

Murrosajan toimintaympäristö – 18.9.2025

FUTURE-webinaari 1/6
Pauliina Hautamäki



Euroopan unionin
osarahoittama

Aiheemme tänään

- **Muuttuva toimintaympäristö ja digitalisaatio**
 - Digitaalisen myynnin ja markkinoinnin mahdollisuudet
 - Digitaaliset työkalut AI, XR, AR, VR
- **Ajattelun venyttäminen ja tulevaisuuteen kurkotus**
 - Toimintaympäristö on paljon muutakin kuin teknologia
 - Megatrendit
 - Visio ja skenaario
- **Tehtävä**

Tavoitteet:

- Lisätä ymmärrystä digitalisaation tuomista mahdollisuuksista
- Vinkkejä siihen, miten parantaa toimintaympäristön analysointitaitoja
- Sparrausta siihen, että miten ottaa yritystoimintasi tulevaisuuden suunnittelu haltuun

”Muutos on jännittävä matka silloin, kun me tehdään se ja se on pelottava, kun se tehdään meille. On aina parempi olla muutoksen tekijä, eikä muutoksen kohde.”

*Tulevaisuudentutkija Ilkka Halavaa mukaillen, kevät 2014,
Tulevaisuuden suunta -tapahtuma*

Suomen Yrittäjäopiston avainluvut 2024

www.syo.fi



Vastuullinen Suomen Yrittäjäopisto

TUTKINTO-
OPISKELIJOILTA
KYSYTTYÄ

4/5

Miten kestävä kehitys
tai yritysvastuu on
sisältynyt opetukseen?

4,1/5

Miten hyödylliseksi
koit saamasi
vastuullisuusopetuksen?



LIKEVAIHTO

9,6 milj. €



HENKILÖSTÖ

98



OPISKELIJAVIRTAUMA

3 492

GREAT PLACE
TO WORK

95 %

kokonaiskeskisarvo

98 %

pitää työpaikkaa
erittäin hyvänä

TYÖELÄKEYHTIÖ
ELON KYSELY

79

eNPS

sitoutuminen
työnantajaan

TUTKINTOA SUORITTAVISTA
YRITTÄJIÄ TAI YRITTÄJYYTTÄ
SUUNNITTELEVIA

38 %

AMIS-
PÄÄTTÖPALAUTE

4,3/5



SUORITETUT
TUTKINNOT

659



OPETUSTA
VERKOSSA

74 %



Kukas moon?

- Äiti, kyläaktiivi, SYO:lla yritystoiminnan kouluttaja Pauliina Hautamäki
- Työuralla markkinointi ja asiakas aina loimilankana, kehittäminen ja johtaminen kudelankana
- Noin 20 vuotta markkinoinnin ja myynnin, kehittämisen, johtamisen työkokemusta.
- Olen toimialaloikkari: prosessiteollisuus, vähittäis- ja tukkukauppa, markkinointitoimisto, kehittämisyritys ja ammattikorkeakoulu.



Muuttuva toimintaympäristö ja digitalisaatio

Digitaalisen myynnin ja markkinoinnin mahdollisuudet
Digitaaliset työkalut, AI, XR, VR



Lähde: [IBM:n perustaja ei halunnut tehdä tietokoneita | historianet.fi](https://historianet.fi)

Markkinointiviestinnän keinoja

MYYNIN EDISTÄMINEN

- Asiakkuudenhallinta, myyntiputki
- Myyntitapaamiset ja -esittelyt live ja etä
- Alennukset
- Arvonnat
- Keskustelut
- Koulut
- Messut
- Näytteet
- Oheistuotteet
- Rahoitus/osamaksu
- Webinaarit
- Kotiinkuljetus
- Chatit, virtuaaliset myyjät

PR

- Hyväntekeväisyys
- Sponsorointi
- Julkaisut
- Kausiraportit
- Lobbaus
- Press kit
- Tiedotteet

PERINTEINEN MAINONTA

- Esitteet
- Julisteet
- Lehtimainokset
- Flaiirit
- Logot ja symbolit
- Myymälämainonta
- Ulkomainonta
- Tuotesijoittelu
- Ohjelmayhteistyö
- Pakkaus

DIGITAALINEN MAINONTA

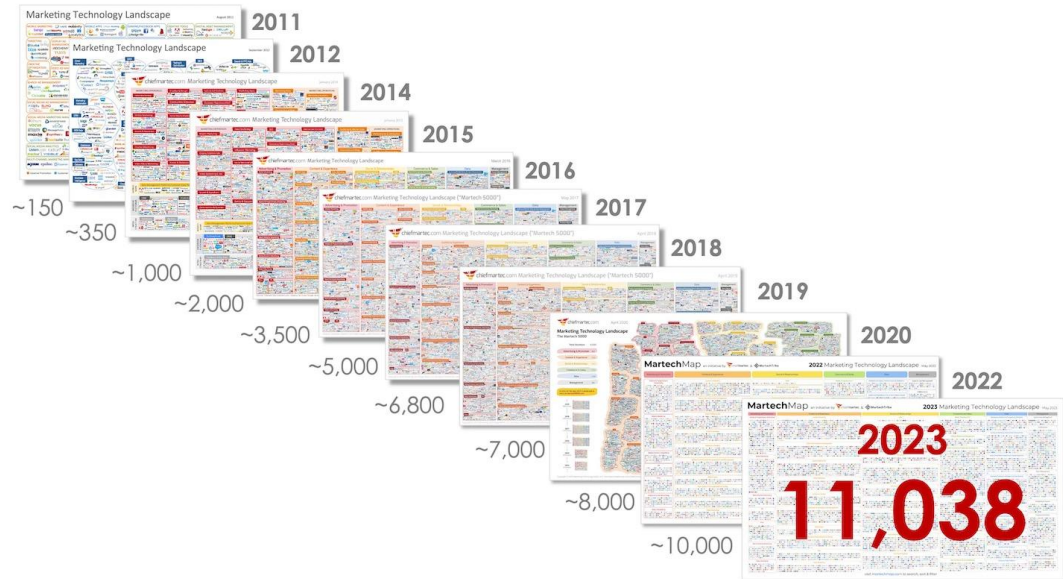
- Verkkosivusto
- Hakukoneoptimointi (SEO)
- Hakukonemainonta (SEM)
- Google Performance Max
- Google Shopping
- Google Maps
- Google Discovery
- Microsoft Advertising (Bing)
- Markkinoinnin automaatio
- Videot
- Youtube-mainonta
- Sosiaalinen media sisältömarkkinointi
- Sosiaalinen media maksettu mainonta
- Vaikuttajamarkkinointi
- Blogit
- Oppaiden yms. lataaminen

SUORAMAINONTA

- Mainosposti postilaatikoihin
- Tekstiviestit /whatsup / inmail-kampanjat
- Uutiskirjeet
- Puhelinsoitot
- Ääniviestit

DIGITALISAATIO

Digitalisaatio, vauhti ja valta



Meta
Google
Ebay
Amazon
Apple
Microsoft
Temu
Shein
Trivago
Booking

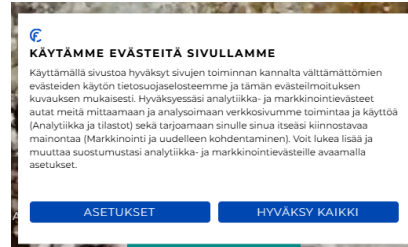
LÄHDE: <https://chiefmartec.com/2023/05/2023-marketing-technology-landscape-supergraphic-11038-solutions-searchable-on-martechmap-com/>

Tutustu ja kirjaudu maksuttomaan: www.martechmap.com

Esimerkkejä teknologioista pk-yrittäjälle myynnin ja markkinoinnin kehittämiseen

Työkalu/Taso	Aloita	Hanki lisää	Pro
Asiakkuudenhallinta/CRM	Excel, Pipedrive	Liana, Active Campaign, Koho Sales, CRM-service	Hubspot, Salesforce, CRM-service
Uutiskirje / markkinoinnin automaatio	Liana, verkkokauppa-alustan omat lisäosat, Mialchimp, Hoppy Copy	Active Campaign, Liana	Hubspot, Salesforce
Visuaalinen suunnittelu	Canva, Prezi AI, Adobe Express	Canva Pro, Adobe Express maksullinen	Adoben ohjelmistot (photoshop, Illustrator, Indesign)
Tekoäly	Maksuttomat esim. ChatGPT, Gemini	Maksulliset lisenssit: Copilot, Gemini AI	Copilot Full lisenssi, Gemini, Claude
Työnhallinta	Google Workspace / Office / Trello	Laajemmat paketit	Laajin paketti
Vuosikello	Powerpoint	Excel	Plandisc
Data	Google Analytics 4	Yhdistä kassadata+GA Power BI	Yhdistä kassa+GA+varastonhallinta+sää Power BI

Ohjelmiston hankinta ei ole IT-projekti vaan liiketoimintaprojekti! Mieti ensin mitkä työtehtävät ovat toistuvia, mihin haluat helpotusta/tehostusta, mitä hyötyä haluat saada, mitä asioita pitää muuttaa nykyisissä toimintatavoissa ja työnkuvissa ja vasta sitten teknologiavalintaa.



EU lainsäädäntö GDPR

Vahvistaa yksilöiden oikeuksia omiin henkilötietoihinsa.

Evästebannerit

Hyväksyn tietojen keräämisen

Jopa
30-40 %
hylkää

Kyllä

Ei

Valinta vaikuttaa mm. siihen, että saadaanko GA4:stä, tai muuhun sivuston käyttäjä seuraavaan järjestelmään, tietoa kävijöistä ja pystytäänkö hyödyntämään esimerkiksi uudelleenmarkkinointia sivustokävijöille.

Oman asiakasdatan keräämisen tarve

- Popupit sivustolla
- Kilpailut somessa
- Alennuskoodit uutiskirjetilaaajille
- Ladattavat oppaat
 - Webinaarit



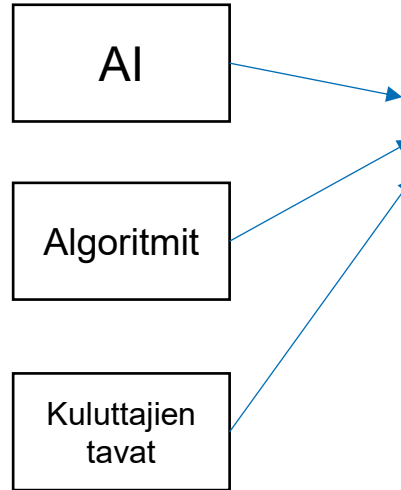
- Uutiskirjeet räätälöidysti
- Markkinoinnin automaatiot
- Kohdennukset samankaltaisille

Onhan yritykselläsi...

- Evästeet kunnossa? Tietosuojaseloste myös?
- Suunnitelma tai jo käytössä olevat toimintamallit asiakkaidesi tietojen keräämiseen?
- Markkinointiluvan kysymiseen?
- Tietojen säilyttämiseen?
- Tietojen hyödyntämiseen markkinoinnissa?

Ajattelumuutos markkinoinnissa?

Ostoputki



Zero Click -markkinointi

- Markkinointia, joka ei tähtää klikkaukseen
- Verkkosivuston liikenteen määrä mittarina merkitys laskee koko ajan
- Sisällön (teksti + visuaalisuus) pitää olla todella kohderyhmää puhuttelevaa ja olla heti ymmärrettävää, vaikka ei klikkaisi.
- Tutki videoidesi vaikuttavuus → päivitä tarvittaessa
- Tee pohjat esim. Canvalla somen kuvamainoksille
- Tarjoa tekoälylle tietoa, jotta sinun sivusi sisältö nousisi tekoälyn "ruoaksi"
- Vuorovaikutus somealustoilla

Myyntitunneli-kuva: Parcero <https://parcero.fi/blogi/ostopolun-brandillisemmat-vaiheet-tehokayttoon-markkinoinnissa/>

Tutustu Zero click-mainontaan Hopkinsin artikkelista: <https://www.hopkins.fi/artikkelit/zero-click-markkinointi/>

Pasi Silvennoinen: [Miten hakukoneoptimointi muuttui tekoälyn myötä? - Kasvuhaluksen yrityksen kumppani](#)

AI (artificial intelligence) eli tekoäly

Esimerkkejä työkaluista:

- **ChatGPT, CoPilot, Gemini, Claude** – tekstien, kuvien, analyysien tuottamiseen ja ideointiin, tiivistämiseen, kääntämiseen, automatisointiin
- **Canva AI** – mainosten ja esitteiden tekoon
- **Tekoälyagentit**

Tekoäly on integroituna useimpiin ohjelmistoihin ja käytämme sitä huomaamattamme tai olemme sen kohde.

Miten pk-yrittäjä voi hyödyntää tekoälyä ja tekoälyagentteja?

- **Asiakaspalvelussa:** Chatbotit vastaavat kysymyksiin 24/7 tai asiakaspalautteen analysointi (Zendesk AI)
- **Verkkokaupassa:** Personoidut tuotesuosittelut ja sisältö, hinnoittelu
- **Markkinoinnissa:** Sisällöntuotannon suunnittelussa, ideoinnissa, tekstien ja kuvien luomisessa (esim. Canva AI), käännöksissä
- **Myynnissä:** Myyntilukujen analysoinnissa, esim. excel copilotilla yhdistää myynnin ja markkinoinnin datat ja tehdä myyntiennuste, joka huomioi ennusteessa muutokset markkinoinnissa. (esim. Copilot Excel)
- **Hallinnossa ja talousasioissa:** Hoitaa toistuvia tehtäviä kuten laskutusta.

Lähde ja linkkivinkki: <https://www.aistories.fi/haastattelut-ja-yritysblogit/>

14.8.2025 YLE



Uusi kansalaistaito – kehotteen antaminen (promptaus)

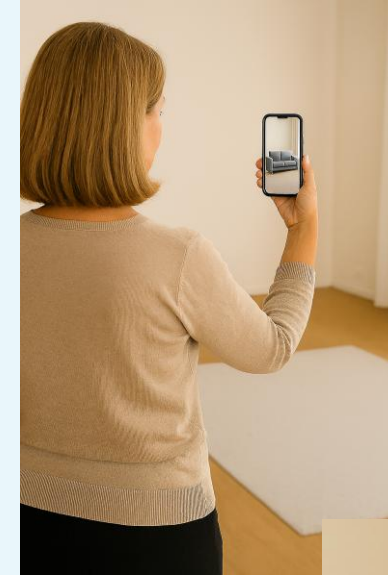
PARTS-malli

- Persoona – rooli
- Aim – tavoite
- Recipients – kenelle, kohdeyleisö
- Theme – teema
- Structure – rakenne

Esimerkki: "Analysoi tämän taulukon myyntiluvut viimeiseltä 12 kuukaudelta ja ennusta seuraavan kolmen kuukauden myynti. Ota huomioon kausivaihtelut ja mahdolliset trendit. Esitä tulokset taulukossa ja kaaviona."

XR = Laajennettu todellisuus (extended reality)

- XR on yhteisnimitys kaikelle todellisuutta laajentaville teknologioille
- **AR-teknologia** tuo virtuaalisia elementtejä käyttäjän näkemään reaali maailmaan
 - älypuhelin, tabletti tai AR-erikoislasit
- **VR-teknologia** mahdollistaa käyttäjän täydellisen uppoamisen virtuaaliseen maailmaan, jossa hän voi katsella, kuunnella ja toisinaan jopa koskettaa virtuaalisia objekteja
 - päässä pidettävä näyttölaite (VR-lasit)
- Käytetään monilla eri aloilla, kuten viihteessä, koulutuksessa, terveydenhuollossa, matkailussa ja teollisuudessa, tarjoamaan rikastettuja ja interaktiivisia käyttäjäkokemuksia.



Lisätyn ja virtuaalisen todellisuuden esimerkkejä

- Huonekaluliike ja muut tuotteet verkkokaupassa
 - AR: Asiakas voi nähdä, miltä huonekalu näyttää omassa kodissaan ennen ostamista. Sovellus käyttää puhelimen kameraa ja sijoittaa 3D-mallin huoneeseen oikeassa mittakaavassa. Vähentää palautuksia ja parantaa asiakaskokemusta.
 - VR: Ostoskokemus virtuaalisesti, virtuaalinen sovituskoppi
- LVI-ala
 - Työntekijät voivat nähdä putkistot, sähkövedot ja rakenteet "seinien läpi" ennen rakentamista. AR-lasit tai tabletit näyttävät suunnitelmat suoraan fyysiseen ympäristöön. Vähentää virheitä ja nopeuttaa työvaiheita.
- Kone- ja laitevalmistajat
 - Asiakas voi messuilla AR-lasien avulla nähdä traktorin eri varusteluvaihtoehdot ja simuloida sen käyttöä eri ympäristöissä. Esimerkiksi isojen koneiden ja laitteiden suunnittelijat, valmistajat ja myyjät. Säästää tilaa, kuljetuskuluja, tuo helppoutta myyntityöhön.
- Viihde ja oppiminen
 - Kirjat, mainoskampanjat, pakkaukset (esim. [Santun Seitan](#))
 - Museot ja muut matkakohteet voivat tarjota virtuaalikiertoja
 - Kouluttaminen virtuaalisesti, esim. lentäjien ja sotilaiden koulutukset virtuaalilaseja käyttäen

Lähteitä ja linkkivinkkejä:

Lisätty todellisuus vähentää vaatteiden verkkokaupan ympäristövaikutuksia [LUT: Lisätty todellisuus vähentää vaatteiden verkkokaupan ympäristövaikutuksia | LUT-yliopisto](#)

Flyar [Our Work • flyAR Augmented Reality Studio](#)

Tapahtuma [Helsinki XR Center – Welcome to the Home of Extended Realities](#)

Platonicpartnership [Virtuaalitodellisuus yrityksissä — Platonic Partnership](#)

Tavoite: Lisätä ymmärrystä digitalisaation tuomista mahdollisuuksista

Keskeiset opit

- Markkinoinnin kanavat ja digitalisaatio
- Markkinoinnin teknologiat
- Martechmap.com
- Ostoputki-käsite
- Zero Click -markkinointi
- AI, XR, AR, VR

Käytännön hyödyntäminen

- Käy läpi yrityksesi markkinointi oppimaasi peilaten.
- Onko kanavat oikeat suhteessa kohderyhmiin?
- Millaista sisältöä tuotate?
- Mitä ZC-markkinointi teille tarkoittaa?
- Miten voitte hyödyntää tekoälyä tai muita markkinoinnin teknologioita?
- Ovatko VR ja AR kiinnostavia?

Kilpailukyvyn vahvistaminen

Omaa toimintaa on hyvä peilata välillä yllättäviinkin ja joskus kaukaisiltakin tuntuviin asioihin. Ne voivat jäädä käyttämättä ja niille voi sanoa ei, mutta on hyvä tiedostaa, mille sanoo ei. Se on strategiaa.

Miten parantaa toimintaympäristön analysointitaitoja?

Toimintaympäristö on kuitenkin paljon muutakin kuin teknologiaa

Toimintaympäristön aktiivinen seuraaminen ja haltuunotto

PESTEL-tekijä	Kuvaus
P – Poliittinen	Lainsäädäntö, verotus, tukipolitiikka
E – Ekonominen	Talouskasvu, inflaatio, rahoitusmahdollisuudet
S – Sosiaalinen	Väestörakenne, kuluttajakäyttäytyminen
T – Teknologinen	Innovaatiot, automaatio, digitaaliset työkalut
E – Ekologinen	Ilmastonmuutos, vastuullisuus
L – Lainsäädännöllinen	Säätely, tietosuoja, kilpailulainsäädäntö

Toimintaympäristön ymmärtämisen merkitys

- Mitä se auttaa?
 - Reagoimaan nopeasti muutoksiin (esim. lainsäädäntö, teknologia, asiakaskäyttäytyminen)
 - Hyödyntämään mahdollisuuksia ennen kilpailijoita
 - Välttämään riskejä ja varautumaan uhkiin
 - Luomaan perustan liiketoiminnan suunnittelulle, kehittämiselle ja tavoitteille
 - Rakentamaan yhteistä näkemystä yrityksen tulevaisuudesta
 - Auttaa innovoimaan uutta (tuotteita, palveluita, toimintatapoja)
 - Auttaa vahvistamaan työyhteisön muutosjoustavuutta

Lukuvinkki: [Psykologi Sari Nuikki: "Muutosten ennakointi ja niihin varautuminen vahvistavat työyhteisön resilienssiä" - MIELI ry](#)

Esimerkki: K-ryhmä tunnistaa trendit ja toimii

K-ryhmän toimintaan vaikuttavat trendit

Kuluttajien tieto ja valta kasvanut

- Valikoimien, hintojen ja saatavuuden läpinäkyvyys
- Some-kanavien merkitys: tiedonsaanti, kokemustenvaihto ja vuorovaikutus
- Tuotteiden alkuperä ja vastuullisuus tärkeitä valintaperusteita
- Laatu ja ruoan terveellisyys

Mitä teemme

- Annamme selvät asiakaslupaukset ja toteutamme ne – palvelu, laatu, hinta
- Markkinointi ja tarjonta muutetaan henkilökohtaiseksi
- Tarjoamme kattavat tuote-, hinta- ja saatavuustiedot kaikissa kanavissa

Digitaalinen kauppa ja palvelut

- Asiointin helppous
- Palvelujen saatavuus 24/7 paikasta riippumatta
- Mobiilin rooli merkittävä
- Kohdennettu, asiakastietoon perustuva markkinointi

Lähde: <https://www.kesko.fi/yritys/strategia-visio-ja-arvot/megatrendit/>

ESIMERKKI.

Toimintaympäristön seuraaminen

PESTEL-tekijä	Kuvaus	Esimerkki ravintolayrityksestä (myy myös mausteita verkkokaupassa)
P – Poliittinen	Lainsäädäntö, tukipolitiikka	Elintarvikelainsäädäntö ja hygieniavaatimukset Alkoholiluvat ja niiden sääntely Kunnan tai valtion tukipolitiikka (esim. energia-avustukset)
E – Ekonominen	Talous, ostovoima	Inflaatio ja raaka-aineiden hinnat (esim. ruoka, energia) Kuluttajien ostovoima ja työllisyystilanne Rahoituksen saatavuus investointeihin
S – Sosiaalinen	Kuluttajakäyttäytyminen, trendit	Kuluttajien ruokatrendit (esim. kasvisruoka, lähiruoka) Väestörakenteen muutokset (esim. ikääntyminen, monikulttuurisuus) Arvot ja elämäntavat (esim. vastuullisuus, terveellisyys)
T – Teknologinen	Digitaaliset ratkaisut	Verkkotilaukset ja mobiilimaksut Digitaaliset tilausjärjestelmät Markkinointi sosiaalisessa mediassa Ruokarobotit, automaatio keittiössä
E – Ekologinen	Ympäristövaikutukset	Kierrätys ja jätteiden käsittely Energiankulutus ja hiilijalanjälki Vastuullinen hankinta (esim. luomu, reilu kauppa)
L – Lainsäädäntö	Sääntely ja tietosuoja	Työaikalait ja työsopimuslainsäädäntö Tietosuoja (esim. asiakasrekisterit) Allergiatiedon ilmoittaminen ja pakkausmerkinnät

ESIMERKKI.

Toimintaympäristön seuraaminen ja haltuunotto

PESTEL-tekijä	Kuvaus	Esimerkki ravintolayrityksestä (myy myös mausteita verkkokaupassa)	Miten vaikuttaa nyt tai tulevaisuudessa?
P – Poliittinen	Lainsäädäntö, tukipolitiikka	Elintarvikelainsäädäntö ja hygieniavaatimukset Alkoholiluvat ja niiden sääntely Kunnan tai valtion tukipolitiikka (esim. energia-avustukset)	• Varmistaa riittävä ja oikea tieto elintarvikkeista • Investoinnit keittiötiloihin / laitteisiin? • Energiainvestoinnit (led-valaistus, lämpöpumppu) • Työllistämistukien hyödyntäminen?
E – Ekonominen	Talous, ostovoima	Inflaatio ja raaka-aineiden hinnat (esim. ruoka, energia) Kuluttajien ostovoima ja työllisyystilanne Rahoituksen saatavuus investointeihin	• Henkilökunnan kanssa ideointi ruokahävikin minimointiin, palkkio jos hävikki alle X kg/vko • Selvitä leader-rahoitukset verkkokaupan kehittämiseen
S – Sosiaalinen	Kuluttajakäyttäytymisen, trendit	Kuluttajien ruokatrendit (esim. kasvisruoka, lähiruoka) Väestörakenteen muutokset (esim. ikääntyminen, monikulttuurisuus) Arvot ja elämäntavat (esim. vastuullisuus, terveellisyys)	• Lisätään kasvisruokavaihtoehto vai yli-korostetaanko ja erottaudutaan sillä, että "Vain lihaa" • Tarjotaanko ikäihmisille kotiinkuljetuspalvelu? Selvitä palveluseteli – hyvinvointialue?
T – Teknologinen	Digitaaliset ratkaisut	Verkkotilaukset ja mobiilimaksut Digitaaliset tilausjärjestelmät Markkinointi sosiaalisessa mediassa Ruokarobotit, automaatio keittiössä	• Ota käyttöön mobile pay maksut • Liity Woltiin tai rakenna oma kotiinkuljetussysteemi • Perusta kanta-asiakasjärjestelmä
E – Ekologinen	Ympäristövaikutukset	Kierrätys ja jätteiden käsittely Energiankulutus ja hiilijalanjälki Vastuullinen hankinta (esim. luomu, reilu kauppa)	• Eroon kertakäyttöastioista • Järjestä kierrätyspisteet • Selvitä ja tuo esiin läpinäkyvästi mausteiden hankintaketju
L – Lainsäädäntö	Sääntely ja tietosuoja	Työaikalait ja työsopimuslainsäädäntö Tietosuoja (esim. asiakasrekisterit) Allergiatiedon ilmoittaminen ja pakkausmerkinnät	• Hoida GDPR kuntoon • Verkkokaupassa huomioi alin 30 päivän hinnoittelu

Pohdi: voitko osallistaa ideointiin henkilökuntaa?

Murrosajan ilmiöt, trendejä

Tekoälysovellukset läpäisevät yhteiskunnan

Itseajavista autoista, koneille puhumisesta, räätälöidyistä suosituksista ja muista tekoälysovelluksista tulee yhä yleisempiä. Algoritmeille annetaan yhä enemmän päätäntävaltaa, jolloin myös kysymykset datan keruusta, läpinäkyvyydestä ja vastuusta korostuvat. Tärkeää on myös ymmärrys tekoälyn käyttämän tiedon vinoumista.

Työelämän kohtaanto-ongelmat lisääntyvät

Digitalisaatio muuttaa työtä vauraissa yhteiskunnissa. Työhön liittyvät kohtaanto-ongelmat lisääntyvät, kun tarjolla olevia tehtäviä vastaavia tekijöitä ei ole saatavilla, eivätkä työtä etsivät löydä osaamistaan vastaavaa työtä. Monet tehtävät automatisoidaan tai ulkoistetaan halvan työvoiman maihin.

Etä- ja hybridityö muuttaa työmarkkinoita

Pandemia sai monet yhteiskunnat ottamaan digiloikan, kun etä- ja hybridityöt yleistyivät. Etätyön yleistymisen myötä myös työnantajien tavat seurata työntekijöiden suoriutumista ja tehokkuutta ovat kehittyneet ja herättäneet kysymyksen työnantajan ja työntekijän välisestä luottamuksesta. Työmarkkinat muuttuvat, kun etänä työskentely mahdollistaa työn organisoimisen ja hajauttamisen uudella tavalla jopa globaalisti.

3D-tulostaminen muuttaa tuotantoa

Teollisen tason kolmiulotteinen tulostaminen lisääntyy samaan aikaan, kun uusiutuvien ja kierrätettävien raaka-aineiden käyttö 3D-tulostuksessa jatkaa kasvuaan. Erilaisia komponentteja ja varaosia voidaan valmistaa helposti paikallisesti, mikä vähentää esimerkiksi kuljetus- ja varastointikustannuksia sekä ilmastopäästöjä. Tulostamisen mahdollisuuksia hyödynnetään koko ajan uusilla aloilla kuten lääketieteessä.

Jatkuva osaamisen kehittäminen korostuu

Muutuva työelämä ja yhteiskunta edellyttävät jatkuvaa osaamisen kehittämistä. Uuden oppimisen, luovuuden, kokonaisuuksien hahmottamisen ja metataitojen merkitys kasvaa. Myös työurien pidentyminen lisää tarvetta jatkuvalla oppimiselle. Osaamisen kehittämisen rakenteisiin ja käytäntöihin kohdistuu kasvavaa muutospainetta.

Globaalit muuttoliikkeet lisääntyvät

Globaalit muuttoliikkeet lisääntyvät toimeentulon muutoksen, kaupungistumisen, sotien ja ympäristön muutosten myötä. Ilmaston kuumeneminen tekee alueita asuinkeelvottomiksi. Myös Suomeen suuntautuva maahanmuutto lisääntyy, jolloin kotouttamisen merkitys korostuu.

Informaatiovaikuttaminen kärjistää ilmapiiriä

Valeinformaation ja hybridi-vaikuttamisen määrä kasvaa ja sitä lietsovat niin toimijat maiden sisällä kuin kansainväliset tahot. Informaatiovaikuttamisen tavoitteena on yhä enemmän aiheuttaa hämmennystä ja eripuraa. Kärjistynyt keskustelu, maalittaminen ja vihapuhe saavat monet vetäytymään yhteiskunnallisesta vaikuttamisesta. Tarvitaan vastuullista tiedonvälitystä, informaatiolukutaitoa ja kanavia käydä rakentavaa yhteiskunnallista keskustelua.

Datan keruu lisääntyy

Dataa kerätään enenevässä määrin eri ympäristöissä: kaupungissa, teollisuudessa, kodeissa ja ihmisistä älylaitteiden kautta. Kerätyn data pohjalta luodut digitaaliset kaksoiset, eli esimerkiksi teollisuuslaitteiden simulaatiot yleistyvät ja helpottavat huoltoa sekä auttavat tehostamaan tuotantoa. Datan määrän lisääntyessä korostuu tulkinnan ja keruun hyväksyttävyyden merkitys: mistä data oikeastaan kertoo ja miten sitä voidaan hyödyntää vastuullisesti? Kuka datan omistaa ja kenellä siihen on pääsy?

Kortit löytyvät digitaalisesti: <https://www.sitra.fi/megatrendikortit/>

Mikä on skenaario?

- Tarina tulevaisuudesta
- Auttaa ja tukee yritystä:
 - Konkretisoimaan jotain mitä ei vielä näe, koe, mutta sen aistii
 - Varautumaan muutoksiin
 - Tekemään päätöksiä, suunnittelemaan strategiaa
 - Ajattelemaan luovasti ja rohkeasti "out of the box"
- Auttaa pohtimaan:
 - Mitä voisi tapahtua?
 - Miten se vaikuttaisi meihin?
 - Miten voisimme varautua tai hyödyntää tilannetta?
- Tänään teemme 2-3 skenaariota auttamaan sinun yritystä



Arvioi yrityksesi tapaa reagoida muutoksiin

1. Muutos tapahtunut, yritys **ei huomaa** sitä 
2. Muutos tapahtunut, yritys huomaa, mutta **ei reagoi** 
3. Muutos tapahtunut, yritys ymmärtää sen, mutta **ei osaa reagoida** 
4. Muutos tapahtunut, yritys **huomaa, ymmärtää ja reagoi** 
5. Yritys **ennakoi** muutoksen, kääntää mahdollisuudet ja uhat edukseen 

Mikä on sinun yrityksesi tapa?

Tavoite: Vinkkejä siihen, miten parantaa toimintaympäristön analysointitaitoja

Keskeiset opit

- PESTEL
- Megatrendit
- Skenaariot
- Yrityksen tapa suhtautua muutokseen

Käytännön hyödyntäminen

Hyödynnä oppeja liiketoimintasi kehittämisessä, strategiatyössä, henkilöstön osallistamisessa.

Kilpailukyvyn vahvistaminen

Opitut työkalut auttavat yrityksiä analysoimaan yhdessä henkilökunnan kanssa toimintaympäristöä ja sen muutoksia ja vaikutuksia toimintaan nyt ja tulevaisuudessa.

Yhteenveto

Keskeiset opit digitalisaation tuomista mahdollisuuksista

- Markkinoinnin kanavat ja digitalisaatio
- Markkinoinnin teknologiat
- Martechmap.com
- Ostoputki-käsite
- Zero Click –markkinointi
- AI, XR, AR, VR

Keskeiset opit miten parantaa toimintaympäristön analysointitaitoja

- PESTEL
- Megatrendit
- Skenaario
- Yrityksen tapa suhtautua muutokseen