



# Kuinka rakentaa mikro-SaaS liiketoiminta?

Santtu Luoma

OPINNÄYTETYÖ  
Kesäkuu 2024

Yrittäjyyden ja tiimijohtamisen tutkinto-ohjelma

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Yrittäjyyden ja tiimijohtamisen tutkinto-ohjelma

LUOMA, SANTTU  
KUINKA RAKENTAA MIKRO-SAAS LIIKETOIMINTA?

Opinnäytetyö 22 sivua  
Kesäkuu 2024

---

Micro SaaS -sovellukset ovat tilauspohjaisia sovelluksia, jotka ratkaisevat tietyn ongelman kapealle kohdeyleisölle. Ne ovat yksittäisen perustajan tai pienen tiimin rakentamia ilman ulkopuolista rahoitusta. Micro SaaS -sovelluksilla on erinomaisia mahdollisuuksia toimia pienemmillä markkinasegmenteillä, jotka ovat liian pieniä suurten SaaS-yritysten kiinnostuksen kohteiksi.

Opinnäytetyön tehtävänä on syventyä mikro-SaaS liiketoimintamallin kiekuroihin ja tuoda ilmi tekniikat, joilla sellaisen voi rakentaa. Työssä käsiteltiin myös omakohtainen kokemus, kun työn kirjoittaja rakensi mikro-SaaS periaatteella toimivan verkkosivuston. Työssä kerrotaan alustan rakentaminen vaihe vaiheelta ja miksi työn tekijä valitsin tietyt elementit omassa sovelluksessaan.

Opinnäytetyöstä muodostui erittäin käytännönläheinen. Siinä käsiteltiin useita konkreettisia teemoja ja toimenpiteitä, jotka ovat olennaisia mikro-SaaS yritysten liiketoiminnan kehittämisessä. Työssä onnistuttiin erityisesti tuomaan oman kokemuksen kautta esille sen, kuinka mikro-SaaS liiketoiminta kannattaa rakentaa. Aihe oli haastava, koska Micro-SaaS on melko suppea ala ja siitä on hankala löytää tietoa. Työhön löydettiin kuitenkin hyödyllisiä artikkeleita internetistä, joita hyödyntämään työssä. Aihealue oli laaja, mutta työhön onnistuttiin valitsemaan keskeiset kohdat ja analysoimaan niitä monipuolisesti.

---

Asiasanat: mikro-SaaS, verkkoliiketoiminta, SaaS, no-code ohjelmistokehitys

## **ABSTRACT**

Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration  
Entrepreneurship and Team Leadership

LUOMA, SANTTU  
HOW TO BUILD A MICRO-SAAS BUSINESS?

Bachelor's thesis 22 pages  
June 2024

---

Micro-SaaS applications are subscription-based applications that solve a specific problem for a niche audience. They are built by a single founder or a small team without external funding. Micro-SaaS applications have excellent opportunities to operate in smaller market segments that are too small to attract the interest of large SaaS companies.

The purpose of the thesis was to delve into the intricacies of the micro-SaaS business model and to reveal the techniques to build one. Author also discussed his personal experience when he built a website operating on the micro-SaaS principles. Author describes how he built the platform step by step and why he chose certain elements.

The thesis turned out to be very practical. It addressed several concrete themes and measures that are essential for the development of micro-SaaS businesses. There was a great deal of useful practical information derived from the authors personal experience. The topic was challenging, as micro-SaaS is a relatively narrow field, and it is difficult to find information on it. However, author found useful articles online, which he utilized in his work. The subject area was broad, but he managed to select the key points and analyze them comprehensively.

---

Key words: micro-SaaS, online business, SaaS, no-code development

## SISÄLLYS

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | JOHDANTO .....  | 6  |
| 2     | MIKÄ ON MIKRO-SAAS LIKETOIMINTA? .....                        | 7  |
| 2.1   | Mikro-SaaS liiketoiminnan ominaispiirteet .....               | 7  |
| 2.2   | Mitä eroa on SaaS ja mikro-SaaS liiketoimintamalleilla? ..... | 8  |
| 2.3   | Mikro-SaaS liiketoimintamallin heikkoudet .....               | 9  |
| 3     | CASE: KILPAILUTAMAINOSTOIMISTOT.FI VERKKOSIVUSTO .....        | 11 |
| 3.1   | Markkinaraon tunnistaminen .....                              | 11 |
| 3.2   | Liiketoimintasuunnitelma .....                                | 12 |
| 3.3   | Teknologioiden valinta .....                                  | 13 |
| 3.3.1 | Webflow .....   | 14 |
| 3.3.2 | Memberstack .....   | 14 |
| 3.3.3 | Stripe .....  | 15 |
| 3.3.4 | Make .....  | 15 |
| 3.4   | Verkkosivuston strategia .....                                | 16 |
| 3.4.1 | Laaja avainsanatutkimus .....                                 | 16 |
| 3.4.2 | Sisällön suunnittelu .....                                    | 17 |
| 3.4.3 | Ulkoasun ja asiakaspolkujen suunnittelu .....                 | 17 |
| 3.5   | Myynti- ja markkinointistrategia .....                        | 18 |
| 4     | POHDINTA .....  | 20 |
|       | LÄHTEET .....   | 21 |

**ERITYISSANASTO**

Niche

No-code

SaaS

Low-code

Freelancer

MVP

Markkinarako

Vähäkoodinen

Software as a Service

Matalakoodinen

Ammattiharjoittaja

Minimal viable product

## 1 JOHDANTO

Teknologian nopea kehitys on luonut uudenlaisia mahdollisuuksia yrittäjille. Erityisesti mikro-SaaS (Software as a Service) liiketoimintamalli on noussut esille innovatiivisena ja kustannustehokkaana tapana rakentaa ja skaalata digitaalisia palveluita. Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan, kuinka yksittäinen yrittäjä tai pieni tiimi voi hyödyntää mikro-SaaS -mallia luodakseen kestäviä ja tuottavia liiketoimintoja spesifeillä markkinasegmenteillä.

Perinteiset SaaS-mallit vaativat merkittäviä alkuinvestointeja ja isoja tiimejä, kun taas mikro-SaaS tarjoaa yksinkertaistetun ja kohdennetun lähestymistavan, joka keskittyy selkeästi rajattuihin markkinoihin.

Työn tavoitteena on käsitellä konkreettisia esimerkkejä ja toimintatapoja, joilla yksittäiset yrittäjät ja pienet tiimit voivat rakentaa ja ylläpitää menestyksekkäitä mikro-SaaS-sovelluksia. Metodologiana käytetään laadullista tutkimusta, johon sisältyy kirjallisuuskatsaus, case-analyysi ja omakohtainen kokemus mikro-SaaS-sivuston rakentamisesta. Työ pyrkii tarjoamaan syvällisen ymmärryksen mikro-SaaS -mallista ja sen soveltamisesta käytännössä.

## 2 MIKÄ ON MIKRO-SAAS LIKETOIMINTA?

Micro SaaS -sovellukset ovat tilauspohjaisia sovelluksia, jotka ratkaisevat tietyn ongelman kapealle kohdeyleisölle. Ne ovat yksittäisen perustajan tai pienen tiimin rakentamia ilman ulkopuolista rahoitusta. Tulokset kasvavat ajan myötä muodostaen kasvavan ja ennustettavan kuukausittaisen toistuvan tulon. Micro SaaS -sovelluksia on monenlaisia, mutta niiden ydin on tilauspohjainen liiketoimintamalli. Micro SaaS -sovelluksilla on erinomaisia mahdollisuuksia toimia pienemmällä markkinasegmenteillä, jotka ovat liian pieniä suurten SaaS-yritysten kiinnostuksen kohteiksi. Yleensä kyseessä on pilvipohjainen ohjelmisto, mutta muita Micro SaaS -sovellusten esimerkkejä ovat erilaiset työpöytäsovellukset, mobiilisovellukset, selainlaajennukset ja ekosysteemien lisäosat. (Blyth 2020.)

Micro SaaS -malli tarjoaa joustavuutta ja mahdollisuuden itsenäiseen työskentelyyn. Yritykset ovat yleensä pieniä ja keskittyvät tiettyyn markkinasegmenttiin, kehittäjät voivat nopeasti mukautua markkinamuutoksiin ja asiakaspalautteeseen. Micro SaaS on houkutteleva liiketoimintamalli ohjelmistokehittäjille, jotka haluavat luoda vakaata ja ennustettavaa tulovirtaa. Se tarjoaa mahdollisuuden keskittyä kapealle markkinasegmentille, mikä tekee siitä yhden parhaista tavoista luoda passiivista tuloa ohjelmistokehityksen alalla.

### 2.1 Mikro-SaaS liiketoiminnan ominaispiirteet

Yksi Mikro-SaaS:n keskeisistä eduista on sen kyky vastata tietyn markkinasegmentin kipupisteisiin. Ymmärtämällä tietyn markkinaraon ainutlaatuiset haasteet ja vaatimukset, Micro SaaS -yritykset voivat kehittää räätälöityjä ratkaisuja, jotka ratkaisevat tehokkaasti asiakkaidensa ongelmat. Tämä tarkka räätälöinti erottaa Mikro-SaaS:n perinteisistä SaaS-ratkaisuista, jotka usein tarjoavat yleisluontoisemman lähestymistavan. (Petruk 2024.)

Mikro-SaaS tyyli mahdollistaa syvällisen ymmärryksen asiakkaan tarpeista ja toiveista. Koska mikro-SaaS yritykset yleensä palvelevat kapeita segmenttejä ne tarjoavat erittäin personoituja ratkaisuja ja palveluita. Voimakas asiakasfokus

auttaa rakentamaan pitkäaikaisia ja kestäviä asiakassuhteita, jotka ovat keskeisiä yrityksen kasvun ja kestävyuden kannalta.

Tyypillisesti mikro-SaaS yritykset ovat usein vain yhden henkilön tai pienen tiimin pyörittämiä. Pieni koko mahdollistaa nopeiden päätösten tekemisen ja ketterän reagoinnin markkinamuutoksiin. Pienen tiimin on myös helpompi pitää tiivistä yhteyttä asiakkaisiin, mikä on arvokasta palautteen keräämiseen ja asiakassuhteiden syventymisen kannalta.

Mikro-SaaS malli mahdollistaa myös yritystoiminnan aloittamisen suhteellisen pienellä pääomalla. Kun tuote keskittyy tiettyyn markkinaan, voidaan tuotekehityksen ja markkinoinnin kustannukset pitää alhaisina. Jotkut tuotteet tietenkin voivat olla haasteellisia rakentaa ja markkinointiin voi myös upota paljon rahaa, jos tavoitteena on kasvattaa liiketoimintaa nopeasti.

Nykypäiväisten teknologioiden kuten no-code ja low-code alustojen ansiosta on mahdollista kehittää ja ylläpitää sovelluksia ilman laajoja koodaustaitoja mikä vähentää kustannuksia huomattavasti. Vaikka mikro-SaaS yritykset ovat yleensä pieniä, ne pystyvät nopeasti mukautumaan asiakkaiden tarpeisiin ja markkinoiden muutoksiin. Skaalautavuus pelaa keskeistä roolia mikro-SaaS mallissa. Kun tuotteet on rakennettu tiettyyn markkinaan, voidaan siitä myös veloittaa paljon. Vaikka kohderyhmä on huomattavasti pienempi, on maailmassa silti käyttäjiä niin tuotetta pystytään skaalaamaan.

## **2.2 Mitä eroa on SaaS ja mikro-SaaS liiketoimintamalleilla?**

Perinteiset SaaS-yritykset ovat yleensä suurempia, ne tarjoavat kattavimpia ratkaisuja ja pyrkivät palvelemaan eri markkinoita laajasti. Perinteinen malli vaatii suurempia tiimejä ja huomattavasti paljon enemmän pääomaa.

Mikro-SaaS-yritykset taas ovat pienempiä keskittyen tarkasti tiettyyn markkinaan erikoistuneilla ohjelmistoratkaisuilla. Ne ovat usein yksittäisen henkilön tai pienen tiimin pyörittämiä. Mikro-SaaS yritykset tähtäävät enemmän kannattavuuteen, kun nopeaan kasvuun. Liiketoiminta aloitetaan myös yleensä minimaalisilla investoinneilla.

## Vertailu

| Micro-SaaS                             | SaaS   |
|--|--|
| Todella spesifisti rajattu markkina.   | Tavoittelee useaa eri alaa ja näin valtaamaan markkinan. |
| Yhden hengen tai pienen tiimin yritys. | Iso tiimi ja paljon resursseja.                          |
| Tulorahoitettu.                        | Ulkopuolinen rahoitus.                                   |

KUVIO 1. Micro-SaaS ja SaaS ohjelmistomallien liiketoimintavertailu (mukaillen Mockbridge 2023)

### 2.3 Mikro-SaaS liiketoimintamallin heikkoudet

Mikro-SaaS tuotteet keskittyvät pääsääntöisesti kapeisiin markkinasegmentteihin. Tämä voi rajoittaa niiden kasvupotentiaalia, koska tuotteet on suunnattu spesifisille käyttäjäryhmille ja niiden markkinoiden koko voi olla alusta alkaen rajallinen.

Vaikka mikro-SaaS yritykset ovat ketteriä ja niiden ylläpitokustannukset ovat alhaiset, niin ne kärsivät usein vähäisistä resursseista. Pienillä tiimeillä on rajallinen määrä osaamista sekä usein mikro-SaaS liiketoiminnat ovat ns.

sivubisneksiä eli niitä tehdään päätyön ohella, jonka takia aikaa on rajattu määrä. Pienet resurssit rajoittavat tuotekehitystä, asiakaspalvelua ja markkinointia, jotka ovat elintärkeitä yrityksen kasvun kannalta.

Vaikka kapea markkinasegmentti tarjoaa suojaa laajemmalta kilpailulta, mikro-SaaS sektori on yhä altis kilpailulle, erityisesti kun uudet toimijat havaitsevat nichessä olevat mahdollisuudet. Pienet markkinat voivat myös tarkoittaa, että uusien kilpailijoiden tulo markkinoille voi aiheuttaa suurempia häiriöitä.

Koska resurssit ovat rajalliset ja tuotteet erittäin spesialisoituneita, mikro-SaaS yritykset kohtaavat haasteita tuotekehityksessä. Uusien ominaisuuksien lisääminen ja tuotekehitys vaativat usein investointeja, jotka voivat olla haaste pienille yrityksille. Mikro-SaaS tuotteet voivat olla myös suunniteltu tietyille alueille tai kulttuurisille ryhmille, mikä voi rajoittaa niiden soveltuvuutta globaalimpiin markkinoihin.

### 3 CASE: KILPAILUTAMAINOSTOIMISTOT.FI VERKKOSIVUSTO

Kilpailutamainostoimistot.fi on verkkosivusto, joka yhdistää mainostoimistopalveluita etsivät yrittäjät ja niitä tarjoavat tekijät. Alustalle jätetään tarjouspyyntö maksutta, jonka jälkeen se julkaistaan sivuille. Avoimeen tarjouspyyntöön vastaavat siitä kiinnostuneet mainostoimistot tai freelancerit. Tarjouspyynnön jättäjä saa antamiinsa yhteystietoihin yhteydenotot ja tarjoukset, joista hän voi valita tekijän tai olla valitsematta. Tarjouspyynnön jättäminen ei sido palveluiden ostamiseen.

Palvelu on mainostoimistoille maksullinen ja kuukausijäsenyyden hinta on 30 € + arvonlisävero 24 %. Mainostoimistot saavat jäsenyyttä vastaan aktiivisen alustan, joka tuo heille uusia kaupallisia mahdollisuuksia kuukausittain. Verkkosovellus on saanut lämpimän vastaanoton sen alkutaipaleella niin kilpailuttajilta kuin mainostoimistoilta.

#### 3.1 Markkinaraon tunnistaminen

Olemme toimineet yrittäjinä mainostoimisto -toimialalla ja seuranneet aktiivisesti markkinan kehitystä vuodesta 2020 lähtien. Olemme huomanneet valtavan kasvun tekijöiden lisääntymisessä 2023 kesän jälkeen. Nykypäivänä palveluita on todella helppo tuottaa ja tiedon saaminen on helposti saatavilla ilmaiseksi. YouTube on pullollaan opetusvideoita ja maksullisia kursseja on saatavilla edulliseen hintaan.

Esimerkiksi graafinen suunnittelu on todella helppoa visuaalisella työkalulla nimeltä Canva. Canva on monimedia-alusta, joka on täynnä erilaisia suunnittelutoimintoja ja ominaisuuksia, joiden avulla voit luoda visuaalista sisältöä, grafiikkaa, esityksiä, mainosmateriaaleja ja brändättyä sosiaalisen median sisältöä yrityksesi tai henkilökohtaiseen käyttöösi. (Socialbee 2022.)

Verkkosivut on mahdollista tehdä muutamassa tunnissa esimerkiksi Wordpress alustalle käyttäen visuaalista no-code työkalua nimeltä Elementor. Elementor on WordPress-lisäosa, jonka avulla käyttäjät voivat suunnitella ja rakentaa

verkkosivustoja. Lisäosan avulla käyttäjä rakentaa sivut raahaamalla erilaisia valmispalikoita haluttuihin kohtiin. Lisäosa mahdollistaa verkkosivujen rakentamisen ilman koodin kirjoittamista.

Markkinalla on tällä hetkellä paljon tarjontaa, mutta vähemmän kysyntää. Tai kysyntää kyllä on, mutta se ei tavoita laajasti eri palveluntarjoajia. Suomessa ei ole selkeää markkinapaikkaa, jossa palveluita etsivät ja niitä tarjoavat kohtaisivat. Maailmalla suosittuja alusta ovat esimerkiksi Fiverr ja Upwork.

Fiverr on maailman suurin markkinapaikka freelance-digitaalipalveluille. Yksityishenkilöt ja yritykset voivat löytää freelancereita, joiden taidot vastaavat heidän vaatimuksiaan. (Villaneuva 2024.) Fiverr on luotu enemmän pienemmille projekteille. Sovelluksessa on helppoa ja nopeaa luoda uusi projekti-ilmoitus.

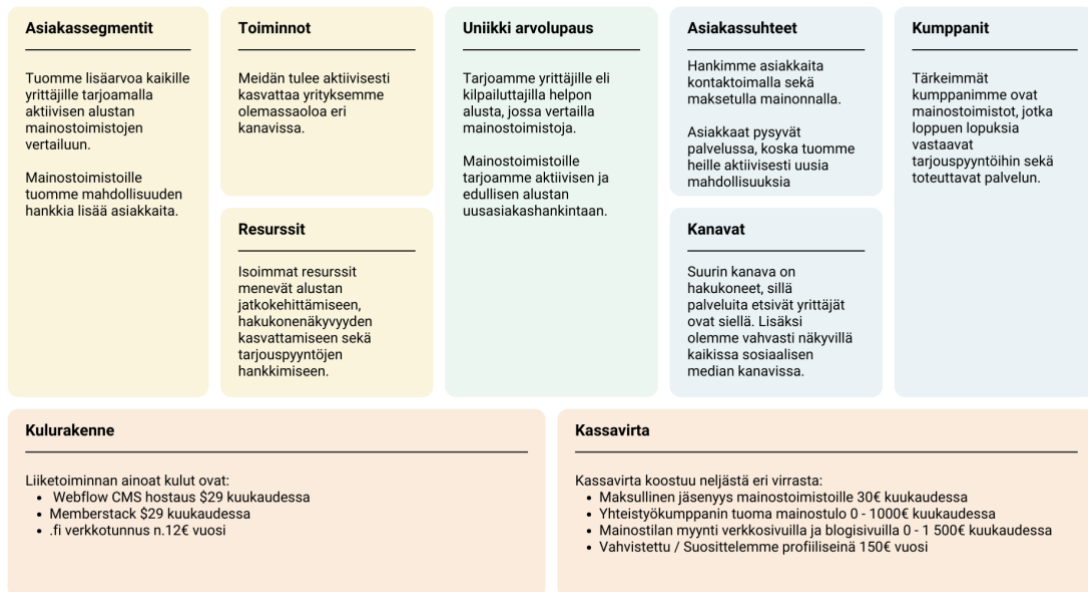
Upwork tarjoaa alustan freelancereille ja asiakkaille yhdistymiseen ja työskentelyyn monenlaisten projektien parissa. Se mahdollistaa freelancerien tarjota palveluitaan ja taitojaan potentiaalisille asiakkaille, ja asiakkaille löytää ja palkata freelancereita lyhytaikaisiin tai pitkäaikaisiin projekteihin. (Wahojobs. 2022.) Upwork on enemmän suuremmille projekteille ja hankkeille. Sovellukseen tulee tarkasti määritellä projektin tarve.

Huomasimme omassa työssä selkeän tarpeen markkinassa. Facebook -ryhmät ovat täynnä etsitään tekijää -postauksia ja julkaisun kommentit täyttyvät kymmenillä heti ensimmäisen 30 minuutin kohdalla. Tarve markkinapaikalle on suuri varsinkin toimialan kasvaessa entisestään. Näin syntyi idea Kilpailutamainostoimistot.fi:lle ja projekti lähti vauhdilla liikkeelle.

### **3.2 Liiketoimintasuunnitelma**

Toteutimme ennen liiketoiminnan aloittamista Business Model Canvasin, jonka avulla pystyimme ketterästi konkretisoimaan ideamme ja kirkastamaan sitä entisestään. Business Model Canvas on strateginen johtamis- ja yrittäjätyökalu. Sen avulla voi kuvata, suunnitella, haastaa, keksiä ja muokata

liiketoimintamalliasi. Tämä menetelmä on käytössä johtavissa organisaatioissa ja startup-yrityksissä ympäri maailmaa. (Strategyzer 2024.)



KUVIO 2: Business Model Canvas (mukaiillen Creately 2022.)

Business Model Canvasin avulla saimme poukkoilevat sekä innostuneet ajatuksemme paperille. Ajatusten selkeyttäminen kyseisen työkalun avulla helpotti huomattavasti liiketoiminnan kehittämistä alkuvaiheessa.

Ymmärsimme myös alusta asti sen, ettei meidän omat resurssimme riitä kuin liiketoiminnan käynnistämiseen ja kohtuullisen kasvun hankkimiseen. Tavoittemme on siis löytää tulevaisuudessa kumppani, jolla on isommat hartiat liiketoiminnan kehittämiseen ja kasvattamiseen. Olemme huomioineet mahdollisen liiketoimintakaupan jo suunnitteluvaiheessa. Koko yrityksen infrastruktuuri on rakennettu selkeästi ja niin, että sitä on ketterä hallinnoida ja paketti on tarvittaessa helppo luovuttaa seuraavalla omistajalle.

### 3.3 Teknologioiden valinta

Meillä ei ole laajaa osaamista ohjelmistokehityksestä, eikä alussa ollut budjettia ulkoisen kehittäjän palkkaamiseen. Tiesimme entuudestaan, että ohjelmistokehitys on tullut askeleen pidemmälle uusien teknologioiden kehittyessä. Sukelsimme YouTubeen ja Googlen ihmeelliseen maailmaan

tutkimaan erilaisia vaihtoehtoja, miten voisimme itse luoda sovelluksen ilman varsinaisia koodaustaitoja.

Tutuistuimme lyhyen tutkinnan jälkeen no-code työkaluihin, joilla pystymme rakentamaan sovelluksemme MVP:n eli minimaalisen ensimmäisen version (Minimal viable product). Pienin toimiva tuote eli MVP on tuote, jossa on riittävästi ominaisuuksia houkuttelemaan ensimmäisiä maksavia asiakkaita ja validoimaan tuoteidea tuotteen kehityssyklin alkuvaiheessa. Esimerkiksi ohjelmistoalalla MVP voi auttaa tuotetiimiä saamaan käyttäjäpalautetta mahdollisimman nopeasti, jotta tuotetta voidaan iteratiivisesti parantaa. (Productplan 2024.)

Valitsimme työkaluiksi Webflow:n, Memberstackin, Stripen ja Maken. No-code sovellukset ja työkalut mahdollistavat ohjelmistojen luomisen graafisten käyttöliittymien avulla ilman koodaustaitoja. Ennen no-code ratkaisuja verkkosivustojen ja sovellusten kehittäminen vaati vain ohjelmistokehittäjiä. Tämän esteen poistaminen on avannut oven monille ihmisille, mahdollistaen heille verkkosivustojen ja sovellusten rakentamisen ilman koodin kirjoittamista. (Cardello 2024.)

### **3.3.1 Webflow**

Webflow on uuden sukupolven pilvipohjainen CMS- tai verkkosivujen julkaisujärjestelmä. Webflow sopii useimmille verkkosivuille, minimoi ylläpidon ja maksimoi luotettavuuden. (Örup 2022.)

Valitsimme Webflow:n sivujen front-endiksi eli selainpuoleksi sen helppouden, varmuuden ja no-code ominaisuuksien takia. Pystyimme integroimaan sisällönhallintajärjestelmää tarvittavat sovellukset, jotta saimme ensimmäisen tuotteen markkinalle. Alustan avulla myös sivuston testaus, seuranta sekä jatkokehittäminen on ketterää ja tehokasta.

### **3.3.2 Memberstack**

Memberstack on tehokas työkalu, joka on suunniteltu erityisesti kehittäjille, tarjoten heille mahdollisuuden helposti lisätä käyttäjän todentaminen ja

jäsenyysominaisuudet verkkosivuilleen. Tämän avulla kehittäjät voivat luoda ja hallita erilaisia jäsenyystasoja, rajoittaa pääsyä tiettyyn sisältöön tai ominaisuuksiin ja käsitellä käyttäjien rekisteröinti- ja kirjautumisprosesseja. Se toimii saumattomasti Webflowin kanssa, joten voit helposti luoda ja hallita jäsenyyksiä ilman, että sinun tarvitsee koodata tai kehittää monimutkaisia ominaisuuksia. (Sehrawat 2022.)

Valitsimme Memberstackin sen helpon käyttöliittymän sekä ominaisuuksien takia. Sovelluksella pystyimme luoda vain jäsenille tarkoitettua sisältöä. Näin saimme piilotettua avoinna olevat tarjouspyynnöt maksumuurin taakse.

### **3.3.3 Stripe**

Stripe on verkkomaksujen välittäjä, joka mahdollistaa asiakkaiden turvallisen maksamisen verkossa tuotteista ja palveluista. Kun asiakkaat ovat valmiita tekemään verkkokaupan ostoksen, he voivat lähettää maksunsa Stripen kautta, joka käsittelee maksun, välittää tapahtuman onnistumisen tai epäonnistumisen tiedot takaisin asiakkaalle ja varmistaa, että varat siirretään asianmukaisesti yritykselle. (Fogle 2023.)

Valitsimme Stripen maksuvälittäjäksi, koska se on maailman suurin, se on helppo ottaa käyttöön, tilitykset tulevat nopeasti ja se mahdollistaa maksukorttien veloittamisen automaattisesti kuukausittain mikä on erittäin tärkeää liiketoiminnan kannalta. Stripen avulla myös maksujen palautukset toimivat sekä tietoturva ovat huipputasolla.

### **3.3.4 Make**

Make.com, aiemmin Integromat, on visuaalinen automaatiotyökalu, joka mahdollistaa suosikkiapplikaatioiden ja palveluiden yhdistämisen avoimen rajapinnan avulla. Se on tehokas työkalu, jota voidaan käyttää työnkulujen tehostamiseen, toistuvien tehtävien automatisointiin ja uusien innovatiivisten ratkaisujen luomiseen. (Charan 2023.)

Maken avulla pystymme lähettämään verkkosivuilla olevien tarjouspyyntölomakkeiden tiedot näkymään avoimena tarjouspyyntönä jäsenille. Sovelluksen avulla pystymme myös automatisoimaan markkinointia, sisällötuotantoa sekä tietojen varastoimisen. Sovellus säästää arjestamme aikaa kymmeniä tunteja automatisoimalla prosesseja.

### **3.4 Verkkosivuston strategia**

Verkkosivut ovat liiketoiminnan sydän. Kaikki markkinointi ja mainonta ohjataan aina lopulta verkkosivuille, jossa pyritään saamaan mahdollisen asiakkaan luottamusta laadukkaalla ulkoasulla ja selkeällä rakenteella. Tässä tapauksessa myös koko liiketoiminta nojaa verkkosivujen varaan, sillä itse laskutettavat toimet tapahtuvat siellä. Lähdimme pohtimaan strategiaa astumalla asiakasprofiilimme kenkiin ja miettimällä, miten haluaisimme palvelun toimivan.

Verkkosivujen ulkoasua ja asiakaspolkuja on vaikea koskaan tietää varmaksi. Siksi teemme aktiivisesti AB-testausta eri väreistä, teksteistä ja rakenteista. A/B-testaus on menetelmä, jolla verrataan kahta versiota verkkosivusta tai sovelluksesta toisiinsa, jotta voidaan selvittää, kumpi toimii paremmin. A/B-testaus on koe, jossa käyttäjille näytetään satunnaisesti kahta tai useampaa sivuversiota. Tämän kokeen tuloksia analysoidaan, jotta tiedetään mikä versio suoriutuu paremmin tietyn konversiotavoitteen saavuttamiseksi. (Optimizely 2023.)

#### **3.4.1 Laaja avainsanatutkimus**

Toteutimme laajan avainsanatutkimuksen ennen kuin aloitimme edes rakentamaan verkkosivuja. Tutkimuksen pohjalta löysimme paljon meille olennaisia avainsanoja ja osasimme ottaa ne huomioon sisältöjä tehdessä. Avainsanatutkimuksen tarkoitus on tutkia erilaisten työkalujen avulla mitä yrityksen asiakkaat hakukoneista hakevat. Näin tiedetään mitä hakusanoja käytetään, jotta voidaan luoda oikeanlaista sisältöä sekä tiedetään, miten verkkosivujen sisällöt tulee optimoida. (Luomassa 2024.)

Avainsanatutkimuksen avulla pystyimme luomaan tehokkaan strategian hakukonenäkyvyyden kasvattamiseksi. Tutustuimme kilpailijoidemme sijoituksiin ja paikansimme hakusanat, joissa kilpailu oli helppoa ja mahdollisuudet sijoittua nopeasti. Tutkimuksen pohjalta löytyi myös asiakkaidemme kipukohtia, joita pystymme hyödyntää sosiaalisen median kanavissa sekä maksetuissa mainoksissa.

### **3.4.2 Sisällön suunnittelu**

Sisällön suunnittelu ja toteutus ennen verkkosivujen rakentamista on tärkeää. Sisältö määrittelee pitkälti millainen rakenne sivuille kannattaa tehdä. Jos rakenne mietitään ennen sisältöä, tulee se pakolla muuttumaan ja silloin tulee tehtyä turhaa työtä ja se tietää lisäkustannuksia. Lähdimme miettimään sivujen sisältöä helppous edellä. Sisällön olla helposti luettavaa ja ideasta pitää saada kiinni, vaikka vierailija vain silmäilisi sivut läpi. Lisäksi jo yrityksen nimestä saa helposti idean mistä asiasta on kyse, jonka takia halusimme pitää tekstisisällöt minimissään.

### **3.4.3 Ulkoasun ja asiakaspolkujen suunnittelu**

Keskityimme enimmäkseen verkkosivujen ulkoasuun sekä asiakaspolkujen suunnitteluun. Halusimme sivujen käyttöliittymästä helposti saavutettavan, joka vakuuttaa ja ohjaa vierailijan jättämään tarjouspyynnön. Halusimme sivujen ulkoasusta visuaalisesti helppokäyttöisen ja modernin.

Ulkoasun tulisi herättää vierailijassa luottamusta. Lähdimme pohtimaan sivujen värimaailmaa psykologian kautta ja halusimme, että valitsemme värit oikein. Väripsykologia määritellään värien vaikutukseksi ihmisen käyttäytymiseen ja ajatuksiin. Vaikka et tunsikaan termiä, väripsykologiaa käytetään joka päivä markkinoinnissa ja brändäyksessä. Jokaisella värillä on eri merkitys ja erilainen vaikutus käyttäytymiseemme. (Designs 2021.)

|          |  |
|----------|--|
| Vihreä   | (+) rauha, tasapaino, kasvu, harmonia, tuoreus, tasaisuus, rauhallisuus<br>(-) kateellisuus, ahneus, kunnianhimo |
| Turkoosi | (+) terveys, parantuminen, ymmärtäminen, pehmeys<br>(-) idealistinen, epäkäytännöllinen                          |
| Sininen  | (+) luottamus, lojaalisuus, tietotaito, voima, rauhallisuus, hiljaisuus<br>(-) konservatiivinen, masentava       |
| Indico   | (+) idealistinen, järjestelmällinen<br>(-) rituaalinen, koukuttava, surulliset tunteet                           |
| Violetti | (+) kuninkaallinen, voima, luksus, kunnianhimo, viisaus<br>(-) lapsellinen, surulliset tunteet, turhautuminen    |

KUVIO 3: Värien psykologia (mukaillen Chatterjee 2022.)

Päädyimme yhdistämään sinistä ja violettiä, koska ne välittävät psykologisesti niitä mielikuvia mitä haluamme tuoda esiin.

Verkkosivujen asiakaspolut ovat lyhyet, yksinkertaiset ja ne ohjaavat aina yhteen haluttuun toimintoon. Kaikki polut päättyvät tarjouspyynnön jättämiseen tietylle kategorialle. Ulkoasu, visuaaliset elementit, tekstisisältö ja rakenne houkuttelevat vierailijan syvemmälle sivuille ja vaihe vaiheelta kohti tarjouspyynnön jättämistä.

### 3.5 Myynti- ja markkinointistrategia

Tavoitteenamme on alusta alkaen ollut se, että alusta toimisi täysin organisesti itsestään. Tätä tavoitetta edellyttää laaja näkyvyys eri hakukoneissa. Hakukoneoptimoinnin tavoitteena on parantaa verkkosivuston näkyvyyttä hakukoneissa (esim. Googlessa). Optimointi koostuu sivuston sisäisistä ja

ulkoisista toimenpiteistä, joiden tavoitteena on saada enemmän orgaanista ja ostoaikeista liikennettä sivuille. Ydintehtävä on vastata käyttäjien hakutarpeisiin luomalla relevanttia, korkealaatuista sisältöä ja tarjoamalla parhaan mahdollisen käyttäjäkokemuksen. (Luomassa 2024.)

Hakukoneoptimointi ei tuo tuloksia heti vaan siinä kestää useita kuukausia ja jopa vuosia, ennen kuin tehokkaita tuloksia näkee. Tavoitteenamme on kasvattaa verkkosivujen luotettavuutta ja luoda hyödyllistä sisältöä blogiimme. Blogiimme on konversio-optimoitu ohjaamaan kävijät jättämään tarjouspyynnön palveluumme. Konversio-optimointi (CRO) on toimintamalli, jossa pyritään lisäämään niiden kävijöiden prosenttiosuutta, jotka suorittavat halutun toiminnon verkkosivustollasi. Perimiltään kyse on siitä, että syvennytään ymmärtämään asiakkaitasi ja selvitetään mikä heitä motivoi, mitä he tarvitsevat ja miten voit tehdä heidän matkansa sujuvammaksi, jotta he tekevät haluamasi toimenpiteen. (Dean 2024.)

## 4 POHDINTA

Tässä opinnäytetyössä syvennyin mikro-SaaS liiketoimintamalliin, sen rakenteisiin, haasteisiin ja mahdollisuuksiin. Työn myötä kävi ilmi, että mikro-SaaS malli tarjoaa yrittäjille ainutlaatuisen mahdollisuuden luoda ja kehittää digitaalisia tuotteita suhteellisen pienin resurssein ja tiukoilla markkinasegmenteillä. Työssä käsitelty oma case-esimerkki Kilpailutainostointimot.fi on osoittanut, kuinka mikro-SaaS voi palvella tarkasti määriteltyä kohderyhmää ja samalla tarjota kestävä liiketoimintamallin pienille yrittäjille tai yksinyrittäjille.

Joustavuus ja ketterät kehitysmenetelmät ovat keskeisiä mikro-SaaS yritysten menestyksessä, mutta niiden varaan ei voi rakentaa koko liiketoiminnan perustaa ilman huolellista suunnittelua ja markkina-analyysia. Kilpailutainostointimot.fi:n kehitysprosessi ja liiketoimintastrategian toteutus antavat arvokkaita oppeja siitä, miten no-code työkalujen ja tarkasti kohdennetun markkinoinnin avulla voidaan rakentaa toimiva ja skaalautuva palvelu.

Vaikka mikro-SaaS yritykset pystyvät vastaamaan markkinoiden muutoksiin nopeasti ja ketterästi, on niiden skaalautuvuus ja pitkän aikavälin kestävyys haasteellista. Kuten tässä työssä on todettu, kapea markkinasegmentti voi rajoittaa kasvua ja pienet tiimit saattavat kohdata resurssien puutteita tuotekehityksessä sekä asiakaspalvelussa.

Jatkotutkimuksena voitaisiin selvittää mikro-SaaS liiketoimintamallien pitkän aikavälin taloudellista kestävyttä eri markkinoilla ja eri toimialoilla. Lisäksi olisi hyödyllistä tutkia, miten no-code työkalut kehittyvät ja millaisia uusia mahdollisuuksia ne tarjoavat tulevaisuudessa mikro-SaaS yrityksille.

## LÄHTEET

Blyth, R. 2020. What Is Micro SaaS Viitattu 16.5.2024  
<https://www.rickblyth.com/what-is-micro-saas>

Cardello, F. 2024. 18 no-code apps and tools to help build your business. Viitattu 9.5.2024 <https://webflow.com/blog/no-code-apps>

Charan, N. 2023. What is Make.com And How Does It Work In Automatio? Viitattu 6.5.2024 <https://www.linkedin.com/pulse/what-makecom-how-does-work-automation-nitesh-dan-charan/>

Chatterjee R. 2022. Color psychology in design  
<https://bootcamp.uxdesign.cc/color-psychology-of-design-3087ace48435>

Ciorici, P. 2024. What Is Elementor in WordPress: A Complete Overview Viitattu 9.5.2024 <https://www.wpzoom.com/blog/what-is-elementor/>

Creately. 2022. Business Model Canvas: Explained With Examples Viitattu 16.5.2024 <https://creately.com/guides/business-model-canvas-explained/>

Dean, B. Conversion Rate Optimization: The Definitive Guide Viitattu 17.5.2024  
<https://backlinko.com/conversion-rate-optimization>

Designs B. 2021. Why is blue so popular in design? Viitattu 9.5.2024  
<https://bootcamp.uxdesign.cc/why-is-blue-so-popular-in-design-b9070799f19>

Fogle, L. 2023. What is Stripe? How does it work to process payments? Viitattu 6.5.2024 <https://www.godaddy.com/resources/skills/what-is-stripe-payments>

Luomassa. 2024. Avainsanatutkimus: Mikä se on ja miten se tehdään? Viitattu 9.5.2024 <https://www.luomassa.fi/blogi/avainsanatutkimus>

Luomassa. 2024. Hakukoneoptimointi (SEO): 41 vaihetta miten pääset top 1 sijalle Viitattu 9.5.2024 <https://www.luomassa.fi/blogi/hakukoneoptimointi-seo>

Mockridge, M. 2019. Your Next Big Thing: Creating Successful Business Ideas from Scratch (Entrepreneurship, Building a Small Business, Startups). TMA Press 15.10.2019

Optimizely. 2023. AB-Testing Viitattu 16.5.2024  
<https://www.optimizely.com/optimization-glossary/ab-testing/>

Petruk, M. 2024. What Is Micro-SaaS And How To Build One? Viitattu 3.6.2024  
<https://wesoftyou.com/outsourcing/how-to-build-micro-saas-development/>

Productplan. 2024. Minimum Viable Product Viitattu 16.5  
<https://www.productplan.com/glossary/minimum-viable-product/>

Sehrawat, R. 2022. What is Memberstack And How It Is Useful For Webflow? Viitattu 6.5.2024  
<https://blog.radialcode.com/category/web/what-is-memberstack-and-how-it-is-useful-for-webflow>

Shatalin, D. 2022. What is a Micro-SaaS and How to Create One. Viitattu 5.5.2024  
<https://denishshatalin.com/what-is-a-micro-saas-and-how-to-create-one>

Socialbee. 2022. What is Canva? Viitattu 9.5.2024  
<https://socialbee.com/glossary/canva/>

Strategyzer. 2024. The Business Model Canvas Viitattu 16.6.2024  
<https://www.strategyzer.com/library/the-business-model-canvas>

Villaneuva A. 2024. Is Fiverr legit? A simplified guide Viitattu 9.5.2024  
<https://www.outsourceaccelerator.com/articles/is-fiverr-legit/>

Wahojobs. 2022. What is Upwork and How Does It Work? Viitattu 9.5.2024  
<https://www.wahojobs.com/article/upwork>

Örup, F. 2022. What is Webflow? Viitattu 6.5.2024  
<https://www.stormfors.com/insights/what-is-webflow>