



Palvelullistaminen ja innovaatio

SBA

Sisältö

1. Alkusanat.....	3
2. Johdanto ja moduulin kuvaus.....	3
3. Oppimissisältö.....	3
3.1 Aihe.....	3
4. Yhteenveto.....	15
5. Sisältö itsearviointitestiin.....	16
6. Menestystarinat.....	18
7. Kirjallisuusluettelo ja lisäviitteet.....	20
8. Aiheeseen liittyvät koulutusmateriaalit.....	23
9. Avainsanat.....	23
10. ESCO-pätevyydet ja taidot.....	23

1. Alkusanat

Tiesitkö, että innovaatio ja palvelullistaminen ovat keskeisiä liiketoiminnan kasvun ja resilienssin ajureita nykypäivän markkinoilla? Naisilla on yleensä merkittäviä luovuuden ja innovatiivisuuden kykyjä. Siksi naisyrittäjät voivat saavuttaa erinomaisia tuloksia innovaatioiden suhteen.

2. Johdanto ja moduulin kuvaus

Moduuli auttaa ymmärtämään palvelullistamisen ja innovaation käsitteitä. Se vahvistaa naisyrittäjien taitoja palvelullistamisen ja innovaation alalla ja mahdollistaa naisyrittäjien löytää mahdollisuuksia tuoda palvelullistamisen ja innovaatioprosessit liiketoimintaansa.

3. Oppimissisältö

3.1 Aihe

Moduuli sisältää 2 aihetta:

1. Palvelullistaminen
2. Innovaatio

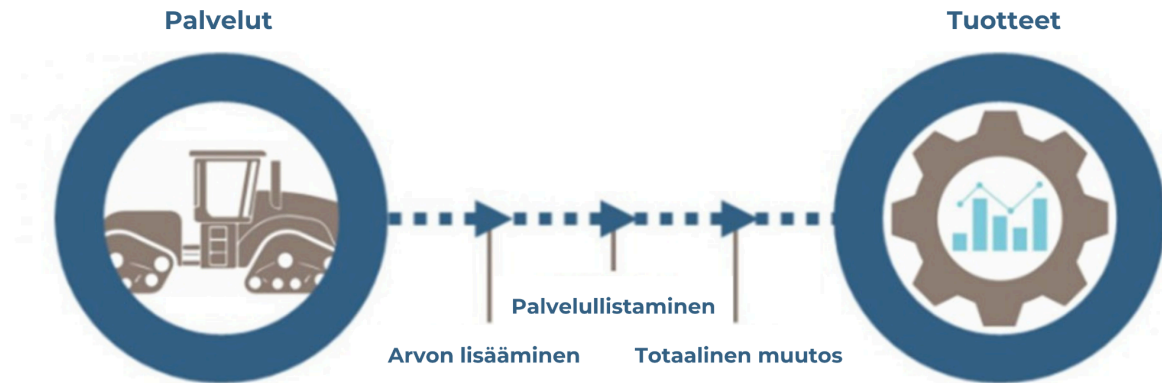
Aihe 1: Palvelullistaminen

Mitä on palvelullistaminen

Määritelmä

Palvelullistaminen on **‘Muutosprosessi, jossa siirrytään tuotokeskeisestä liiketoimintamallista ja logiikasta palvelukeskeiseen lähestymistapaan’** (C. Kowalkowski et al., 2017). Palvelullistaminen ei ole vain tuotealan yrityksille tai valmistajille. Myös palvelualan yritykset voivat tuoda palvelullistamisen liiketoimintaansa.

Kuva 1 Palvelullistamisprosessi



Lähde: <https://www.scheper.co/labelblue/servitization/>

Palvelullistamisen myötä palvelusta tulee ratkaiseva tekijä, kun taas tuotteen merkitys vähenee. COVID-19-kriisin vuoksi huomio on siirtynyt asiakashankinnasta asiakaspitoon ja kasvuun. Palvelun avulla yritykset voivat erottautua, rakentaa mainetta ja brändiä houkutellakseen asiakkaita.

Kehittyneiden palveluiden tarjoaminen vaatii usein sekä sisäisten että ulkoisten liiketoiminnan osa-alueiden uudelleenarviointia ja mahdollisesti uudelleensuunnittelua. Se sisältää yleensä kattavan uudelleenarvioinnin ulkoisista verkostoista, joihin kuuluvat kumppanit, toimittajat ja asiakkaat, sekä sisäisistä organisaatorakenteista ja -menettelyistä.

Esimerkiksi Apple, joka tunnetaan ensisijaisesti tuotteiden kuten iPhoneien, iPadien ja MacBookien myynnistä, on onnistuneesti integroinut palvelullistamisen sisällyttämällä erilaisia palveluita liiketoimintamalliinsa. Se sisältää palveluiden tarjoamisen, kuten iCloud, jossa käyttäjät voivat tallentaa tietoja, valokuvia ja varmuuskopioita Applen pilvipalvelimille, maksamalla tallennustilasta tilauspohjaisesti, tai AppleCare, joka tarjoaa laajennettua takuuta ja tukipalveluita, varmistaen, että asiakkailla on pääsy tekniseen tukeen ja korjauksiin.

Ennen toteutusta

Onko palvelullistaminen sopiva liiketoiminnallesi? Harkitse, pystytkö saavuttamaan seuraavat tavoitteet:

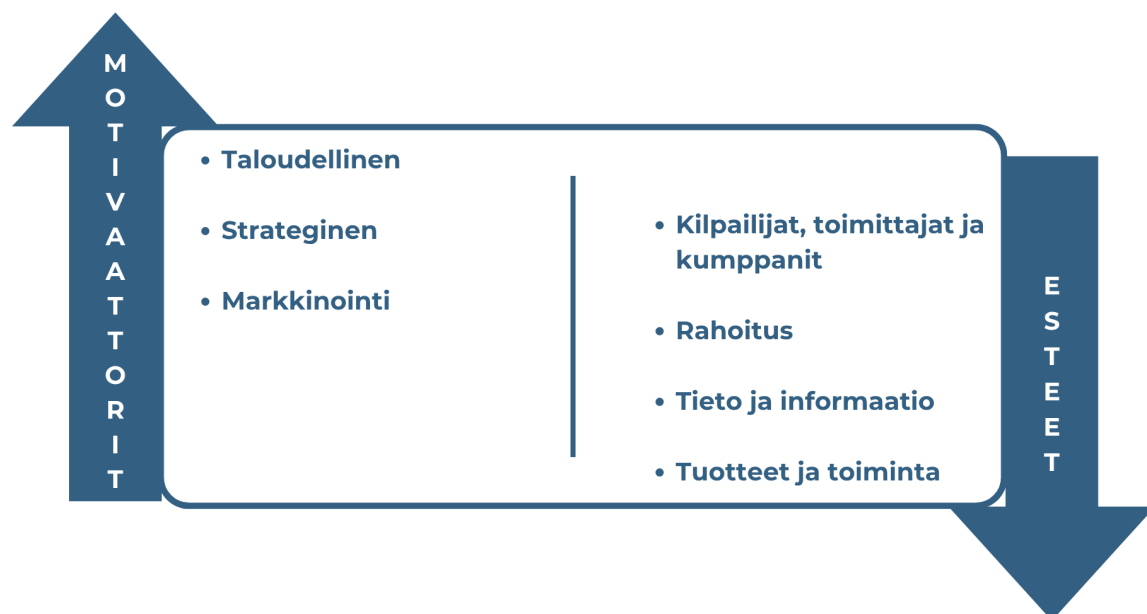
- **Rakentaa yrityksen visio, joka keskittyy palveluiden myyntiin** sen sijaan, että tarjottaisiin vain asiakaspalvelua. Muuta näkökulmaa perinteisestä asiakaspalvelusta laajempaan lähestymistapaan, joka keskittyy palveluiden myyntiin. Yrityksesi asiakkaille tarjoama arvo voi muuttua, jos luot vision, joka perustuu palveluun ja kokemukseen. Palvelusta voi tulla yrityksen tärkein arvon tuottaja seuraavasti:
 - Parantamalla tuotetta, jotta se tarjoaa enemmän asiakasarvoa;
 - Omaksumalla ajatus palvelusta liiketoimintamallina.

- **Tarjoamalla asiakkaille kohdennettuja ja poikkeuksellisia kokemuksia.** On välttämätöntä, että on taitoja ja resursseja palveluiden tehokkaaseen suunnitteluun, toteuttamiseen ja valvontaan. Varmista, että organisaatiolla on tarvittavat taidot, resurssit ja asiantuntemus palveluiden tehokkaaseen luomiseen, toteuttamiseen ja valvontaan sekä korkealaatuisten palveluiden tarjoamiseen, jotka vastaavat asiakkaiden tarpeita ja edistävät liiketoiminnan kokonaisvaltaista menestystä. Rakenna monipuolinen tiimi, joka koostuu jäsenistä, joilla on erilaisia taitoja ja taustoja, ja jotka voivat edistää palvelullistamisen onnistunutta integrointia yrityksessäsi. On myös mahdollisuus palkata ulkopuolinen konsultti, joka voisi auttaa sinua palvelullistamisprosessissa.
- **Asiakkaiden tarpeiden ymmärtäminen** pelkkien tuotteen ominaisuuksien sijaan. Sen sijaan, että keskittyisit pelkästään tuotteen ominaisuuksiin ja toimintoihin, panosta syvälliseen ymmärrykseen siitä, mitä asiakkaat todella tarvitsevat ja haluavat. Ottaaksesi palvelullistamisen käyttöön liiketoiminnassasi, sinun on ymmärrettävä, mitkä erityiset tavoitteet asiakkaasi pyrkivät saavuttamaan tuotteesi avulla, mitä muita tuotteita he käyttävät yhdessä sinun tuotteesi kanssa, kuinka usein he käyttävät sitä jne. Tämän tiedon saamiseksi voit käyttää myyntidataa sekä kyselyistä ja haastatteluista saatua dataa.

Hyödyt ja haitat

On olemassa erilaisia tekijöitä, jotka edistävät palvelullistamisen toteuttamista liiketoiminnassa, mutta tässä prosessissa on myös esteitä ja haasteita.

Kuva 2 Palvelullistamisprosessin motivaattorit ja esteet



Lähde: Confente, I., Buratti, A., Russo, I. (2015). Palvelullistamisen rooli pienyrityksille: ajurit vastaan esteet.

https://www.researchgate.net/publication/280728014_The_role_of_servitization_for_small_firms_Drivers_versus_barriers

MOTIVAATTORIT:

- **Taloudelliset:** korkeampi kannattavuus ja tulon vakaus pitkällä aikavälillä;
- **Strateginen:** kilpailuedun hankkiminen ja palveluiden käyttö tarjousten erottamiseksi ja arvokkaiden kilpailumahdollisuuksien luomiseksi;
- **Markkinointi:** tuotteiden myynnin lisääminen/piristäminen palveluiden avulla. Markkinoinnin näkökulmasta palvelut ovat ratkaisevassa asemassa asiakasuskollisuuden edistämiseksi kannustamalla toistuviin ostoihin. Se tarjoaa myös mahdollisuuksia lisätä vuorovaikutusta asiakkaiden kanssa, jolloin yritykset voivat tarjota lisätuotteita tai -palveluita.

ESTEET:

- **Kilpailijat, toimittajat ja kumppanit:** haasteet koordinaation ja yhteistyön varmistamisessa kilpailuympäristön eri toimijoiden kesken;
- **Rahoitus:** tarvittavat taloudelliset resurssit, jotka voivat ilmetä prosessin alussa, odottamattomat kustannukset, jos palvelustrategiaa ei ymmärretä tai huomioida hyvin;
- **Tieto ja informaatio:** mahdollinen tarve rakentaa asiakkaiden luottamusta, jotta he ymmärtäisivät palveluiden lisäarvon verrattuna tuotteiden ostamiseen;
- **Tuotteet ja toiminnot:** palveluiden tarjoaminen voi johtaa lisätyövoimaan, joka voi olla kallista (enemmän kuin tuotteiden valmistus).

Palvelullistamisen tasot

Kuva 3 Palvelullistamisen tasot



Lähde:: Tekijän laatima artikkelista “Palvelullistamisen kolme tasoa: Perus, Keskitaso, Edistynyt” saatavilla [here](#) ja artikkelista “Mitkä ovat palvelullistamisen kolme tasoa?” saatavilla [täällä](#).

Toteutusmenetelmä

Yritykset toteuttavat palvelullistamisstrategian tarjotakseen asiakkaille integroidut ratkaisut ja luodakseen uutta arvoa. THINGS+ -projektin alla kehitetyn Palveluinnovointimenetelmän mukaan palvelullistaminen voidaan toteuttaa viidessä vaiheessa:

1. Vaihe 1

Ensimmäisen vaiheen päätehtävä on **tunnistaa palvelullistamismahdollisuudet** yrityksellesi sen nykyisten kyvykkyyksien ja asiantuntemuksen mukaan sekä arvioida yrityksen kyvykkyydet ja nykyinen tarjonta.

- Listaa yrityksen jo olemassa olevat tuotteet ja palvelut ja valitse merkityksellisin tuote/t arvioimalla sen taloudellista merkitystä (ottaen huomioon tulot ja kannattavuus), koettua tärkeyttä ja saavutettua vaikutusta (ottaen huomioon edelliset kaksi kriteeriä).
- Analysoi yrityksesi aiemmin omaksumia strategioita (onnistuneita ja epäonnistuneita) tunnistaaksesi yrityksesi avainosaamiset ja liiketoimintaympäristöt, jotka voivat varmistaa yrityksesi menestyksen.
- Käytä [Product Attributes Map](#) -karttaa sovittaaksesi tarjontasi asiakaspreferensseihin ja parantaaksesi kilpailuasemaasi markkinoilla. Se mahdollistaa yrityksen portfolion tärkeiden ominaisuuksien tunnistamisen, jotka voidaan sitten luokitella asiakaskäsityksen mukaan.
- Laajenna [Value Proposition Canvas](#) -mallia tuotteen tai palvelun kehittämisen sekä sen ainutlaatuisen ominaisuuksien tarkentamiseksi ottamalla huomioon, miten ne vaikuttavat asiakkaaseen. Käytä seuraavia vaiheita:

- Yritä ymmärtää asiakkaitasi paremmin ja aloita määrittelemällä heidän ongelmansa ja tavoitteensa ([Jobs To Be Done](#)). Omaksu asiakaskeskeinen lähestymistapa ja keskity kohdennettuihin asiakassegmentteihin, joihin voit tavoittaa palvelullasi. Markkinasegmentointi tulisi perustua olosuhteisiin ja haasteisiin (ongelmiin), joita asiakkaasi kohtaavat. Määrittele asiakkaasi, syyt, jotka johtavat heidät ostamaan tuotteesi, ja olosuhteet, joissa he ostavat sen (kuka, miksi ja milloin ostavat tuotteesi).
- Ratkaise vaikeudet, jotka syntyvät Job To Be Done -tehtävän suorittamisesta. Tunnista yrityksen tuotteiden ja palveluiden ominaisuudet, jotka voivat auttaa sinua tässä [Value Map](#) -kartalla. Arvokartta toimii myös työkaluna yrityksen tuotteiden ja palveluiden ominaisuuksien määrittämisessä, jotka tarjoavat asiakkaille etuja.
- Kartoita kilpailijoiden tarjonta ja valmistelee luettelo vaihtoehtoista ja asiaankuuluvista palveluista - tunnista ja kuvaile kilpailijat, korvikkeet ja kiertotavat tietyn tehtävän suorittamiseksi keskittymättä nimenomaisesti samaan toimialaan. Keskittymällä asiakkaiden ongelmien ratkaisemiseen voidaan avata uusia mahdollisuuksia ja laajentaa markkinoille pääsyä perinteisten rajojen ja huomiotta jääneiden markkinoiden ulkopuolelle.
- Tee vertailu kilpailijoiden ratkaisuista ja yritä ymmärtää, miksi asiakkaat valitsevat tietyn ratkaisun tietyissä asiakastilanteissa käyttämällä strategia-kangasta, joka mahdollistaa asiakkaiden käyttäytymisen ennustamisen ja kilpailustrategian valmistelun keskittyen vaihtoehtoihin kilpailijoiden sijaan.

2. Vaihe 2

Keskity **kokonaisvaltaiseen ymmärrykseen asiakkaistasi ja heidän tarpeistaan ulkoisesta näkökulmasta**, korostaen asiakaskeskeistä lähestymistapaa.

- Laajenna edelleen asiakassegmenttejä huomioiden erilaiset ominaisuudet, kuten sosiaaliset, demografiset, maantieteelliset, ja arvioi asiakasryhmiä niiden arvon perusteella tunnistaaksesi, miten parhaat nykyiset asiakkaat on segmentoitu. Strateginen kohdentaminen ja priorisointi asiakassegmentoinnissa auttavat sinua määrittämään resurssien jakamisen.
- Valitse ja keskity siihen segmenttiin tai niihin segmentteihin, jotka tarjoavat suurimman potentiaalin menestykseen. Personoi asiakassegmentti - luo asiakasprofiili ([asiakaspersoona](#)) keskittymällä todelliseen henkilöön (tiettyyn yksilöön), joka edustaa asiakassegmenttiä.
- Kartoita koko tuotteen tai palvelun käyttämisprosessi, mukaan lukien eri asiakassegmenttien tehtävät ja käyttäytyminen eri vaiheissa, ja luo [Asiakaspolku](#).
- Löydä palvelullistamisen mahdollisuudet ja arvioi niitä asiakkaan ja yrityksen näkökulmasta ottaen huomioon asiakkaiden hyödyt ja yrityksen houkuttelevuus.
- Kehitä palvelullistamiskonsepti perustuen lupaavimpaan mahdollisuuteen ottaen huomioon sen soveltuvuus, toteutettavuus ja kestävyys yrityksen näkökulmasta. Anna kuvaus uudesta palvelusta ja keskeisistä elementeistä, jotka tarvitaan toteutukseen.

3. Vaihe 3

Kehitä palvelullistamisprojekti ja käsittele haasteita, jotka vaikuttavat yritykseen.

- Kuvaile liiketoimintamallin keskeiset elementit ja tunnista ne, jotka lisätään tai muutetaan/päivitetään käyttämällä [Business Model Canvas](#).
- Varmista, että organisaatiosi pystyy käsittelemään haasteet ja muutokset, jotka liittyvät innovaation toteuttamiseen. Käytä [Resources Processes and Values Framework](#) tunnistaaksesi elementit, jotka muuttuvat, ja määrittele muutos ja odotetut tulokset.

4. Vaihe 4

Laadi toteutusstrategia ja tähtää palvelullistetun tuotteen **kaupallistamiseen**.

- Valmistele lyhyt strategiasuunnitelma ([Yhden sivun strategia](#)). Luo strategia vastaamalla kysymyksiin 'Mitä?' viitaten menestykseen ja tavoitteisiin ja 'Miten?' viitaten strategioihin ja toimiin.
- Valmistele [Oletuslista](#) perustuen Yhden sivun strategiaan. Oletukset muotoillaan yritykseen liittyvien eri tekijöiden perusteella, kuten yrityksen ympäristö, sen kyvyt ja resurssit sekä henkilöt, jotka ovat vastuussa tiettyjen toimien ja palvelullistamisprosessin osa-alueiden toteuttamisesta.
- Määritä yksityiskohdat keskeisistä toteutustoimista. Tarkenna näitä toimia ja keskity kuvaukseen, vastuuhenkilöihin, resursseihin, määräaikoihin ja aikatauluun sekä saavutettaviin tuloksiin.

5. Vaihe 5

Vaihe 5 tähtää lisäponnisteluihin kansainvälisen laajentumisen suhteen (näitä toimia voidaan sisällyttää myös vaiheeseen 4).

Digitaalinen palvelullistaminen

Tällä hetkellä uusien teknologioiden ja tekoälyn (AI) myötä digitalisaatiosta tulee erittäin tärkeää liiketoiminnassa.

- Digitalisaatio auttaa tekemään tuotteista ja palveluista palvelukeskeisempiä sisällyttämällä niihin digitaalisia elementtejä, mikä parantaa kokonaisvaltaista käyttäjäkokemusta.
- Siksi digitalisaatio tukee palvelullistamista integroimalla kehittyneitä digitaalisia ominaisuuksia tuotteisiin, mikä mahdollistaa yrityksille tarjota asiakkailleen kehittyneempiä ja tehokkaampia palveluita.
- Digitoimalla tiettyjä ominaisuuksia digitalisaatio vähentää tarjonnan fyysistä luonnetta.
- Esimerkki:
 - Digitaaliset pysäköintiratkaisut muuttavat perinteiset manuaaliset pysäköintipaikat, kun kamerat skannaavat ajoneuvojen rekisterikilvet ja pysäköintimaksut veloitetaan sähköisesti.
 - Palvelualusta, joka voi palvelullistaa olemassa olevia tarjouksia, kuten hotellipalvelun korvaaminen palvelualustalla AirBnB.

Palvelullistamisen ja digitaalisten teknologioiden yhdistelmä tuo esiin digitaalisen palvelullistamisen käsitteen, joka on kattava järjestelmä, joka integroi sekä palvelullistamisen että ohjelmistojärjestelmät.

Kuva 4: Digitaalinen palvelullistaminen



Lähde: Tekijän laatima

Digitaalisen palvelullistamisen käyttöönotto voi luoda haasteita ja lisätä vuorovaikutusten monimutkaisuutta ekosysteemin eri toimijoiden välillä. Se voi johtaa korkeampiin koordinoitukustannuksiin ja riskeihin, ristiriitaisten auktoriteettirakenteiden syntymiseen ja suurempaan tarpeeseen alustoille, jotka pystyvät vastaamaan näihin haasteisiin.

Vinkki: Ohjelmisto [Servitly](#) mahdollistaa kaikkien tarvittavien ohjelmistokomponenttien rakentamisen ja konfiguroinnin uusien tuote-palvelutarjousten tukemiseksi. Tämä on DPS-järjestelmäsi (Digitaalinen Tuote-Palvelu).

Aihe 2: Innovaatio

Mikä on innovaatio?

Innovaatio tarkoittaa uusien ideoiden, menetelmien tai prosessien kehittämistä ja toteuttamista, jotka tuovat positiivista muutosta, lisääntynyttä tuottavuutta tai arvonluontia. Se voidaan ottaa käyttöön eri aloilla, kuten liiketoiminnassa, teknologiassa, tieteessä tai taiteessa, ja se johtaa usein parantuneeseen tehokkuuteen, tuottavuuteen tai arvonluontiin.

Innovaation määritelmä ja tyypit

OECD:n mukaan innovaatio voidaan määritellä seuraavasti: *‘Uuden tiedon onnistunut kehittäminen ja soveltaminen’*. Se sisältää keksinnöt ja erilaiset vaiheet, jotka johtavat näiden keksintöjen käytännön toteutukseen.

Innovaatio ei rajoitu tuotteisiin. Tuotteiden lisäksi innovaatio voi myös sisältää uusien palveluiden, liiketoimintamallien, prosessien ja toimintojen kehittämisen. Esimerkiksi Starbucks käyttää omaa ainutlaatuista terminologiaansa kuppikokojen, kuten grande ja venti, sijaan tavallisten pienten, keskikokoisten ja suurten sijasta. Lisäksi he ovat kehittäneet oman maksusovelluksensa.

Perustuen niiden laajuuteen tai intensiteettiin, vaikutukseen markkinoihin ja arvoketjuihin, voidaan tunnistaa erilaisia innovaatiotyyppejä:

- **Prosessi-innovaatio:** Tuotantoteknologioiden parantaminen tai uusien parannettujen palvelujen tarjoamis- ja tuotteiden toimitusmenetelmien kehittäminen, jotka voivat johtaa kustannusten alenemiseen. Se sisältää organisaation työnkulkujen, menettelyjen ja menetelmien uudelleenajattelun ja uudelleensuunnittelun. (Starbucks: saumattoman ja asiakaslähtöisen tilaus- ja tilauksen täyttöprosessin käyttöönotto; modernia digitaalista teknologiaa hyödyntäen yritys on ottanut käyttöön mobiilitilausjärjestelmiä, joiden avulla asiakkaat voivat kätevästi tehdä tilauksia ja maksaa älypuhelimilla).
- **Tuote-innovaatio:** Uusien tuotteiden tuominen markkinoille tai olemassa olevien parantaminen, mikä sisältää niiden ominaisuuksien tai piirteiden muokkaamisen (IKEA: myy innovatiivisia tuotteita litteässä pakkauksessa, mikä parantaa asiakkaiden ostamista ja logistiikkaa).
- **Ylläpitävät innovaatiot** - Säilyttää parannustason ominaisuuksissa lisäten arvoa tuotteisiin (säännölliset päivitykset älypuhelinmalleihin, joissa on parannetut kameratoiminnot ja käsittelyn nopeus).
- **Häiritsevät innovaatiot** - Ennalta arvaamattomat parannukset, jotka tuovat merkittäviä, odottamattomia muutoksia markkinoille ja ilmestyvät epäsäännöllisesti. Se sisältää innovaatioita ja teknologioita, jotka auttavat tekemään kalliista tai monimutkaisista tuotteista ja palveluista edullisia ja saavutettavia laajemmalle markkinalle (Netflix, digitaalisen musiikin latausten käyttöönotto).

Valmistaudu innovaatiomatkallesi

Keskeiset valmisteluvaiheet innovaatioaloitteille:

1. **Määrittele, mitä innovaatio tarkoittaa** ja varmista, että se ymmärretään samalla tavalla yrityksessäsi.
2. **Aseta konkreettiset tavoitteet** innovaatioille, jotka haluat tuoda yritykseesi, ja jotka voidaan mitata ja saavuttaa.
3. Kiinnitä huomiota **monimuotoisuuteen, kun on kyse tiimin muodostamisesta**. Rakenna tiimi, joka koostuu jäsenistä, joilla on erilaisia taitoja ja taustoja, ja jotka voivat tarjota erilaisia näkökulmia, sillä se johtaa kattavampiin ja tehokkaampiin ratkaisuihin, jotka edistävät innovaatiota. Luo tiimejä, jotka kattavat jäseniä organisaation eri osastoilta edistämään yhteistyötä ja hyötymään erilaisista asiantuntemuksista yhteisten tavoitteiden ja innovaatioiden saavuttamiseksi.
4. **Varaa riittävä määrä varoja** kattamaan innovaatioprosessin eri vaiheet ja näkökohdat, mukaan lukien tutkimus, kehitys ja toteutus.

Innovaatioprosessi

Innovaatioprosessi on jäsennelty ja huolellisesti hallittu strategisten toimien sarja, johon liittyy luovien ja uusien lähestymistapojen soveltaminen. Se sisältää innovatiivisten menetelmien käyttöönoton, erilaisten hankintalähteiden tutkimisen, uusille markkinoille

siirtymisen, luovien tuotteiden kehittämisen ja organisaatorakenteiden uudelleenjärjestelyn teollisuuden alalla.

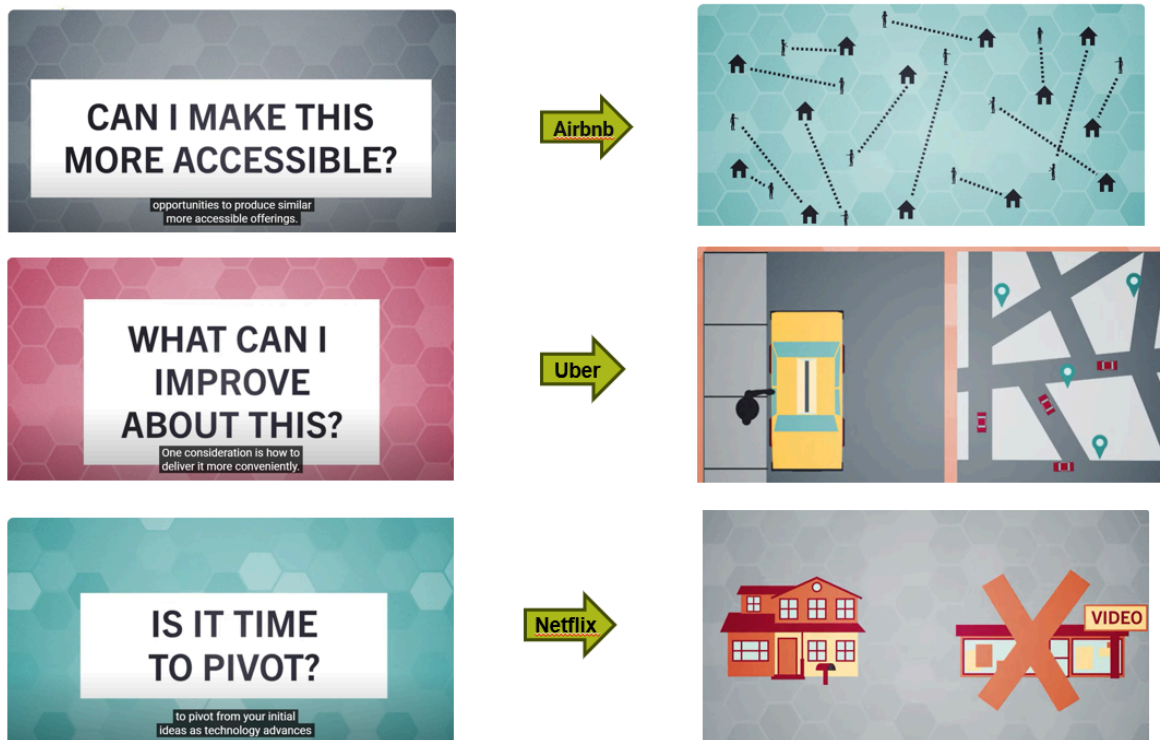
Innovaatioprosessin vaiheet:

1. Innovatiivisten ideoiden luominen

- Etsi aktiivisesti uusia ja mullistavia konsepteja ja ideoita, jotka voisivat edistää tuotteiden, palveluiden tai prosessien uudelleenmäärittelyä. Voit käyttää [Design Thinking](#)- tai [Creativity Techniques](#) ([aivoriihi](#)-istuntoja, [miellekartoitusta](#)).

Voit tarkistaa alla mainitut kysymykset, jotka voivat auttaa sinua innovaatiomatkallasi, ja nähdä esimerkkejä innovatiivisista ideoista.

Kuva 5: Kysymyksiä ja esimerkkejä innovaatiomatkallesi



Lähde: Tekijän laatima video "Kuinka keksiä innovatiivisia liikeideoita | Liiketoiminta: Selitetty" saatavilla [tässä](#).

Hanki inspiraatiota siitä, kuinka keksiä innovatiivisia liikeideoita tästä [videosta](#).

2. Advokaattien seulonta ja kokeilu

- Tarjoa syvälinen analyysi, hanki tietoa toteutettavuuden arvioimiseksi ja tutki liiketoimintaidean mahdollisia ongelmia ja hyötyjä.
- Analysoi asiakkaiden tarpeet ja varmista, että innovaatio vastaa todellisia vaatimuksia.

3. Ratkaisun valmistelu

- Luo ratkaisun rakentamiseen prototyyppejä ja suorita erilaisia testejä. Muuta idea konkreettiseksi ratkaisuksi.

4. Markkinointi ja kaupallistaminen

- Tuota markkina-arvoa luodulle ratkaisulle. Laadi yksityiskohtaiset eritelvät idealle, jotka ovat selkeitä ja tiiviisti markkinoiden vaatimusten mukaisia. Varmista, että kehitetty tuote tai palvelu vastaa tehokkaasti markkinoiden tarpeisiin, lisää sen menestymismahdollisuuksia ja luo arvoa asiakkaille.

5. Laajentaminen ja toteuttaminen

- Esitele ja levitä idea markkinoilla. Muuta innovatiivinen idea konkreettiseksi, käytännölliseksi reaali maailman sovellukseksi. Arvioi innovaation vaikutus asiakasvaatimukseen, määritä kriteerit menestyksen mittaamiseksi ja kerää arvokasta palautetta jatkuvien parannusten edistämiseksi.

Kuinka tehostaa innovaatioprosessia:

Voit kokeilla erilaisia menetelmiä innovaatioprosessin tehostamiseksi yrityksessäsi. Avoin innovaatio - menetelmää käytetään innovaatioprosessin nopeuttamiseen yrityksissä ja erilaisissa organisaatioissa. Avoin innovaatio auttaa yrityksiä parantamaan innovaatioprosessiaan hankkimalla ideoita sekä sisäisesti että ulkoisesti. Se voi auttaa organisaatioita löytämään uusia tapoja ratkaista ongelmia ja haasteita samalla kun se rakentaa positiivista mainetta jopa kriisien, kuten COVID-19, aikana. Tärkeintä on, että se voi toimia perustana tulevalle yhteistyölle.

LEGO on onnistuneesti ottanut käyttöön avoimen innovaation parantaakseen tuotteitaan. LEGO:n lähestymistapa avoimeen innovaatioon LEGO Ideas -alustan kautta, jossa fanit ja harrastajat voivat lähettää omia ideoitaan uusista tuotteista, mahdollistaa yritykselle tuotteiden ideoiden joukkohankinnan samalla kun se vahvistaa suhdettaan omistautuneeseen asiakaskuntaan.

On olemassa erilaisia tapoja soveltaa avointa innovaatiota organisaatiossasi. Yksi niistä on hackathon.

Hackathon

Hackathon on tapahtuma, jossa eri alojen ihmiset kokoontuvat ratkaisemaan tiettyjä haasteita kehittämällä ratkaisuja määräajassa. Nämä tapahtumat voivat kestää yhdestä päivästä viikkoon, mutta voivat myös jatkua useita viikkoja, erityisesti verkkoformaattissa. Voit järjestää hackathonin sisäisenä tai ulkoisena tapahtumana. Sisäinen hackathon on yksinomaan yrityksen tai organisaation työntekijöille, kun taas ulkoisessa hackathonissa yritys kutsuu ulkopuolisia asiantuntijoita osallistumaan kilpailuun ratkaisemaan tietty ongelma. Näiden hackathonien haasteet liittyvät usein markkinointistrategian ongelmiin tai tuoteinnovaatioon.

Kuinka järjestää hackathon?

1. Valitse projekti, joka osallistujien tulee ratkaista / esitä projekti, joka mallinnetaan.
2. Selitä tehtävä selkeästi varmistaaksesi, että kaikki ymmärtävät tapahtuman tavoitteen.
3. Analysoi ratkaisut. (Tee kriittinen päätös siitä, jatketaanko projektia ja, jos kyllä, laadi selkeä suunnitelma etenemisestä.)
4. Muodosta tiimejä ja jaa roolit kunkin tiimin sisällä.

5. Luo tehtävälista ja ratkaisumenettely. (Varmista, että tehtävälista pitää jokaisen tiimin jäsenen mukana tapahtuman aikana, ja että yhdelle jäsenelle annetut tehtävät kestävät enintään 2-3 tuntia.)
6. Koodaa, suunnittele ja kokeile/tee prototyyppi.
7. Päivitä ja hienosäädä ratkaisuja jatkuvasti.
8. Esitä tulokset.
9. Syö ja nuku.

Voit käyttää **uutta [työkalua](#), joka on suunniteltu auttamaan yritysjohtajia resurssien kohdentamisessa innovaatioaloitteisiin.** Se koostuu kahdesta osasta: strategian yhteenvetokehyksestä ja innovaatiokorista. Johtajat aloittavat määrittelemällä ja ymmärtämällä yksikkönsä tai organisaationsa strategian ja tunnistamalla, mitkä muutokset ovat tarpeen sen saavuttamiseksi. Tunnistetut muutostarpeet muunnetaan sitten erityisiksi innovaatio-objektiiveiksi, ja johtajat luovat 'innovaatiokorinsa' kartoittamalla jokaisen projektin näitä tavoitteita vasten. Se auttaa sulkemaan pois projekteja, jotka eivät ole linjassa tavoitteiden kanssa, ja luomaan uusia, jotka ovat linjassa.

Liiketoiminnan innovaation hyödyt

Innovaatio voi vaikuttaa organisaatioosi positiivisesti, sillä voit:

- Saada kilpailuetua.
- Vastata paremmin asiakkaiden tarpeisiin, mikä mahdollistaa uusien asiakkaiden houkuttelemisen ja nykyisten säilyttämisen.
- Tunnistaa uusia mahdollisuuksia yrityksellesi, lisätä tuloja, laajentaa markkinaosuutta ja parantaa yleistä menestystä.
- Parantaa yrityksesi tehokkuutta ja tuottavuutta.
- Olla paremmin valmistautunut käsittelemään muutoksia.
- Houkutella ja säilyttää ammattitaitoisia ammattilaisia ja lahjakkaita työntekijöitä.
- Rakentaa kestäviä käytäntöjä ja resilienssiä aktiivisesti kannustamaan ja tukemaan yrityksesi kykyä kestää haasteita ja ylläpitää toimintaansa ajan myötä.

Innovaatioprosessin riskit ja haasteet

Innovaation ja epäonnistumisen välillä on läheinen suhde. Innovaatio sisältää kokeilua, uusien lähestymistapojen kokeilemista ja riskien ottamista rajojen rikkomiseksi ja edistymisen saavuttamiseksi. Siksi on täysin luonnollista, että matkan varrella voi tapahtua virheitä ja epäonnistumisia. On monia esimerkkejä yrityksistä, jotka epäonnistuivat monta kertaa ennen kuin menestyivät, erityisesti niistä, jotka sisältävät innovaatiota. Täältä löydät esimerkkejä innovaatioprosessin haasteista ja neuvoja niiden välttämiseksi:

- Innovaation epäonnistuminen - uuden teknologian konsepti tai tuote markkinoille tullessa. Suositellaan pienimuotoisia testejä ja prototyyppien lanseerausta, jotka mahdollistavat muutokset kokeilun jälkeen ennen massatuotantoa.
- Taloudelliset vaikeudet tai rajoitukset, kun yritykset kohdentavat resursseja innovaatioiden tukemiseen ilman välittömiä voittoja. Odotettu voitto tulisi arvioida ja innovaation tulisi olla linjassa yrityksen pitkän aikavälin tavoitteiden kanssa.

- Innovaation epäonnistuminen vastata asiakkaiden tarpeisiin ja mieltymyksiin, mikä johtaa heikkoon suorituskyykyyn tai menestyksen puutteeseen markkinoilla. Ennen innovaatioihin sijoittamista on tarpeen tehdä markkinatutkimus.
- Toteutuskapasiteetin puute strategisten kumppanuuksien etsimisessä voi auttaa.
- Haasteet, jotka syntyvät yrityksen rakenteessa ja toiminnassa innovaation lanseerauksen jälkeen, liittyvät mahdollisuuteen kohdentaa liikaa resursseja innovaatioon. Siksi tehokas suunnittelu ja resurssien jakaminen ylimmän johdon toimesta on ratkaisevan tärkeää.
- Ennalta arvaamattomat haasteet, jotka syntyvät ulkoisten tekijöiden perusteella. Siksi on tärkeää, että on [varasuunnitelma](#), joka auttaa voittamaan nämä haasteet.

Innovaatio ja resilienssi

Hallinnoimalla innovaatiota tehokkaasti organisaatiot voivat parantaa resilienssikykyään, mikä tarkoittaa niiden kykyä ylläpitää korkeaa suorituskyykyä ja sopeutua muuttuviin olosuhteisiin ajan myötä. Innovaation resilienssi viittaa siihen, kuinka hyvin organisaatio pystyy käsittelemään innovaatioprosessinsa aikana syntyviä epävarmuuksia sopeutumalla sekä vakauteen että mukautuvuuteen, jotka ovat keskeisiä elementtejä.

Esimerkki:

Huawei perusti erityisen itsekriittisen järjestelmän, joka tunnetaan nimellä Punainen ja Sininen Armeija. Punainen Armeija edustaa yrityksen olemassa olevia strategisia suunnitelmia ja lähestymistapoja. Toisaalta Sininen Armeija ilmentää innovatiivista strategista mallia tai strategiamallia, jonka kilpailijat ovat omaksuneet. Sinisen Armeijan päävastuu on tarjota vaihtoehtoisia näkökulmia, tunnistaa mahdollisia ongelmia ja jopa antaa varoituksia. Tämä konfrontatiivinen järjestelmä mahdollistaa yrityksen johdon saada erilaisia arvokkaita suosituksia. Tämän lähestymistavan ansiosta yritys voi tehdä tietoon perustuvia päätöksiä ja ohjata innovaatiotoimenpiteitä kohti menestystä.

Voit löytää hyödyllisiä vinkkejä ja ehdotuksia siitä, miten lisätä innovaation resilienssiä innovaatiotiimissäsi [tästä](#).

Naisten yrittäjyys ja innovaatio

Naisilla on yleensä merkittäviä luovuuden ja innovatiivisuuden kykyjä. Siksi on todennäköistä, että naisyrittäjät saavuttavat erinomaisia tuloksia innovaatioiden suhteen. Kuitenkin alat, joilla naiset ovat pääasiassa aktiivisia, yleensä puuttuvat korkean teknologian innovaatioista.

Naiset jätetään yleensä ulkopuolelle verkostoista, jotka keskittyvät teknologiseen innovaatioon. Heitä pidetään yleisesti passiivisina osallistujina, jotka vain käyttävät tai vastaanottavat innovaatioita, sen sijaan että heidät tunnustettaisiin innovaattoreiksi. Kuitenkin historiasta ja nykypäivästä löytyy monia esimerkkejä innovatiivisista naisyrittäjistä, kuten Estée Lauderin innovatiivinen lähestymistapa kosmetiikkatuotteidensa myyntiin tai Ninna Granucci, joka voitti Palkinnon naisinnovaattoreille innovatiivisesta fermentointiprosessista, joka muuntaa elintarviketeollisuuden tuottamia elintarvike- ja vihannesjätteitä arvokkaiksi elintarvikeainesosiksi.

4. Yhteenveto

Aihe 1: Palvelullistaminen

- Palvelullistaminen on muutosprosessi, jossa siirrytään tuotokeskeisestä liiketoimintamallista ja logiikasta palvelukeskeiseen lähestymistapaan. Se tarkoittaa, että palvelullistamisprosessissa palvelusta tulee ratkaiseva tekijä.
- Palvelullistaminen ei ole vain tuotealan yrityksille tai valmistajille.
- Palveluinnovointimenetelmä voi auttaa sinua toteuttamaan palvelullistamisen viidessä vaiheessa.
- Eri tekijöiden, kuten käytetyn teknologian ja tuotetyypin perusteella, voimme tunnistaa kolme palvelullistamisen tasoa: perus, keskitaso ja edistynyt. Eri tasot viittaavat vaihteleviin asteisiin, joilla tuotetta voidaan parantaa näillä palveluilla.

Aihe 2: Innovaatio

- Innovaatio käsittää uusien ideoiden, menetelmien tai prosessien kehittämisen ja toteuttamisen, jotka tuovat mukanaan positiivista muutosta, lisääntynyttä tuottavuutta tai arvonluontia.
- On olemassa erilaisia innovaatiotyyppisiä, jotka perustuvat mittakaavaan tai intensiteettiin, arvoketjuihin ja vaikutukseen markkinoilla.
- Innovaatio sisältää kokeilua, uusien lähestymistapojen kokeilemista. Siksi on luonnollista, jos koet epäonnistumista innovaatioprosessin aikana.
- Innovaatioprosessin vauhdittamiseksi yrityksessäsi voit käyttää erilaisia menetelmiä, esimerkiksi avointa innovaatiota ja hackathonia.

5. Sisältö itsearviointitestiin

Aihe 1: Palvelullistaminen

K: Mitä on palvelullistaminen?

Vaihtoehto A: Muutosprosessi, jossa siirrytään palvelukeskeisestä lähestymistavasta tuotokeskeiseen liiketoimintamalliin ja logiikkaan.

Vaihtoehto B: Muutosprosessi, jossa siirrytään palvelujen myymisestä niiden ostamiseen.

Vaihtoehto C: Muutosprosessi, jossa siirrytään tuotokeskeisestä liiketoimintamallista ja -logiikasta palvelukeskeiseen lähestymistapaan.

K: Mikä tekijä ei kuulu palvelullistamisen motivaattoreihin tämän koulutusmoduulin mukaan?

Vaihtoehto A: Taloudellinen

Vaihtoehto B: Strateginen

Vaihtoehto C: Koulutuksellinen

K: Kuinka monta tasoa voidaan tunnistaa palvelullistamisessa?

Vaihtoehto A: Kolme: Perus, Keskitaso, Edistynyt

Vaihtoehto B: Vain yksi (palvelullistamisella ei ole tasoja)

Vaihtoehto C: Kaksi: Perus ja Edistynyt

K: Valitse oikea vastaus väitteeseen: Palvelullistaminen on vain tuotealan yrityksille tai valmistajille.

Vaihtoehto A: Kyllä

Vaihtoehto B: Ei

Aihe 2: Innovaatio

K: Mitä on prosessi-innovaatio?

Vaihtoehto A: Tuotantoteknologioiden parantaminen tai uusien parannettujen palvelujen ja tuotteiden toimitusmenetelmien kehittäminen, mikä johtaa markkinaosuuden vähenemiseen.

Vaihtoehto B: Tuotantoteknologioiden parantaminen tai uusien parannettujen palvelujen ja tuotteiden toimitusmenetelmien kehittäminen, jotka sisältävät organisaation työkulujen, menettelyjen ja menetelmien uudelleenarvioinnin ja uudelleensuunnittelun.

Vaihtoehto C: Uusien tuotteiden tuominen markkinoille tai olemassa olevien parantaminen, mikä sisältää niiden ominaisuuksien tai piirteiden muokkaamisen.

K: Onko mahdollista parantaa yrityksen resilienssikykyä hallitsemalla innovaatiota?

Vaihtoehto A: Kyllä

Vaihtoehto B: Ei

K: Mikä on innovaatioprosessin ensimmäinen vaihe?

Vaihtoehto A: Puolustuksen seulonta ja kokeilu

Vaihtoehto B: Innovatiivisen idean luominen.

Vaihtoehto C: Markkinointi ja kaupallistaminen.

Onko epäonnistuminen hyväksyttävää innovaatioprosessissa?

Vaihtoehto A: Kyllä

Vaihtoehto B: Ei

6. Menestystarinat

Aihe 1: Palvelullistaminen

Esimerkki naisjohtoisista yrityksistä, jotka toteuttivat palvelullistamisen:

- **EUROtoner** - Tulostuslaitteiden vuokraus (Slovakialainen naisjohtoinen yritys)

Vuokrauspalvelujen lisääminen EUROtonerin yritysportfolioon on loistava esimerkki palvelullistamiskonseptin sisällyttämisestä.

Yritys vuokraa monitoimitulostuslaitteita. Asiakkaat maksavat vain vuokrauksesta ja materiaalista (tulostettujen sivujen määrä) ilman, että heidän tarvitsee sijoittaa suurta rahasummaa kalliiseen monitoimitulostuslaitteeseen, jolloin yritys välttää suuren alkuinvestoinnin tekemisen.

Monitoimilaitteiden vuokraus sisältää myös erilaisia siihen liittyviä palveluita, joita yritys tarjoaa asiakkaille kattavana asiakastukena ja huoltona. Yritys loi lisäarvoa asiakkaille tarjoamalla huoltopalveluita.

Yritys loi pitkäaikaisen suhteen asiakkaisiin ja loi lisätulonlähteen laitteiden vuokrauksesta. Lisäksi yritys loi tilaa muiden lisätoimistotarvikkeiden tarjonnalle ja myynnille.

Katso videohaastattelu yrityksen EUROtoner perustajan, rouva Mikleován, kanssa: <https://youtu.be/N4-H9X1kfG0?si=YeoUmcrAMaJjYv0R>

Aihe 2: Innovaatio

Estée Lauder

Estée Lauder (syntynyt Josephine Esther Mentzer) muutti vähittäiskaupan kuluttajakokemusta innovatiivisella lähestymistavallaan. Kun Estée perusti kosmetiikkamerkkinsä vuonna 1946 Amerikassa, myyjät pysyivät yleensä tiskin takana ja olivat rajallisesti vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa. Hän haastoi tämän käytännön omaksumalla suuremman ja henkilökohtaisemman myyntitavan, osallistumalla henkilökohtaisesti asiakkaiden kanssa, esittelemällä tuotteiden vaikutuksia fyysisesti ja selittämällä niiden hyödyt.

Hän esitteli innovatiivisen markkinointikonseptin alkamalla tarjota lahjoja ostoksen tekemisen jälkeen. Kun ostettiin tuoksuja, asiakkaat saivat myös ilmaisia tuotenäytteitä kosmetiikkalaukussa. Tämä lähestymistapa johti myynnin kasvuun ja lisäsi myös tietoisuutta tuotteista, joita asiakkaat eivät ehkä olleet aikoneet ostaa.

Strategia tarjota lahjoja ostosten yhteydessä voi vaikuttaa kuluttajien käyttäytymiseen, kulutustottumuksiin, ajattelutapaan ja brändiuskollisuuteen. Lisäksi se voi luoda positiivisia tunnesiteitä kuluttajiin, jotka todennäköisesti tekevät uuden ostoksen tulevaisuudessa.

Ninna Granucci

Dr Ninna Granucci Ranskasta, Green Spot Technologiesin perustaja ja puheenjohtaja, on yksi Palkinto naisinnovaattoreille -palkinnon voittajista. Hänen yrityksensä esitteli innovatiivisen fermentointiprosessin, joka muuntaa elintarviketeollisuuden tuottamat elintarvike- ja vihannesjätteet arvokkaiksi elintarvikeainesosiksi. Nämä ainesosat eivät ole vain ravitsevia ja maukkaita, vaan niillä on myös minimaalinen hiilijalanjälki, mikä tekee niistä ympäristöystävällisiä. Uudelleenkäyttämällä ruokajätettä tämän innovatiivisen fermentointiprosessin kautta yritys auttaa vähentämään ympäristövaikutuksia samalla kun se luo korkealaatuisia, terveellisiä ainesosia elintarviketuotantoon.

Käymisprosessin aikana kulutetaan vain vähäisiä määriä vettä, energiaa ja resursseja. Käymisteknologian ansiosta yritys voi tehokkaasti hyödyntää elintarvikkeiden sivuvirtoja, jotka muuten päätyisivät jätteeksi. Yritys tarjoaa teknologiaa, joka mahdollistaa kestävämmän lähestymistavan omaksumisen, mikä voi olla erittäin houkuttelevaa näinä aikoina.

7. Kirjallisuusluettelo ja lisäviitteet

Aihe 1: Palvelullistaminen

Baines, T., Bigdeli, A., Sousa, R., Schroeder, A. (2019). Palvelullistamisen muutosprosessin kehystäminen: Malli palvelullistamisen matkan ymmärtämiseksi ja helpottamiseksi. https://www.researchgate.net/publication/334990942_Framing_the_servitization_transformation_process_A_model_to_understand_and_facilitate_the_servitization_journey

Confente, I., Buratti, A., Russo, I. (2015). Palvelullistamisen rooli pienille yrityksille: ajurit vastaan esteet. https://www.researchgate.net/publication/280728014_The_role_of_servitization_for_small_firms_Drivers_versus_barriers

Interreg Central Europe Things+ -projekti
<https://www.interreg-central.eu/Content.Node/THINGS-.html>

Kowalkowski, C., Sklyar, A., Tronvoll, B., & Sörhammar, D. (2022). Digitaalinen palvelullistaminen: Kuinka datalähtöiset palvelut ohjaavat muutosta. https://www.researchgate.net/publication/357573234_Digital_Servitization_How_Data-Driven_Services_Drive_Transformation

Kowalkowski, C., Gebauer, H., Kamp, B. & Parry, B. (2017). Palvelullistaminen ja palveluista luopuminen: Yleiskatsaus, käsitteet ja määritelmät. Industrial Marketing Management. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850116303571?via%3Dihub>

Tauqeer MA, Bang KE. Palvelullistaminen: Malli tuotteiden muuttamiseksi palveluiksi hyötylähtöisen lähestymistavan kautta. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity. 2018; 4(4):60. <https://doi.org/10.3390/joitmc4040060>

Palvelullistaminen Kasvumalli. Kuinka valmistajat lisäävät arvoa lisäämällä palveluita. <https://www.iedp.com/articles/servitization-a-model-for-growth/>

Palvelullistaminen: Valmistuksen ja palvelun muuttuva kasvo. <https://www.salesforce.com/eu/blog/servitization-the-changing-face-of-manufacturing-and-service/>

Palvelullistamisen kolme tasoa: Perus, Väli, Edistynyt.
<https://www.esa-automation.com/en/the-three-levels-of-servitization-base-intermediate-advanced/>

Van De Velde, J. (2021). Kolme näkökulmaa liiketoimintasi onnistuneeseen 'palvelullistamiseen'. Forbes.
<https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/05/04/three-perspectives-on-successfully-servitizing-your-business/?sh=2ea46270396a>

Mitkä ovat palvelullistamisen kolme tasoa?
<https://www.exorint.com/exor-innovation-blog/what-are-the-three-levels-of-servitization>

Aihe 2: Innovaatio

Coldwell, C. (2022). Miksi epäonnistuminen on välttämätön osa innovaatioprosessia.
<https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/11/04/why-failure-is-a-necessary-part-of-the-innovation-process/>

Dahlander, L., Wallin, M. (2020). Miksi nyt on aika avoimelle innovaatiolle. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2020/06/why-now-is-the-time-for-open-innovation>

Derya, A. (2022). 5 vinkkiä enemmän resilienssiä innovaatiotiimillesi.
<https://www.lead-innovation.com/en/insights/5-tips-for-more-resilience-in-your-innovation-team>

Dieffenbacher, S. (2023). Innovaatioprosessi: 10-vaiheinen prosessi menestykselliseen innovaatioon. https://digitalleadership.com/blog/innovation-process/#What_is_Innovation

Dieffenbacher, S. (2023). Avoimen innovaation esimerkit, määritelmä ja haasteet
https://digitalleadership.com/blog/open-innovation/#Open_Innovation_Examples

Dieffenbacher, S. (2023). 50 innovaation esimerkkiä: Jännittäviä innovatiivisia ideoita liiketoiminnassa.
https://digitalleadership.com/blog/innovation-examples/#2_Ikea_Product_Innovation

Henderson, T. (2017). Miksi innovaatio on ratkaisevan tärkeää organisaatiosi pitkän aikavälin menestykselle. Forbes.

<https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2017/05/08/why-innovation-is-crucial-to-your-organizations-long-term-success/>

Kuinka Estée Lauderin 1950-luvun vähittäiskaupan innovaatio kirjoitti kauneuden myyntikäsikirjan (2023).

<https://www.pymnts.com/news/retail/2023/how-estee-lauders-1950s-retail-innovation-wrote-e-beautys-sales-playbook/>

Innovaatio liiketoiminnassa: Tärkeys, hyödyt ja esimerkit.
<https://www.imd.org/reflections/innovation-in-business-importance-benefits-examples/#benefits>

Lechner, L., Hartman, L. (2023). Naisten yrittäjyyden vaikutus maan innovatiiviseen suorituskyykyyn.

<https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/77846/KBE%202023-149.pdf?sequence=1>

Lopez-Nicolas, C., Nikou, S., Molina-Castillo, F. J., & Bouwman, H. (2020). Sukupuolierot ja liiketoimintamallin kokeilu eurooppalaisissa pk-yrityksissä. Journal of Business and Industrial Marketing, 35(7),1205-1219. <https://doi.org/10.1108/JBIM-05-2019-0194>

Lv, W.-D.; Tian, D.; Wei, Y.; Xi, R.-X. (2018). Innovaatioresilienssi: Uusi lähestymistapa epävarmuuksien hallintaan kestävän innovaation yhteydessä. Kestävyys.
<https://www.mdpi.com/2071-1050/10/10/3641>

OECD (2023), Kilpailu ja innovaatio: Teoreettinen näkökulma, OECD:n kilpailupolitiikan pyöreän pöydän taustamuistio. kilpailu-ja-innovaatio-teoreettinen-naekokulma-2023.pdf
[\(oecd.org\)](https://oecd.org/)

Talin, B. (2023). Innovaatio selitetty – Innovaation määritelmä, tyypit ja merkitys.
<https://morethandigital.info/en/innovation-definition-innovation-types-and-meaning/>

Tóthová, L. (2021). Hackathon ja sen määritelmä, toteutustapa ja syyt.
<https://inova.to/hackathon-a-jeho-definicia-sposob-a-dovody-realizacie/>

Twin, A. (2024). Häiritsevä innovaatio: Merkitys ja esimerkkejä.
<https://www.investopedia.com/terms/d/disruptive-innovation.asp>

Mitä on prosessi-innovaatio?

<https://innovations4.eu/english/innovation-concepts/what-is-process-innovation/>

Resurssit:

Kuinka keksiä innovatiivisia liikeideoita | Liiketoiminta: Selitetty. Youtube.

https://www.youtube.com/watch?v=Y_jJhslyd0

8. Aiheeseen liittyvät koulutusmateriaalit

- Moduuli 1: Digitaalinen transformaatio ja digitaalinen valmius
- Moduuli 2: Pääsy innovaatioon, rahoitukseen ja paikallisille/kansainvälisille markkinoille

9. Avainsanat

- Palvelullistaminen, palvelu, innovaatio, idea,

10. ESCO-pätevyydet ja taidot

- Poikittaiset taidot ja pätevyyydet
 - o Sosiaaliset ja emotionaaliset taidot
 - o **Kriittinen ajattelu**
 - o Analyttinen ajattelu
 - o Ongelmanratkaisu
 - o Itsehallinta
 - o **Liiketoiminnan hallinta**
 - o **Mukautumiskyky**
 - o Resilienssi
 - o **Luovuus**
 - o Verkostoituminen
 - o Aloitekyky
 - o Joustavuus
 - o Avoimuus
 - o Monimutkaisuuden ymmärtäminen
 - o Yhteistyö
 - o Empatia
 - o **Innovaatio**

- o Johtajuus
- Taidot
 - o Teknologiset taidot
 - o **Tuotemarkkinointi**
 - o Digitaalinen markkinointi
 - o Digitaaliset taidot
 - o Viestintä
 - o Yhteistyö
 - o Tunneäly
- Tieto
 - o **Liiketoiminnan hallinta**
 - o **Verkko-oppiminen ja koulutus**
 - o Mainonta
 - o Pilvipalvelut
 - o Big data
 - o Verkkokauppa
 - o Tekoäly
 - o IoT
 - o Digitaalinen lukutaito
 - o Kyberturvallisuus
 - o Tietojen louhinta ja analysointi
 - o **Kestävyys**
 - o Hyvinvointi
 - o Ilmastonmuutos
 - o Sosiaalisen median hallinta



Verkkosivusto:

www.refem.eu

Sähköposti:

hetfa_re-fem@hetfa.eu

Facebook:

www.facebook.com/REFEMO

Twitter:

[@RE-FEM projekti](https://twitter.com/RE-FEM_projekti)

LinkedIn:

www.linkedin.com/RE-FEM



**Co-funded by
the European Union**

Euroopan unionin rahoittama. Kirjoittajan tai kirjoittajien esittämät näkemykset ja mielipiteet ovat kuitenkin vain heidän omiaan eivätkä välttämättä heijasta Euroopan unionin tai Euroopan koulutus- ja kulttuuriviraston (EACEA) näkemyksiä. Euroopan unionia tai EACEA:ta ei voida pitää vastuullisina niistä.