

Markkinointikyvykkyys vauhdittaa yrityksen kasvua

27.5.2025

Monessa yrityksessä markkinointi saatetaan mieltää yksittäisten digitaalisten välineiden, kuten sosiaalisen median alustojen, käyttöön. Todellisuudessa markkinointi ja erityisesti markkinointikyvykkyys on huomattavasti laajempi kokonaisuus. Se tarkoittaa kykyä tunnistaa liiketoimintaympäristön tarjoamia mahdollisuuksia ja hyödyntää niitä markkinoinnissa. Tähän liittyvät olennaisesti asiakaslähtöinen ajattelu, tuote- ja palvelukehitys, myyntiosaaminen, hinnoittelu ja jakelukanavat – sekä ennen kaikkea suunnitelmallisuus. Markkinoinnin tulisi olla kiinteä osa yrityksen strategiaa, ei irrallinen toimenpide.

Työkalu markkinoinnin kehittämisen tueksi

Syksyllä 2023 käynnistyneessä, Euroopan unionin osarahoittamassa *Think Big – Kasvuyrittäjyyden edistäminen Etelä-Pohjanmaalla-hankkeessa* on kehitetty yrityksiä palvelevia työkaluja, jotka tukevat kasvuyrittäjyyttä, vihreää siirtymää ja digitalisaatiota. Yksi näistä työkaluista on markkinointikyvykkyystyökalu, joka auttaa pk-yrityksiä kehittämään markkinointiaan systemaattisesti ja tavoitteellisesti. Sen avulla yritys voi arvioida markkinoinnin johtamisen, asiakassuhteiden hallinnan ja brändiosaamisen tilaa sekä tunnistaa kehityskohteita. Työkalu tarjoaa käytännönläheisiä ohjeita, joiden avulla yritys voi suunnitella ja toteuttaa kasvua tukevia markkinointitoimenpiteitä.

Miten työkalua käytetään?

Markkinointikyvykkyystyökalu on digitaalinen ja se jakautuu kolmeen kokonaisuuteen, jotka käsittelevät markkinoinnin johtamista, asiakassuhteiden hallintaa ja brändiosaamista. Jokainen näistä teemoista koostuu suunnittelu- ja toteutusosiosta sekä niihin liittyvistä kehittämissuunnitelmista ja seurannasta. Työkalua voi hyödyntää joustavasti: yritys voi keskittyä yhteen teemaan tai käsitellä kaikki osa-alueet vaiheittain. Jokaisen teeman käsittelyyn kannattaa varata noin kaksi tuntia aikaa, mutta materiaalin voi tarvittaessa palastella pienempiin osioihin.

Työskentely perustuu pohdintakysymyksiin, joiden avulla osallistujat keskustelevat yrityksen nykytilasta ja kehittämistarpeista. Suuremmissa organisaatioissa on hyödyllistä, että mukaan osallistuvat kaikki markkinointiin liittyvät tahot, ja työskentelyä voi tukea fasilitaattori, joka ohjaa keskustelua ja kirjaa ylös ideoita. Pienemmillä yrityksillä työkalu toimii hyvin myös itsenäisesti käytettävänä tukena markkinoinnin kehittämisessä tai esimerkiksi opiskelumateriaalina.



Markkinointikyvykkyys-työkalun avulla voidaan kehittää yrityksen markkinointia.

Esimerkiksi markkinoinnin johtamisen teemassa työskentely etenee siten, että ensin perehdytään aiheeseen lyhyen informaatiosisällön kautta. Sen jälkeen työkalun esittämien kysymysten avulla ryhdytään analysoimaan omaa toimintaa ja kehityskohteita. Työkalu on rakennettu ohjaamaan keskustelua vaiheittain, mikä tekee siitä helppokäyttöisen myös ilman aiempaa kokemusta vastaavista työpajoista.

Kehittämissuunnitelma konkretisoi ideat

Kun eri teemoihin liittyvät pohdinnat ja ideat on kirjattu ylös, seuraavaksi ne kootaan työkalun kehittämissuunnitelma-pohjalle. Tässä vaiheessa arvioidaan, mitkä toimenpiteet ovat realistisia toteuttaa ja

missä järjestyksessä ne kannattaa viedä eteenpäin. Ideoita voidaan jalostaa edelleen ja yhdistellä niin, että niistä muodostuu selkeä ja tavoitteellinen suunnitelma. Mikäli kehittämistoimenpiteet ovat laajempia, niistä voi tarvittaessa laatia erillisiä projektisuunnitelmia. Osa kehityskohteista voi olla sellaisia, että niiden toteuttaminen voidaan aloittaa heti – tällaiset toimenpiteet kannattaa sopia mahdollisimman pian käytännön tasolla eteneviksi.

Koska työkalu on melko laaja kokonaisuus, sen läpikäyminen kerralla ei ole välttämätöntä eikä ehkä edes suositeltavaa. Työskentely kannattaa aikatauluttaa vaiheittain, ja keskittyä kerrallaan niihin osa-alueisiin, jotka ovat yrityksen näkökulmasta ajankohtaisimpia. Näin työkalusta saa parhaan hyödyn irti, ja kehittämistyö etenee hallitusti.

Markkinointiosaamisella on tutkimuksen mukaan suora vaikutus yrityksen kasvuun

Markkinointiosaaminen on keskeinen tekijä yrityksen kasvun taustalla – tätä osoittaa myös SEAMKin tekemä tutkimus (Joensuu-Salo ym., 2022), jossa tarkasteltiin eteläpohjalaisten pk-yritysten kasvua kolmen vuoden aikana. Tulosten mukaan yrityksen koolla ei ollut merkittävää vaikutusta henkilöstömäärän kasvuun, mutta markkinointiosaamisen taso sen sijaan oli selvä kasvun vauhdittaja. Erityisesti pienemmissä yrityksissä markkinointiosaaminen on usein suurempia yrityksiä heikommalla tasolla, mikä saattaa jarruttaa kasvupotentiaalia. Tästä syystä markkinointikyvykkyyden kehittämiseen kannattaa panostaa – ja siihen tarjoaa apua tämä uusi työkalu.

Markkinointikyvykkyystyökalu tarjoaa yritykselle konkreettisen välineen kehittää markkinointiosaamistaan, tunnistaa asiakastarpeita entistä tarkemmin ja rakentaa vaikuttavampaa markkinointia, joka tukee myyntiä ja mahdollistaa kestävän kasvun. Sen tehokas käyttö edellyttää kuitenkin sitoutumista ja aikaa, mutta vastineeksi se voi antaa arvokasta suuntaa ja selkeyttä markkinoinnin kehittämiseen.

Jos kehittämistyö tuntuu haastavalta tai kaipaat tukea sen suunnitteluun, kannattaa olla rohkeasti yhteydessä alueellisiin kehittäjäorganisaatioihin ja oppilaitoksiin. Etelä-Pohjanmaan alueella Seinäjoen ammattikorkeakoulu tarjoaa yrityksille laajasti tukea osaamisen kehittämisestä testaus- ja mittauspalveluihin sekä opiskelijayhteistyöhön. Myös alueen kehitysyhtiöt tukevat yrityksiä kaikissa liiketoiminnan vaiheissa.

Markkinointikyvykkyystyökalu on kehitetty Euroopan unionin osarahoittamassa Think Big! Kasvuyrittäjyyden edistäminen Etelä-Pohjanmaalla-hankkeessa yhteistyössä SEAMKin, Järvi-Pohjanmaan Yrityspalvelun, Alavuden Kehityksen ja Isonkyrön Kehityksen asiantuntijoiden kanssa. Työkalu on testattu erilaisten yritysten kanssa, ja se on saatavilla digitaalisessa muodossa täältä. Voit myös tutustua työkaluun lyhyen esittelyvideon avulla. Työkalu, video ja työskentelypohja, johon ideat voidaan kerätä sekä kaikki muutkin hankkeessa kehitetyt työkalut löytyvät SEAMKin verkkosivujen kehittämistyökaluista valikon “kasvun ja kestävän liiketoiminnan työkalut (Think Big)” alta.

Tiina Nieminen
asiantuntija, TKI

SEAMK

Maarit Liikala
asiantuntija, TKI
SEAMK

Heikki Punkari
projektipäällikkö, asiantuntija, TKI
SEAMK

Kirjoittajat toimivat hankkeessa kasvuyrittäjyyden sekä kestävän liiketoiminnan asiantuntijoina. Liikala on toiminut pitkään rakennustuoteteollisuuden alihankintaketjuissa ja vastannut niiden kehittämisestä. Nieminen toimii hankkeen lisäksi SEAMKin aluekehittäjänä Kauhavan alueella, jossa keskiössä on yritysten kehittäminen TKI-yhteistyöllä. Punkari toimii Think Big! -hankkeen lisäksi RIIHI – Resurssiviisaat verkostot Etelä-Pohjanmaalla –hankkeen asiantuntijana.

Lähteet

Joensuu-Salo, S., Viljamaa, A., Kangas, E. (2022). Marketing first? The role of marketing capability in SME growth. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship.*https://www.emerald.com/insight/publication/issn/1471-5201

Joensuu-Salo, S., Viljamaa, A., Närvä, M. & Junkkari, T. (2024). Markkinointikyvykkyys kriittinen ainesosa kasvun reseptissä. *@SEAMK Verkkolehti.*https://lehti.app-staging.seamk.hion.dev/verkkolehti/markkinointikyvykkyys-kriittinen-ainesosa-kasvun-reseptissa/