

# Innovaatiotoiminnan käsikirja maaseudun yrityksille

Työkirja ja koulutuskokonaisuus yrittäjille ja kehittäjille — Yritystoiminnan buustaus -hanke

Jussi Hietala, Suomen Yrittäjäopisto



Euroopan unionin  
osarahoittama

Suomen Yrittäjäopisto 

# Johdanto — Miten tätä käsikirjaa käytetään

Tämä käsikirja on tehty maaseudun yrittäjälle, kehittäjälle tai yhteisön aktiivijäsenelle, joka haluaa uudistua ja rakentaa kestävämpää liiketoimintaa. Se on tarkoitettu käytännön apuvälineeksi: ajatteluun, kirjoittamiseen, kokeilemiseen ja oppimiseen.

Käsikirja soveltuu erilaisille yritystoiminnan aloille. Yhdistävä tekijä on halu kehittää omaa toimintaa. Käsikirjaa voi käyttää itseopiskeluun, ryhmätyöskentelyyn tai fasilitoidun koulutuksen tukena. Jokainen luku sisältää käytännön pohdintatehtäviä.

01

## Ajattele

Pysähdy tarkastelemaan omaa toimintaasi ja toimintaympäristöä

03

## Kokeile

Vie ideat käytäntöön pienin, hallituin askelin

02

## Kirjoita

Täytä työkirjan tehtävät. Ajatukset konkretisoituvat kirjoittamalla

04

## Opi

Arvioi tuloksia, jaa kokemuksia, kehitä edelleen



Käsikirja on rakennettu modulaarisesti. Voit edetä alusta loppuun tai hypätä suoraan itsellesi ajankohtaisimpaan osioon. Jokainen luku on itsenäinen kokonaisuus.



Euroopan unionin  
osarahoittama

# OSA I — Muutoksen isot voimat

## LUKU 1

### Yritystoimintaa ja alueita muovaavat muutosvoimat

Innovaatiot eivät synny tyhjiössä. Maaseudun yritykset toimivat keskellä suuria yhteiskunnallisia ja taloudellisia muutoksia, jotka muokkaavat sekä kysyntää että toimintaedellytyksiä. Sitran Megatrendit 2026 nostavat esille muutosvoimia, jotka vaikuttavat suoraan pk-yritysten arkeen.

#### Talous ja työ

Työn sisältö ja rakenteet muuttuvat. Automatisaatio korvaa rutiinitehtäviä, mutta luo uusia mahdollisuuksia erikoisosaajille ja paikallisille palveluille.

#### Väestö ja osaaminen

Väestö ikääntyy ja keskittyy kaupunkeihin. Muutos muuttaa palveluiden tarvetta ja luo uusia asiakasryhmiä maaseudulla.

#### Teknologia

Tekoäly ja digitalisaatio avaavat uusia tehokkuuden ja ansainnan mahdollisuuksia myös pienille maaseutuyrityksille.

#### Kestävyys

Ilmastonmuutos ja resurssiniukkuus nostavat esiin uusia tuote- ja palvelutarpeita. Kestävä toiminta on yhä useammin kilpailuetu.

#### Kuluttajan arvot

Paikallisuus, läpinäkyvyys ja vastuullisuus nousevat ostopäätösten ytimeen. Tarina ja alkuperä merkitsevät.

#### Resilienssi

Huoltovarmuus ja paikalliset tuotantoverkostot kasvattavat merkitystään. Maaseudun rooli korostuu kriisitilanteissa.



# Työkirja: Muutos omassa toiminnassa

Pysähdy hetkeksi ja tarkastele muutosvoimia oman yrityksesi tai yhteisösi näkökulmasta. Nämä kysymykset auttavat hahmottamaan, mistä muutos alkaa ja mihin se vie. Kirjoita ajatuksesi suoraan tähän — ei tarvitse olla täydellisiä vastauksia, vaan rehellisiä havaintoja.

## Muutosvoimat ja mahdollisuudet

Mitkä muutosvoimat vaikuttavat alueellasi ja omassa toiminnassasi tällä hetkellä? Mitkä niistä voit hyödyntää tai kääntää mahdollisuuksiksi? Missä kohdassa voisi syntyä jotain uutta?

- ☐ Listaa 2–3 muutosvoimaa, jotka koskettavat sinua eniten
- ☐ Kirjoita, miten voisit hyötyä kustakin
- ☐ Hahmottele yksi mahdollisuus, jonka aiot tutkia

## Luopumisen näkökulma

Uudistuminen edellyttää usein myös luopumista. Mitkä toimintatavat, tuotteet tai ajattelumallit ovat jääneet — tai jäämässä — menneisyyteen? Mistä kannattaa luopua ajoissa, ennen kuin se on pakko?

- ☐ Tunnista 1–2 asiaa, joista kannattaa luopua
- ☐ Mieti, mitä tilalle voisi tulla
- ☐ Milloin on oikea hetki tehdä muutos?

📄 Muutosvoimat – Mahdollisuudet – Luopuminen -kolmikenttä on tehokas työkalu tämän pohdinnan visualisointiin. Piirrä se paperille tai täytä se ryhmässä yhteisesti.



Euroopan unionin  
osarahoittama

# TEHTÄVÄ: MUUTOSVOIMAT JA LUOPUMINEN

## Muutosvoimat ja mahdollisuudet

Mitkä muutoksen voimat vaikuttavat alueellasi ja omassa toiminnassasi tällä hetkellä? Mitkä niistä voit hyödyntää tai kääntää mahdollisuuksiksi? Missä kohdassa voisi syntyä jotain uutta?

- Listaa 2–3 muutoksen voimaa, jotka koskettavat sinua eniten
- Kirjoita, miten voisit hyötyä kustakin
- Hahmottele yksi mahdollisuus, jonka aiot tutkia

OMAT HUOMIOT

---

---

---



Euroopan unionin  
osarahoittama

## Luopumisen näkökulma

Uudistuminen edellyttää usein myös luopumista. Mitkä toimintatavat, tuotteet tai ajattelumallit ovat jääneet — tai jäämässä — menneisyyteen? Mistä kannattaa luopua ajoissa, ennen kuin se on pakko?

- Tunnista 1–2 asiaa, joista kannattaa luopua
- Mieti, mitä tilalle voisi tulla
- Milloin on oikea hetki tehdä muutos?

OMAT HUOMIOT

---

---

---

# Tuote-, palvelu- ja prosessi-innovaatiot

Innovaatiot jaetaan käytännössä kahteen päätyyppiin: tuote- ja palveluinnovaatioihin sekä toimintatapojen ja prosessien innovaatioihin. Molemmat ovat yhtä arvokkaita, ja ne voivat tapahtua samanaikaisesti. Lisäksi kestävyys ja vastuullisuus ovat yhä enemmän innovaatiotoiminnan lähtökohta, ei vain sivutuote.

## Tuote- ja palveluinnovaatiot

Perustuvat aina asiakaskysyntään — sekä tiedostettuun että piilevään. Asiakkaan ongelmien, tarpeiden ja turhautumisten tunnistaminen on innovaation kompassi. Arvolupaus on se, mikä erottaa sinut kilpailijoista.



→ Ilman asiakaskysyntää ei ole kestävää tuote- tai palveluinnovaatiota.

## Toimintatapojen innovaatiot

Sisäisen tekemisen kehittäminen, joka tuottaa parannusta laadussa, kustannuksissa, kapasiteetissa, ajankäytössä tai työn mielekkyydessä. Arvo asiakkaalle on usein epäsuoraa, mutta liiketoiminnalle kriittistä.



→ Mikä muuttuu aidosti paremmaksi?



### Laatu

Tasaisempi ja parempi lopputulos asiakkaalle ja prosesseille



### Kustannukset

Vähemmän hukkaa ja tehokkaampi resurssien käyttö



### Kapasiteetti

Enemmän aikaan samalla tai pienemmällä panoksella



### Ajankäyttö

Oikeisiin asioihin keskittyminen, turha työ pois



### Työn mielekkyys

Yrittäjän ja henkilöstön jaksaminen paranee



Euroopan unionin  
osarahoittama

# Esimerkkejä innovaatioista pienyrityksistä

Innovaatiot eivät ole vain suuryritysten etuoikeus. Seuraavat esimerkit osoittavat, miten pienyritys voi kehittää markkinoita mullistavan ratkaisun — tai uudistaa palveluprosessinsa täysin asiakaslähtöisesti.



## MJ Sammutus / Rainmaker — tuoteinnovaatio

Helppokäyttöinen ja kevyt Rainmaker muodostaa tasaisen, jopa 200 metriä leveän vesiseinän, jolla voidaan kastella tai sammuttaa laajoja alueita. Sadetinjärjestelmä kootaan yksilöllisten tarpeiden mukaan paloletkuista, sadettimista, t-haaraliittimistä ja pumpuista. Yksittäiset paloletkut liitetään järjestelmäksi, tai jopa paloa sulkevaksi laajaksi ympyräksi. Idea syntyi käytännön tarpeesta ja toteutettiin pienyrittäjänä.



## Palveluinnovaatio — kolmivaiheinen avustajamalli

Esimerkki palveluinnovaatiosta, jossa perinteinen avustajapalvelu on uudelleenmääritelty asiakaslähtöisesti kolmivaiheiseksi prosessiksi: **tarvekartoitus, avustajan haku ja tutustumiskäynti**. Jokainen vaihe on suunniteltu asiakkaan kannalta mahdollisimman vaivattomaksi. Tämä on palvelumuotoilun ytimessä: tehdään vaikea asia helpoksi ja inhimilliseksi.

✅ Innovaatio voi syntyä juuri siellä, missä tunnet toimialasi parhaiten. Paras asiantuntemus on se, mitä sinulla jo on.



Euroopan unionin  
osarahoittama

# TEHTÄVÄ: INNOVAATIOT

## Tuote- ja palveluinnovaatiot

Perustuvat asiakkaan tarpeisiin – sekä tiedostettuun että piilevään. Asiakkaan ongelmien, tarpeiden ja turhautumisten tunnistaminen on innovaation kompassi.

- 1 Mikä asiakkaan ongelma, tarve tai turhautuminen voisi olla nykyistä paremmin ratkaistavissa?

IDEA / MAHDOLLISUUS

---

---

---

---

## Toimintatapojen innovaatiot

Sisäisen tekemisen kehittäminen, joka tuottaa parannusta laadussa, kustannuksissa, kapasiteetissa, ajankäytössä tai työn mielekkyydessä. Arvo asiakkaalle on usein epäsuoraa, mutta liiketoiminnalle kriittistä.

- 2 Mikä toimintatapa, prosessi tai työvaihe voisi muuttua aidosti paremmaksi?

KEHITYSIDEA

---

---

---

---

LOPUKSI: Valitse yksi idea ja kuvaa, mitä hyötyä sen toteuttamisesta syntyisi asiakkaalle tai omalle toiminnalle.



Euroopan unionin  
osarahoittama

# OSA II — Resurssit, osaaminen ja identiteetti

## LUKU 3

### Tunnista omat vahvuudet innovaation raaka-aineena

Ennen kuin katsotaan ulospäin markkinoille ja asiakkaille, on tärkeää tehdä sisäinen resurssikartoitus. Monella yrittäjällä on enemmän innovaatiopotentiaalia kuin he uskovat — se vain odottaa tunnistamista ja hyödyntämistä. Resurssit eivät ole vain rahaa tai laitteita: ne ovat ennen kaikkea osaamista, verkostoja, tarinaa ja paikkaa.



#### Osaaminen ja kokemus

Vuosien tai vuosikymmenten hiljainen tieto on arvokas resurssi, ja usein kilpailijoille mahdollon jäljitellä



#### Verkostot ja yhteistyö

Naapurit, asiakkaat, tuottajat, oppilaitokset. Lähiverkosto on innovaation hedelmällinen maaperä



#### Aineelliset resurssit

Tila, kalusto, maa, rakennukset. Jo olemassa olevat resurssit voivat saada uuden käyttötarkoituksen



#### Paikka ja alue

Paikallisuus on resurssi ja konteksti, ei rajoite — erityisesti matkailussa ja elintarviketuotannossa

Identiteetti ja arvot ovat usein aliarvioitu innovaation lähde. Tapa tehdä työtä, kohdata asiakkaat ja toimia vastuullisesti voi olla se tekijä, joka erottaa sinut kilpailijoista — ei vain hinta. Erottautuminen merkityksen kautta rakentaa kestävämpää liiketoimintaa kuin hintakilpailu.



**Resurssikartta-tehtävä:** Listaa paperille kolme osaamistasi, kolme verkostoa ja kolme paikallista erityispiirrettä, jotka voisivat olla innovaatiosi raaka-aineita. Mitä niistä et ole vielä hyödyntänyt täysimääräisesti?



# TEHTÄVÄ: TUNNISTA OMAT INNOVAATION RAAKA-AINEET

Mitä sinulla ja yritykselläsi jo on, jota voisi hyödyntää uudella tavalla? Tarkastele resursseja laajasti – osaamista, verkostoja, materiaaleja ja paikkaa.

1

## Osaaminen ja kokemus

Mitä sellaista osaamista, kokemusta tai hiljaista tietoa sinulla tai henkilöstölläsi on, joka voisi synnyttää uuden tuotteen, palvelun tai toimintatavan?

2

## Verkostot ja yhteistyö

Ketkä asiakkaat, kumppanit, toimittajat, oppilaitokset tai muut verkoston toimijat voisivat auttaa uuden idean syntymisessä tai toteuttamisessa?

3

## Aineelliset resurssit

Mitä tiloja, kalustoa, maata, rakennuksia, materiaaleja tai muita resursseja sinulla jo on? Mihin muuhun niitä voisi käyttää?

4

## Paikka ja alue

Mikä omassa paikkakunnassa tai alueessa on erityistä? Voisiko paikallisuudesta, luonnosta, osaamisesta tai toimintaympäristöstä syntyä uusi mahdollisuus?

### KIRJAA VÄHINTÄÄN 3 INNOVAATIOAIHIOTA

1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



# Asiakasymmärrys — innovaation kompassi

## LUKU 4

Asiakkaat eivät osta vain tuotteita tai palveluja — he ostavat ratkaisuja tarpeisiinsa. Taustalla on aina jokin syvempi ajuri: hyöty, helppous, turvallisuus, yhteenkuuluvuus tai hauskuus. Menestyvä innovaatio rakentuu tämän syvemmän tarpeen ymmärtämiselle. Tarvitset sekä tiedostettua että piilevää asiakasymmärrystä.

### → Kysy suoraan

Asiakashaastattelut, kyselyt ja arkinen keskustelu paljastavat enemmän kuin mikään raportti. Älä kysy mitä he haluavat — kysy mitä ongelmia heillä on. Viisi miksi -menetelmä paljastaa juurisyyt.

### → Tunnista hiljaiset signaalit

Trendit, valitukset, sosiaalinen media ja naapuriyritysten asiakkaat kertovat muuttuvista odotuksista. Kestävyys ja vastuullisuus ovat yhä useammin ostopäätöksen taustalla.

### → Seuraa käyttäytymistä

Mitä asiakas todella tekee — ei vain mitä hän sanoo tekevänsä? Havainnointi, ostodatan analysointi ja asiakaspolun seuranta paljastavat piileviä tarpeita, joita asiakas ei itse osaa artikuloida.

### → Kehitä, vaikka asiakas ei osaa kertoa

Jos tuotetta tai palvelua ei vielä ole olemassa, asiakas ei ehkä osaa kertoa haluavansa sitä. Mutta tarvekartoituksen pohjalta sinä voit kehittää sen — tässä piilee luovan innovaattorin etu.



# Ideoinnista konseptiksi

## LUKU 5

Ideoita syntyy, kun luot tilaa ajattelulle. Mutta ideointi ilman rakennetta johtaa helposti hajanaisiin aloituksiin. Tässä luvussa käymme läpi, miten ideat priorisoidaan ja kiteytetään toimivaksi konseptiksi, jolla on selkeä arvolupaus.

### Ideointimenetelmiä

- Aivoriihi — kirjaa kaikki ideat ensin ilman arviointia
- Viisi miksi — löydä ongelman juurisyy kysymällä toistuvasti
- Asiakaspolon kartoitus — missä asiakas törmää hankaluuksiin?
- SCAMPER-menetelmä — muokkaa, yhdistä, sovela, poista, järjestä uudelleen
- Benchmarking — mitä muilla toimialoilla tai muissa maissa tehdään?

#### Arvolupaus — sydän

Arvolupaus kiteyttää, mitä tarjoat, kenelle ja miksi se on parempi kuin vaihtoehdot. Hyvä arvolupaus on yksinkertainen, erottuva ja helposti viestittävä. Kokeile: "Me autamme [asiakasta] saavuttamaan [hyöty] toisin kuin kilpailijat, koska [ainutlaatuinen ominaisuus]."

### Ideoiden priorisointi

Kaikki ideat eivät ole yhtä toteuttamiskelpoisia. Arvioi jokainen idea kolmella kysymyksellä:

1. Onko asiakkaalla todellinen tarve tähän?
2. Onko se taloudellisesti toteuttamiskelpoinen?
3. Onko meillä tai voimmeko hankkia tarvittavat resurssit?

Valitse 1–2 ideaa, joita lähdet testaamaan. Leveä rintama johtaa harhaan — fokuusoituminen nopeuttaa oppimista.

#### Konsepti paperille

Kirjoita konseptikuvaus yhdelle A4-sivulle: mikä ratkaisu, kenelle, mikä tarve, miten toteutetaan, miten ansaitaan, miten testataan. Paperi pakottaa selkeyteen ja helpottaa keskustelua kumppaneiden ja rahoittajien kanssa.



# TEHTÄVÄ: ARVOLUPAUS JA KONSEPTI

Muotoile ideasi niin, että sen arvo asiakkaalle ja toteuttamisen peruslogiikka ovat helposti ymmärrettäviä.

## 1 Arvolupaus – sydän

Arvolupaus kiteyttää, mitä tarjoat, kenelle ja miksi se on parempi kuin vaihtoehdot. Hyvä arvolupaus on yksinkertainen, erottuva ja helposti viestittävä.

Täydennä: "Me autamme [asiakasta] saavuttamaan [hyödyn] toisin kuin kilpailijat, koska [ainutlaatuinen ominaisuus]."

OMA ARVOLUPAUS

---

---

---

## 2 Konsepti paperille

Kirjoita konseptikuvaus yhdelle A4-sivulle: mikä ratkaisu, kenelle, mikä tarve, miten toteutetaan, miten ansaitaan, miten testataan. Paperi pakottaa selkeyteen ja helpottaa keskustelua kumppaneiden ja rahoittajien kanssa.

- ☐ Mikä on ratkaisu?
- ☐ Kenelle ja mihin tarpeeseen?
- ☐ Miten toteutetaan?
- ☐ Miten ansaitaan?
- ☐ Miten testataan?

KONSEPTIN YDIN

---



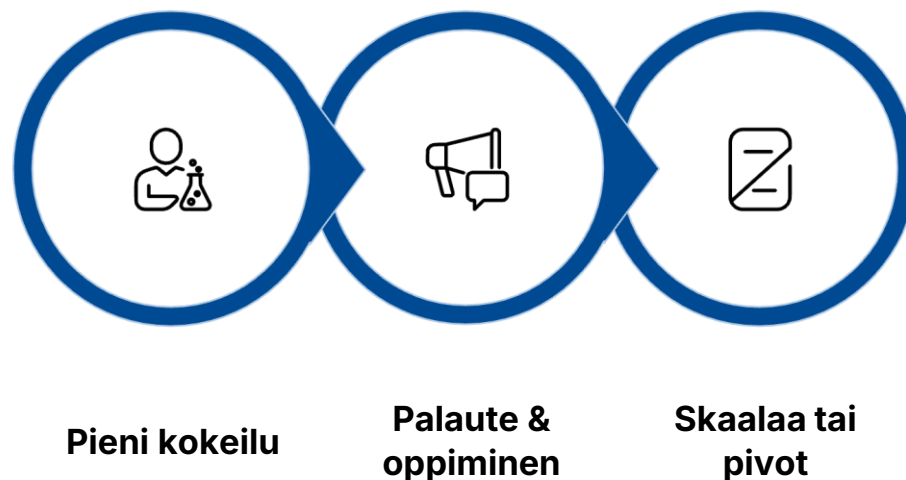
Euroopan unionin  
osarahoittama

LOPUKSI: Lue arvolupaus ääneen. Jos sitä ei ymmärrä 10 sekunnissa, yksinkertaista sitä.

# Kokeilut ja pilotointi

## LUKU 6

Paras tapa testata, onko idea toimiva, on kokeilla sitä mahdollisimman nopeasti ja mahdollisimman pienellä riskillä. Lean-ajattelun ydin on juuri tässä: tee pienin mahdollinen kokeilu, josta voit oppia jotain merkittävää. Epäonnistuminen kokeiluissa on arvokkaampaa kuin vuosia paperilla pyörinyt "täydellinen suunnitelma".



Kokeiluun on hyvä ottaa asiakkaat mukaan jo varhaisessa vaiheessa. Kutsuttua ensimmäisen erän asiakkaita "pilottiasiakkaiksi" — heille voit tarjota erityishinnan tai erityishuomion vastineeksi rehellisestä palautteesta. Tämä luo samalla yhteisöllisyyttä ja sitoutumista. Muista: epäonnistuminen on tietoa, ei häpeä.



Älä odota täydellisyyttä ennen kokeilua. Kokeilu, ja asiakkaat, hiovat lopputuloksen.

On parempi kokeilla hiukan epävalmista versiota kuin pitää sitä loputtomiin pöytälaatikossa odottamassa täydellisyyttä.



# OSA III — Toimintatapojen ja yhteistyön innovointi

LUKU 7–8

## Uudet toimintamallit, teknologiat ja ansaintalogiikat

Innovaatio ei aina tarkoita uutta tuotetta. Usein merkittävin muutos tapahtuu siinä, miten työ tehdään, kenen kanssa ja millä ansaintalogiikalla. Maaseudun yrityksissä on valtava potentiaali toimintatapojen uudistamiseen. Digitalisaatio ja tekoäly antavat paljon uusia mahdollisuuksia.

### Prosessien uudistaminen

Tunnista toistuvat, manuaaliset tai epätehokkaat työvaiheet. Voisiko jokin vaihe automatisoida, ulkoistaa tai tehdä yhdessä muiden kanssa?

### Resurssien jakaminen

Yhteiskoneet, -tilat ja -henkilöstö naapuriyritysten kanssa vähentävät kiinteitä kustannuksia ja mahdollistavat suuremman kapasiteetin

### Uudet ansaintalogiikat

Tilausmalli, yhteisjäsenyys, lisäarvopalvelut, digitaaliset tuotteet — ansainnan diversifiointi pienentää riskiä ja luo tasaisempaa kassavirtaa

### Tekoäly ja digitaaliset työkalut

Tekoäly tehostaa ajankäyttöä, tukee asiakasviestintää, auttaa sisällöntuotannossa ja parantaa päätöksentekoa — myös pienessä yrityksessä

Yhteistyöinnovaatiot ovat maaseudulla erityisen lupaavia. Yritysten, yhteisöjen ja julkisten toimijoiden yhteishankkeet voivat tuottaa palveluja, joita yksikään taho ei yksin pystyisi tarjoamaan. Luottamus on yhteistyön perusta — rakenna se hitaasti ja vaali sitä.



Euroopan unionin  
osarahoittama

Suomen Yrittäjäopisto 

# Varaa aikaa kehittämiselle — Eisenhowerin nelikenttä

Kehittäminen hukkuu helposti arjen kiireisiin. Eisenhowerin nelikenttä muistuttaa, että tärkeimmät asiat — kuten oman yrityksen kehittäminen — harvoin ovat kiireellisiä. Siksi ne jäävät viikosta toiseen huomiseksi. Jos kehittäminen jää sivuun kuukaudesta toiseen, seuraukset alkavat näkyä: yritys jää jälkeen kilpailijoista ja yrittäjän motivaatio hiipuu.



**Tee heti**  
(Kiireellistä ja tärkeää:  
asiakasongelmat,  
akuutit tilanteet)



**Suunnittele**  
(Tärkeää mutta ei  
kiireellistä:  
kehittäminen,  
strategia,  
oppiminen)

**Delegoi**  
(Kiireellistä mutta  
ei tärkeää:  
keskeytykset,  
rutiinit)



**Poista**  
(Ei kiireellistä  
eikä tärkeää:  
turha työ,  
some-selailu)



## Kalenteroi kehittämisaika

Varaa viikosta kiinteä aika uudistamiselle — vaikka yksi tunti. Merkitse se kalenteriin kuin tärkeä asiastapaaminen. Se on yhtä tärkeä — ehkä tärkeämpi.

## Suojele se

Älä anna kiireellisten mutta vähemmän tärkeiden asioiden syödä kehittämisaikaa. Opettele sanomaan "ei" lyhytaikaisille häiriöille, jotta voit sanoa "kyllä" pitkäaikaiselle menestykselle.



Euroopan unionin  
osarahoittama

Suomen Yrittäjäopisto

# TEHTÄVÄ: TÄRKEÄÄ, EI VIELÄ KIIREELLISTÄ

Eisenhowerin nelikentän tärkein hyöty on vapauttaa aikaa asioille, jotka rakentavat tulevaa – ja lopettaa työ, joka ei oikeasti tuota arvoa.

## 1 Etsi tärkeät mutta ei vielä kiireelliset

Kysy jokaisesta työstä: jos tätä ei tehdä tällä viikolla, syntyykö heti ongelma?

- 1 Rakentaako tämä tulevaa: myyntiä, osaamista, laatua tai kilpailukykyä?
- 2 Ehkäiseekö tämä myöhempiä kiireitä tai ongelmia?
- 3 Onko tämä tärkeää asiakkaalle tai yrityksen tavoitteille, vaikka kukaan ei juuri nyt vaadi sitä?

Mitkä ovat tällaisia töitä, joille on varattava riittävästi aikaa?

---

---

## 2 Poista ei-tärkeät asiat

Kaikkea tekemistä ei tarvitse tehostaa. Osa kannattaa lopettaa kokonaan.

### LOPETUSTESTI

Jos lopettaisimme tämän kuukaudeksi, huomaisiko asiakas tai liiketoiminta sen?

### POISTA

Mitä tekemistä voimme lopettaa kokonaan?

### KEVENNÄ

Mitä voimme tehdä harvemmin, nopeammin tai yksinkertaisemmin?

### DELEGOI

Mitä ei tarvitse tehdä itse?

MITÄ LOPETAT TAI KEVENNÄT?

---



# Brändi ja tarina — Oletko Vasa vai Suomen Joutsen?

Imago syntyy tuotteesta, tarinasta, asiakaskokemuksesta ja siitä, mitä muut sanovat sinusta. Ruotsalainen sotalaiva Vasa upposi vuonna 1628 — ja kerää yli miljoona kävijää vuodessa museonsa Tukholmassa. Suomen Joutsen on historiallisesti merkittävä purjelaiva Turussa, mutta ei kerää juurikaan kansainvälisiä matkailijoita. Miksi?

Vasa on rakennettu brändi. Sen tarina, draama, museotila ja pitkäjänteinen markkinointi tekevät siitä elämyksen — ei pelkästään historiallisen esineen.



## Tarina ja draama

Vasa kertoo traagisen tarinan — se herättää tunteita ja jää mieleen. Sinun yrityksesi tarinalla on sama potentiaali. Mikä on yrityksesi alkuperätarina? Mikä teki sinusta yrittäjän juuri tällä alalla?



## Kokemus ja ympäristö

Upea museotila nostaa elämyksen arvon moninkertaiseksi. Asiakaskokemus syntyy kaikesta: tilasta, tuoksusta, äänestä, palvelun laadusta ja siitä, miten asiakas tuntee itsensä kohdatuksi.



## Näkyvyys ja markkinointi

Brändi rakennetaan määrätietoisesti ja pitkäjänteisesti. Sosiaalinen media, tarinankerronta, asiakasarvostelut ja yhteistyökumppanuudet rakentavat mainetta hiljalleen — mutta pysyvästi.



Euroopan unionin  
osarahoittama

Suomen Yrittäjäopisto

# Rahoituslähteet maaseudun innovaatioille

## LUKU 10

Innovaatioihin on tarjolla monipuolista rahoitusta — avain on löytää oman hankkeen kannalta sopivimmat kanavat. Useimmat rahoitushaut edellyttävät kirjallisen kehittämissuunnitelman. Aloita siitä — se selkeyttää ajatukset ja avaa ovet rahoitukseen.



### Leader-ryhmät

Paikallinen maaseudun kehittämisrahoitus, pienhankkeet ja yritystuet. Matala kynnys, paikallinen asiantuntemus ja nopea päätöksenteko. Ihanteellinen ensimmäiseen kehittämishankkeeseen.



### Elinvoimakeskus

Maaseutuyritysten investointi- ja kehittämistuet, myös digitaaliset hankkeet. Soveltuu hieman suurempiin investointeihin ja toiminnan merkittävään kehittämiseen.



### Business Finland

Innovaatorahoitus, tutkimus- ja kehitysavustukset kasvuhakuisille yrityksille. Edellyttää kasvuambition ja kansainvälisen potentiaalin osoittamista.



### MTK ja ProAgria

Neuvonta, verkostot ja hankeyhteistyö maaseutuyrittäjille. Erityisosaamista maa- ja metsätalouteen sekä maaseutuelinkeinoihin liittyvissä kehittämishankkeissa.



Kirjoita ensin kehittämissuunnitelma — vaikka yhdelle A4-sivulle. Se selkeyttää oman ajattelun, helpottaa rahoitushakemusta ja vakuuttaa yhteistyökumppanit.



Euroopan unionin  
osarahoittama

# Innovointi osaksi arkea — jatkuva kehittyminen

Innovaatiotoiminta ei ole erillinen projekti, joka tehdään kerran vuodessa. Parhaimmillaan se on tapa ajatella ja toimia — integroitu osaksi yrityksen arkea ja kulttuuria. Tämä vaatii tietoisia rakenteita: aikaa, tilaa ja prosesseja, jotka mahdollistavat jatkuvan oppimisen.

**Havainnoi**  
Seuraa asiakkaita, kilpailijoita ja trendejä jatkuvasti

**Skaalaa**  
Vahvista toimivaa, hylkää toimimaton, laajenna rohkeasti



## Ideoi

Luo tila ja aika ideoiden syntymiselle — yksin ja yhdessä

## Kokeile

Tee nopea, pieni testi — älä odota täydellisyyttä

## Opi

Arvioi tulokset rehellisesti ja jaa oppiminen tiimin kanssa

Jatkuvan kehittämisen kulttuuri syntyy, kun yrittäjä antaa itselleen luvan epäonnistua pienesti ja oppia nopeasti. Jokainen kokeilu — onnistunut tai ei — kasvattaa yrityksen innovaatiokykyä. Vuosikalenteriin kannattaa merkitä kiinteät kehittämishetket: viikottainen tunti, kuukausittainen reflektio ja vuosittainen strategiapäivä.



Euroopan unionin  
osarahoittama

Suomen Yrittäjäopisto

# Yhteenvedo — Ota seuraava askel

Innovaatiokyvykyys on maaseudun yrityksille elintärkeä taito — ei luksus. Se tarkoittaa kykyä tunnistaa muutosvoimat, ymmärtää asiakkaita, hyödyntää omia vahvuuksia ja viedä ideat käytäntöön. Tämä käsikirja on antanut sinulle välineet. Seuraava askel on sinun.



## Kalenteroi kehittämisaika tällä viikolla

Varaa konkreettinen aika kalenterista kehittämiselle — jo tänään



## Täytä resurssikartta ja muutosvoimakenttä

Tunnista omat vahvuutesi ja toimintaympäristösi muutokset konkreettisesti



## Haastattele kolmea asiakasta

Kuuntele heidän tarpeitaan ja ongelmia — löydä innovaation siemen



## Kirjoita kehittämissuunnitelma

Yksi A4-sivu riittää — se avaa ovet kumppaneihin ja rahoitukseen

Maaseudun yritykset ovat innovaatioiden tekijöitä — ei niiden sivustakatsojia. Paikka, yhteisö, osaaminen ja tahto ovat jo olemassa. Nyt on aika käyttää ne.

*Yritystoiminnan buustaus -hanke / Suomen Yrittäjäopisto / Jussi Hietala / 2026*