Digiloikka yrittäjien valmiuksiin

16.4.2020

Kuten käsillä oleva kriisi on osoittanut, tulevaisuus vaatii yrittäjiltä yhä rautaisempia digitaalisia valmiuksia. Perinteisesti yrittäjävalmiuksiksi on katsottu ahkeruus, oma-aloitteisuus, palvelualttius, sosiaaliset taidot, joustavuus, itseluottamus, halu kehittyä, luovuus, tavoitteellisuus, uskaliaisuus, kyky tehdä valintoja ja kyky vaikuttaa. (Suomen Yrittäjät 2019)

Digitaalisessa yrittäjyydessä näitäkin taitoja tulee olla mutta lisäksi vaaditaan digitaalisia perusvalmiuksia ja niiden kehittämistä sekä yhä uusien digitaalisten työkalujen käyttöosaamista. Digitaalisuus itsessään ei kuitenkaan luo vaikuttavuutta, jos yritys ei ymmärrä omia liiketoimintaprosesseja. Digitaalisuuden hyödyntäminen tuloksellisesti edellyttää yrityksen ansaintalogiikan sekä asiakastarpeiden jatkuvaa ja syvällistä analyysia.

Liiketoiminta kasvaa verkossa

Tämän koronakriisin aikana kaupan kysyntä ja tarjonta ovat olleet shokkitilassa. Se ei kuitenkaan tarkoita sitä, etteikö kysyntää olisi tulevaisuudessa. Poikkeustila ei ole syy pysäyttää myyntiä ja markkinointia mutta toimintatapaa on uudistettava, ehkä pysyvästikin. Ostokäyttäytyminen on siirtymässä aina vain enemmän verkkoon. Muutoksesta kertovat mm. Netflixin striimauskuvan laadun rajoittaminen sekä Amazonin päätös palkata 100 000 uutta työntekijää. Suoratoistopalveluista tarjoavat yhtiöt ovat joutuneet heikentämään palveluidensa kuvanlaatua verkkokapasiteetin säätämiseksi. Nämä kaikki uutiset kertovat kysynnän nopeasta muutoksesta: liiketoiminta kasvaa edelleen, verkossa. (Hiilamo 2020, Savonen 2020)

Digitaalisesti suuntautuneiden pienten yritysten menestystekijöiksi on listattu mm. edelläkävijäasenne ja halu ymmärtää aitoa asiakastarvetta. Kun tutut tavat kontaktoida asiakkaita ovat miltei mahdottomia, täytyy yritysten pystyä tavoittamaan, sitouttamaan ja vakuuttamaan sidosryhmät yhä vahvemmin erilaisia digikanavia ja –materiaaleja hyödyntämällä. Yritysten myynnin sekä markkinoinnin on toimittava nyt muutoksen mukana ja lähdettävä rakentamaan yritykselleen uusia toimintamalleja. (Hiilamo 2020)

Verkostosta tukea

Yritykset näkevät viimeistään nyt digitaalisuuteen liittyvän potentiaalin, mutta yritysten osaaminen ja resurssit eivät välttämättä mahdollista digitalisaation täysimittaista hyödyntämistä. Esteiksi voivat nousta yrityksen omat resurssit, kuten osaaminen ja kustannustekijät, kumppanit ja asiakkaat sekä säädösympäristö. Yrityksen tulisikin uudistaa vanhanaikaisia toimintatapoja ja vahvistaa omia valmiuksia digitaalisuuteen. Digikehityksestä kiinnostunut verkosto voi tukea yritysten kehitystä. (Suomen Yrittäjät 2016)

Juuri esteistä ja muutosvastarinnasta johtuen, suuri joukko pk-yrityksiä on vaarassa tipahtaa kehityksestä. Digimenestyjien ja digireaktiivisten väliin jää suuri joukko yrityksiä, joiden liiketoiminnan digitaalisuuden aste on toistaiseksi riittävä, mutta joiden tuotteiden ja palveluiden haastajat voivat digiliiketoiminnan rajattomuuden

ja skaalautuvuuden takia tarjota hyvin lyhyessäkin ajassa nykyisen tarjonnan korvaavia ratkaisuja. Alan nopea kehitys on monen olemassa olevan yrityksen uhka. (Suomen Yrittäjät 2016)

Digitaalisen liiketoiminnan kasvu vaatiikin nykyisten toimintamallien kyseenalaistamista ja ajattelutavan muutosta. Menestyneiden digiyritysten liiketoimintalogiikka perustuu digitaalisiin prosesseihin. Näihin voidaan vaikuttaa myös digitaalisten yrittäjävalmiuksien kehittämisellä ja kouluttamisella. Yritysten tulisi ymmärtää yhteiskunnan nopeatempoisen digitalisoitumisen tuoma muutos ja sulautua tähän. (Suomen Yrittäjät 2016)

Digiloikasta pysyvä

Nykyhetki vaatii yrityksiltä nopeita muutoksia. Osa tämänkin kriisin muutoksista tulevat olemaan yllättäviä, eikä niihin voi varautua. Tästäkin syystä yritysten olisi pystyttävä tunnistamaan niitä muutoksia, mitä jo nyt näemme tapahtuvan. Mitä paremmin pitää fokuksen kriisin jälkeisessä ajassa, sitä varmempaa myös liiketoiminnan jatkuvuus on. Yksi suurimmista muutoksista on viimeistään nyt asiakkaissa ja kuluttajissa tapahtuva digiloikka, josta on varmasti tulossa enemmän kuin vähemmän pysyvä. Ja juuri tähän haasteeseen on yritysten pystyttävä vastaamaan, esimeriksi digitaalisella mainonnalla, koska myös tulevaisuudessa asiakaskokemuksella ja loistavalla asiakaspalvelullakin on iso rooli kaupankäynnissä, vaikka se tapahtuisikin jatkossa digitaalisilla välineillä.

Petra Sippola
KTT, lakiekonomi, yrittäjyyden lehtori
SeAMK Liiketalous ja kulttuuri

Kirjoittaja on tutkinut digitaalista yrittäjyyttä DigitOk-hankkeen kautta. Hänen muita digitaalista yrittäjyyttä käsitteleviä artikkeleitaan @SeAMK-verkkolehdessä:

https://lehti.app-staging.seamk.hion.dev/yrittajyys-ja-kasvu/digitaalinen-yrittajyys-muuttaa-liiketoimintaa/https://lehti.app-staging.seamk.hion.dev/yrittajyys-ja-kasvu/digitaalisen-yrittajyyden-merkitys/**Lähteet:**

Ilona Hiila. 2020. Kun korona muuttaa ostokäyttäytymistä, täytyy myynnissä ja markkinoinnissa ottaa digiloikka. Saatavana: https://www.marmai.fi/blogit/vierasblogi-kun-korona-muuttaa-ostokayttaytymista-taytyy-myynnissa-ja-markkinoinnissa-ottaa-digiloikka/9636ea04-d500-4e4f-a32b-ee739b37cadb

Sonia Savonen. 2020. Kissavideot joutuivat koronaviruksen sijaiskärsijöiksi – Facebook jatkaa Netflixin ja YouTuben jalanjäljillä Saatavana: https://www.marmai.fi/uutiset/kissavideot-joutuivat-koronaviruksen-sijaiskarsijoiksi-facebook-jatkaa-netflixin-ja-youtuben-jalanjaljilla/e22f8ce5-9a7a-4367-9301-f3a416d49d02

Suomen Yrittäjät. 2016. Digitaalisuudella on merkittävä yhteys pk-yritysten menestykseen. Saatavana:https://www.yrittajat.fi/suomenyrittajat/tutkimukset/digitalisaatiotutkimukset/digitaalisuudella-merkittava-yhteys-pk

Suomen Yrittäjät. 2016. Digitaalisesti suuntautuneiden pienten yritysten menestystekijät. Saatavana:

https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/digiselvityksen_raportti2016.pdf