

# Onnea matkallesi Kohderyhmäkehittäjäksi

---

Kohderyhmäkehittäjä menetelmänä ohjaa kohti eettistä toimintatapaa. Menetelmän tavoite on se, mitä jokainen toivoisi saavansa:

*”nopein tie taloudelliseen kasvuun - minimaalisella riskillä”.*

Kuulostaa utopistiselta, mutta vain siksi, koska nykyinen talouden malli estää kasvua ja kehitystä sekä lisää kilpailua. Harva tietää ulospääsytien.

Päästäksesi nopeasti asian ytimeen ei sinun tarvitse lukea kaikkia 12 oppivihkoa kerralla läpi. Opi aluksi muuttamaan asennettasi ja näkökulmaasi. Ennen kuin menet asiassa syvemmälle, lue oppimoduulit 1–3.

Ne antavat lukuisten esimerkkien kautta hyvän kuvan siitä, kuinka kehitetään tuloksellista eli tuottavaa yritystoimintaa. Ennen kuin jatkat seuraaviin moduuleihin, voit kokeilla Kohderyhmäkehittäjän kehittämistyökalua, Tavoitetaulua.

## Kohderyhmäkehittäjän Tavoitetaulu

---

Tavoitetaulu työkaluna sisältää koko Kohderyhmäkehittäjän perusmekanismin. Se on kurssin punainen lanka ja voit käyttää sitä heti. Erikoistietoa ei tarvita. Tavoitetaulu on tässä vain ”harjoitus”, vaikka sitä voidaan jo käyttää asiakastyössä. Tavoitetaulun sisältö tulee laajentumaan, kun luet koko oppimismateriaalin. Se ohjaa koko kehittämisprosessiasi ja optimoi kehittämistäsi. Menetelmä on pysyvä mekanismi, joka sopii kaikkialle.

Tavoitetaulun avulla pystyt jopa jo tunnin sisään saamaan realistisen kokonaiskuvan yrityksestä. Se ei koske yrityksen historiaa vaan tulevaa menestysmahdollisuutta. Jos olet yrityskonsultti, voit antaa Tavoitetaulun asiakkaille, ja he voivat täyttää sen itse.

**Menetelmän perusperiaate:** Se, kuka haluaa menestyä, joutuu ensin auttamaan muita menestymään. Vain tällä tavoin hän itse menestyy. Tavoitetaulun avulla se on helppoa. Siihen tarvitaan vain kolme tekijää:

- 1) tee parhaasi
- 2) älä anna parastasi kaikille, kaikki eivät sitä tarvitse, vaan löydä oma ihannekohderyhmäsi
- 3) älä ratko kaikkia ongelmia, vain tärkeimmän ongelman ratkaisu on tärkeää.

Nämä kolme asiaa ovat avaintekijöitä kehitystyössä.

# Yritysten yleiset ongelmat

---

- Erytisiä vahvuuksia ei tunnisteta ja laajennetaan toimintaa.
- Voimien hajottaminen monille kohderyhmille.
- Ei juurikaan erikoistuta tai se tehdään väärin.
- Kehittämissuunta ja yritysprofiili ovat epäselviä.
- Huippusuoritus puuttuu, yritykset ovat helposti vaihdettavissa.
- Markkinoiden vaikutus yksittäisiin kohderyhmiin on heikko.
- Ratkaisua "tärkeimpään" ongelmaan tietyille kohderyhmälle ei ole olemassa, jne.

Näitä ja muita ongelmia voidaan lukea Tavoitetaulusta.

## Tavoitetaulun rakenne ja täyttöohje

---

**Ensimmäistä kertaa Tavoitetaulua täytettäessä ei ole tarpeen pyrkiä täydellisyyteen.** Se voi olla jopa häiritsevää. Se saattaa jumittaa prosessia. Useimmissa tapauksissa vain karkea kuva riittää. Yksittäiset sarakkeet käsitellään alussa vain ulkomuistista, jotta löydetään tärkeimmät tekijät. Taulukkoon ei sisälly lukuja, vain ja ainoastaan tosiseikat ja arvostelut.

### Yksittäisten tekijöiden arviointi:

Arvioi yksittäisen tekijän merkitys tunnepohjaisesti asteikolla 1–5 (1 = vähiten merkittävä ja 5 = eniten merkittävä).

### Lähtökohtatilanne:

Ylempi palsta

Yrityksen rakenne (organisaatio), ohjelmat ja palvelut (tuotteet)

Alempi palsta

Riippuvuudet (hankkijat, valmistajat, myynti- ja huoltotoiminnot...)

Ongelmia koskevat ulkoiset ja sisäiset pullonkaulat

Tärkeimmät kilpailijat

### Vaihe 1 - Erytyiset vahvuudet

Kirjoita kaikki yrityksesi vahvuudet, jotka tulevat mieleen. Erikoisosaaminen, ongelmanratkaisukyky, joku tuote tai palvelu, työtapo tai menetelmä, henkilökunta, erikoinen työväline. Arvioi lopuksi eri vahvuuksien a) taso verrattuna kilpailijoihin ja b) arvo kohderyhmän silmissä (hyöty kohderyhmälle). Alla olevaan kenttään "lupaavimmat vahvuudet" kirjoita ainoastaan yksi vahvuusklusteri. Mikä on yrityksen suurin vahvuus?

### Vaihe 2 - Toimintakentät

Kysymys ei ole kohderyhmästä vaan ongelma-alueesta, jossa tarjoat ratkaisua. Sitä voi kutsua tehtäväkentäksi, ts. mitä ongelmia ratkaistaan.

### **Vaihe 3 – Lupaavin osakohderyhmä**

Listaa kaikki yrityksen kohderyhmät ja yritä jakaa jokainen ryhmä vielä osakohderyhmiin, joissa työ tehdään. Valitse niistä yksi kohderyhmä tai joku osakohderyhmä, jonka uskot voivan olla yrityksesi "lupaavin kohderyhmä" (ihannekohderyhmä).

### **Vaihe 4 – Lupaavimman kohderyhmän polttavat ongelmat**

Nyt alkaa tarvetutkimus. Opi tuntemaan lupaavimman kohderyhmän tarvekenttä (ongelmat) mahdollisimman kattavasti. Kirjoita kaikki ongelmat listalle. Älä välitä, kuuluuko löydetty ongelma työnkuvaasi vai ei. Käy ongelmalista huolellisesti läpi ja tutki, mitkä niistä ongelmista ovat kohderyhmän pahin kehittymisaste, "kohderyhmän polttavin ongelma".

### **Vaihe 5 – Innovaatiostrategia**

Konkretisoi valitun kohderyhmän polttavin ongelma ja tutki sitä sekä kirjoita kaikki siihen kuuluvat ratkaisutekijät. Listaa ne tekijät ja määrittele, mikä olisi "seuraava innovaatioaskel" ongelmanratkaisuun.

### **Vaihe 6 – Yhteistyöstrategia**

Ongelmanratkaisu vaatii joskus täydentävän osaajan. On tutkittava, kuka olisi "optimaalinen yhteistyökumppani".

### **Vaihe 7 – Pysyvä perustarve**

Pysyvä perustarve ei ole ongelma tai tuote, vaan ongelmakenttä, jossa voit jatkuvasti innovoida. Perustarve on pysyvä tarve. Verkkosivun suunnittelu on tuote – markkinavaihtuksen kehittäminen on pysyvä tarve. Ruoka on tuote – makuelämyksen tarjoaminen on pysyvä tarve.

### **Toimintasuunnitelma – Keskity oleelliseen**

Olet huomannut, että jokaisen vaiheen tulos on vain yksi tekijä. Se merkitsee moninkertaista keskittymistä. Se takaa terävän kärjen ja läpimurtovoiman markkinoilla. Saman tavoitetaulun voit käydä useaan kertaan läpi, mutta välttä kirjoittamasta eri vaiheiden tuloskentälle useampaa kuin yhden asian. Esim. jos sinulla on monia vahvuuksia, valitse vain yksi vahvuus tai yhdistelmä, muuten terävyys menee ja seuraava vaihe tulee liian epäselväksi.

**Tärkeää:** Jokaisen vaiheen alapuolella on suurempi laatikko. Mitä terävämmin määrittelet kolme tärkeintä tekijää - lupaavimmat vahvuudet, lupaavin toimintakenttä ja lupaavin kohderyhmä - sitä tarkemmin prosessi etenee.

Kun syvennät kehittämisprosessia eri kohteissa, voi kaikki muuttua, koska uusi informaatio, ideat ja mahdollisuudet tulevat vastaan. Täällä tavalla löytyy askel askeleelta optimaalinen kehittämissuunta. Mekanismi on aina sama. Nyt ymmärrät, miksi alussa ei kannata pyrkiä täydellisyyteen. Se ei toimi, koska prosessia ei voi ohjata. Vastaantuleva tieto ja mahdollisuudet johtavat prosessia.

**Toistan vielä:** Ensimmäisellä kertaa matriisia täyttäessäsi älä yritä tehdä laajaa analyysia, älä tuota ideoita kehittelyyn. Tarvitset alussa vain karkean yleiskatsauksen. Ymmärrät heti, mitä tekijöitä on tutkittava myöhemmin tarkemmin.

