

## Mikä on todennäköinen tulevaisuus?

*Yrittäjä Jesse Kakkolan tavoitteena on rakentaa pohjoismaiden suurin ja elämyksellisin valaistuksen ja sisustuksen verkkokauppa, Lightbox.fi. Jesse on hyödyntänyt verkkokaupan suunnittelussa NÄKY-hankkeen ennakointityöpajoja. Työpajojen suunnittelussa on otettu huomioon Kanta- ja Päijät-Hämeen yrityksille suunnatun kyselyn tulokset, jonka mukaan yrityksillä on tarvetta ennakoinnille.*

Ennakointi on järjestelmällinen, osallistava prosessi, jossa kerätään tietoa ja laaditaan visioita keskipitkän ja pitkän aikavälin tulevaisuudesta. Ennakoinnilla pyritään parantamaan nykyisten päätösten tietopohjaa ja käynnistämään yhteisiä toimia. (Euroopan komissio, 2002.) Hämeen Näky –hanke on opastanut Kanta- ja Päijät-Hämeen yrityksiä kevään ajan neljässä eri työpajassa.

Näky-työpajat on suunnattu yrityksille, jotka haluavat oppia tunnistamaan tulevaisuuden muutossignaaleja ja soveltamaan nopeita ja ketteriä menetelmiä liiketoiminnan kehittämisessä. Koti-In yrittäjä, sisustussuunnittelija Jesse Kakkola on ollut jokaisessa pajassa mukana.

- Yritystä johtaessani minun pitää olla hereillä koko ajan siitä, mitä maailmalla tapahtuu. Lähdin mukaan Näky-ennakointihankkeeseen, koska haluan, että ennakointi tulee minulle automaattiseksi ajattelutavaksi, Jesse Kakkola kertoo.

Pk-yritysten toiminta on entistä haastavampaa nopeasti muuttuvassa toimintaympäristössä. Muutoksiin varautuminen edellyttää jatkuvaa toiminnan uudistamista. Jesse Kakkola on toiminut parikymmentä vuotta sisustussuunnittelijana sekä verkkokauppiaina. Jesse on sisustanut yli 700 suomalaisen kodin.

- Muutos on jatkuvaa. Vielä reilut kymmenen vuotta sitten verkkokauppa oli melko helppoa bisnestä. Silloin kilpailua oli aika vähän. Nyt tilanne on aivan toinen. Täytyy siis koko ajan suunnitella tulevaa toimintaa. Mitä kannattaa tehdä, jotta firma on hengissä kolmen vuoden päästä ja mikä on todennäköinen tulevaisuus mitä tapahtuu?, Jesse Kakkola pohdiskelee.



Yrittäjä Jesse Kakkola (kuva Jesse Kakkolan arkisto)

## Kysely Hämeen kauppakamarin jäsenyrityksille

Hämeen kauppakamarin jäsenyrityksille suunnatussa kyselyssä selvitettiin yritysten ennakointiosaamisen nykytilaa ja kehittämistarpeita. Kysely tehtiin ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyönä osana Hämeen NÄKY-hanketta. Kyselyyn vastasi 128 henkilöä. Kyselyn mukaan vain isot yritykset laativat strategiasuunnitelman vuosittain ja käyttävät tulevaisuustietoa systemaattisesti. Mitä pienempi yritys sitä harvemmin strategia laaditaan.

- Mielestäni pienet toimijat ovat ketterämpiä muuttamaan omaa toimintaansa kuin isot. Asiakkaalta saatu palaute on tärkeää, mutta se on juuri reaaliaikaista eli tämän hetken palautetta. Meidänkin firmassa pohditaan yrityksen strategiaa, mutta se taitaa olla kahvipöytästrategia, eli pohditaan ja puhutaan, mutta ei välttämättä kirjoiteta sitä paperille, Jesse Kakkola toteaa.

Hämeen Kauppakamarin jäsenyrityksille suunnatun kyselyn mukaan liiketoiminnan kehittämisessä korostuu omaa toimialaa, asiakkaita ja markkinoita koskeva tulevaisuustieto. Sen sijaan kiinnostus ympäristön tilaan, tilastoihin ja rinnakkaisiin toimialoihin liittyvään tulevaisuustietoon on yllättävän vähäistä.

- Seuraan kilpailijoiden toimintaa sekä muita toimialoja. Erityisesti kiinnitän huomiota kilpailijoiden heikkouksiin ja yritän luoda omia vahvuuksia omasta taustastani. Esimerkiksi kenkiä ja muotia myyvä Zalando on tuonut verkkokauppaan sellaisia ideoita, joita voin hyödyntää omassa toiminnassani. Myös asiakkaiden arvomaailmassa on tapahtumassa muutoksia. Kuluttajat ovat entistä ympäristötietoisempia ja pohtivat esim. tuotteiden hiilijalanjälkeä, kertoo Jesse Kakkola.

Tulevaisuuden suhteen Jesse Kakkola on luottavainen. Perheyrittäjällä on uusia suunnitelmia muun muassa verkkokaupan suhteen. Koti-In on lanseeraamassa uutta ja elämyksellistä Lightbox.fi -valaisinverkkokauppaa kesä-heinäkuun vaihteessa.

- Yrityksemme tavoitteena on palveluliiketoiminnan kasvattaminen. Emme myy enää ainoastaan pelkkää tuotetta. Tuomme asiakkaalle erilaisen, elämyksellisen verkkokaupan, jossa ensimmäiseksi kysytään ”Mistä pidät?”, visioi Jesse Kakkola.

## Näky-hanke

Hämeen NÄKY - Pk-yritysten ennakointiosaaminen –hanke (1.10.16-31.12.17) toteutetaan Hämeen kauppakamarin, HAMKin, LAMKin sekä toisen asteen oppilaitosten yhteisprojektina Kanta- ja Päijät-Hämeessä. Tavoitteena on kokeilla ja kehittää uudenlaista toimintakonseptia, jolla juurrutetaan tulevaisuuden trendejä ja muutossignaaleja pk-yritysten liiketoiminnan kehittämiseen.

- Näky-ennakointihankkeen työpajat ovat olleet hyviä, koska pajoissa on pakotettu huomaamaan, mikä oma ydinosaaminen on. Työpajoissa mukana olleet opiskelijat ovat tuoneet tuoreita ajatuksia. Hehän edustavat uutta sukupolvea ja tulevaisuuden asiakkaita. Nuoret ovat myös sometaitureita ja heidän osaamistaan pitäisikin tuoda yrityksille paremmin esille esim. teemalla ”he tietävät jotain mitä sinä et tiedä! ”, innostaa Jesse Kakkola.

Näky-hankkeen työpajat jatkuvat syksyllä 2017. Tulossa ovat muun muassa tuotekehityksen ja tuotteistamisen sekä digiviestinnän ja markkinoinnin työpajat. Ilmoittaudu mukaan <http://www.hamechamber.fi/hameen-naky-hanke>

Kirjoittaja: Kirsi Sippola, Hämeen ammattikorkeakoulu, 30.6.2017, Näky-hanke, [www.hamk.fi/naky](http://www.hamk.fi/naky)