

Voiko tekoäly korvata markkinointikyvykkyyden – vai tarvitaanko työkalua entistä enemmän?

23.12.2025

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. (Nieminen ym., 2025)

Markkinointikyvykkyys on paljon muutakin kuin somepäivityksiä

Moni yrittäjä kokee markkinoinnin irrallisena lisätehtävänä, joka hoidetaan muun työn ohessa esimerkiksi päivittämällä sosiaalista mediaa. Tällöin markkinointi hahmottuu helposti yksittäisinä toimenpiteinä tai kanavavalintoina, eikä sitä nähdä osana yrityksen ydintoimintaa tai pitkäjänteisen kasvun ajurina. Tämä kaventunut näkökulma voi estää markkinoinnin täyden potentiaalin hyödyntämisen. Markkinointikyvykkyys on kuitenkin huomattavasti laajempi käsite kuin yksittäisten digikanavien tai kampanjoiden toteuttaminen. Se

tarkoittaa yrityksen kykyä tunnistaa liiketoimintaympäristössä avautuvia mahdollisuuksia, tehdä niihin perustuvia valintoja ja hyödyntää niitä systemaattisesti markkinoinnissa. Markkinointikyvykkyyteen kytkeytyvät tiiviisti asiakaslähtöisyys, tuote- ja palvelukehitys, myyntiosaaminen, hinnoittelu, jakelu sekä suunnitelmallinen ja tavoitteellinen johtaminen. Kun markkinointi nähdään osana yrityksen strategista kokonaisuutta, sen tavoitteet ja toimenpiteet pohjautuvat yrityksen pitkän aikavälin suuntaan eikä yksittäisiin, irrallisiin tekoihin (Nieminen ym., 2025).

Työkalu markkinointikyvykkyyden kehittämiseen

Markkinoinnin tarkastelu yksittäisiä toimenpiteitä laajempana kokonaisuutena edellyttää myös välineitä, jotka tukevat tällaista ajattelua. Think Big! -hankkeessa kehitetty markkinointikyvykkyystyökalu on suunniteltu auttamaan yrityksiä hahmottamaan markkinoinnin rooli selkeämmin osana yrityksen ydintoimintaa ja strategista johtamista. Työkalun avulla yritys voi arvioida markkinoinnin johtamista, asiakassuhteiden hallintaa ja brändiosaamista sekä tunnistaa kehittämiskohteita. Kysymysten ja tehtävien avulla markkinointi kytkeytyy luontevasti yrityksen strategiaan ja tukee pitkäjänteistä kasvua.



Kuva 1. Markkinointikyvykkyystyökalu auttaa kysymyksien avulla määrittelemään yrityksen strategiaan kytkeytyvän markkinointisuunnitelman.

Pilotointi herätti kysymyksiä tekoälyn roolista markkinointiosaamisessa

Think Big- hankkeessa kehitetty markkinointikyvykkyystyökalu on testattu yhdessä aluekehitysyhtiöiden ja eteläpohjalaisten yritysten kanssa. Pilotoinnin aikana yrityksissä heräsi kysymys siitä, tarvitaanko markkinointiosaamista enää, jos tekoäly pystyy tuottamaan markkinointisuunnitelmia käden käänteessä. Pilotointiin osallistuneiden yritysten kokemuksen mukaan tekoäly toimi hyvin apuna työkalun käytön rinnalla. Se auttoi esimerkiksi arvonlupauksen sanoittamisessa ja ajatusten jäsentämisessä tilanteissa, joissa yrittäjällä oli selkeä näkemys mutta vaikeuksia pukea se sanoiksi. Lisäksi tekoäly helpotti työkalun vastausten kokoamista ja tiivistämistä. Tekoälyn tuottamia vastauksia ei nähty kuitenkaan suoraan käyttökelpoisina. Tekoälyä hyödynnettiin pikemminkin ehdotusten ja näkökulmien lähteenä ja sen antamia vastauksia arvioitiin ja muokattiin oman harkinnan pohjalta käyttötarkoitukseen sopiviksi.

Tekoäly voi antaa vastauksia, mutta markkinointikyvykkyystyökalu auttaa kysymään oikeita kysymyksiä

Tekoäly tarjoaa runsaasti mahdollisuuksia markkinoinnin automaatioon, datan analysointiin ja sisällöntuotantoon. Se voi nopeuttaa työvaiheita ja tuottaa nopeasti ideoita, mutta se ei määritä yrityksen tavoitteita tai strategista suuntaa. Tekoälyn tuottamat suunnitelmat ja sisällöt jäävät usein yleiselle tasolle, sillä varsinainen kilpailuetu syntyy luovuudesta, strategisesta ajattelusta ja yrityksen omien vahvuuksien tunnistamisesta. Yrityksellä itsellään on paras ymmärrys toimintaympäristöstään, asiakkaistaan ja kilpailijoistaan, ja siksi juuri ihmiselle jää ratkaiseva rooli suunnan määrittelyssä. Teknologian kehittyessä korostuvatkin entisestään meidän ihmisten vahvuudet ja inhimilliset piirteet kuten arvot, kokemukset, empatia ja muut tunteet eli ne kaikki asiat, joita tekoäly ei voi tuottaa. Markkinointikyvykkyystyökalu auttaa yritystä olennaisten kysymysten äärelle. Se ei tarjoa valmiita vastauksia, vaan auttaa kirkastamaan tavoitteita, tekemään valintoja ja tunnistamaan erottautumistekijöitä. Vaikka tekoäly tarjoaa tehokkaasti vastauksia, markkinointikyvykkyystyökalu on se, joka auttaa kysymään oikeita kysymyksiä, kirkastamaan tavoitteet sekä tunnistamaan yrityksen todelliset erottautumistekijät. Samalla se auttaa yrityksiä kehittämään markkinointiin liittyvää osaamistaan.

Työkalun käyttö on oppimista – yhteiset oivallukset vievät yritystä eteenpäin

Yrityksen arjessa markkinointiin liittyvä tieto, ideat ja havainnot jäävät usein pirstaleisiksi. Markkinointikyvykkyystyökalu auttaa kokoamaan nämä yhteen ja muuntamaan ne yhteiseksi, jäsennellyksi kokonaisuudeksi. Työkalun avulla yritys pystyy sanoittamaan ajatteluaan selkeämmin, suuntaamaan sitä kohti

yhteisiä tavoitteita ja tekemään markkinointiin liittyvistä valinnoista näkyviä ja jaettuja. Työkalun keskeinen etu on juuri sen synnyttämä yhteinen ajattelu ja keskustelu. Kysymykset ja tehtävät konkretisoivat tavoitteet ja auttavat muuttamaan ne käytännön toimenpiteiksi. Samalla ne rohkaisevat tarkastelemaan yrityksen toimintaa uusista näkökulmista ja tunnistamaan sekä olemassa olevia vahvuuksia että kehittämistarpeita. Tämä yhteinen ymmärrys ei synny valmiista vastauksista, vaan vuorovaikutuksesta ja oivalluksista, jotka juurtuvat pysyvämmin yrityksen toimintaan. Markkinointikyvykkyystyökalu tukee oppimista, vahvistaa strategista ajattelua ja auttaa yritystä ottamaan hallitun mutta merkittävän askeleen eteenpäin. Näin markkinointikyvykkyystyökalu ei ainoastaan tue yksittäisiä kehittämistoimia, vaan rakentaa yritykseen yhteistä ymmärrystä ja kykyä kehittää markkinointia pitkäjänteisesti. Artikkeli on kirjoitettu osana Think Big! Kasvuyrittäjyyden edistäminen Etelä-Pohjanmaalla -hanketta, joka on Euroopan unionin osarahoittama. Hankkeessa tuotetut työkalut on suunniteltu yhteistyössä Seinäjoen ammattikorkeakoulun sekä kolmen eteläpohjalaisen aluekehitysyhtiön kanssa. SeAMKin, Järvi-Pohjanmaan Yrityspalvelun, Alavuden Kehityksen sekä Isonkyrön Kehityksen asiantuntijat ovat testanneet työkalun toimivuutta erilaisten yritysten kanssa. Markkinointikyvykkyystyökalu on saatavissa digitaalisessa muodossa täältä: Markkinointikyvykkyystyökalu ja kaikki hankkeessa kehitetyt työkalut löytyvät täältä: Think Big työkalut

Tiina Nieminen
Aluekehittäjä, Asiantuntija, TKI, SEAMK
Maarit Liikala
Asiantuntija, TKI, SEAMK
Jaana Soranummi Projektikoordinaattori, Järvi-Pohjanmaan Yrityspalvelu
Oy
Kirjoittajat ovat kehittäneet Think Big! Kasvuyrittäjyyden edistäminen Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa kasvuun, kehittämiseen ja vihreään siirtymään liittyviä työkaluja aluekehitysyhtiöiden ja yritysten käyttöön.

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 Nieminen, T., Liikala, M., Punkari, H. (2025). Markkinointikyvykkyys vauhdittaa yrityksen kasvua. *SEAMK verkkolehti.*Markkinointikyvykkyys vauhdittaa yrityksen kasvua | Julkaisut@SEAMK
Asiasanat: Markkinointi, markkinointikyvykkyys, markkinointiosaaminen, työkalu, tekoäly