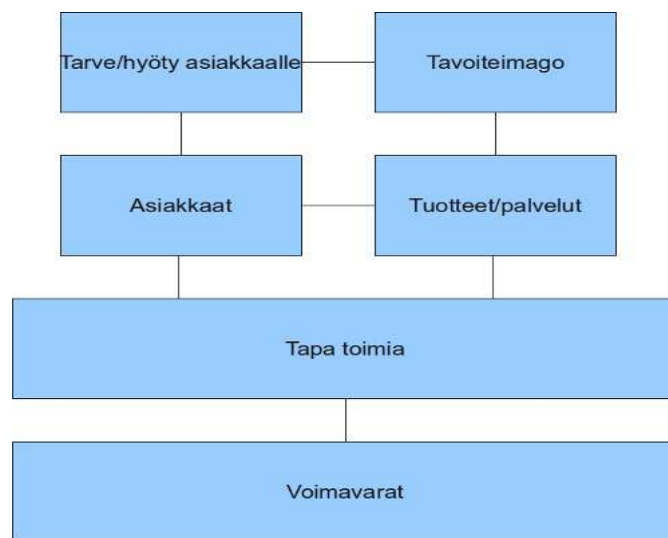


## **Yksinkertainen liikeidea**

Jos et osaa selittää asiaa yksinkertaisesti, et ymmärrä sitä riittävän hyvin.  
Albert Einstein

Liikeidea on pelkistetty kuvaus siitä, mitä yritys tekee, mikä on sen bisnes, miten se hankkii rahansa ja kannattaa. Se kuvaa yrityksen tapaa toimia ja tehdä rahaa. Hyvä liikeidea on aina omaperäinen. Se voi olla pienikin oivallus, jolle löytyy selkeä asiakastarve.



Minkälainen on hyvä liikeidea?

Hyvä liikeidea tuo lisäarvoa asiakkaan tarpeeseen. Onnistuneen liikeidean luominen riippuu ennen kaikkea siitä, kuinka hyvin asiakkaan todelliset tarpeet ja halut tunnistetaan. Lisäksi toimivan liikeidean on erottauduttava kilpailijoista jollakin merkittävällä ominaisuudella. Kolmas hyvän liikeidean ominaisuus on toimiva ansaintalogiikka, miten yritys sen avulla hankkii rahansa.

Joutsen Finlandilla on yksinkertainen liikeidea: valmistaa maailman parhaita untuvatuotteita. Kiinalaiset tekevät globaaleille brändeille 130 miljoonaa untuvatakkia vuodessa, Joutsen Finland noin 30 000.

”Eikö tämä kerro, että on ihan turha lähteä tähän kisaan”, toimitusjohtaja Eero Kotkasaari sanoo. Joutsen Finland onkin irtaantunut globaalista urheilumuodista. Yrityksen kilpailuvaltiksi jää laatu. Ei siis tarvita kuin hyvät raaka-aineet, oikeat valmistusmenetelmät ja loistava design. Joutsen Finland uskoo ratkaisseensa tämän Bermudan kolmion. ”Ja hallita logistiikka”, Kotkasaari lisää. ”Täytyy erikoistua, se on

## Modulcon Oy 2010

ainoa keino pärjätä kansainvälisessä kilpailussa. Joskin suurin uhka kaikessa on oma hölmöily”, Kotkasaari muistuttaa.

Viennin osuus yrityksen yhdeksän miljoonan euron liikevaihdosta on reilusti yli puolet. Yritys tekee haahkan untuvista luksustuotteita lähinnä japanilaisille ja eteläkorealaisille kuluttajille. (TE/10.10.2008)

Liikeidea-kuvauksella on useita käyttötarkoituksia. Perinteisesti se on laadittu selkiyttämään perustajan tai omistajien ajatuksia, mitä tässä ollaan tekemässä. Myös yrityksen palkatulle henkilöstölle se on oiva tapa esittää, mistä on kysymys. Liikeidean tarkoituksena on antaa yritykselle ja sen henkilöstölle punainen lanka, jota seurata.

Yhä useammin liikeideakuvausta tarvitaan rahoittajia ja asiakkaita varten. Erityisesti näissä tilanteissa tulee esiin liikeidean selkeyden ja yksinkertaisuuden tarve. Mitä lyhyempi liikeidean määrittely on, sitä parempi. Ulkopuolinen henkilö ei koskaan pääse samalla tavalla nopeasti sisään liikeideaan ja sen vahvoin puoliin kuin sitä ehkä vuosikausia päässään pyörittänyt yrittäjä. Yksinkertaisuus ja selkeys auttavat ymmärtämään idean logiikan ja hyvät puolet.

Erityisesti yrityksen ansaintalogiikan, niiden tekijöiden, joiden avulla yritys erottuu, saavuttaa kilpailuedun ja tekee tuloksensa, ymmärretyksi tekemiseen pitää uhrata aikaa ja vaivaa. Monessa tilanteessa yrityksellä voi olla vain muutaman minuutti saada joku rahoittaja kiinnostumaan ideastaan. Tämä onnistuu vain iskevällä, yksinkertaisella kuvauksella, missä asiakkaat ja markkinat ovat, missä raha liikkuu, miten yritys saa rahansa?

Esimerkkinä yksinkertaistamisesta eräissä pääomasijoittajien ohjeissa kuvataan yrityksen kohderyhmän määrittämistä: Määrittele aluksi asiakasryhmäsi, jaa se sitten vähintään neljään osaan, valitse niistä mielestäsi paras ja unohda loput. Sama pätee myös tuotteisiin ja palveluihin.

Hyvä ja riittävän yksinkertainen liikeidea on kuin ns. ”elevator speech.” Sinulla on juuri sen verran aikaa vakuuttaa kuulijasi, kuin menee hississä asian esittämiseen matkalla kymmenenteen kerrokseen.

Pelkistetyimmillään liikeidea voi olla esimerkiksi: yritys valmistaa yhtä tuotetta yhdelle asiakkaalle. Yritys voi olla vaikkapa alihankkija, joka tekee sorvattua metalliosaa yhdelle päämiehelle. Tästä yksinkertaistamisesta voi kyllä jo sanoa, Einsteinia lainaten, että siinä yksinkertaistaminen on jo viety ehkä liian pitkälle. Yhteen tuotteeseen ja erityisesti yhteen asiakkaaseen liittyä yleensä liian suuri riippuvuusriski.

Mapromec Oy:n esimerkki osoittaa, että tällainen liikeidea voi kuitenkin muodostaa erinomaisen pohjan kehittää liiketoimintaa pitkällä aikavälillä:

## Modulcon Oy 2010

Mapromec Oy: männäntappien maailmanmestari

Mapromec Oy:n liikeidea on valmistaa männäntappeja suurille dieselmoottoritehtaille. Yritys on panostanut erikoistumiseen ja automaation tason nostamiseen yrityksen toiminnan alkumetreiltä saakka.

Mapromec on johtava isojen männäntappien valmistaja maailmassa. Lisäksi se toimittaa kokonaisuuksia valmiiksi kasattuna. Yritys toimii Mustasaarella Vaasan lähellä. Yrityksessä työskentelee noin 70 työntekijää ja sen liikevaihto oli viime vuonna 22 miljoonaa euroa

Männäntapit ovat erikoistuote, jota tekee koko maailmassa vain muutama valmistaja. "Kun aloitimme tuotannon vuonna 1995, tuotantomäärät olivat pieniä ja meillä oli vain yksi asiakas, Wärtsilä. Huomasimme nopeasti, että tuotannon automatisointi ja investoinnit edellyttivät tuotantomäärien nostamista. Se puolestaan vaati useampia asiakkaita ja panostamista vientiin", Mapromecin toimitusjohtaja Caj-Erik Karp kertoo. (Teknologiateollisuus ry).

Lokakuu 2010

Matti Hakanen

**Avainsanat:** liikeidea, liikeidean kuvaus, yksinkertainen, ansaintalogiikka

---

Kun haluat lisätietoja tai toivot yhteydenottoa oman yrityksesi strategian tai strategiatyön kehittämiseksi, ota yhteys [matti.hakanen@modulcon.fi](mailto:matti.hakanen@modulcon.fi)