

Markkinointikyvykkyys yritysten kasvun tukena

4.10.2024

SeAMKin tutkimuksen mukaan (Joensuu-Salo ym., 2022) markkinointiosaamisella on vaikuttava merkitys yrityksen kasvuun. Tutkimuksessa tarkasteltiin eteläpohjalaisten pk-yritysten koon ja markkinointiosaamisen vaikutusta yritysten henkilömäärän lisääntymiseen kolmen vuoden aikana. Yrityksen koolla ei tutkimuksen mukaan ole niinkään suuri merkitys kasvuun, mutta sen sijaan mitä parempaa markkinointiosaamista yrityksellä on, sitä nopeampaa on myös sen kasvu. Pienillä yrityksillä markkinointisaaminen on usein isompia yrityksiä heikompaa, ja tämä voi jarruttaa tämän yrityssektorin kasvua.

Mitä se markkinointikyvykkyys oikein on?

Pienissä yrityksissä markkinointi useasti nähdään hyvin suppeasti esimerkiksi tietyn digityökalun käyttönä. Markkinointikyvykkyys on kuitenkin paljon laajempi käsite, ja se voidaan ajatella kykynä nähdä uusia mahdollisuuksia liiketoimintaympäristössä ja niiden mahdollisuuksien hyödyntämistä markkinoinnissa. Siihen liittyy tiiviisti asiakaslähtöisyys, tuote- ja palvelukehitys, myyntiosaaminen, hinnoittelu, jakelu ja suunnitelmallinen ote. Markkinoinnin lähtökohdat ja tavoitteet olisi hyvä löytyä jo yrityksen strategiasta.

Markkinoinnin kehittäminen pk-yrityksissä

Kouluttautuminen on aina hyvä aloitus osaamisen kehittämiselle. Markkinointiosaamisessa on hyvä aloittaa markkinoinnin perusasioista, ennen kuin hypätään opettelemaan 10 erilaista digialustaa. On totta, että digitalisaatio on avannut mahtavia uusia kanavia markkinoinnille, mutta jos markkinoinnista puuttuu linkki

yrityksen strategiaan sekä suunnitelmallisuus, resursointi ja kehittäminen, ei digiväline itsessään välttämättä tuo toivottua lisäbisnestä.

Pienissä yrityksissä, varsinkin yrityksen alkutaipaleella, voi olla vielä epäselvää, kuka yrityksen asiakas on ja onko sillä kenties erilaisia asiakasryhmiä. Tällöin on vaikea tietää, mitä kanavia käyttää viestinnässä ja markkinoinnissa ja minkälainen viesti tavoittaa juuri oman yrityksen asiakkaan. Suunnitelmallisuus auttaa kiireisessä arjessa, myös markkinoinnin suhteen. Kun tiedät kuka asiakkaasi on, päätä toimenpiteet, aikataulutus, kanavat, resurssit ja seuranta. On hyvä myös muistaa, että jokainen asiakaskokemus on osa yrityksen markkinointia. Erityisesti pienyrittäjän kannattaisi muistaa motto: ”Kaikki mitä teet on markkinointia, ja aina on hyvä hetki markkinoida.” (Hemminki ym., 2023)

Markkinointikyvykkyystyökalu kehitteillä pk-yritysten käyttöön

Syksyllä 2023 alkaneessa Euroopan unionin osarahoittamassa Think Big -kasvuyrittäjyyden edistäminen Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa kasvuyrittäjyyttä pyritään edistämään kasvuyrittäjyyteen liittyvän osaamisen kehittämisen, toimijoiden verkostoitumisen ja tutkimustiedon paremman hyödyntämisen kautta. Hankkeessa on myös tavoitteena kehittää kasvuyrittäjyyteen, vihreään siirtymään sekä digitalisaatioon kannustavia työkaluja.



Kuortaneen työpajassa opeteltiin markkinoinnin ja Canvan perusteita (kuva: Terhi Ojaniemi, 2024).

Myös markkinointikyvykkyyteen liittyvä työkalu on kehitteillä, ja sitä pilotoidaan yritysten kanssa jo tänä syksynä. Elokuun lopussa hanke järjesti kahden illan työpajasarjan Kuortaneen alueen yrittäjille. Ensimmäisen illan aikana käytiin markkinoinnin perusasioita ja toisella kerralla yrittäjille tarjottiin koulutusta Canvasta, joka on hyvin pienyrittäjän käyttöön soveltuva graafisen suunnittelun työkalu. Yrittäjät vastaanottivat uudet työkalut innokkaina, mutta harmittelivat, että vielä tarvitsisivat muutaman ylimääräisen tunnin vuorokauteen, jotta ehtisi tämän kaiken uuden tiedon sisäistää!

Artikkeli on kirjoitettu osana Think Big! Kasvuyrittäjyyden tukeminen Etelä-Pohjanmaalla -hanketta, joka on Euroopan unionin osarahoittama.

Tiina Nieminen
TKI-asiantuntija
SeAMK

Lähteet

Hemminki, A., Hietala, T., Kaihlamäki, M., Karjalainen, S., Rinta-Homi, O., Sandvik, T. (2023). Yrityksen onnistumisopas. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe20231212153451

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. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship | Emerald Insight