

Eteläpohjalaisyritys alihankkijasta ratkaisukumppaniksi

8.9.2026

Myyttekö asiakkaallenne tuotetta vai ratkaisetteko asiakkaan ongelmaa? Ero voi kuulostaa pieneltä.

Yritys voi valmistaa asiakkaan piirustusten mukaan laadukkaan osan ja toimittaa sen sovitusti. Tai se voi tuottaa laajemman kokonaisuuden tai päästä ainakin mukaan pohtimaan, millainen tuote, palvelu tai kokonaisuus ratkaisisi asiakkaan tarpeen parhaiten.

Jälkimmäisessä tapauksessa yrityksen rooli alkaa muuttua valmistajasta kumppaniksi – ja samalla voi avautua mahdollisuus suurempaan osuuteen asiakkaalle syntyvästä arvosta ja vankempi asiakassuhde.

Etelä-Pohjanmaalla on mistä ponnistaa

Etelä-Pohjanmaalla on paljon teollisuutta ja vahvoja alihankintaverkostoja. Alihankintateollisuudella on merkittävä asema maakunnan yritysrakenteessa, ja teollisuuden toimipaikkoja on paljon suhteessa asukasmäärään (Etelä-Pohjanmaan liitto, 2022).

Vahva valmistusosaaminen antaa hyvän pohjan myös korkeamman lisäarvon liiketoiminnalle. Maakuntastrategiassa mahdollisuuksia nähdään muun muassa osaamisen syventämisessä, osallistumisessa asiakkaiden ratkaisu- ja tuotekehitykseen sekä yritysten yhteistyössä nykyistä laajempien kokonaisuuksien tarjoamiseksi (Etelä-Pohjanmaan liitto, 2022).

Yrityksen kannalta kiinnostava kysymys onkin: mitä voisimme tarjota asiakkaalle sen lisäksi, mitä hän meiltä tällä hetkellä tilaa.

Enemmän arvoa ei tarkoita vain enemmän kappaleita

Kasvu ei välttämättä edellytä suurempia tuotantomääriä. Sitä voidaan hakea myös ottamalla suurempi rooli asiakkaan arvonluonnissa.

Kiertotalouden liiketoimintamalleissa valmistuksen rinnalle voi syntyä ansaintaa esimerkiksi huollosta, kunnostuksesta, elinkaaripalveluista, asiantuntijapalveluista tai asiakkaalle tarjottavasta suorituskyvystä (Bocken ym., 2016). Konepajayritys voi auttaa asiakasta kehittämään pitkäikäisemmän, huollettavamman tai materiaalitehokkaamman ratkaisun. Samoja mahdollisuuksia löytyy muiltakin aloilta.

Etelä-Pohjanmaalta löytyy viitteitä siitä, että aktiivisella uudistamisella on merkitystä. Viljamaa ym. (2025) havaitsivat vähintään 20 henkilöä työllistäviä eteläpohjalaisia yrityksiä tarkastellessaan, että jatkuvasti kasvaneet yritykset hyödyntävät uusia liiketoimintamalleja muita useammin.

Uusien mahdollisuuksien tunnistaminen edellyttää erilaisten liiketoimintamallien tuntemista. Kiertotalouden liiketoimintamalleihin ja niiden kehittämiseen löytyy työkaluja esimerkiksi SEAMKin Riihi-sivustolta: https://riihi.app-staging.seamk.hion.dev/.

Uudistuminen näkyy myös kasvussa, mutta osaaminen pitää osata myydä

Ratkaisukumppaniksi ei muututa vain lisäämällä palvelu tuotevalikoimaan. Tarvitaan asiakas- ja palvelulähtöistä kehittämistä, johtamista, yhteistyötä sekä kykyä kertoa asiakkaalle tarjottavasta arvosta. Omista vahvuuksista on kuitenkin lähdettävä liikkeelle. Voidaan kysyä, mitä sellaista jo osaamme, josta asiakas voisi saada enemmän hyötyä.

Myös markkinointiosaamisella on merkitystä. Eteläpohjalaisia pk-yrityksiä koskevassa tutkimuksessa hyvä markkinointikyvykkyys on ollut yhteydessä nopeampaan kasvuun (Joensuu-Salo ym., 2023). Tämä on tärkeä huomio erityisesti vahvan teknisen osaamisen yrityksille: ei riitä, että yritys osaa ratkaista asiakkaan ongelman – asiakkaan pitää myös ymmärtää, mitä hyötyä ratkaisusta hänelle syntyy.

Ratkaisukumppanuus – lähemmäs asiakkaan liiketoimintaa

Aktiivinen rooli innovaatioiden kehittäjänä ja yhteistyökumppanina voi avata pk-yrityksille pääsyn laajempiin verkostoihin ja korkeamman arvon liiketoimintaan. Ilman panostusta osaamiseen ja yhteistyöverkostoihin vaarana on marginaaliasemaan jääminen toimitusketjussa (Ahmadov ym., 2025).

Käytännössä ratkaisukumppanuus voi tarkoittaa sitä, että yritys pääsee mukaan asiakkaan kehittämiseen jo

ennen tilausta. Mitä paremmin yritys ymmärtää asiakkaan liiketoimintaa ja tarpeita, sitä paremmat mahdollisuudet sillä on tarjota oman valmistusosaamisensa lisäksi uusia ratkaisuja ja lisäarvoa.

Omaa paikkaa arvoketjussa kannattaakin tarkastella muutaman kysymyksen avulla:

- Voisimmeko olla mukana jo ratkaisun suunnittelussa?
- Tiedämmekö, mitä asiakas tarvitsee, jossa voisimme auttaa?
- Mistä muusta kuin valmistamisesta voisimme saada tuloja tai muuta hyötyä?
- Myymmekö pelkkää tuotetta vai ratkaisua asiakkaan ongelmaan?

Näitä kysymyksiä pohditaan myös eteläpohjalaisten pk-yritysten kanssa Seinäjoen ammattikorkeakoulun ReVisio – Ekosuunnittelusta kiertotalouden kilpailuetuihin -hankkeessa. ReVisiossa kehitetään käytännön työkaluja uusien liiketoimintamahdollisuuksien tunnistamiseen, kaupallistamiseen ja kokeilemiseen.

Tämä artikkeli on osa Tulevaisuuskestävä yritys -artikkelisarjaa. Se on kirjoitettu osana ReVisio – Ekosuunnittelusta kiertotalouden kilpailuetuihin -hanketta. Hanke on Euroopan unionin osarahoittama. Sarjan ensimmäiseen osaan voit tutustua täältä:

Tulevaisuuskestävä yritys – mistä arvo syntyy?**Heli Hietala**
SEAMk

Kirjoittaja työskentelee projektipäällikkönä ja asiantuntijana kiertotaloutta, tulevaisuuskestävää liiketoimintaa ja sidosryhmälähtöisyyttä edistävissä hankkeissa.

Lähteet

Ahmadov, T., Durst, S., Gerstlberger, W., & Kraut, E. (2025). SMEs on the way to a circular economy: Insights from a multi-perspective review. *Management Review Quarterly, 75*, 289–322. https://doi.org/10.1007/s11301-023-00380-2

Bocken, N. M. P., de Pauw, I., Bakker, C., & van der Grinten, B. (2016). Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering, 33*(5), 308–320. https://doi.org/10.1080/21681015.2016.1172124

Etelä-Pohjanmaan liitto. (2022). *Etelä-Pohjanmaan maakuntastrategia 2022–2025*. Etelä-Pohjanmaan liitto. https://epliitto.fi/wp-content/uploads/2022/06/Etela-Pohjanmaan-maakuntastrategia-2022-2025.pdf

Joensuu-Salo, S., Viljamaa, A., & Kangas, E. (2023). Marketing first? The role of marketing capability in SME growth. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, 25*(2), 185–202. https://doi.org/10.1108/JRME-05-2021-0070

Viljamaa, A., Joensuu-Salo, S., Katajavirta, M., Tuuri, H., Huhtala, T., & Liikala, M. (2025). *Eteläpohjalainen Mittelstand: Selvitys vähintään 20 henkeä työllistävistä eteläpohjalaisista yrityksistä*. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2025050637362