

## Työkalu 1: Kilpailuedun kompassi

**Tarkoitus:** auttaa yritystä tunnistamaan nykyiset ja potentiaaliset kilpailuedun lähteet. Laajenna tarvittaessa jokaista alakohtaa kysymällä viisi Miksi -kysymystä. Näin löydät perimmäisen vastauksen kysymykseesi.

**Rakenne:**

**1. Nykytila-analyysi (sisäinen kilpailuedun arviointi)**

- Missä olemme nyt kilpailijoihin verrattuna?
- Mitkä ovat meidän vahvuutemme ja heikkoutemme (prosessi, osaaminen, asiakaskokemus, teknologia, brändi)?
- Mikä tekee meistä tällä hetkellä valinnan arvoisen asiakkaalle?

**2. Asiakasnäkökulma (ulkoisen kilpailuedun määrittäjä)**

Kysy asiakkaalta

- Miksi asiakkaat valitsevat meidät (tai eivät valitse)?
- Mitä ongelmaa ratkaisemme paremmin kuin muut?
- Mikä on asiakkaan perimmäinen syy meiltä ostamiseen?

**3. Markkina-asema**

- Erottaudummeko selkeästi kilpailijoista?
- Onko meillä tai kilpailijoillamme ainutlaatuisia tuotteita tai palveluita?
- Olemmeko me tai joku kilpailijamme selkeä markkinajohtaja?

Kirjaa vastaukset ylös, valitse kolme tärkeintä kehittämiskohdetta ja tee toimenpidesuunnitelma.

## Työkalu 2: Oppimisen vauhtipyörä

**Tarkoitus:** rakentaa jatkuvan oppimisen ja uudistumisen prosessi, joka tekee oppimisesta kilpailuedun.

**Rakenne** (4 vaihetta):

1. **Havaitse** – kerää havaintoja asiakkaista, markkinoista, trendeistä, kilpailijoista ja sisäisestä toiminnasta.
2. **Opi** – tee näkyväksi havainnoista syntyvät oivallukset ja testaa niitä nopeasti pienissä kokeiluissa.
3. **Sovella** – vie opit käytäntöön palveluissa, toimintamalleissa tai hinnoittelussa.
4. **Jaa ja skaalaa** – tee oppimisesta koko organisaation yhteinen taito; dokumentoi ja levitä hyvät käytännöt.

**Työkalumuoto:**

Luo yksinkertainen "oppimisen taulu", jossa tiimi kirjaa viikoittain:

- Mitä havaitsimme?
- Mitä opimme?
- Mitä kokeilemme seuraavaksi?
- Mitä muut voivat oppia tästä?

Parhaimmillaan tuloksena syntyy jatkuva oppimisen sykli, joka vahvistaa yrityksen ketteryyttä ja kykyä mukautua muutoksiin ennen kilpailijoita.

## Työkalu 3: Tulevaisuustötterö ja skenaariokartta

**Tarkoitus:** hahmottaa mahdollisia tulevaisuuksia ja rakentaa ketterä kilpailuetu epävarmuuden keskellä. Ota huomioon kaikissa skenaarioissa erityisesti kilpailijoiden mahdollisten toimenpiteiden vaikutukset sekä asiakasnäkökulma.

### Rakenne:

1. Nykytila ja ajurit:
  - Mitkä trendit, teknologiat ja ilmiöt voivat muuttaa toimialaa 3–5 vuoden sisällä?
  - Mitkä ovat toimialamme "hiljaiset signaalit"?
2. Kolme skenaariota (Future Cone -mallin mukaan):
  - Todennäköinen tulevaisuus – jos jatkamme kuten nyt.
  - Mahdollinen tulevaisuus – jos jotkut keskeiset muutostekijät toteutuvat.
  - Radikaali tulevaisuus – jos toimialamme logiikka muuttuu täysin.
3. Toimintastrategia per skenaario:
  - Mitä meidän tulisi tehdä, jos tämä skenaario toteutuu?
  - Missä olemme ensimmäisenä liikkeellä?
  - Mitä meidän pitää oppia nyt, jotta olemme valmiita silloin?

Muodosta skenaarioiden pohjalta visio halutusta tulevaisuudesta, tee strategia ja toteuta se. Seuraa skenaarioiden toteutumista säännöllisesti, tee tarvittaessa muutoksia yrityksen strategiaan.