, mikä voi myös aiheuttaa markkinoille pääsyssä hankaluuksia. Riskien minimoinnissa auttaa huolellinen markkinatutkimus ja strateginen ajoitus.

KEHITYKSEN JA UUDISTUKSEN LAIMINLYÖNTI

Markkinoilla pärjääminen uudella innovaatiolla sisältää aina riskin. Suurempi riski ja uhka piilevät kuitenkin siinä, jos innovointiin ja kestävän kehityksen vaatimiin toimiin ei lähde mukaan ollenkaan. Jos ei itse kehitä ratkaisuja, joku toinen kyllä kehittää.

KESTÄVÄT RATKAISUT KIINNOSTAVAT MYÖS RAHOITTAJIA

Yrityksen kannattaa aina hakea kumppaneita jakamaan kansainvälisesti potentiaalisen innovaation riskiä. Hyvänä esimerkkinä tästä on Business Finlandin T&K-rahoituspalvelu. Kestävän kehityksen nivominen yrityksen kehitystoimintaan on tärkeää myös siksi, että tulevaisuudessa rahoitettavien innovaatioiden arvioinnissa kestävällä kehityksellä tulee olemaan entistä suurempi rooli, niin julkisten kuin yksityisten rahoittajien tapauksessa.

> TULEVAISUUDESSA RAHOITETTAVIEN INNOVAATIOIDEN ARVIOINNISSA KESTÄVÄLLÄ KEHITYKSELLÄ TULEE OLEMAAN ENTISTÄ SUUREMPI ROOLI.

CASE KONECRANES: “MEILLÄ EI OLE TOISTA PLANEETTAA.”

Suomalainen pörssiyhtiö Konecranes on maailman johtavia nostolaitevalmistajia, asiakkainaan koneenrakennus- ja prosessiteollisuuden toimijoita, telakoita, satamia ja terminaaleja – globaalille kaupankäynnille välttämättömiä aloja, jotka samalla aiheuttavat suuren osan kasvihuonepäästöistä.

KESTÄVÄ KEHITYS LEIKKAA LÄPI KOKO YRITYKSEN LIIKETOIMINNAN

Konecranes on nivonut kestävän kehityksen kiinteäksi osaksi liiketoimintaansa, sillä he eivät näe muuta vaihtoehtoa. Yrityksen ilmastotavoitteet tulevat olemaan linjassa Pariisin ilmastosopimuksen kanssa, jossa sitoudutaan puolittamaan päästöt alle 10 vuodessa. Rima on korkealla, mutta siihen ollaan valmiita satsaamaan. Konecranesin vastuullisuusjohtaja **Anniina Virta-Toikan** sanoin, “meillä ei ole toista planeettaa”.

KESTÄVÄ LIIKETOIMINTA ON TÄRKEÄÄ KAIKILLE SIDOSRYHMILLE

Konecranesilla ymmärretään vastuullisuuden merkitys tänä päivänä niin yrityksen asiakkaille, työntekijöille kuin sijoittajille. Samalla he näkevät kehityksessä valtavasti mahdollisuuksia, ja haluavat auttaa asiakkaitaan pääsemään ympäristötavoitteisiinsa.

KONECRANESIN VASTUULLISUUSSTRATEGIAN OSAT:

- ✔ **Eko-optimoitu tarjooma ja kiertotalous**
- ✔ **Ilmastotoimet ja resurssitehokkuus**
- ✔ **Työturvallisuus ja turvalliset tuotteet**
- ✔ **Monimuotoinen, osallistava ja sitouttava työympäristö**
- ✔ **Vastuulliset liiketoimintakäytännöt**

OPIT JA INSPIRAATIOTA KONECRANESILTA:

- ✔ Kestävän kehityksen strategiassa kannattaa tukeutua valmiisiin malleihin: hyödynnä globaaleja tavoitteita ja viitekehyksiä ja käytä niitä olennaisuuden arvioinnin tukena.
- ✔ Kestävyys on saatava osaksi yrityksen strategiaa.
- ✔ Kaikki yrityksen sidosryhmät ovat kiinnostuneita vastuullisuudesta – huomioi näiden ryhmien vaatimukset.
- ✔ Nosta tavoitteet tarpeeksi korkealle.

Konecranes on Business Finlandin yhteistyökumppani kestävän kehityksen teemassa. Business Finland tukee valmistavan teollisuuden uudistamista ja kilpailukyvyn lisäämistä niin, että Suomesta tulisi yksi johtavista kestävän valmistuksen maista.

3
MITEN LÄHTEÄ INNOVOIMAAN?

No niin, lähdetään siis innovoimaan – mutta miten? Siihen pyrimme tässä osiossa tuomaan erilaisia ideoita ja näkökulmia. Haluamme painottaa, että tapoja innovoida on valtavasti, ja yhdelle yritykselle sopii yksi, toiselle jokin toinen tapa. Kokeilemalla löydätte juuri teille sopivimmat prosessit.

“ JOS YRITYS PÄÄTTÄÄ JA HALUAA UUDISTUA, ON ENSIMMÄINEN JA TÄRKEIN ASKEL JO OTETTU.

KATSE ENSIN OMAN YRITYKSEN KULTTUURIIN

Innovaatiot syntyvät usein ihmisten intohimosta tehdä osaamiaan asioita, ja tarpeesta tai halusta ratkaista jokin ongelma tai haaste.

Oma henkilöstö on avainroolissa tuomaan kehitysideoita ja parannusehdotuksia pöytään. Innovointi ei kuitenkaan onnistu, mikäli organisaation toiminta ei tue kehitystyötä tai kannusta siihen. Siksi on tärkeää tarkastella aluksi omaa organisaatiokulttuuria ja miten siinä aidosti suhtaudutaan kehittämiseen.

- ✔ Onko henkilöstöä motivoitu innovointiin?
- ✔ Pyritäänkö organisaatiossa aktiivisesti etsimään parannuskohteita, tai luomaan uusia innovatiivisia kilpailuetuja?
- ✔ Onko vetovastuu nimetty jollekin ja varmistettu siihen aikaa ja rahaa?
- ✔ Koetaanko innovointi palkitsevaksi?

Jos vastaus useaan kysymykseen on ‘ei’, kannattaa aluksi paneutua kehitykselle avoimemman kulttuurin kehittämiseen, ja alkaa aktiivisesti miettiä tuttuja asioita uudella tavalla.

> “ LUOVAA AJATTELUA TULISI KOROSTAA KAUTTA ORGANISAATION, SITÄ TULEE RUOKKIA, JA SILLE TULEE OLLE AIKAA.

ASIAKASTARPEET JA HEIKOT SIGNAALIT LUUPIN ALLE

Nykyisten asiakkaiden ja uusien asiakasryhmien tarpeisiin on pystyttävä vastaamaan nyt ja tulevaisuudessa. Se vaatii suunnitelmallisuutta ja tulevaisuuteen varautumista, mikä onnistuu asiakaskuuntelulla sekä globaaleja trendejä seuraamalla.

SEURATKAA TRENDEJÄ JA HEIKKOJA SIGNAALEJA

Alan julkaisut ja erilaiset tulevaisuusskenaariot valottavat, miten ajattelu ja kulutuskäyttäytyminen ovat muuttumassa. Markkinatieto auttaa ymmärtämään myös alan johtavien toimintaa, mikä antaa työkaluja synnyttää jotain vielä parempaa, ja siten saada keulaa markkinajohtajiin.

KEHITTÄKÄÄ ASIAKKAAN TARPEISTA LÄHTIEN

Kerätkää aktiivisesti asiakaspalautetta ja pitäkää asiakas mukana kehitystyön ytimessä ja lähtökohtana. Näin varmistatte, että kehitetty tuote tai palvelu vastaa kysyntään ja asiakastarpeeseen, nyt ja tulevaisuudessa.

KATSOKAA NYKYASIAKKAITA KAUEMMAS

Miettikää, miten omaa tuotetta ja palvelua voisi kehittää soveltuvaksi uusille toimialoille ja segmenteille. Esimerkiksi VR-lasit tulivat markkinoille aluksi elokuvien elämykselliseen katseluun, mutta palvelevat nykyään myös esim. terveydenhuollossa ja kuntoutuksessa.

JOSKUS KANNATTAA INSPIROITUA JO OLEMASSA OLEVASTA

”Trendsetteriksi” pääseminen on toki palkitsevaa, mutta trendsetterin seuraaja saattaa tehdä jopa enemmän rahaa. Olemassa olevan soveltaminen laillisesti oman yrityksen käyttöön on joskus kannattavampaa kuin täysin uuden luominen. Aina pyörää ei ole siis pakko keksiä uudelleen.

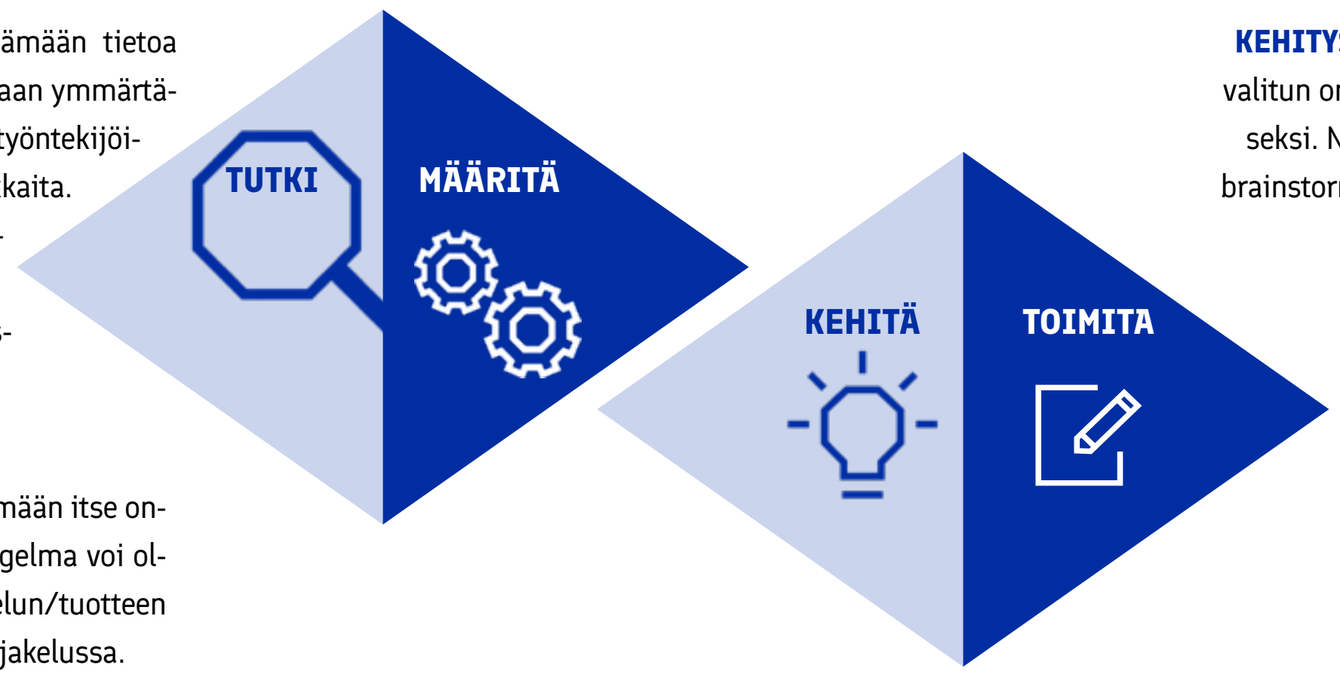
MENETELMIÄ JA TYÖKALUJA INNOVOINTIIN

- **ASIAKASHAASTATTELUT JA KYSELYT** – muistakaa kuulla niin asiakkaita, kuin asiakasrajapinnassa työskenteleviä, joilla on yleensä arvokasta tietoa omista kilpailueduista tai puutteista suhteessa kilpailijoihin.
- **HAVAINNOINTI JA ASIAKASTYÖPAJAT** – kyselyjen lisäksi aitojen tilanteiden havainnointi sekä yhdessä asioiden työstäminen tuovat tärkeitä, uusia näkökulmia.
- **PALVELUMUOTOILU** – palveluiden ja liiketoiminnan kehittämistä tavalla, jossa palvelun käyttäjät otetaan aktiivisesti mukaan kehitystyöhön.
- **BENCHMARKING** – tutkikaa omaa yritystä tai tuotetta ja sen heikkouksia ja vahvuuksia suhteessa muihin.
- **AIVORIIHET JA IDEOINTIKOKOUKSET** – yrityksen sisäiset aivoriihisessiot tuottavat paljon hyvää materiaalia kehitystyön tueksi.
- **BLUEPRINTING** – prosessianalyysi ja palvelumalli, joka kuvaa asiakaspolkua sekä siihen vaikuttavia asioita. Kehityskohteita voi miettiä yhdessä asiakkaan kanssa.
- **TUPLATIMANTTI** – mallissa halutaan ensin ymmärtää ja havainnollistaa jokin ongelma. Asiakas osallistamalla pyritään löytämään ratkaisu.
- **QFD, QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT** – asiakaslähtöistä tuotteen tai palvelun kehitystä. Prosessissa selvitetään ja priorisoidaan asiakkaan tarpeet, ja ne käännetään kehitystä ohjaaviksi spekseiksi.

TUPLATIMANTTI KÄYTTÖÖN

Tuplatimantti on yleisesti käytetty palvelumuotoilun perusrunko. Se jakautuu neljään osaan: **TUTKI, MÄÄRITÄ, KEHITÄ JA TOIMITA**, joita voidaan käyttää innovointiprosessin runkona. Tämän avulla sinäkin voit kokeilla innovointiprosessia ketterästi!

TUTKIMUSVAIHEESSA pyritään keräämään tietoa ongelman määrittelyä varten ja asiakkaan ymmärtämiseksi esimerkiksi haastattelemalla työntekijöitä, asiakkaita tai potentiaalisia asiakkaita. Myös havainnointi ja nykyisen asiakaspolun kuvaaminen (ns. service blueprint) auttavat ymmärtämään haastetta.



MÄÄRITYSVAIHEESSA pyritään löytämään itse ongelma tai kehityshaaste. Haaste tai ongelma voi olla koko palvelussa/tuotteessa tai palvelun/tuotteen pienessä osassa, esimerkiksi tuotteen jakelussa.

KEHITYSVAIHEESSA kehitetään ideoita valitun ongelman ja haasteen ratkaisemiseksi. Näitä voidaan toteuttaa erilaisten brainstorming-työpajojen avulla tai ideoita jalostamalla.

TOIMITUSVAIHEESSA valittua ja jalostettua ideaa testataan esimerkiksi luomalla siitä MVP, hyvin yksinkertaistettu versio varsinaisesta tuotteesta.

Tuplatimanttia voidaan käyttää uudelleen ja uudelleen iteraatiokierrosten avulla, jotta tuotteesta saadaan hiottua mahdollisimman hyvä. Eli toimitusvaiheen jälkeen palataan tutkimaan ja taas määrittelemään jo luodun MVP:n haasteita.

PILOTOINTIVAIHE TUO KALLISARVOISTA PALAUTETTA

Yksi tärkeä askel ennen lopullisen tuotteen lanseerausta on MVP:n eli Minimum Viable Productin pilotointi. MVP on ns. ensimmäisen vaiheen tuote, eli vielä kehitysvaiheessa oleva, ei lopullinen versio. Tämä tuote testataan yleensä rajatulla asiakasjoukolla, jolta kerätään käyttökokemuksia. Pilottiasiakkaiden joukko voi olla alasta riippuen kaikkea muutamasta asiakkaasta satoihin palvelun testaajiin.

Pilotointivaiheen palautteen jälkeen tuotetta tai palvelua hiotaan edelleen, ennen kuin se lanseerataan laajemmin. Näin varmistetaan, että lopullinen tuote vastaa mahdollisimman tarkkaan asiakastarpeisiin.

MITÄ JOS INNOVOINTI EI TULE SELKÄRANGASTA?

Entä, jos intoa innovointiin ja kehitystyöhön löytyy, mutta siitä ei ole kokemusta talon sisällä – kannattaako unohtaa koko juttu? Ei suinkaan. Jos yritys päättää ja haluaa uudistua, on ensimmäinen ja tärkein askel jo otettu. Sen jälkeen on paljon vaihtoehtoja etenemiseen:

- Kehityshaluisen yrityksen kannattaa ottaa hallitukseen tai johtoryhmään mukaan ihmisiä, joilla on kokemusta kehityksestä ja kasvusta, myös muilta aloilta. Ole aktiivinen ja aloitteellinen, mikäli tunnistat sopivan henkilön sparraajaksi tai hallituksen jäseneksi.
- Harkitkaa lisäksi ulkopuolisia neuvonantajia, ja hakekaa näkökulmia rohkeasti myös oman alan ulkopuolelta.
- Kehitystyön voi aloittaa yhteisenä projektina jonkin sopivan asiakkaan kanssa. Näin pystytte keskittymään todellisiin asiakastarpeisiin ja ratkaisun arvoa asiakkaalle on helpompi määritellä. Samalla yritys saa sen ensimmäisen, arvokkaan referenssin.
- On tärkeää ottaa tavaksi seurata erilaisia signaaleja, markkinoita ja sen toimijoita, ja peilata kehitystä muihinkin toimialoihin kuin omaansa.
- Sen sijaan, että tavoittelisi liian laajaa markkinaa tai koettaisi olla paras kaikessa, kannattaa ymmärtää yrityksen ydinosaaminen ja fokusoida täysillä sen kehittämiseen kilpailueduksi.
- Muista, että innovointi on uuden luomista, ja sen kautta yritys saa hyötyä ja kilpailuetua liiketoimintaan. Se ei välttämättä ole patentoitavaa tai suojattavaa mutta yrityksen kannattaa tehdä siitä vaikeasti kopioitavaa mahdollisuuksien mukaan.

MITEN INNOVAATIO-PROSESSI ETENEE:

1 Valmiudet yrityksen omassa kulttuurissa, tilaa luovuudelle.

2 Asiakkaiden, trendien ja kilpailijoiden seuranta.

3 Resurssit (aikaa ja rahaa) innovointityöhön.

4 Haastava ja kunnianhimoinen visio, johon maailman ja kuluttajien signaalit sopivat.

5 Vision pilkkominen osaprojekteihin: Lyhyen aikavälin tavoitteet esim. puolen vuoden välein.

6 Projektisuunnitelma: vetäjä, tavoite, budjetti ja määräaika.

7 Tutkimus-ja kehitystyö.

8 Pilotointivaihe ja tarvittavat muutokset.

9 Lanseeraus ja jatkuva kehitystyö.

INNOVOINTITYÖHÖN SAA – JA KANNATTAA PYYTÄÄ APUA

Jos yrityksellä on halu ja kyky kehittää uutta, on tarjolla myös apuvoimia, joiden kanssa moottorit saadaan kunnolla käyntiin.

Ulkopuolista apua innovointiin, tuotekehitykseen ja kansainvälistymiseen sekä niiden yksittäisiin vaiheisiin kuten markkina-analyysiin voi saada esimerkiksi seuraavilta tahoilta:

- **Markkinatutkimusyritykset:** tutkivat asiakkaita, kilpailijoita, mielipiteitä, asenteita, markkinoiden kehitystä jne.
- **Oppilaitokset ja yliopistot:** tekevät paljon yritys- ja tutkimusyhteistyötä.
- **Konsultit ja muut ulkopuoliset neuvonantajat:** sparraavat ja haastavat ajatuksia ja ideoita kirkkaammiksi.
- **ELY-keskukset ja Business Finland** tarjoavat laajaalaisesti palveluja pk-yritysten kasvuun ja kansainvälistymiseen. Verkostoidu aktiivisesti myös muiden yrityksien kanssa.
- **Kauppakamarit ja yrittäjäjärjestöt sekä oman toimialan erilaiset foorumit**

VETOVASTUU ON YRITYKSELLÄ, KUMPPANIT SPARRAAVAT JA JAKAVAT RISKIÄ

Vaikka niin prosessiin kuin sen rahoitukseen on saatavana apua eri tahoilta, on tärkeää muistaa, että itse ratkaisujen tuottaminen on kuitenkin aina yrityksen itsensä tehtävä.

Business Finlandilla arvioidaan asiakkaan kehitystyötä ja innovaation mahdollisuuksia kansainvälisillä markkinoilla. Sillä, millaisin menetelmin siihen pisteeseen on yrityksessä päästy, ei ole merkitystä, mutta yrityksen toimintaan nivottu, määrätietoinen kehitystyö tuo yleensä varmemmin tuloksia ja näyttäytyy myös selkeämpänä rahoittajien suuntaan.

> JOS YRITYKSELLÄ ON HALU JA KYKY KEHITTÄÄ UUTTA, ON TARJOLLA MYÖS APUVOIMIA.

Business Finlandin rahoittamissa tuotekehityshankkeissa tulee riman olla korkealla ja tavoitteiden riittävän haasteelliset sekä kunnianhimoiset. Projektit sisältävät riskin, jota Business Finland on mukana jakamassa – ja onnistuessaan tuottavat merkittävää kilpailuetua yritykselle.

CASE TALENTADORE: RATKAISU, JOSTA HYÖTYVÄT TYÖNHAKIJAT, YRITYKSET JA YHTEISKUNTA

TalentAdorella identifioitiin laaja joukko potentiaalisia asiakkaita uudelle innovaatiolle: yrityksiä, joilla ei ole aikaa tai kykyä panostaa rekrytointiprosessiin tarpeeksi.

Rekrytoinneista puuttuu usein johdonmukainen vuorovaikutus ja kanssakäyminen. Sadoista hakijoista vain muutama kutsutaan haastatteluun ja yksi palkataan. 99% hakijoista ei kontaktoida prosessin aikana millään tavalla, mikä huonontaa mielikuvaa rekrytoijayrityksestä.

TALENTADORE TEHOSTAA REKRYTOINTIA JA PARANTAA HAKIJAKOKEMUSTA

TalentAdoren ensimmäinen mullistava teknologia oli tekoälyä hyödyntävä, henkilökohtainen palaute jokaiselle hakijalle. Ensimmäistä kertaa maailmassa hakijat eivät enää saaneet vain geneerisiä hylkäyskirjeitä, tai vielä pahempaa, radiohiljaisuutta.

Lähestymistapa osoittautui olevan modernin rekrytoinnin ytimessä. Tämän johdosta työkalu kehittyi nopeasti koko rekrytointiprosessin kattavaksi ratkaisuksi, jonka tavoitteena on tehostaa rekrytointia, parantaa kommunikaatiota sekä kasvattaa työnhakijoiden tyytyväisyyttä rekrytoivaa yritystä kohtaan.

Jatkuva kehitys- ja innovaatiotyö TalentAdorella tähtää palvelun hyödyntämiseen yhä suuremmissa, yhteiskunnallisissa työllistymisen haasteissa. Myös kansainvälisten markkinoiden valloitus on aloitettu – onhan ohjelmisto helppo toimittaa minne päin maailmaa tahansa.

INHIMILLINEN REKRYTOINTI AUTTAA KOKO YHTEISKUNTAA

Yksi TalentAdoren menestyksen avaimista oli löytää ratkaisu hyvin spesifiin ongelmaan, jolla on vaikutuksia monelle eri taholle.

- Miten hakijat voisivat tulla kuulluksi ja ymmärretyksi, ja samalla oppia rekrytoinnista?
- Miten mahdollistamme sen, että rekrytoijilla ja rekrytoivilla esihenkilöillä olisi enemmän aikaa inhimilliseen vuorovaikutukseen hakijoiden kanssa?
- Miten voisimme auttaa yrityksiä hyötymään aiemmin tehdystä rekrytointityöstä?

Ratkaisuksi kehitettiin kokonaisvaltainen rekrytointijärjestelmä, joka sai nimekseen **TalentAdore Hire**. Ratkaisu poistaa pullonkauloja rekrytoinnissa yksi kerrallaan ja vapauttaa aikaa merkityksellisiin hetkiin.

- **Työnhakijalle:** Dialogi ja yhteys työnhakijaan säilyy koko työnhakuprosessin ajan sekä sen jälkeen, joka tuo huomattavasti paremman työnhakukokemuksen.
- **Työnantajalle:** Rekrytointiprosessin tehostuminen tuo säästöjä, ja parempi kommunikaatio hakuprosessissa parantaa merkittävästi yrityksen mainetta työnantajana.
- **Yhteiskunta:** Kun työnantajien ja työntekijöiden tarpeet kohtaavat tehokkaammin, on se myös yhteiskunnan etu. Tämä tavoite mielessään TalentAdore kehittää jatkuvasti ratkaisuaan tehdäkseen rekrytoinnista samalla tehokkaampaa, sekä mahdollisimman inhimillistä ja puolueetonta.

TalentAdore on alusta alkaen hyödyntänyt Business Finlandin rahoituspalveluja nopeuttaakseen tuotekehitystään.

TALENTADOREN INNOVOINTIPROSESSIN YDIN:

- ✔ Fokusointi spesifin ongelman ratkaisuun
- ✔ Kohderyhmän tarpeiden kartoitus lähtökohtana
- ✔ Keskittyminen yrityksen ydinosaamiseen
- ✔ Useiden sidosryhmien hyötyjen ymmärtäminen
- ✔ Jatkuva ja ketterä ohjelmiston kehitystyö

4
BUSINESS FINLANDIN T&K-RAHOITUS PK-YRITYKSILLE INNOVOINNIN TUEKSI

Business Finlandilla on kehittyville yrityksille erilaisia rahoituspalveluja, joista suurimman osan muodostaa T&K-rahoitus. Otamme tässä kappaleessa selkeän katsauksen sen tärkeimpiin ehtoihin ja annamme myös vinkkejä rahoituksen ja tukien hakuun yleisemmällä tasolla.

“ KASVUUN, KANSAINVÄLISTYMISEEN JA INNOVOINTITYÖHÖN ON SAATAVILLA APUA JA TUKEA MONESSA MUODOSSA.

MITEN INNOVAATIOITA ARVIOIDAAN BUSINESS FINLANDILLA?

Innovaatioita, joille Business Finland myöntää T&K-rahoitusta, yhdistää aina vähintään seuraavat perusvaatimukset:

TUTKIMUS- JA KEHITYSPROJEKTI

T&K-rahoitusta myönnetään ainoastaan tutkimus- ja kehitystoimintaan, ja selkeästi rajattuun T&K-projektiin. T&K-rahoitusta ei voi saada tavanomaisen liiketoiminnan kehittämiseen tai yksittäisiin markkinointikampanjoihin.

KANSAINVÄLINEN KILPAILUETU

Kehitettävän tuotteen tai palvelun tulee olla jotain uutta, ja sillä on oltava kilpailuetua nimenomaan kansainvälisillä markkinoilla siihen nähden, mitä siellä nykyään on. Pelkästään kilpailijoiden kiinni kiriminen ei ole hyväksyttävä peruste rahoitukselle.

RISKI

Projektiin tulee sisältyä riski. Kun lähdetään tutkimaan jotain uutta, on lopputuloksen syntyminen epävarmaa, mutta mahdollista. Me olemme jakamassa kehitystyöhön liittyvää riskiä, ja se tarkoittaa myös sitä, että emme rahoita kehitystyötä, jonka onnistuminen on täysin varmaa.

HYÖTY- JA TUOTTO-ODOTUS

Riskiin liittyy tuotto-odotus. Onnistuessaan projekti tuottaa hyötyä ja hyvää yritykselle ja sitä kautta myös Suomen kansantaloudelle – kuten työpaikkoja tai parempikatteisia tuotteita. Siksi edellytämme myös, että yrityksellä on suomalainen y-tunnus. Mikäli hakijayritys on ulkomaisen yrityksen Suomessa sijaitseva tytäryhtiö, on myös suomalaisen yrityksen ja yhteiskunnan hyödyttävä lopputuloksesta.

HYVINVOIVA YRITYS ON EDELLYTYS T&K-PROJEKTIN ARVIOINNILLE

Rahoitushakemusten käsittelyssä Business Finlandilla on kaksi arvioinnin tasoa:

1 YRITYS

Lähdemme liikkeelle tutustumalla itse yritykseen, mm. sen nykyiseen liiketoimintaan, kannattavuuteen, kokoon, IP-oikeuksiin sekä siihen, mitä yritys haluaa olla – mikä on sen visio ja mitä toimenpiteitä tulee tehdä, jotta sinne päästään.

2 PROJEKTI

Jos ensimmäisellä tasolla eli itse yrityksessä on kaikki kunnossa, siirrymme arvioimaan projektia, jolle rahoitusta haetaan. T&K-rahoitus kohdistuu aina projektoituun tekemiseen.

5 TÄRKEINTÄ EHTOA T&K-RAHOITUKSELLE

- ✔ Tutkimus- ja kehitysprojekti
- ✔ Kansainvälinen kilpailuetu
- ✔ Projekti sisältää riskin
- ✔ Hyöty ja tuotto-odotus kotimarkkinoille
- ✔ Hakijana hyvinvoiva yritys

T&K-RAHOITUKSENHAKIJAN MUISTILISTA

Kun yrityksenne hakee T&K-rahoitusta kansainvälisille markkinoille tähtäävään kehitysprojektiin, on ennen hakemuksen jättämistä hyvä käydä läpi seuraava muistilista ja varmistaa, että nämä asiat on huolella mietitty ja kristallinkirkkaana mielessä.

- ✔ Selvyys ja varmuus, että markkinoilla on uudelle tuotteelle/palvelulle kysyntää
- ✔ Yrityksenne uniikit kilpailuedut, joilla pärjäätte markkinoilla
- ✔ Olette selvittäneet, keitä asiakkaanne ovat
- ✔ Tiedätte, millä hinnalla asiakas on valmis ostamaan, ja millainen kate jää yritykselle

Näistä lähtökohdista meidän on Business Finlandilla helppo keskittyä tutkimus- ja kehitystyön arviointiin.

ALKUKESKUSTELU: SÄÄSTÄ AIKAA JA LÖYDÄ OIKEA PALVELU

ÄLÄ RYNTÄÄ SUINPÄIN HAKEMUKSEEN

Rahoituksen hakeminen on yritykselle usein elinehto kasvuun, mutta samalla aikaavievä prosessi. Ei ole kenenkään etu, että yritys uhraa tuntikaupalla aikaa haaliakseen rahoitushakemukseen vaadittavat tiedot kasaan vain saadakseen selville, että kyseinen rahoitus ei sovellu yritykselle. Siksi kannattaa ottaa yhteys Business Finlandin yhteyshenkilöön tai asiakaspalveluun ennen hakemuksen tekoa ja varata aika aloituskeskustelulle.

KESKUSTELU EI VAADI VALMISTA SUUNNITELMAA

Keskustelun tarkoitus on selvittää yhdessä mahdollisuuksia rahoitukselle, sekä onko jotain kotiläksyjä tehtävänä ennen rahoitushakemusta. Hakemusten käsittely on myös sitä nopeampaa, mitä nopeammin meillä on kaikki pyydetyt tiedot tarvittavassa laajuudessaan käytettävissämme.

Toivomme yhteydenottoja alkukeskustelulle matalalla kynnyksellä – valmista suunnitelmaa ja kaikkia ajatuksia ei todellakaan tarvitse olla vielä valmiina ja hiottuna.

MEIDÄN TEHTÄVÄMME ON OHJATA OIKEAAN PALVELUUN

Teidän ei yrityksenä myöskään tarvitse tietää, millaista palvelua olette hakemassa. Keskustelemme yhdessä tilanteestanne. Näiden keskustelujen pohjalta Business Finlandin asiantuntijat ehdottavat juuri teidän tilanteeseenne sopivaa palvelua, oli se sitten T&K-rahoituspalvelu, jokin aikaisemman vaiheen rahoitus tai muu tuki yrityksen toiminnan kehittämiseen.

HYVÄ TIETÄÄ T&K-RAHOITUKSESTA

YRITYKSEN OMA OSUUS RAHOITUKSESTA

Tyypillisesti Business Finland rahoittaa puolet T&K-projektin kustannuksista, ja toinen puoli tulee olla joko yritykseltä itseltään, sijoittajilta tai muista lähteistä. Rahoituspalvelumme edellyttää, että yritys panostaa riskiin yhtä lailla omaa rahaa, ja riski jaetaan tasaisesti.

ME SITOUDUMME MAKSAMAAN, YRITYS SITOUTUU KEHITTÄMÄÄN

Rahoituspäätöksen yhteydessä hyväksytään projektisuunnitelma, joka on sopimuspaperi asiakkaan ja Business Finlandin välillä. Me myönnämme rahoituksen, ja asiakas sitoutuu käyttämään sen siihen projektiin, mihin rahoitusta on hakenut.

RAHOITUS MAKSETAAN TAKAUTUVASTI

Projektit ovat tyypillisesti 1–2 vuoden pituisia ja koostuvat kuuden kuukauden raportointiperiodeista. Raporttien ja kustannustilitysten perusteella pysymme ajan tasalla siitä, miten projekti etenee, työt syntyvät ja kustannukset pysyvät budjetin puitteissa. Rahoitus maksetaan aina jälkikäteen raportointiin ja kustannustilityksiin perustuen. Jos projekti ei etene sovitusti eikä rahoja ole kohdistettu sovitusti, voidaan projektituki myös jäädyttää kesken sopimuskauden.

SPARRAUSKESKUSTELU AUTTAA PÄÄSEMÄÄN VAUHTIIN

Hakemusvaiheessa yrityksen kanssa käydään sparrauskeskustelu, jossa voidaan sparrata muun muassa liiketoimintasuunnitelman tasoa ja projektisuunnitelmaa, ja käydä läpi, mitä vielä tarvitaan. Yrityksestä ja yhteyshenkilöstä riippuen yhteyttä voidaan pitää ja projektin kuulumisia kysellä myös projektiraportoinnin ulkopuolella. Projektin eteneminen ja toteutus on kuitenkin aina yrityksen omissa käsissä.

> “ASETAMME YHDESSÄ AINA TAVOITTEET, MIHIN YHDEN PROJEKTIN JA RAHOITUKSEN AVULLA TÄHDÄTÄÄN.

TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMINEN VOI POIKIA UUTTA RAHOITUSTA

Asetamme yhdessä aina tavoitteet, mihin yhden projektin ja rahoituksen avulla tähdätään. Projektin päättyessä arvioidaan, päästiinkö tavoitteisiin. Kun yritys etenee ja menestyy, on mahdollista hakea myös uutta rahoitusta uuteen T&K-projektiin. Vastaavasti, jos ensimmäisellä rahoituksella ei saatu aikaiseksi sovittuja tuloksia, tarvittaisiin merkittävä käänne yrityksen tilanteessa, jotta jatkorahoitusta tulevaisuudessa myönnettäisiin.

YRITYSTUKEA MONISTA LÄHTEISTÄ

Jos yritys ei täytä T&K-rahoituksen edellytyksiä, voi se silti saada rahoitusta kehitystyönsä vaiheeseen muulta taholta, joista alla muutama esimerkki.

Business Finlandin Tempo-rahoituksella voi esimerkiksi testata liiketoimintakonseptia, hankkia asiakaspalauteta sekä kehittää yrityksen toimintamalleja. Tempon osana voi myös olla markkinaselvitystä.

ELY-keskuksen palvelut on suunnattu enemmän alkuvaiheen yrityksille kuin mitä Business Finlandin asiakkaat tyypillisesti ovat. Joissain tapauksissa yritys voi kuitenkin täyttää samanaikaisesti sekä Business Finlandin että ELY-keskuksen rahoituskriteerit.

Finnvera toimii pitkälti pankkien kautta, ja voi esimerkiksi taata osan yrityksen lainoista tai myöntää vientiluottoa. Finnveran palveluja hakevat myös kotimarkkinayritykset, jotka eivät edes harkitse kansainvälistymistä, kun taas kansainvälistyminen on ehto Business Finlandin T&K-rahoitukselle.

HYÖDYNNÄ MYÖS MUUT KANSAINVÄLISTYMISEN PALVELUT

Jos Business Finlandin T&K-rahoitus ei sovellu yrityksellenne tässä vaiheessa kehityspolkuanne, kannattaa hyödyntää muita mahdollisia palveluja, joita kansainvälistyvälle yritykselle on tarjolla.

Business Finland on osa yrityksille kansainvälistymispalveluita tarjoavien julkisten toimijoiden **Team Finland** -verkostoa, johon kuuluu muun muassa Finnvera ja paljon muita toimijoita. Kansainvälistymisessä auttavat asiantuntijamme ympäri maailmaa. He neuvovat suomalaisia yrityksiä käytännön asioissa, kuten toimitilojen löytämisessä, paikallisissa yrityskontakteissa ja markkinoillepääsyssä.

CASE RELEX: KANSAINVÄLISEEN MENESTYKSEEN BUSINESS FINLANDIN VAUHDITTAMANA

Ohjelmistoyhtiö RELEX Solutions tarjoaa maailmanlaajuisesti ratkaisuja vähittäiskaupan tärkeimpien prosessien optimointiin. Näitä ovat muun muassa toimitusketju, tila- ja valikoimanhallinta, kampanja- ja alennussuunnittelu sekä työvoimasuunnittelu.

Yritys on kasvanut yhdeksässä vuodessa 40 työntekijän startupista yli tuhannen työntekijän globaaliksi toimijaksi, jolla on toimistoja 13 maassa. Kasvun on mahdollistanut niin maailmanluokan tuote ja prosessit kuin korkeat tavoitteet. Vauhtia ja tukea kansainvälistymiseen ovat tuoneet Business Finlandin kansainvälistymisen tukipalvelut.

- T&K-rahoitus on nopeuttanut tuotekehitystä ja kansainvälistymistä
- Business Finlandin kontaktit ovat avanneet ovia ja asiakaskeskusteluja ympäri maailman

Jo kauan sitten Pohjoismaiden markkinajohtajuuden kaapannut RELEX solmi vuoden 2021 huhtikuussa sopimuksen ison australialaisen päivittäistavarakaupan toimijan kanssa, ja myös uusista markkinoista neuvotellaan parhaillaan Business Finlandin avulla löytyneiden kontaktien kanssa. T&K-rahoitus onkin yleensä ratkaisevaa juuri ensimmäisissä kansainvälistymisponnistuksissa, mutta kun valloitetaan jälleen uusia markkina-alueita, voi Business Finland tukea yrityksiä myös muilla tavoin markkinoille pääsyssä.

RELEX SOLUTIONSIN KANSAINVÄLISEN MENESTYKSEN AINEKSET:

- ✔ Maailmanluokan tuote
- ✔ Kunnianhimoa ja uskallusta
- ✔ Nöyryyttä muttei nöyristelyä
- ✔ Pitkäjänteisyyttä
- ✔ Vahvaa tiimityötä
- ✔ Suomalainen mentaliteetti: tehdään mitä luvataan

BUSINESS FINLANDIN KEINOT AUTTAA UUSILLA MARKKINOILLA:

- ✔ Markkinoiden ja paikallisen kulttuurin tuntemus
- ✔ Laajat kontaktit
- ✔ Apua partnerien kartoitukseen, myyntikanavan kehittämiseen, markkinatutkimuksen tekemiseen
- ✔ Neuvoja, mistä saa apua esim. paikallisen yrityksen perustamisessa, verotuksessa ja viisumiasioissa
- ✔ Apua tuotteen tai idean markkinakelpoisuuden arviointiin kohdemarkkinoilla

BUSINESS
FINLAND

www.businessfinland.fi

Follow us on social media

Porkkalankatu 1 | FI-00180 Helsinki, Finland | Tel. +358 29 50 55000