



Amazing  
Business  
Train

VALMENTAJAN KÄSIKIRJA

Vesa Tuomela ja Sari Hanka



Elinkeino-, liikenne- ja  
ympäristökeskus



HÄMEEN AMMATTIKORKEAKOULU  
HÄME UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Vipuvoimaa

EU:lta  
2007–2013



Euroopan unioni  
Euroopan sosiaalirahasto

Amazing Business Train –  
valmentajan käsikirja  
Sari Hanka ja Vesa Tuomela

painettu  
ISBN 978-951-784-734-6  
ISSN 1795-4231  
HAMKin julkaisuja 7/2015

e-julkaisu  
ISBN 978-951-784-735-3 (PDF)  
ISSN 1795-424X  
HAMKin e-julkaisuja 12/2015

© Hämeen ammattikorkeakoulu  
ja kirjoittajat

JULKAISIJA  
Hämeen ammattikorkeakoulu  
PL 230  
13101 HÄMEENLINN A  
puh. (03) 6461  
julkaisut@hamk.fi  
www.hamk.fi/julkaisut

Ulkoasu: Muotoilutoimisto  
Siltanen & Sandberg Oy  
Taitto: Eveliina Toivonen, HAMK

Painopaikka: Tammerprint Oy,  
Tampere

Hämeenlinna, kesäkuu 2015

Amazing  
Business  
Train

SISÄLLYS

- 1 JOHDANTO
- 2 IDEASTA LIKETOIMINNAKSI PÄHKINÄNKUORESSA
- 3 TUTKIMUKSELLISEN KEHITTÄMISTYÖN PROSESSI
- 4 BUSINESS MODEL CANVAS
- 5 ARVOLUPAUS
- 6 BUSINESS MODEL YOU
- 7 SWOT-ANALYYSI
- 8 PITCHAUS
- 9 RATKAISUMYYNTI
- 10 MOTIVOINTI
- 11 HUOMIONARVOISTA PALAUTTEEN ANTAMISESSA JA SAAMISESSA
- 12 TOTEUTUKSEN ARVIOINTI
- 13 LUE LISÄÄ

## 1. JOHDANTO

Amazing Business Train eli ABT on Hämeen ammattikorkeakoulun kehittämä tapa yrittäjyyteen kasvamiseen, yrittäjyyden opettamiseen ja yrittäjämäiseen työtapaan. Se on liikkuva ja intensiivinen tapa kehittää liikeideoita, luoda ideasta liiketoimintamalli ja samalla suorittaa opintopisteitä. Pääosa oppimisesta ja kehittämisestä tapahtuu noin 40 tuntia ja 1200 kilometriä kestävän junamatkan aikana Hämeenlinnasta Kuopion kautta Ouluun sekä takaisin.

Matkan aikana opiskelijat kehittävät, koettelevat sekä testaavat liikeideoitaan ja etsivät yhteistyökumppaneita. Opiskelijat rakentavat omaa verkostoaan, joka auttaa liikeidean kehittämisessä. He saavat uutta tietoa liiketoimintamahdollisuuksista, apua liiketoiminnan suunnitteluun ja liiketoiminnan mallinnukseen sekä kaupallistamiseen. Liiketoiminnan teemat otetaan haltuun tekemällä ja ko-

keilemällä. Liikeidean kehittämisessä keskiössä on asiakas. Myyntiä harjoitellaan myyntipuheiden eli pitsauksen avulla. Liiketoiminnan ansaintamalli ja kulurakenne otetaan haltuun. Käytännön tekemisen kautta vahvistetaan yrittäjyydessä tarvittavia asenteita ja ominaisuuksia kuten itsevarmuutta, uskoa itseen, epävarmuuden sietoa, itsensä likoon laittamista, hallittua riskinottoa.

Valmentajan käsikirjaan on koottu tarvittavat työkalut tulevaisuuden yrittäjien ohjaamiseen. Kaikkea ei ole purettu valmiiksi, vaan omille ajatuksille ja tavalle valmentaa on jätetty tilaa. Jokainen matka on ainutlaatuinen. Valmentaja yhdessä opiskelijoiden kanssa tekee junamatkasta Amazing Business Trainin. Käsikirja pohjautuu Jaakko Kuukan opinnäytetyöhön. Kiitämme Jaakkoa hyvästä työstä!

Tervetuloa Amazing Business Train -valmentajaksi!

Sari Hanka ja Vesa Tuomela

## MUISTIINPANOT

## 2. IDEASTA LIKETOIMINNAKSI PÄHKINÄNKUORESSA

Muista kehittää itseäsi!  
Kuka osaa eniten jää  
aina sen jälkeen, joka  
oppii nopeammin.

ONKO LIIKEIDEEA? JOS EI, NIIN KEKSI SELLAINEN. MITEN? KAS NÄIN:

1. Ratkaisemattoman ongelman etsiminen ja löytäminen
2. Ongelmien selittäminen ja määrittelmä
3. Ideoiden ja ratkaisujen brainstormaus
4. Ideoiden järjestäminen ja yhdistäminen
5. Ideoiden arvioiminen ja valikoiminen
6. Valikoitujen ideoiden toteuttamisen suunnittelu

ALOITA TEKEMINEN:

1. Suunnittele työsi
2. Työskentele suunnitellusti
3. Sovi mitä tehdään
4. Tee mitä sovitaan

## TARKASTELE TEKEMISTÄSI:

**Mikä on sinun visiosi yritykselle?** Mitä yrittäjyydellä tavoittelet ja mitä sen avulla voit saavuttaa? Visio?

**Mikä on sinun päämääräsi?** Mitä teet ja mitä tarjoat? Mikä on missiosi?

**Onko markkinoita olemassa ja voitko saavuttaa niitä?** Onko tuotteelle tai palvelulle oikeasti kysyntää? Millainen on markkinoiden koko ja missä ne sijaitsevat?

**Tuletko kohtaamaan kilpailua?** Miten eroat muista? Millaista lisäarvoa tuotat?

**Osaatko selvästi kuvailla tuotteesi tai palvelusi?** Onko sinulla selvä kuva siitä, mitä tarjoat? Onko kyseessä

vain idea, vai oletko testannut sitä todellisessa ympäristössä? Millaisia vastaavia tuotteita markkinoilla on olemassa?

**Oletko laatinut suunnitelman?** Onko sinulla selvä suunnitelma? Mitä teet nyt? Mitä teet viiden vuoden päästä? Onko suunnitelma yksityiskohtainen?

**Tarvitsetko liiketiloja ja mukaan muita ihmisiä? Missä työskentelet?** Tarvitsetko itsesi lisäksi mukaan myös muita henkilöitä? Toimitko yksin alkuvaiheessa? Millaisia ihmisiä tarvitset mukaan? Miten omistajuus jaetaan?

**Miten rahoitat liiketoiminnan?** Tarvitsetko rahoitusta alkuvaiheen liiketoiminnan kattamiseksi? Työskenteletkö

täysipäiväisesti? Miten paljon tarvitset rahoitusta?

**Millaisia riskejä voit kohdata?** Sijoittajat ovat kiinnostuneita mahdollisista riskeistä. Miten arvioit riskejä? Miten todennäköistä on yrityksen menestyminen?

**Mikä on sinun pitkänaikavälin aikomuksesi ja henkilökohtaiset päämääräsi?** Onko liiketoimintamallista elinikäiseksi liiketoiminnaksi? Vai onko aikomuksesi tehdä korkeaa tuottoa tietyssä aikavälissä? Miksi olet ryhtymässä yrittäjäksi?

### 3. TUTKIMUKSELLISEN KEHITTÄMISTYÖN PROSESSI

Vältä eteenpäin menemisen esteitä: Ylpeyden, sitoutumisen, laiskuuden ja rohkeuden puutetta.

• MIKÄ PROSESSI? TOISIN SANOEN KEHITTÄMISTYÖ ETENEE NÄIN:

- 1. Määrittele kohde ja alustava tavoite
- 2. Hanki ja arvioi tietoa
- 3. Määrittele kehittämistehtävä
- 4. Muodosta tietoperusta
- 5. Valitse lähestymistapa
- 6. Toteuta kehittämishanke
- 7. Jaa tulokset
- 8. Arvioi kehittämistyö

*Lähde: Ojasalo, K., Moilanen, T. ja Ritalahti, J. (2010).  
Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan.  
Helsinki: WSOYPro Oy*



## KOKO PROSESSIN AJAN HUOLEHDITAAN:

järjestelmällisyydestä  
analyttisyydestä  
kriittisyydestä  
aktiivisesta vuorovaikutuksesta  
kirjoittamisesta eri tahoille  
eettisyydestä



## 4. BUSINESS MODEL CANVAS

Mene ulos ja kokeile.  
Paraskaan suunnitelma ei välttämättä kestä kosketusta todellisuuden kanssa

MITÄS NE RAKENNUSPALIKAT OVAT?

1. Asiakkaat
2. Arvolupaus
3. Kanavat
4. Asiakassuhteet
5. Ansaintamalli
6. Avainresurssit
7. Avaintehvät
8. Avainkumppanit
9. Kustannukset

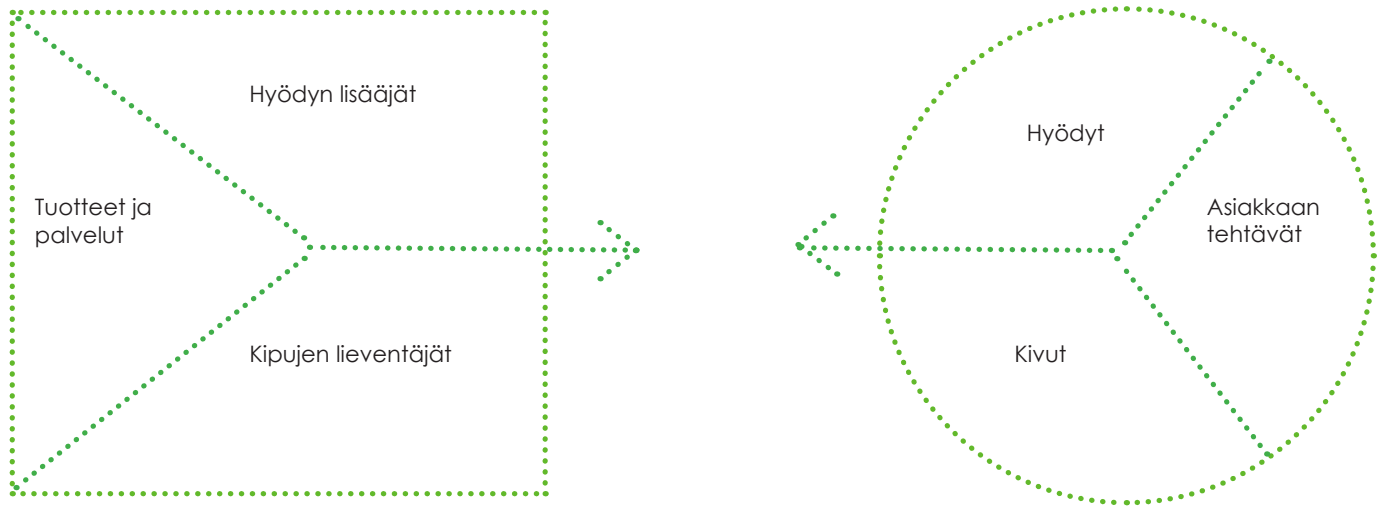




ASIAKKAAT	Keitä ovat asiakkaasi? Ketkä ovat tärkeimpiä asiakkaitasi? Mitkä ovat heidän tarpeensa? Kenelle luot arvoa?	ja mikä on sen hinta? Mitä en voi hinnoitella ja mikä on sen hinta? Millainen on hinnoittelumalli?
ARVOLUPAUS	Mitä arvoa tuotat asiakkaalle? Minkä asiakkaan ongelmista ratkaiset? Mitä tuotteita tai palveluita tarjoat asiakkaalle? Mitä asiakastarpeita tyydytät? Mitä tarjoat kullekin asiakasryhmälle?	AVAINRESURSSIT
KANAVAT	Mitä kanavia pitkin haluat tavoittaa asiakkaasi? Mitä kanavia pitkin asiakkaasi haluavat tulla tavoitetuksi? Miten tavoitat asiakkaasi? Miten kilpailijasi tavoittaa asiakkaat? Mitkä kanavat ovat taloudellisesti tehokkaimpia? Miten integroituja ne ovat toisiinsa?	Mitkä resurssit ovat liiketoiminnan kannalta tärkeimpiä? Mitkä ovat sellaisia resursseja, joita ilman et voi lunastaa arvolupausta? Millaisia resursseja tarvitset jakelukanavia ja asiakassuhteita varten?
ASIAKASSUHTEET	Miten asiakas löytää sinut? Miten asiakas ottaa yhteyttä? Miten sinä palvelet asiakasta? Miten toimit palvelutilanteen jälkeen? Miten saat asiakkaan toistekin palveltavaksi? Miten hoidat asiakaspalvelun ja asiakassuhteen? Millaisia asiakassuhteita kilpailijoillasi on?	AVAINTEHTÄVÄT
ANSAINTAMALLI	Mitä asiakkaasi ovat valmiita maksamaan? Miten tuotteet tai palvelut hinnoitellaan? Mitä voin hinnoitella	Mitä täytyy tehdä, jotta arvolupaus voidaan lunastaa? Mitä toimia tarvitset jakelukanavia ja asiakassuhteita varten? Mitkä toimet ovat kriittisimpiä tulovirtojen kannalta?
		AVAINKUMPPANIT
		Keitä ovat keskeisimmät kumppanisit? Mitä avainresursseja hankit kumppaneiltasi? Mitkä keskeiset toiminnot filaat kumppaniltasi?
		KUSTANNUKSET
		Mitkä kustannukset ovat luonnollisia liiketoiminnallesi? Mitkä ovat tärkeimpiä kustannuksia, jotka sisältyvät liiketoimintaasi? Mitkä avainresurssit ovat kalleimpia ylläpitää? Mitkä avaintehävät ovat kalleimpia ylläpitää?
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pitkillä loikilla on vaivalloista edetä.</li> <li>• Lyhyin askelin saavutat maalin varmemmin.</li> </ul>

## ASIAKKUUDET JA ARVOLUPAUS

Nimeä ensin kolme asiakassegmenttiä: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ ja \_\_\_\_\_. Valitse seuraavaksi yksi näistä ja määrittele kyseisestä segmentistä tyypillinen asiakas. Suunnittele arvolupauksesi. Tee jokaisen otsikon alle 10 kohdan listaus: asiakkaan tehtävät, kivut, hyödyt, tuotteet/palvelut, hyödyn lisääjät ja kivun lieventäjät. Arvioi työn tärkeys, hyötyjen merkitys ja kipujen vakavuus asteikolla 1-3. (1=ei yhtään, 2=kohtalainen, 3=merkittävä).



## TUOTE/PALVELU

Kuvaile tuotteesi käyttäjäkokemusta, tunnista kanavat eri asiakkuusvaiheissa: tietoisuus, arviointi, osto, toimitus, jälkimyynti. Kuvaile seuraavaksi asiakaspalvelua/-suhdetta eri näkökulmista: henkilökohtainen apu, itsepalvelu, automatisoitu palvelu, yhteisöt, yhteistekeminen?

### TUOTE/PALVELU

Mikä on tuote/palvelu, jota tarjoat asiakkaalle? Mikä on tuotteen/palvelun nimi? Mikä on tuotteen/palvelun haluttu asiakaskokemus? Määrittele tuotteen/palvelun yksityiskohdat.

### KANAVAT

Määrittele, kuinka tavoitat asiakkaan. Mistä asiakas voi ostaa tuotteesi/palvelusi? Missä hän voi käyttää tuotettasi/palveluasi? Miten asiakas pääsee tuotteestasi/palvelustasi eroon?

### ASIAKASPALVELU / -SUHDE

Määrittele, kuinka asiakas haluaa tulla palvelluksi: henkilökohtaisella palvelulla vai automatisoidulla palvelulla?

## PALVELUN RAKENNE

Tee lista kaikista resursseista (taidot, raha, palvelut jne), joita tarvitset toteuttaaksesi arvolupauksesi asiakkaalle. Tee vähintään 20 kohdan lista tehtävistä, jotka tulee olla tehtynä, jotta arvolupaus toteutuu. Laita tehtävät tärkeysjärjestykseen ja kirjoita kuka tekee mitään. Tee lista kumppaneista, jotka työskentelevät kanssasi arvolupauksen toteutumiseksi.

### AVAINRESURSSIT

Mitä avainresursseja arvolupauksesi vaatii?

### AVAINAKTIVITEETIT

Mitä avainaktiiviteetteja arvolupauksesi vaatii?

### AVAINKUMPPANIT

Ketkä ovat avainkumppaneitasi?  
Ketkä ovat avaintoimittajiasi?  
Mitä avainresursseja tarvitset kumppaneiltasi?  
Mitä avaintoimintoja avainkumppanisi toteuttavat?

# TALOUS

Tunnista liiketoimintaasi koskevat kulut ja menot.

## ANSAINNAMALLI

Listaa, mistä arvosta asiakkaasi ovat valmiita maksamaan? Kuinka he haluavat maksaa? Kuinka paljon jokainen tulovirta tuo sinulle tuottoa? Mikä on tuotteesi/palvelusi hinta?

## KUSTANNUKSET

Mitkä ovat liiketoimintamallisi välttämättömimmät kustannukset? Listaa kaikki liiketoimintamallisi kulut. Mitkä avainresurssit ovat kaikkein kalleimpia? Mitkä avaintoiminnot ovat kaikkein kalleimpia?

## TUOTTAVUUS

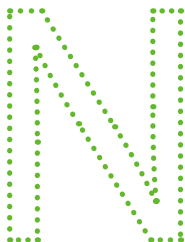
Myyntitulot vähennettynä kustannuksilla.



## MUISTIINPANOT

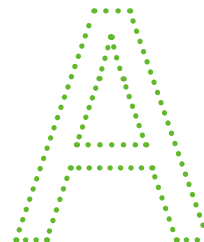
## 5. ARVOLUPAUS

JÄIKÖ ARVOLUPAUKSEEN VIELÄ TOIVOMISEN VARAA? KOKEILEPA TARKENTAA NÄITÄ:



TARVE:

Millainen on asiakkaan tarve?  
Millainen on markkinatarve?



RATKAISU: Mikä on tarkasti määritelty ratkaisu, jolla vastataan käyttäjän tarpeeseen?



HYÖDYT: Miten käyttäjä hyötyy ratkaisustasi? Mitkä ovat asiakashyödyt ratkaisullasi?



KILPAILUTILANNE: Mikä on tarkasti määritelty ratkaisusi, jolla vastaat käyttäjän tarpeeseen?

Ei ole merkitystä missä järjestyksessä vastaat, tärkeintä on vastata kaikkiin kysymyksiin.

Lähde: [www.sri.com](http://www.sri.com)

## MUISTIINPANOT

## 6. BUSINESS MODEL YOU

AVAINKUMPPANIT

KUKA AUTTAA  
SINUA?

AVAINTEHTÄVÄT

MITÄ SINÄ TEET?

ARVOLUPAUS

MITEN SINÄ AUTAT?

ASIAKASSUHTEET

MITEN OLET VUO-  
ROVAIKUTUKSES-  
SA ASIAKKAIISIIN?

ASIAKKAAT

KETÄ SINÄ AUTAT?

AVAINRESURSSIT

KUKA OLET JA MITÄ  
SINULLA ON?

KANAVAT

MITEN HE TUN-  
TEVAT SINUT JA  
MITEN TOIMITAT?

KUSTANNUKSET

MITÄ SINÄ ANNAT?

ANSAINAMALLI

MITÄ SAAT?

Luuserit haluavat kuul-  
la mieluummin sanan  
uutta kuin uudestaan.  
Ole valmis tekemään  
samoja asioita aina  
uudestaan ja uudes-  
taan.

*Lähde: Osterwalder, A. and  
Pigneur, Y. (2012) Business  
Model You. A one-page  
method for reinventing your  
career. New Jersey: John  
Wiley & Sons. Inc.*

• ENTÄ MITEN TÄMÄ EROAA NORMAALISTA  
BUSINESS MODEL CANVASISTA?

- 1. Asiakkaat (Ketä sinä autat?)
- 2. Arvolupaus (Miten sinä autat?)
- 3. Kanavat (Miten he tuntevat sinut ja miten toimitat?)
- 4. Asiakassuhteet (Miten olet vuorovaikutuksessa asiakkaisiin?)
- 5. Ansaintamalli (Mitä saat?)
- 6. Avainresurssit (Kuka olet ja mitä sinulla on?)
- 7. Avaintehdävät (Mitä sinä teet?)
- 8. Avainkumppanit (Kuka auttaa sinua?)
- 9. Kustannukset (Mitä sinä annat?)

MUISTIINPANOT

## 7. SWOT-ANALYYSI



### AI MITEN?

1. Vahvuudet (toiminnalliset vahvuudet)
2. Heikkoudet (toiminnalliset heikkoudet)
3. Mahdollisuudet (tulevaisuuden mahdollisuudet ja voitot)
4. Uhat (tulevaisuuden uhat ja menetykset)
5. Hyödynnä (menestystekijät, vahvuuksia vahvistamalla mahdollisuudet todeksi)
6. Korjaa, kehitä (heikkouksiin reagoiminen mahdollisuuksien avulla)
7. Varaudu, ennakoi (uhkiin reagoiminen vahvuuksien avulla)
8. Torju, vältä (kriisitilanteet, heikkoudet kärjistyvät ja uhat käyvät todeksi)

Muista tehdä tärkeitä asioita ennen kuin on kiire. Kaivoakin kannattaa alkaa porata ennen kuin on jano.

## MUISTIINPANOT

## 8. PITCHAUS

Pitchaus eli hissipuhe on iskevä, kompakti ja positiivisia mielikuvia herättävä tiivis yhteenvedo sinusta ja liiketoimintamallistasi. Huomioi kuulijasi ja räätälöi rakenne kohdeyleisösi mukaan.

Pitchauksen tulee vastata seuraaviin kysymyksiin:

1. Miksi?
2. Kuka?
3. Miten?
4. Mitä?
5. Missä?
6. Milloin?
7. Ketkä muut?
8. Mitä seuraavaksi?

Pitchauksen yleisimmät sudenkuopat:

1. Oletus, että kuulijat ymmärtävät sinua
2. Sisältö on epätasapainossa
3. Puhe on epätasapainossa
4. Hidas aloitus
5. Epäloogisuus
6. Tärkeät asiat puuttuvat
7. Esitys on liian täynnä
8. Ajoitus menee pieleen

Voittaminen on tavoitteiden ylittämisen funktio. Tiesithän, että kärsivällisyyden mestari on kaiken muunkin mestari.

Lähde: Barrel, A., Gill, D. and Rigby, M. (2013). *Show me the money: How to find cash to get your business off the ground*. London: Elliot and Thompson Limited.



MUISTIINPANO

## 9. RATKAISUMYYNTI



KYSY, KUUNTELE JA KESKUSTELE KOKO MYYNTIPROSESSIN AJAN!

HUOMIOI NÄMÄ:

- Yhteisten tavoitteiden ja päämäärien luominen
- Asiakkaan liiketoiminnan ymmärtäminen
- Asiakkaan arjen ennakointi
- Oman asiantuntemuksen hyödyntäminen
- Molemminpuolisen lisäarvon luominen
- Keskinäisten prosessien integrointi

KESKITY NÄIHIN:

1. Tarvekartoitus
2. Argumentointi
3. Vastaväitteet
4. Kaupan päättäminen

Jos haluat pärjätä elämässä, niin nojaa eteenpäin. menestys seuraa kyvystä sekä neutralisoida että hallita sattumaa



## 10. MOTIVOINTI

MOTIVAATIO JOKO SUUNTAA, YLLÄPITÄÄ TAI ESTÄÄ TOIMINTAA.  
KESKEISIÄ MOTIVAATIOTA LISÄÄVIÄ TEKIJÖITÄ OVAT:

1. Merkitys  
Tekemisen tulee olla omalle persoonalle sopivaa
2. Tavoitteellisuus  
Päämääränä jonkin saavuttaminen
3. Onnistumiset  
Kasvu tapahtuu epämukavuusalueella
4. Sosiaalisuus  
Hymyile muille, niin muut hymyilevät sinulle
5. Haasteellisuus  
Juuri sopivasti on vähän liian paljon
6. Kiinnostavuus  
Motivaatio voi olla myös seurausta toiminnasta
7. Palkkiot  
Korvauksen tulee olla oikeudenmukainen
8. Vapaus  
Tarvitsee vastuuta toimiakseen
9. Arvostus  
Palautteen saaminen oikeaan aikaan oikealta henkilöltä
10. Yllätyksellisyys  
Merkittäviä asioita voi tapahtua epänormaalissa ympäristössä

Muista, että mielekkäät asiat tapahtuvat toisten ihmisten kautta.

## MUISTIINPANO

# 11. HUOMIONARVOISTA PALAUTTEEN ANTAMISESSA JA SAAMISESSA

1  
SALAMANNOPEA  
AIHEENVAIHTO

Nyt pitäisi vähän puhua tästä ka-  
tetuottolaskelman määrittelystä...

Juu, se on tärkeä asia... Oletkos  
muuten kuullut, että oululaiset  
ottivat aikanaan Polar Bear Pitch-  
ingiin vaikutteita Amazing Business  
Trainista?

2  
ARVON  
VÄHÄTTELY

Tänään meidän  
tulisi ideoida yh-  
dessä kuinka...

Joo ja juu, mutta ei tässä nyt  
ideoinnit auta, sillä meillä on tuolla  
läjjäpäin teidän määräämiä teh-  
täviä tekemättä!

3  
PUHEEN MÄÄRÄN  
RÄJÄHDYSMÄINEN  
KASVU

Kuten varmaan molemmat  
huomaamme, tämä ei nyt ihan  
ole mennyt niin kuin sovittiin...

Noeiolejaseonkinhyväettäotitpuheek-  
sisilläölenjoitsekinjonkinaikaatoivonu-  
tettätässätodellanostettaisiinkissapöy-  
dälletämänaiheentiimoltajasillä...

4  
VALKOISET  
VALHEET

Olethan tehnyt tämän  
nyt niinkuin  
sovimme?

Juu...kyllä se nyt päälli-  
sin puolin suurin piirtein  
on noudattanut sitä  
mistä sovittiin...muiste-  
lisin...

5  
OPITTU  
AVUTOMUUS

Tähän growth hackingiin  
ei ole nyt lainkaan  
perehdytty,  
vaikka  
sovittiin...

Ei ole ollut katsoppas  
mitään mahdollisuuksia,  
kun kukaan ei  
ole opettanut eikä  
antanut ohjekirjaa!

6  
ITSERUOSKINTA

Täällä on nyt jäänyt  
hoitamatta tämä tärkeä  
yksityis-  
kohta...

NO NIINPÄS ONKIN! On se  
hyvä, että mulla on noin  
valtavan taitava valmen-  
taja, koska minähän olen  
tehnyt VIRHEEN! Koskaan-  
ikinä en enää tee virhettä  
lupaani ja vannoni, nyt  
paranee tavat kertateh-  
töllä!

7  
KOKEMUKSEEN  
PERUSTUVA

Mitäs olisit mieltä, jos  
lähtisimme kokeilemaan  
nyt ihan uutta tapaa  
tehdä tätä...

EI MUUTEN ONNISTU!  
Heti kärkeen voin  
luetella ainakin  
kolme asiaa, miksi  
tuo ei ikimääräisesti  
tule toimimaan.  
Ensinnäkin kokeilin  
tuota jo kymmenen  
vuotta sitten ja ei  
se...

8  
MIELENSÄ-  
PAHOITAJA

Tämän tehtävän  
toteutus ei ole mennyt  
nyt niinkuin yhdessä  
sovimme...

JAAHA! NO SE SITTEN  
TÄSSÄ! JOS EI MIKÄÄN  
KELPAA JA RIITÄ ROU-  
VA VALMENTAJALLE  
NIIN ON SITTEN HYVÄ  
JA TEKEE ITSE! OLEN  
MUUTEN NIIN KYPSÄ  
TÄHÄN JUNASSA MAT-  
KUSTAMISEENKIN...

## 12. TOTEUTUKSEN ARVIOINTI

- 1 = opiskelija ymmärtää ja muistaa yrittäjyyden ja liiketoiminnan suunnittelun konseptin
- 2 = opiskelija osaa hyödyntää työkaluja ja teorioita käytännössä
- 3 = opiskelija osaa systemaattisesti analysoida liikeideamahdollisuuksia, bisnesideaa sekä omaa toimintaansa ja oppimistaan
- 4 = opiskelija osaa kriittisesti arvioida liikeidean kannattavuutta sekä omaa toimintaansa ja oppimistaan
- 5 = opiskelija perustaa uuden yrityksen





### 13. LUE LISÄÄ

Acs, Z. & Audretsch, D. (2010). Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction

Audretsch, D. (2006). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth

Aulet, B. (2013). Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup

Barrel, A., Gill, D. & Rigby, M. (2013). Show Me the Money: How to Find Cash to Get Your Business off the Ground

Biggs, J. & Tang, C. (2011). Teaching for Quality Learning at University

Blank, S. & Dorf, B. (2012). Start-Up Owner's Manual: The Step-by-step Guide for Building a Great Company

Blick, D. (2011). The Ultimate Small Business Marketing Book: Learn the Simple and Proven Secrets of Building Your Small Business

Burns, P. (2011). Entrepreneurship and Small Business: Start-Up, Growth and Maturity

Carlson, C. & Wilmot, W. (2008). Innovation: The Five Disciplines for Creating What Customers Want

Cooper, R. (2001). Winning at New Products: Accelerating The Process from Idea to Launch

Cooper, B. & Vlaskovits, P. (2013). The Lean Entrepreneur: How Visionaries Create Products, Innovate with New Ventures, and Disrupt Markets

Clarysse, B. & Kiefer, S. (2011). The Smart Entrepreneur: How to Build for a

## Successful Business

Drucker, P. (2004). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*

Dyer, J., Gregersen, H. & Christensen, C. (2011). *The Innovator's DNA: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators*

Fayolle, A. & Redford, D. (2014). *Handbook on the Entrepreneurial University*

Govindarjan, V. & Trimble, C. (2010). *The Other Side of Innovation: Solving the Execution Challenge*

Harrison, R. & Leitch, C. (2011). *Entrepreneurial Learning: Conceptual Frameworks and Applications*

Lumsdaine, E. & Binks, M. (2009).

*Entrepreneurship from Creativity to Innovation: Thinking Skills for a Changing World*

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers*

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2012). *Business Model You: A One-page Method for Reinventing Your Career*

Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses*

Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations*

Sarasvathy, S. (2008). *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise (New Horizons in Entrepreneurship)*  
Sijde, P., Ridder, A., Baaluw, G. &

Diensberg, C. (2008). *Teaching Entrepreneurship: Cases for Education and Training*

Snyder, C. (2003). *Paper Prototyping: The Fast and Easy Way to Design and Refine User Interface*

Thiel, P. & Masters, B. (2014). *Zero To One: Notes on Start Ups, Or How to Build the Future*

Timmons, J. & Spinelli, S. (2004). *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21 Century*

Zacharakis, A., Spinelli, S. & Timmons, J. (2011). *Business Plans That Work: A Guide for Small Business*

Pidät käsissäsi amazing business train -valmentajan käsikirjaa. kurkista sisään, niin tiedät miten yrittäjämäistä toimintaa kanavoidaan oikeille raiteille.

Liity meihin, niin uskomattomia asioita voi tapahtua! kuka tietää, päätös tulla mukaan voi olla työurasi parhaimpia päätöksiä.



“

ABT tarjosi minulle mahdollisuuden olla varma liikeideastani, kaikille pitäisi antaa tuo sama mahdollisuus. ABT antoi minulle enemmän luottamusta 48 tunnissa, kuin mitä olisin voinut saavuttaa 10 vuodessa työskentelemällä yksin. Mielestäni tärkein koossa pitävä voima tässä erityisen onnistuneessa hankkeessa oli opettajien erinomaisten tuki. Ilman uskomattoman hyviä opettajia ABT-toteutus ei olisi ollut niin tehokas. Kiitos todella paljon kaikesta tuestanne! Toivon, että kaikki tiedätte miten merkityksellistä työtä teette!  
–Opiskelija kolmannelta junamatkalta