

# **Alustatalous Basic™**

Kanvaasikokoelma

# Intro

Alustatalous Basic™ kanvaasikokoelma on liikkeenjohdolle suunnattu kilpailuedun ideoinnin työkalupakki.

Kanvaasikokoelman avulla rakennetaan ymmärrystä, siitä mitä hyötyjä yritykselle ja eri sidosryhmille digitaalinen alusta tuottaa ja millä liiketoimintamallilla. Täyttämällä kanvaasit kokoelmat yritykset pystyvät löytämään oman digitaalisen alustan fokuksen, potentiaalisen markkinaraon ja liiketoiminnan kehityspisteet.

Sofokus käyttää kahta erilaista kanvaasikokoelmaa ideoinnin tukena. Alustatalous Basic™ ja Alustatalous Advanced™.

**Alustatalous Basic™** kanvaasikokoelman pohjana on käytetty Digital Aheadin tuottama materiaali ( <http://www.platforminnovationkit.com> ) , josta Sofokus on muokannut sisältöä omien kokemusten myötä omiin tarpeisiin soveltuviksi. Kanvaasit on kaikkien ladattavissa ja käytettävissä Creative Commons linsenssillä.

**Alustatalous Advanced™** on vaativampi kokonaisuus, joka on räätälöity liiketoiminnan kehityspolku alustatalouden maailmaan haluaville yrityksille ja organisaatioille. Alustatalous Advanced™ syventää alustatalouden teknisiä ratkaisuja, liiketoimintamalleja ja jäsentää kehityksen roadmap-tasolle

# Käyttö

Olemme jakaneet kanvaasit kolmeen osaan, joka helpottaa niiden työstämistä. Jokaiseen osioon kannattaa varata noin 2-3 tuntia läpikäyntiin, riippuen mm. liiketoimintahaasteen monimutkaisuudesta ja sidosryhmien määrästä.

## Kanvaasit 1-3 / Miksi ja kenelle

1. Maailma muuttuu. Miksi sinun tulee reagoida?
2. Oman alustan kiteytys. Mitä arvoa alustasi tuottaa?
3. Sidoryhmiin perehtyminen. Miksi he hyödyntäisivät alustaasi?

## Kanvaasit 4-6 / Hyödyt, arvo, teknologia ja raha

4. Hyötyjen ja arvon kartoitus. Mitä annetaan ja mitä saadaan?
5. Teknologian ja rajapintojen alustava kartoitus. Mitä tietoa tallennetaan?
6. Kustannusten ja liikevaihdon alustava kartoitus. Mitä tämä maksaa?

## Kanvaasit 7-9 / Onnistumisen elementit ja epäreilun kilpailuedun kiteytys

7. Onnistumisen elementit. Mitä pitää tehdä jotta onnistuisit?
8. Epäreilun kilpailuedun kiteytys. Mikä tekee alustastasi paremman?
9. Onnistuminen ja osallistaminen. Mahdollistajat ja hidastajat.

# Miksi ja kenelle?

Kanvaasit 1-3

## **1.Maailma muuttuu. Miksi sinun tulee reagoida?**

Tämä kanvaasi auttaa sinua analysoimaan ja kiteyttämään mitä sinun toimialaan vaikuttavia asioita on tapahtumassa sekä mitä mahdollisia riskejä ja mahdollisuuksia ne tuovat mukanaan. Keskustelkaa oman yrityksen avainhenkilöiden kanssa (30-45 min):

a) Mitkä asiat tulevat vaikuttamaan yritykseenne suoraan tai epäsuorasti? Nyt ja tulevaisuudessa? Läheltä ja yleisesti toimialariippumattomasti?

b) Onko tarvetta oman toiminnan muutokselle? Miksi?

c) Voidaanko tunnistaa hyvä ajankohta muutokselle?

Kirjatkaa näkemyksenne osa-alueittain ja merkatkaa vähintään kolme merkittävintä ulkopuolista vaikuttavaa tekijää muutokselle.

## TRENDIT

- Teknologia trendit
- Laki ja säännöt
- Sosiaaliset ja kulttuuriset trendit
- Sosioekonomiset trendit

Teknologia kehittyä. Miten se vaikuttaa sinun toimialaan?

Onko tulossa merkittäviä muutoksia lainsäädäntöön?

Miten arvomaailma on muuttumassa? Miten arvomaailman muutos voi vaikuttaa sinun toimialaan?

## MARKKINAVOIMAT / MUUTOKSET

- Markkinasegmentit
- Tarpeet ja vaatimukset
- Markkinoihin vaikuttavia asioita
- Vaihtamisen kustannus
- Liikevaihdon houkuttelevuus

Minkälaisia markkinasegmenttejä sinun toimialalla on identifioitavissa?

Miten asiakkaiden tarpeet ja vaatimukset tulevat muuttumaan lähivuosina?

Onko asiakaskokemuksessa merkittävää parantamista?

## TOIMIALAKOHTAISET MUUTTUJAT

- Muut mahdolliset arvon tuottajat:
  - Kumppanit
  - Kilpailijat
  - Startupit
- Korvaavat tuotteet ja palvelut

Tärkeimmät toimijat sinun toimialalla?

Mitkä on heidän kilpailuedut ja heikkoudet?

## MAKROTALOUDEN MUUTTUJAT

- Gloaalien markkinoiden tila
- Pääomamarkkinat
- Taloudellinen infrastruktuuri

Onko havaittavissa isoja muutoksia taloudentilaan?

Taantuuko talous vai kehittyä ja miten se vaikuttaa sinun toimialaan?

# Muutos?

Mikä on oikea ajoitus muutoksen alulle panemiseen?

Mitä tapahtuu, jos muutosta ei saada aikaiseksi?



## 2.Oman alustan kiteytys. Mitä arvoa alustasi tuottaa?

Tämä kanvaasi auttaa sinua hahmottamaan oman digitaalisen alustan idean tiivistetysti. Tavoitteena on luoda alustava näkemys osapuolista, niiden vaikutuksista toisiinsa ja ylätasoon ansainnasta (45-60 min).

- a) Mitä sidosryhmiä alustaan osallistuu?
- b) Millaisia rooleja niissä on tunnistettavissa?
- c) Miten alusta tuottaa rahaa? Ansaintamalli?
- d) Miten alusta käytännössä toimii?

Tee useampia versiota. Älä tyydy ensimmäiseen versioon sillä ideat jalostuvat ja paranevat ryhmässä iteroiden. Tiivistä lopuksi ideasi kanvaasin keskelle ja testaa idean pitchaamista (1 min) työryhmän ulkopuolisille työkavereille tai asiakkaille.

## 2. Alustan idean kiteytys. Mitä arvoa alustasi tuottaa?

Alustatalous Basic™



Sidosryhmissä on tunnistettavissa erilaisia rooleja, kuten tuottaja, yhteistyökumppani, alustan omistaja, kuluttaja ym.

Mitä arvoa kukin sidosryhmä tuottaa alustalle ja muille sidosryhmille?

Onko sidosryhmissä tunnistettavissa eri segmenttejä?

**Kuka käyttää alustaa?**

**Kuka tuottaa informaatiota ja palveluita?**

**Kuka pystyy tuottamaan lisäarvoa muille sidosryhmille?**

**Kuka varmistaa positiivisen ja kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen?**



**ANSAINTOLOGIIKKA**

Miten alusta tuottaa rahaa?

**Mitä eri suorituksia alustalla tapahtuu? (tuotteita & palveluita, rahaa, tietoa)**

**Mikä on sinun liiketoimintamalli?**



**SIDOSRYHMÄ**

Arvo



**SIDOSRYHMÄ**

Arvo



**SIDOSRYHMÄ**

Arvo



**SIDOSRYHMÄ**

Arvo



**ARVOKETJU**

Miten alusta toimii käytännössä?

Mitkä toiminnot varmistavat alustan toimivuuden?

**Mitä asioita alustan omistaja tekee?**



**SIDOSRYHMÄ**

Arvo



**SIDOSRYHMÄ**

**Mitä arvoa alustasi tuottaa?**

**Mikä on alustan ensisijainen toiminto / palvelu?**

**Miksi sidosryhmät osallistuisivat alustaan?**

**Selitä liikeideasi yhdellä lauseella?**





### **3.Sidosryhmiin perehtyminen. Miksi he hyödyntäisivät alustaasi?**

Tämän kanvaasin tavoitteena on kiteyttää miksi kukin sidosryhmä on kiinnostunut toimimaan juuri sinun alustalla (20 min/sidosryhmä).

- a) Mikä motivoi heitä osallistumaan ja hyödyntämään alustaa?
- b) Mitä alusta tarjoaa vastineeksi?
- c) Mitä tarpeita sidosryhmän asiakkailla on?

Tee kustakin sidosryhmästä oma kalvo ja käy sen jälkeen kalvon kanssa keskustelua sidosryhmän kanssa. Olivatko sinun täyttämäsi asiat oikeita? Havainnoi, iteroi ja kiteytä.

#### MUUTOSPAININE & TAVOITTEET

Miten ja miksi digitalisaatio pakottaa sidosryhmää parantamaan toimintatapoja ja etsimään uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja ratkaisuja?

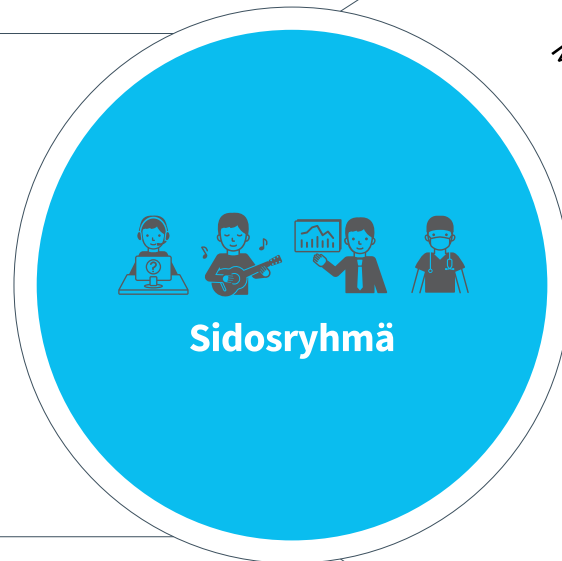
Arvioi lyhyen, keskipitkän ja pitkän aikavälin tavoitteet.

#### ARVOLUPAUS

Mitä arvokasta alusta tarjoaa sidosryhmälle?

#### KEINOT & VALMIUDET

Mitä keinoja ja valmiuksia tällä sidosryhmällä on?  
> jakaa muille sidosryhmille  
> tuottaa toiminnallisuksia



MOTIVAATIO OSALLISTUA ALUSTAAAN

#### PAREMPI ASIAKASKOKEMUS

Määrittele suurimmat asiakaskokemuksen haasteet.

Minkälaisia parannuksia sidosryhmä on etsimässä?

Miten alusta voi auttaa sidosryhmää parantamaan asiakaskokemusta?

#### UUSI LIIKETOIMINTA

Minkälaisia liiketoimintamahdollisuuksia sidosryhmä on etsimässä?

Minkälaista arvoa ollaan ensisijaisesti etsimässä?

Minkälaista laajempaa markkinaosuutta tavoitellaan?

Miten oletetaan, että se saavutetaan?

- uusi palvelu
- uusia markkinasegmenttejä
- uusia asiakassegmenttejä

#### TOIMINNALLINEN TEHOAKUUS

Missä on toimitusketjun isoimmat parannustarpeet?

Miten ja missä kohtaa prosessia alusta voi auttaa / tuoda hyötyjä?

#### SIDOSRYHMÄN ASIAKKAIEN TARPEET

Määrittele sidosryhmän asiakkaat.

Määrittele sidosryhmän asiakkaiden tärkeimmät tarpeet.

Miten alusta palvelee näitä tarpeita?



# Hyödyt, arvo, teknologia ja raha

Kanvaasit 4 - 6

#### **4.Hyötyjen ja arvon kartoitus. Mitä annetaan ja mitä saadaan?**

Tavoitteena on hahmottaa eri sidosryhmien merkityksellisyyttä alustassasi. Aloita ulkokehältä määrittäen kunkin sidosryhmän hyödyt. Hyötyjen määrittämisen jälkeen siirry INPUT / OUTPUT -kehälle pohtimaan minkälaisia toimintoja kukin sidosryhmä tekee alustalla (30 min).

- a) Miten sidosryhmä hyötyy alustan käytöstä?
- b) Mitä sidosryhmän oletetaan tuottavan?
- c) Miten raha liikkuu kussakin tapahtumassa?

Tarkastele lopuksi vielä keskiöön aikaisemmin (Kanvaasi 2) kirjoitettua arvolup-austa. Onko sitä tarvetta muuttaa?

## HYÖDYT

Määrittele eri toimijoiden hyödyt.  
Määrittele mitä etua kukin eri toimija saa alustan käytöstä.  
Miksi ottaa osaa alustaan?  
Mitä konkreettisia asioita alusta toteuttaa?

**Määrittele jokaisen sidosryhmän hyödyt.**

## INPUT & OUTPUT

Mitä kukin toimija tuottaa alustalle?  
Mitä kukin toimija saa alustasta?  
Mihin suuntaan raha vaihtaa omistajaa?

**Listaa sekä konkreettiset että aineettomat suoritukset.**

**Mitä arvoa alusta tuottaa?**

**Onko tarvetta kiteyttää arvon uudelleen?**



## 5. Teknologian ja rajapintojen alustava kartoitus. Mitä tietoa tallennetaan?

Tämä kanvaasi auttaa sinua kartoittamaan kunkin sidosryhmän järjestelmät ja alustan tarpeet rajapinnoille ja tiedon vaihtamiselle. Rajapinnat (API, Application Programming Interface) toimivat ”ovina” eri järjestelmien välillä ja sinä voit päättää oman alustan osalta mitä tietoa näiden ovien läpi kulkee ja kenellä näihin on pääsy (julkinen, sisäinen, salainen). (45-60 min)

- a) Mikä tieto on sinun ja sidosryhmien liiketoiminnalle olennaista nyt ja tulevaisuudessa?
- b) Mitä käyttöliittymiä alustasi sisältää?
- c) Mitä kolmannen osapuolen ratkaisuja liitetään alustaasi tuomaan lisäarvoa?
- d) Miksi ja mitä tietoa sinun tulisi tallentaa alustan digitaaliseen ytimeen?

Lähde hahmottamaan kokonaisuutta käyttöliittymätasolta ja siirry askel kerrallaan syvemmälle alustaasi tallennettavaa tietoa. Tämä on alustava kartoitus, minkä tarkia teknisen tason laajan ymmärrys on tässä vaiheessa vielä tarve- ja liiketoimintalähtöistä.

## KÄYTTÖLIITTYMÄT

Mitä käyttöliittymiä sidosryhmillä on käytössä?

Mitä toiminnallisuuksia käyttöliittymät mahdollistavat?

## API / LIITETTÄVYYS

Miten avoin alustan tulee olla?

Miten alusta on kytketty kumppaneihin?

Mitä järjestelmiä sidosryhmällä on käytössä?

Mitä tietoa tänne tallennetaan?

Mitä liiketoiminnalle oleellista tietoa digitaaliseen ytimeen tulee tallentaa?

SIDOSRYHMÄ

SIDOSRYHMÄ

SIDOSRYHMÄ

SIDOSRYHMÄ

SIDOSRYHMÄ



## **6.Kustannusten ja liikevaihdon alustava kartoitus. Mitä tämä maksaa?**

Ei tarvitse murehtia vaikka tätä kanvaasia ei ideoinnin alkuvaiheessa pysty täyttämään kokonaan. Tässä vaiheessa ei ole olemassa tarkkoja lukuja, mutta on hyvä jos pystyt kirjoittamaan kanvaasiin edes jotain arvioita ja tavoitteita. Tämä antaa ideointiin osallistujille hieman paremman kuvan liiketoimintapotentialista. (30-45 min)

- a) Mitä alustan kehittäminen ja ylläpitäminen maksaa?
- b) Minkälaisia osaamisia ja resursseja sinulla tulee olla?
- c) Miten ansainta jakautuu eri sidosryhmien välillä?

Vasemmalla puolella on omistajan kustannukset ja oikealla alustan toimijoiden yht-äänlaskettu liikevaihto. Tärkeää on ymmärtää, että alustasi kasvaa pala kerrallaan ja tarvelähtöisesti.



## KÄYTTÖKUSTANNUKSET

Mitkä on palvelun ylläpitämisen operatiiviset kustannukset?  
Avaintoiminnot, resurssit, teknologiat, lisenssit?  
+ jatkuva kehitys



## SIDOSRYHMÄ

Lukumäärä  
Tuotteiden määrä vuodessa  
Palveluiden määrä vuodessa  
Ansaintalogiikka  
Vuotuinen liikevaihto



## OMISTAJA

Tuotteiden määrä vuodessa  
Palveluiden määrä vuodessa  
Ansaintalogiikka  
Vuotuinen liikevaihto



## KEHITYSKUSTANNUS

Kuinka paljon yritys panostaa kehitykseen,  
jotta alustan ensimmäinen versio saadaan  
aikaiseksi?

HUOM. Tämä on jatkuva prosessi. Ei projekti.

## HANKINTAKUSTANNUS

Mitä kumppaneiden mukaan  
saattaminen maksaa?

Markkinointi / Myynti / Yhteisö



## SIDOSRYHMÄ

Lukumäärä  
Tuotteiden määrä vuodessa  
Palveluiden määrä vuodessa  
Ansaintalogiikka  
Vuotuinen liikevaihto



## SIDOSRYHMÄ

Lukumäärä  
Tuotteiden määrä vuodessa  
Palveluiden määrä vuodessa  
Ansaintalogiikka  
Vuotuinen liikevaihto



# Onnistumisen elementit ja epäreilun kilpailuedun kiteytys

Kanvaasit 7-9

## **7. Onnistumisen elementit. Mitä pitää tehdä jotta onnistuisit?**

Tämä kanvaasi auttaa sinua hahmottamaan mitä toimintoja, resursseja sinun tulee omata ja mitä toimenpiteitä sinun pitää tehdä strategian onnistuneeseen jalkautukseen (30-45 min min).

- a) Mitä asioita sinun tulee huomioida käyttöönoton, yhteensaattamisen, suoritusten ja sitouttamisen osalta?
- b) Missä järjestyksessä toimenpiteet on tehtävä?
- c) Alustava aikataulu?

Kanvaasiin muodostuu samoja asioita aikaisemmista kokonaisuuksista ja mikä parasta, todennäköisesti myös jalostunutta uutta ajatusta. Suositeltavaa on pitää aikaisempia kanvaaseja lähetyvillä ja validoida pintapuolisesti läpi aiemmin tehtyä.

# 7. Onnistumisen elementit. Mitä pitää tehdä, jotta onnistuisit?

Alustatalous Basic™



## TOIMINNOT

Mitä toimintoja omistajan tulee tehdä, jotta alustan liiketoimintamalli toimii?

- Alustan markkinointi ja myynti
- Alustan kehittäminen
- Alustan sidosryhmien managerointi
- Alustan hallinta

### HUOM:

Asiakaspolkujen kartoitus (Customer Journey Mapping) on hyvä tehdä, jotta alustan toimivuuden kannalta kaikki eri vaiheet tunnistetaan.

Kitkan ja pullonkaulojen identifiointi ja järjestelmällinen poistaminen takaa onnistumisen.

## RESURSSIT

Mitä resursseja tarvitaan liiketoiminnan operoimiseen?

- Teknologia
- IP
- Saatavuus
- Ihmiset
- Infrastruktuuri

Mitä erilaisia palveluja / toimintoja eri sidosryhmät tarvitsevat ottaakseen alustan käyttöön?

Miten eri sidosryhmät houkutellaan käyttämään alustaa?

Miten eri sidosryhmät käyttävät alustaa ja miten se tehdään vaivattomaksi?

Miten eri sidosryhmät sitoutetaan ja innostetaan käyttämään alustaa?

Mitkä ovat sitouttamisen tärkeimmät elementit?

Miten sidosryhmien yhteensaattaminen tehdään?

Mitä toimintoja meidän tulee tehdä erityisen hyvin, jotta yhteensaattaminen onnistuu?

Onko yhteensaattamisessa eri kriteeristöjä ja prioriteetteja?

Miten tuotteet ja palvelut toimitetaan?

Mitä erilaisia suorituksia alustalla tapahtuu?

Onko suorituksilla tärkeysjärjestystä?

Mitä asioita alustan tulee tehdä, jotta suoritukset toteutuvat?

## TEKNOLOGIAT

Mitkä ovat alustan ekosysteemin kannalta tärkeimmät teknologia komponentit?

- API (Ohjelmointirajapinta)
- Backend / Datavarasto
- Yhdistettävyys
- Sensorit / IoT

## SIDOSRYHMÄT

Märittele tärkeimmät sidosryhmät

Onnistunut jalkautus

Mitkä toiminnot takaavat onnistumisen?

Mitkä ovat tärkeimmät toiminnot sidosryhmien yhteensaattamiseen ja sitouttamiseen sinun alustalle?

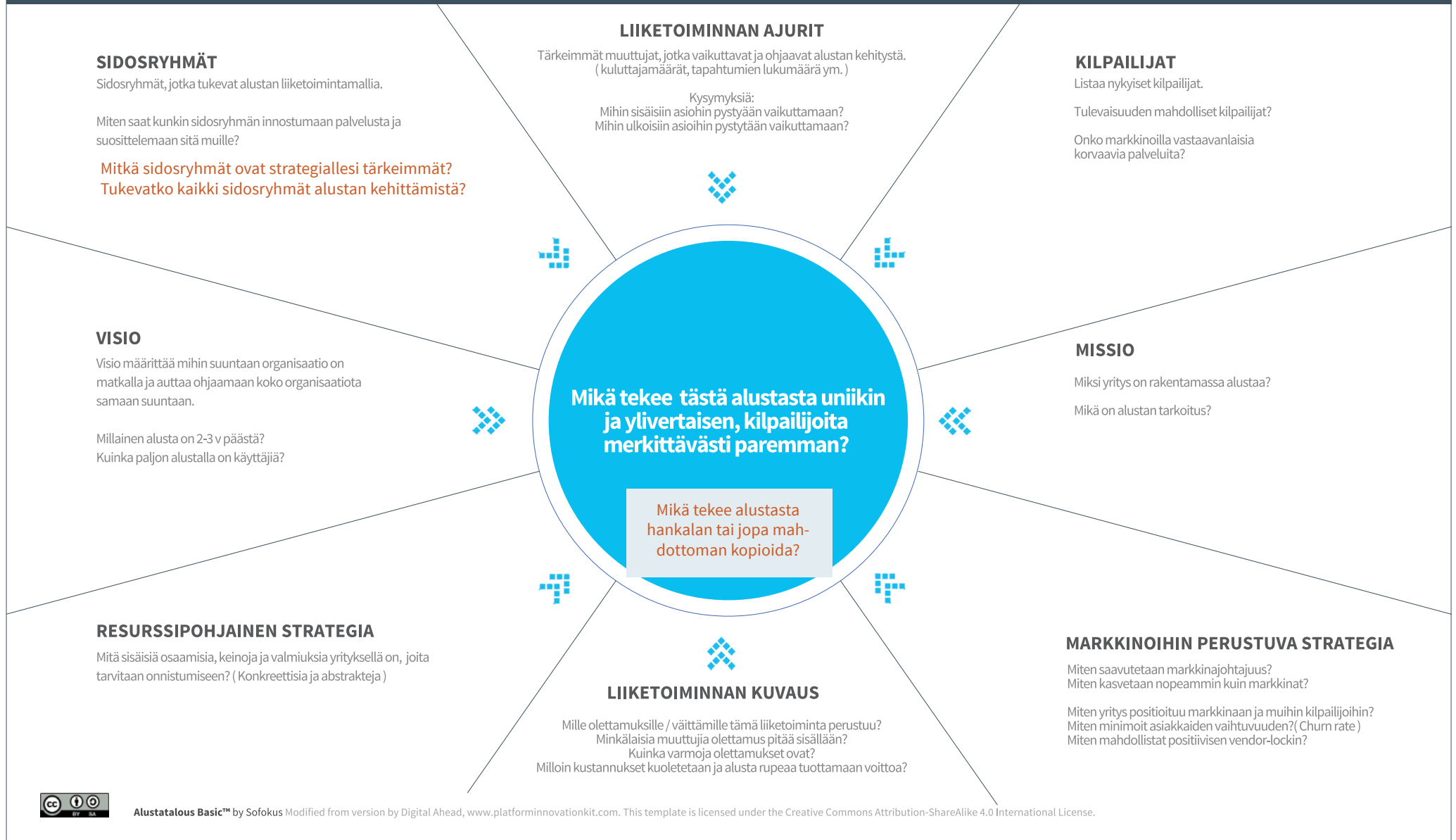


## **8.Epäreilun kilpailuedun kiteytys. Mikä tekee alustastasi paremman?**

Tämä kanvaasi yhdistää edellisistä kanvaaseista määritettyjä asioita ja auttaa sinua kiteyttämään alustan tuoman kilpailuedun ja kopioimisen hankaluuden tai jopa sen mahdottomuuden. Olet jo varmaan aikaisempien kanvaasien kohdalla pohtinut visiota ja missiota. Nyt on aika kiteyttää ne (30-45 min).

- a) Missä näet että te olette 2-3 vuoden päästä? (Visio)
- b) Miksi olette rakentamassa omaa alustaa? (Missio)

Täytä muut kohdat ja siirry tämän jälkeen visioon ja missioon.



## 9. Onnistuminen ja osallistaminen. Mahdollistajat ja hidastajat.

Lineaarisen liiketoimintamallit kannattaa viimeistään tässä vaiheessa unohtaa, sillä alustatalouden keinoin rakennettu liiketoimintamalli on enemmänkin yhdessä rakennettu. Ansainta on usein transaktiopohjaista ja tavoitteena on, että alustasi on tämän kaiken keskiössä (30-45 min).

- a) Onko yritykselläsi tai organisaatiolla mahdollisuus toimia orkestroijana?
- b) Mitkä asiat kertovat onnistumisesta?
- c) Kenet tarvitsemme mukaan, että onnistumme?
- d) Mistä asioista on päästävä eroon?

Alustatalouden keinoin rakennettu liiketoiminta on monen asian summa. Helppoa se ei ole, mutta oikein tehtynä hyvinkin vaikea taklata kilpailijan toimesta. Aloitetaanko oman alustan rakentaminen kilpailuedun saavuttamiseksi?

## ONNISTUMINEN

Miltä onnistuminen näyttää?  
Miten me mittaamme onnistumista lyhyellä ja pitkällä aikavälillä?

**Kuvittele 3 vuotta eteenpäin. Olet onnistunut alustatalouden hankkeessa täydellisesti. Miksi? Miltä onnistuminen näyttää?**



**Aloitetaanko oman alustan rakentaminen kilpailuedun saavuttamiseksi?**

## OSALLISTAMINEN

Kenet meidän tulee osallistaa?  
Sidosryhmät, vanhat projektit, samankaltaiset projektit

**Kenet sinun tulee osallistaa hankkeeseen? Sekä omasta yrityksestä, verkostosta että eri sidosryhmistä?**

**Miten osallistat heidät tähän hankkeeseen?**

## MAHDOLLISTAVAT

Mikä mahdollistaa meidät tekemään tämän?  
Brand, strategia, osaamiset, resurssit, muuttuva lainsäädäntö, aikaisemmat projektit, uudet trendit jne.

**Miten perustelet muille, että teidän pitäisi lähteä toteuttamaan alustaa? Mikä mahdollistaa hankkeen toteutumisen?**



## HIDASTAVAT TAI ESTÄVÄT TEKIJÄT

Mikä estää meitä tekemästä tämän?  
Budjetti, aikataulu, organisaatio, lainsäädäntö, kilpailijat jne.

**Kuvittele 3 vuotta eteenpäin. Olet epäonnistunut alustatalouden hankkeessa. Miksi?**





**Tämän minikurssin tavoitteena oli luoda näkemystä alustatalouden mahdollisuuksista ylätasolla. Ota yhteyttä, mikäli haluatko oppia ja ymmärtää lisää.**

**Janne Loiske**

Director, Business Design

[janne.loiske@sofokus.com](mailto:janne.loiske@sofokus.com)

+358 (0)440 333 803