

Tehdäänkö teknologiayrityksissä nyt oikeita asioita?

Onko yritys teknologiakeskeinen yritys bisneksessä vai bisneskeskeinen yritys teknologian alueella? Hyvä mittari asialle on kuunnella johdon puheita? Puhutaanko pääsääntöisesti teknologiasta vai bisneksestä. Se, mitkä asiat painottuvat, kertoo totuuden.

Mitä väliä asialla on? Jos teknologiakeskeinen yritys on eteenpäin pyrkivä, sillä tulee kasvussa katto vastaan. Asioita ei vaan jossain vaiheessa enää kyetä teknologialla työntämään eteenpäin.

Moni yritys on nyt tilanteessa, jossa uusi on jäissä ja vain vanha teknologiapainotteinen kehitys viedään loppuun. Vaikka tilanne olisi kuinka muuttunut! "Se nyt vaan on päätetty". Mihin sitten olisikaan järkevintä laittaa paukut tulevan menestyksen turvaamiseksi? Onko bisneskehitys teknologiayritykselle edes vaihtoehto?

Teknologiayrityksille erityisen haasteen tuo se, että bisnes on sosiaalisen toiminnan erityinen osa-alue, joten se jää helposti sivurooliin. Bisneskehitys vaatii sellaista osaamista, jota ei luonnostaan arvosteta monessakaan tämäntyyppisessä yrityksessä. Missä tätä osaamista yrityksessä sitten oikein on?

Yleinen mielikuva on, että yrityksen johdolla on kaikissa bisneskehityksen asioissa yrityksen paras osaaminen. Totuus voi olla toisenlainen. Yrityksen paras uuden bisneksen kehittämisen asiantuntemus voi löytyä vaikka vahtimestarilta, joka on harrastuksenaan ja vapaa-ajallaan aloittanut yritystoimintaa.

Yritysten nykyiset toimintavat eivät vaan arvosta eivätkä nosta esiin tällaista osaamista. Yrityksissä arvostetaan kilttejä organisaatiopuurtajia. Yrittäjämäisempi toiminta voisi rikkoa rakenteita ja on siis uhka. On ollut aika silmiä avaavaa nähdä se, kuinka vielä näinä vuosina sisäiseen yrittäjyyteen suomalaisissa yrityksissä suhtaudutaan.

Maailmalta tulee monenlaisia vaikutteita. Bisnesmallit esimerkiksi ovat vieneet bisneskeskeisyyttä valtavasti loikkauksin eteenpäin. Vaan mitä tapahtuu, kun nämä tuodaan ympäristöön, jossa bisnes on aika matalassa arvossa.

Bisnesmallikanvas on modernin bisneskehittämisen yksi tunnetuimpia työkaluja, jonka suurin osa bisneksessä toimivista jo ainakin nimeltä alkaa tunnistaa. Se on erinomainen työkalu bisneskeskeisen ajattelun opetteluun.

Sitten kun puhutaan yrityksistä, joissa odottaisi ammattimaisempaa toimintaa tilanne on toinen. Pelkkä työkalu ei riitä. Vai mitä pitäisi ajatella siitä, jos timpuri hankkisi uudenlaisen työkalun - naulaimen- ja alkaisi sillä takoa nauloja vanhaan malliin. Näin käytetään yrityksissä kanvasta. Ei jakseta muokata prosessia uusiksi.

Jonkin verran on yleistyneet uuden bisneksen kehittämisen prosessit etenkin innovaatioihin liittyen. Valitettavasti prosessit ovat usein tyhjiä. Prosessi sinänsä on ihan ok, mutta yrityksellä ei ole aikomusta satsata siihen niin paljon, että sieltä saataisiin bisnesmerkittävää uloskin.

Tällaisella prosessilla voi olla markkinoinnillista arvoa, mutta yrityksen ei kuitenkaan kannata ainakaan itseään pettää, että sieltä paljon odotettaisiin. Tilanne on onneton nille rekrytoinneillekin, jotka väärin odotuksin tulevat yritykseen..

Jos jotain tehdään pitäisi tehdä kunnolla! Bisneksen uudistamiset ja uuden bisneksen kehittämiset ovat isoja investointiluonteisia asioita. Ne voidaan pilata pienillä asioilla, kuten sillä, ettei laiteta kannustimia kuntoon. Oletetaan että henkilöstön motivaatio tulee pelon kautta eli säilytähän edes työpaikkasi.

Varsinkin teknologiayrityksissä bisnesinvestoinnin käsite on aika pahasti hukassa. Ei eroteta tuotannollista ja bisnesinvestointia. Jos yrityksen investoinnin kaikki paukut menee siihen, että saadaan vain tehdas pyörimään, kyse ei enää ole vain uhkarohkeudesta vaan tyhmyydestä.

Jos bisneskehitysprosessi ei ole kovin tärkeä, ei yritysjohto oman yrityksen bisneskehityksestäkään juuri tiedä. "Kyllä me siihen jotain satsataan" Kuinka moni yritysjohtaja pystyy vastaamaan siihen, kuinka monta prosenttia yritys käyttää liikevaihdostaan bisneskehitykseen?

Jos jotain asiaa ei seurata, ei sillä ole merkitystäkään! Eivät nämä ole helppoja asioita ja ongelma on se, ettei bisnestutkimuskaan tuo tähän juuri apuja. Alue on siiloutunut. Jotkut tutkijat katsoo asiaa hallinnon, jotkut innovaatioiden näkökulmasta. Bisnestä kokonaisuutena tosi harva.

Suomen vahvuus on teknologinen osaaminen, eikä tätä vahvuutta pidä lähteä heikentämään. Kyse on nyt enemmänkin siitä, että yritysten bisnespuolelta vaaditaan nykyään entistä enemmän ja jollain keinoin tämä asia pitää ratkaista.

Nyt on nähtävissä, että kansainvälisen toiminnan vakavasti ottavien teknologiayritysten pitää alkaa viedä bisneskehitystoimintojaan yhä enemmän sinne missä asiakkaat ovat ja missä ympäristö aidommin tukee tämän puolen kehittymistä. Tämä liike on jo alkanut.

Jarmo Markula
bisneskehityksen asiantuntija
JaMaSer

Jarmo Markula on yksi bisneskeskeisen kehittämisen johtavia asiantuntijoita, kun kyseessä on prosessit ja metodit. Hän on toiminut pitkään innovaatioyhteisissä pääsääntöisesti ammattipuolen bisneksen alueella.