



Liiketoimintasuunnitelman raken- taminen

Case Finesports Oy

Vili Anttonen

OPINNÄYTETYÖ
Marraskuu 2020

Tietojenkäsittely tradenomi
Proakatemia

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tietojenkäsittely tradenomi
Proakatemia

Anttonen, Vili:
Liiketoimintasuunnitelman rakentaminen
Case Finesports Oy

Opinnäytetyö 28 sivua, joista liitteitä 0 sivua
Joulukuu 2020

Opinnäytetyöprosessissa luotiin kirjallinen liiketoimintasuunnitelma Finesports Oy:lle. Yritys perustettiin kesällä 2020, ja yritykseltä puuttui kirjallinen liiketoimintasuunnitelma kokonaan. Sille oli luotu visuaalinen liiketoimintasuunnitelma, joten opinnäytetyön tavoitteena oli luoda kirjallinen liiketoimintasuunnitelma visuaalisen liiketoimintasuunnitelman pohjalta. Kirjallisen liiketoimintasuunnitelman tavoitteena on auttaa kehittämään yrityksen liiketoimintaa tulevaisuudessa.

Opinnäytetyö perustuu yrityksen visuaaliseen liiketoimintasuunnitelmaan, kirjoihin, artikkeleihin ja internetsivustojen materiaaleihin. Materiaalien pohjalta luotiin kirjallinen liiketoimintasuunnitelma, joka koostuu yrityksen liikeideoista, visiosta, strategiasta, arvoista, imagosta, tuotteista, asiakkaista, toimialasta, SWOT-analysistä, markkinoinnista, taloudesta ja yhteistyökumppaneista.

Opinnäytetyöprosessin aikana korostui yrityksen nuori ikä, jonka vuoksi monia asioita ei ollut ehditty suunnitella loppuun saakka. Kirjallisen liiketoimintasuunnitelman tehtäväksi tulikin ilmaista selkeästi yrityksen liikeidea sekä yrityksen johtamista ja hallintaa. Osa yrityksen liiketoiminnasta haluttiin pitää salaisena, joten opinnäytetyössä tarkastellaan vain liiketoimintasuunnitelman julkisia osa-alueita.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme of Business Information Systems
Proakatemia

Anttonen, Vili:
Building a Business Plan
Case Finesports Oy

Bachelor's thesis 28 pages, appendices 0 pages
December 2020

The idea of making thesis for Finesports Oy was established in the summer of 2020, when Finesports Oy was founded. The company was lacking a written business plan. For Finesports, the most natural method to create a business plan was to make its ideas visual first. From the visualisation, Finesports made a visual business plan. After making the visual business plan the company realized they also required a written business plan. The assignment was to write a business plan to give the company a tool to improve their future business.

This thesis is a functional study and the research data were collected from the existing visual business plan, books, articles and web sites. The research shows what are the core things in business plan, such as business ideas, vision, strategy, values, image, products, customers, industry, SWOT-analysis, marketing, finance, and partners.

During working on the assignment, it was realized that the company is very young and many things have not been thought through yet. This did not come as a surprise and it shows that the written business plan was needed. With the written business plan the company gets a better view of its business ideas and management. The company wanted to keep parts of the business plan classified so everything about the business plan is not included in this thesis.

Key words: business plan, entrepreneurship, esports

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
1.1	Yrityksen perustiedot.....	6
1.2	Tavoitteet ja tutkimusmenetelmät.....	7
2	LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN RAKENTAMINEN	8
2.1	Liikeideat.....	10
2.1.1	Pelivalmennus	11
2.1.2	Vapaavuorot	13
2.1.3	Tilavuokraus	13
2.2	Yrityksen visio ja strategia.....	14
2.2.1	Strategia	14
2.2.2	Visio.....	14
2.3	Arvot ja imago	15
2.3.1	Arvot.....	15
2.3.2	Imago	15
2.4	Tuotteet.....	16
2.5	Asiakkaat	17
2.6	Toimiala ja kilpailu.....	19
2.7	SWOT-analyysi	20
2.8	Markkinointi	22
2.9	Yrityksen talous.....	23
2.10	Yhteistyö ja kumppanuudet	25
3	POHDINTA	27
	LÄHTEET	28

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on laatia liiketoimintasuunnitelma jo toiminnassa olevalle Finesports Oy:lle. Liiketoimintasuunnitelma on kirjallinen tuotos, joka kuvaa yrityksen liiketoimintaa. Opinnäytetyön toimeksiantajana on Finesports Oy. Finesports Oy toimii elektronisen urheilun alalla.

Liiketoimintasuunnitelman rakentaminen on opinnäytetyönä erittäin yleistä, mutta elektronisen urheilun alalta ei vielä löydy montaa opinnäytetyötä kyseisestä aiheesta. Elektronisen urheilun ala on vielä suhteellisen uusi ja tämän takia alalla löytyy vielä paljon uusia mahdollisuuksia. Tämän takia opinnäytetyö tekeminen tästä aiheesta tuo paljon arvoa toimeksiantajalle ja lukijalle. Opinnäytetyöstä yritys saa irti kulmia, joita voisi lähteä jatkojalostamaan sekä monia kehityksen kohteita.

Finesports Oy:n toimialana toimii elektroninen urheilu, joka lyhennetään e-urheilu tai esports. Elektronisen urheilun ala on Suomessa nouseva ja kehittyvä ala. Uusia yrityksiä alalla tulee koko ajan ja kilpailu on kovaa. Alan kysynnästä ei ole tällä hetkellä vielä kauheasti informaatiota, mutta arvioiden sekä globaalin trendin mukaan alan kysyntä on nousussa. Elektronisen urheilun ala määritellään kilpailulliseksi videopelaamiseksi ja sen ympärillä toimivaan liiketoimintaan. Kilpaa voidaan pelata tietokoneilla, konsoleilla tai mobiililaitteilla. Elektroninen urheilu sisältää myös monia eri lajeja kuten normaali urheilu. Nämä lajit ovat pelejä kuten Counter Strike sekä League of Legends ja ovat rinnastettavissa urheilulajeihin kuten jalkapallo ja jääkiekko. Alaan sisältyy kilpapelamisen lisäksi tapahtumatuotantoa, valmentamista, videotuotantoa ja montaa muuta eri toimialaa. Tässä opinnäytetyössä käydään läpi Finesports Oy:n mahdollisuuksia elektronisen urheilun alalla. (Suomen elektronisen urheilun liitto n.d.)

1.1 Yrityksen perustiedot

Finesports Oy on perustettu toukokuussa 2020. Yritys toimii tällä hetkellä Lempäälän ja Tampereen alueella. Yrityksessä työskentelee tällä hetkellä neljä perustajaa sekä kaksi freelancer valmentajaa. Perustajat toimivat vielä sivutoimivina yrittäjinä opiskelun ohella. Yrityksen toimitusjohtaja Vili Anttonen valmistuu korkeakoulusta joulukuussa 2020 ja loput perustajista joulukuussa 2021. Koulun ohella yrittäminen on antanut mahdollisuuden ”kokeilu” yrittäjyydelle, jossa yrittäjillä ei ole niin suuria taloudellisia paineita ja koulun ohella voi kokeilla erilaisia liiketoimintamalleja.

Finesportsin perusti neljä yrittäjäopiskelijaa, joiden tavoitteena on luoda uransa elektronisen urheilun alalla. Yrittäjien intohimona on pitkään ollut elektroninen urheilu, joten alan valinta tuli luonnollisesti. Yksi yrityksen perustamisen syynä oli, kun perustajat huomasivat Suomessa yleisen ongelman heidän tekemän kyselyn perusteella liittyen lapsien pelaamiseen. Kyselyn perusteella 33% lapsien vanhemmista eivät näe videopelaamisessa minkäänlaista hyötyä ja tuntevat videopelaamisen olevan ajan hukkaa. Tämän tiedon saanti johti siihen, että yrityksen yhdeksi missioksi tuli videopelaamisen normalisointi.

Yritysmuodoksi on valittu osakeyhtiö. Osakeyhtiö on yleisin yritysmuoto Suomessa. Vaikka toiminimiä perustetaan vuosittain enemmän, niitä myös lopetetaan huomattavasti osakeyhtiöitä enemmän. Osakeyhtiö koostuu osakkeista, joiden mukaan yhtiön omistus jakaantuu. Osakeyhtiö sopiikin tämän takia erinomaisesti useamman omistajan yritysmuodoksi. (yritä.fi, 26.5.2020)

1.2 Tavoitteet ja tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda Finesports Oy:lle konkreettinen liiketoimintasuunnitelma, tutkimalla elektronisen urheilun markkinoita ja erilaisia liiketoimintamalleja. Liiketoimintasuunnitelman tavoitteena on antaa yritykselle työkalu, jota voidaan hyödyntää tulevaisuuden liiketoimintaa kehittäessä. Opinnäytetyössä avataan termejä kuten liiketoimintasuunnitelma, elektroninen urheilu ja liiketoimintamalli.

Opinnäytetyön luontiprosessi on toiminnallinen, koska opinnäytetyön ohella luodaan Finesports Oy:lle konkreettinen liiketoimintasuunnitelma, jota yritys voi hyödyntää esimerkiksi rahoitusten hakemisessa sekä liiketoiminnan kehittämisessä. Liiketoimintasuunnitelmassa keskitytään erityisesti liikeideoihin, sekä siihen miten yritys toimii käytännössä. Varsinaista liiketoimintasuunnitelmaa käydään läpi kohdassa 2. Liiketoimintasuunnitelman rakentaminen. Toimeksiantajan pyynnöstä kokonaista liiketoimintasuunnitelmaa ei kuitenkaan näytetä opinnäytetyössä.

Liiketoimintasuunnitelman tarkoitus on myös selkeyttää yritykselle tämän omia liikeideoitaan ja tulevaisuuden mahdollisuuksia elektronisen urheilun alalla. Opinnäytetyössä huomataan uusia mahdollisuuksia Suomen e-urheilun alalta, joita ei vielä Suomessa ole hyödynnetty kokonaan. Tämä tietää hyvää yrityksen toiminnalle.

2 LIKETOIMINTASUUNNITELMAN RAKENTAMINEN

Hyvin tehty liiketoimintasuunnitelma on tekijänsä näkemys siitä, miten tulevaisuudessa päihitetään kilpailijat, ja luodaan asiakkaalle lisäarvoa tavalla, joka on vaikeasti kopioitavissa. Se ei ole yhdentekevä nippu paperia ja sanahelinää vaan huolellisesti tehty dokumentti, joka koostuu karkeasti jaoteltuna tavoitteen asetannasta analyysi- sekä suunnitelmaosioista. Hyvä LTS on myös esitettävissä yhdellä vilkaisulla. Liiketoimintamalli on toimiva osa LTS:ää ja kiteyttää toteutussuunnitelmat loogiseksi kokonaisuudeksi (Hesso 2015, 10).

Finesports Oy:n liiketoimintasuunnitelmaa on lähdetty toteuttamaan aluksi visuaaliseen muotoon. Visuaalinen tuotos on luotu palvelussa miro.com ja tämän visuaalisen tuotoksen kautta luodaan itse liiketoimintasuunnitelma (kuvio 1). Liiketoimintasuunnitelman visualisointi auttaa yritystä hahmottamaan kokonaisuuksia paremmin ja muokkaamaan liiketoimintasuunnitelmaa. Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan yrityksen liikeideoita ja niiden päämääriä sekä tavoitteita. Näiden asioiden tärkeys ja muodollisuus vaihtelee yrityksen sijainnin, koon ja toimialan mukaan. Täten liiketoimintasuunnitelmaa rakentaessa ei ole mitään yhtä tiettyä palettia, vaan se kannattaakin rakentaa yrityksen tarpeiden mukaan. Esimerkiksi Finesports Oy:llä ei ole vielä mitään tiettyä vakiintunutta liikeidea, vaan niitä on useampia ja Finesportsin tavoitteena onkin löytää kokeilun kautta juuri ne itselleen sopivimmat liikeideat. Liiketoimintasuunnitelma on kuitenkin yleensä noin parikymmentä sivua pitkä tuotos, jossa käydään läpi yrityksen strategiaa, palveluita, tuotteita, markkinointia, kilpailua, taloutta, johtoa ja henkilökuntaa.

Miro on verkkopohjainen palvelu tiimityöskentelyyn tarkoitettu työkalu. Miro soveltuu erinomaisesti pienille sekä keskikokoisille työryhmille. Palvelussa hyödynnetään digitaalista valkotaulua, jota käytetään esimerkiksi tutkimuksiin, ideointiin, asiakaspolkujen rakentamiseen ja moneen muuhun yhteistyössä tehtävään aktiviteettiin. (softvareadvice.com n.d.)

Key functions of Finesports



Kuvio 1. Visuaalinen liiketoimintasuunnitelma (Finesports, www.miro.com, 2020).

Liiketoimintasuunnitelmaa voidaan hyödyntää useampaan tarkoitukseen, kuitenkin ensimmäisenä mieleen tulee rahoituksen hakeneminen. Tämä ei kuitenkaan ole se ainoa tapa hyödyntää liiketoimintasuunnitelmaa. Ensinnäkin liiketoi-

mintasuunnitelma toimii loistavasti yrityksen riskien hallinnan työkaluna. Huolellisesti laaditun liiketoimintasuunnitelman avulla yritys on valmistautunut mahdollisiin tulevaisuuden riskeihin, kuten maailman eri tilanteisiin, sairastapauksiin, aikataulullisiin sekä taloudellisiin ongelmiin. Rahoituksen ja riskienhallinnan lisäksi liiketoimintasuunnitelmaa voidaan hyödyntää uusien yhteistyökumppanien haussa, yritystoimintaa uudistaessa ja kehittämisessä. Varsinkin uudelle yrittäjälle liiketoimintasuunnitelma toimii ajatuksen nuorana, jota hyödyntämällä yrittäjä voi helpottaa vaikeiden päätöksiensä tekoa.

Yrityksen perustamisvaiheessa ei yrittäjillä ollut vielä tarvetta konkreettiselle liiketoimintasuunnitelmalle, koska tarvetta ulkoiselle rahoitukselle ei vielä ollut. Pikkuhiljaa yrittäjien siirtyessä kokopäiväisiksi yrittäjiksi liiketoimintasuunnitelmalle tulee olemaan tarvetta varsinkin erilaisten liiketoimintamallien ja liikeideoiden kartoittamisessa. Tämän lisäksi liiketoimintasuunnitelma auttaa yritystä hakemaan mahdollisia ulkoisia rahoituksia tarpeen mukaan.

Liiketoimintasuunnitelma laaditaan yhteistyössä toimeksiantajan Finesports Oy:n perustajajäsenien kanssa. Tämä liiketoimintasuunnitelma tehdään varsinkin Finesports Oy:n yrittäjiä varten heidän tekemän visuaalisen liiketoimintasuunnitelman, Johannes Hesson kirjoittaman kirjan Hyvä liiketoimintasuunnitelma ja liiketoimintasuunnitelman www-sivujen pohjalta. Tämä liiketoimintasuunnitelma on rakennettu varsinkin visuaalisesta liiketoimintasuunnitelmasta löytyvien liikeideoiden tutkimista sekä kehittämistä, ja mahdollisia muita tulevaisuudessa toteutettavia projekteja varten.

2.1 Liikeideat

Liikeidea kiteyttää pidemmänkin liiketoimintasuunnitelman muutamaan lauseeseen seuraavien otsakkeiden alle:

Mitä?

Tuotteet tai palvelut, joita yritys tuottaa. Kirjoitetaan auki niin selkeästi, että sekä mahdollinen asiakas että rahoittaja ymmärtävät niiden lisäarvopotentialin asiakkaalle ja yritykselle.

Miten?

Kerrotaan se logiikka, jolla yritys saa tuotteet tai palvelut asiakkaan tietoon ja ostettavaksi. Määritellään alustavasti yrityksen strategia eli pelisuunnitelma.

Kenelle?

Yrityksen asiakkaat määriteltynä siten, että yritys erottuu -massasta. (Hesso 2015, 24).

Liikeidea on liiketoimintasuunnitelmassa kiteytetty osio siitä, kuinka yritys aikoo tuottaa liikevaihtoa ja kuinka nämä liikeideat tuottavat voittoa. Liikeideassa vastataan yleensä kysymyksiin mitä, miten ja kenelle. Liikeideat ovat yrityksen tapa toteuttaa omaa strategiaansa. Liiketoimintasuunnitelman liikeidea osiossa

Finesports Oy:n pääliikeidea yrityksen perustamisesta lähtien on ollut peliolo-huoneen toiminnan pyörittäminen. Tämä kyseinen peliolo-huone on 80m² pelitila, mistä löytyy 15 kappaletta pelitietokoneita, pelipöytiä, pelihiiriä, pelinäyttöjä, näppäimistöjä ja pelituolia. Tiloista löytyy myös pieni keittiö, ruokapöytä ja 2kpl playstation 4 pelikonsolia. Pelitiloissa järjestetään useampaa erilaista toimintaa kuten, pelivalmennusta, tapahtumia, vapaavuoroja, yksityistilaisuuksia ja koulutuksia.

2.1.1 Pelivalmennus

Pelivalmennus on Finesports Oy:n liiketoiminnan ydin. Pelivalmennuksen tarkoituksena on luoda arvokasta ja ammattitaitoista valmennusta peleissä. Pelivalmennusta järjestetään 8-30 vuotiaille kyseisistä peleistä kiinnostuneille henkilöille. Tällä hetkellä Finesports Oy tuottaa pelivalmennusta peleihin Fortnite ja League of Legends. Pelivalmennuksen idea on parantaa valmennettavien mekaanisia-, kommunikointi- ja peliälykkyydestä valmennettavassa pelissä. Tämä lisäksi valmennuksissa keskitytään pelaajien fyysiseen ja mentaaliseen kuntoon. Fyysisestä kunnosta pidetään huolta säännöllisillä liikuntapäivillä. Mentaalisesta kunnosta taas huolta pitää ammattivalmentaja, joka on käynyt

valmentajakoulutuksen. Mentaalista kuntoa tarvitaan peleissä siihen, että ei hermostu helposti ja vaikeissakin tilanteissa pelaaja pystyy pitämään päänsä kylmänä.

Pelivalmennuksen idea lähti liikkeelle siitä, kun Suomessa ei tällä hetkellä ole mitään välimuotoa tai kunnollista ensiastetta kilpapelaaajaksi tavoitteleville. Tällä hetkellä kilpapelaaamista pääsee harjoittamaan joko yksin tai kavereiden kanssa harjoitellen tai ammattioorganisaatiossa. Jotta pääsee pelaamaan ammattioorganisaatiossa, niin pelaajalla joko täytyy olla suhteita tai itse harjoittelun kautta syntyneitä luontaisia taitoja. Tämän lisäksi ammattioorganisaation täytyy vielä huomata oikeasti lahjakkaita pelaajia todella suuren suman sisältä. Täten syntyi idea pelivalmennuksesta, jotta pelaajia voitaisiin valmentaa kilpapelaaamista varten ja jotta oikeasti lahjakkaita pelaajia voidaan linkittää ammattioorganisaatioihin.

Pelivalmennuksen aika on tarkoitus kehittää pelaajia. Kehitystä seurataan tasaisin väliajoin järjestettävissä kilpailupäivissä, missä valmennettavat ottavat mitaa toisistaan. Tämän aikana valmentaja ottaa huomioita siitä, miten pelaaja on kehittynyt pelikurssin aikana ja kehittymisestä pelaajia palkitaan pienillä palkinnoilla.

Pelivalmennuksen hinta on 241€ (+alv) ja tämä kattaa kolmen kuukauden pituisen kurssin, jossa valmennuskertoja on aina kerran viikossa. Pelikurssin päätyttyä valmennettaville tarjotaan jatkokurssia samaiseen hintaan, jotta kehittyminen voi jatkua ja, jotta liiketoiminta pysyy tasaisena. Pelikursseja järjestetään sekä livenä, että netin välityksellä. Netinvälityksellä toteutetut valmennukset eivät sisällä erillisiä liikuntapäiviä, mutta valmentaja tuo kurssin aikana neuvoja siitä, kuinka pelaaja voi pitää omasta fyysisestä kunnostaan huolta.

Pelivalmennuksien kate on 140,3€ per valmennus, kun liikevaihdosta vähennetään valmentajan palkka (52,5€ per valmennettava) sekä pelitilojen vuokra.

Pelivalmennusta kehitetään jatkuvasti kokeilemalla erilaisia metodeja ja keräämällä palautetta. Palautetta kerätään sekä valmennettavilta, valmennettavien

vanhemmilta (mikäli valmennettava on alaikäinen) ja itse valmentajilta. Palautetta hyödynnetään uusia valmennuksia suunnitellessa ja uusia kursseja luodessa.

2.1.2 Vapaavuorot

Vapaavuoroja järjestetään pelitiloissa kaksi kertaa viikossa. Vapaavuorojen ideana on kerätä asiakaskuntaa pelivalmennuksille, yksityistilaisuuksille ja muille pelitiloissa järjestetyille toiminnalle. Vapaavuorojen idea on olla matalan kynnyksen mahdollisuus päästä pelaamaan kavereiden kanssa tai tehdä uusia tuttavuuksia paikan päällä. Finesports Oy:n missiona onkin luoda oma yhteisö pelaamisen ympärille ja tätä missiota vapaavuorot edistävät loistavasti. Vapaavuorot toimivat pelitilojen omanlaisena markkinointiväylänä.

2.1.3 Tilavuokraus

Tilavuokraukset sisältävät pelisynttärin, yksityistilaisuudet ja ammatti urheilujoukkueiden treenileirit. Tilavuokraukset ovat joustavia ja näillä on tarkoitus täyttää pelitilojen viikkoaikataulua. Niitä voidaan varata sähköpostitse ja nettisivujen kautta aina vapaille ajoille. Viikonloput ovat tarkoitettu pääosin tilavuokrauksia varten.

Yksityistilaisuudet ovat tarkoitettu kaveri- tai työporukoille vapaa-ajan viettoa varten. Tiloissa saa nauttia näiden aikana alkoholia, jotta kohderyhmä pysyy mahdollisimman laajana. Riippuen yksityistilaisuudesta, paikalla ei välttämättä tarvitse olla ohjaajaa paikanpäällä, joten näiden tilaisuuksien kate on erityisen hyvä.

2.2 Yrityksen visio ja strategia

Organisaation strategia on suunnitelma, jolla se luo kilpailuetua suhteessa asiakkaan huomiosta taisteleviin muihin organisaatioihin. Liiketoimintasuunnitelmissa termiä ”strategia” käytetään useassa eri merkityksessä. Joissakin LTS-pohjissa se viittaa tapaan kasvaa tai tapaan pyrkiä tuottavammaksi. Näkee myös liiketoimintasuunnitelmia, joissa strategiaa ei käsitellä ollenkaan vaan se on kuitattu liikeidean määrittelyllä. Alla oleva esimerkki edellisestä kirjastani on edelleen ajankohtainen vuonna 2013 ja sopii hyvin kahden tässä kirjassa käytetyn strategiatyyppin konkretisoimiseen. Ne ovat fokuusoituminen ja operatiivinen tehokkuus eli pyrkimys kustannusjohtajuuteen (Hesso 2013, 78).

2.2.1 Strategia

Yrityksen strategiassa luetellaan tiiviisti yrityksen kilpailuetuja, niitä asioita, millä yritys pyrkii erottumaan muista. Se on eräänlainen pelisuunnitelma, jonka avulla yritys voi tarjota asiakkailleen aina parasta mahdollista palvelua. Strategian tarkoitus on ajaa yritystä kohti visiota.

Strategiakirjallisuudessa esiintyvät strategiavaihtoehdot pohjautuvat joko ulkoisen ympäristön tai sisäisen ympäristön muutokseen. Riippuen organisaation kilpailukentästä ja sen rakenteesta hyvä kilpailuetu perustuu kummankin edellä mainitun tekijän hyödyntämiseen. Liiketoimintasuunnitelman analyysit luovat pohjan kilpailu-edun löytämiselle. Strategia yhdistää eri kilpailuedun lähteet pelisuunnitelmaksi, jonka avulla pyritään kohti visiota (Hesso 2013, 78).

2.2.2 Visio

Visio on taas yrityksen päämäärä. Se on se yrittäjän unelma, jota tavoitellaan päivittäisessä tekemisessä. Tämän takia yrityksessä on erityisen tärkeää miettiä visiotaan päätöksen teossa. Finesportsin ydin kysymyksenä onkin aina päätöksen teossa ”millä tavalla tämä päätös tukee meidän visiota”?

2.3 Arvot ja imago

Arvot kertovat yrityksen tavan toimia. Arvot toimivat yrityksen luonteena. Jos yrityksen sisällä ei tunneta tai vielä pahempi ei noudateta arvoja, niin silloin yritys kaivaa itselleen omaa kuoppaa. Nykyään sosiaalisen median ollessa suuressa huomiossa, voi pienetkin virheet koitua suuriksi menetyksiksi. Jos yrityksen työntekijät eivät tunne yrityksen arvoja, saattavat he tehdä hallaa yrityksen imagolle. Yrityksen imagolla on nykyään paljon painoarvoa sekä kuluttajamarkkinoilla, että b2b puolella. Imago on se ensimmäinen asia, mikä herää mieleen yrityksen mainoksista, nettisivuista ja grafiikasta. Jos yrityksen imago on negatiivinen, niin se vaikuttaa myös yrityksen myyntiin negatiivisesti.

2.3.1 Arvot

Finesports Oy:n arvot ovat tiimi, ystävyys ja arvostus, ammattimaisuus sekä rentous. Nämä arvot kuvaavat erityisesti Finesportsin perustajia. Arvojen tarkoitus on myös tehdä Finesportsista helposti lähestyttävän yrityksen niin kuluttajille sekä muille tahoille.

2.3.2 Imago

Jos Finesports olisi henkilö, niin se olisi nuori mies. Tämä kyseisen nuori mies on uskalias, eloisa, mielikuvituksellinen ja ajan tasalla. Tästä miehestä huokuu myös kotimaisuus, rehellisyys, aitous ja iloisuus. Hänen tyyliinsä pukeutua on rento, mutta asiallinen. Hän puhuu paljon elektronisesta urheilusta ja pelaamisesta, mutta ei pelkästään niistä vaan myös niitä tukevista asioista. Hän ei ole haiseva nörtti, vaan ryhdikäs hyvä kuntoinen kaveri, jolla riittää huumorintajua ja ennen kaikkea välittää positiivista ilmapiiriä.

2.4 Tuotteet

Yrityksellä kuin yrityksellä kannattaa olla aina asiakkailleen jotain tarjottavaa. Vaikka suurin osa yrityksen liiketoiminnasta perustuu palveluihin, niin oheistuotteita on silti hyvä olla. Hyvälaatuisilla oheistuotteilla saadaan buustattua yrityksen imagoa ja parannettua näkyvyyttä. Tämän lisäksi jos yritys kasvaa suureksi, niin oheistuotteilla pystytään saamaan suuriakin myyntejä. (Viitala ym. 2014, 146.)

Finesports Oy tuottaa myös merchiä eli oheistuotteita. Oheistuotteisiin kuuluu aluksi vaatteita. Tällä hetkellä Finesportsilla on suunnitteilla oheistuotteeksi oma vaatebrändi, jota myydään ja markkinoidaan aluksi Finesportsin tiloissa sekä nettisivuilla (kuvio 2). Vaatteet käyvät myynnin lisäksi hyvin myös tuotepalkinnoiksi erillisiä kilpailuja varten.



Kuvio 2. Finesports vaatebrändin logo (Finesports Oy 2020)

Vaatebrändin kasvattamiseen ei kuitenkaan alkuun panosteta rahallisesti paljoo, vaan tarkoituksena on, että vaatebrändistä tehdään itseä ruokkiva sivuliiketoiminta. Tällä tarkoitetaan sitä, että vaatteista koitunut voitto sijoitetaan uusiin vaat-

teisiin ja vaatteiden kehittymiseen. Vaatebrändistä koitunutta voittoa ei siis budjetoida muuhun kuin vaatebrändin kuluihin ja uusien tuotteiden hankkimiseen. Vaatebrändin rahoitus tehdään kyseisellä tavalla, koska se ei ole Finesportsin pääliiketoiminta-ala ja muuhun liiketoimintaan panostaminen tukee ohella myös vaatebrändin kasvamista.

Vaatebrändin lisäksi pelitiloissa myydään juotavaa sekä pientä purtavaa. Näiden tarkoituksena on luoda lisämyynnin lisäksi Finesportsin pelitiloihin viihtyvyyttä sekä asiakkaille mahdollisuuden pysyä paikan päällä pidempään, vaikka pieni nälkä hiipisi pelailun ohella.

2.5 Asiakkaat

Hyvässä liiketoimintasuunnitelmassa selviää mitkä ovat yrityksen asiakkaat, asiakasryhmät ja sidosryhmät. Tämän lisäksi liiketoimintasuunnitelman ”asiakkaat” kohdassa käydään läpi millaisia nämä asiakkaat ovat, miten heidät tavoittaa ja ennen kaikkea miten he saadaan ostamaan yrityksen tuotteita tai palveluita. Tärkeää on myös kartoittaa, onko asiakkaita tarpeeksi. (<https://yrityksen-perustaminen.net/liiketoimintasuunnitelma-lts/>)

Eryteisesti Finesports Oy:n liiketoimintasuunnitelmassa on tärkeää käydä läpi erilaisia asiakasprofileja ja näiden preferenssejä. Hesson (2013, 50) mukaan preferensseillä tarkoitetaan mitä kaikkea asiakas tuotteessa tai palvelussa arvostaa ja tämän kautta voidaan analysoida asiakkaan ostokäyttäytymistä. On siis tärkeää tietää mistä asiakkaat löytyvät, miten asiakkaat saadaan ostamaan palveluita tai tuotteitasi, miten asiakkaasi käyttäytyvät, kertovatko he palveluistasi eteenpäin ja mitä he ajattelevat missäkin tilanteessa. (Futurice 2019, 49.)

Asiakasprofiilit

Asiakasymmärrys tarkoittaa, että yritysten on ymmärrettävä todellisuus, jossa heidän asiakkaansa elävät ja toimivat. Yritysten on tunnettava asiakkaidensa todelliset motiivit, mihin arvoihin heidän valintansa perustuvat ja mitä tarpeita ja

odotuksia heillä on. Asiakasymmärrys tarkoittaa asiakkaan arvonmuodostuksen ymmärtämistä: on ymmärrettävä, mistä elementeistä arvo muodostuu palvelussa asiakkaalle. (Tuulaniemi 2016, 71.)

Jylhän ja Viitalan (2013) mukaan nykyään ajatellaan, että asiakaslähtöisyys on tärkeä menestystekijä. Toimintaa ohjaavien ajattelumallien muuttaminen kohti asiakaslähtöisyyttä vaatii ponnisteluja ja sinnikkyyttä. Myös johtamisen on muuttava: perinteisen talous- ja tuotejohtamisen rinnalle tulee asiakasjohtaminen (Jylhä & Viitala 2013.)

Finesports Oy on listannut kymmenen erilaista asiakasprofiilia ja tähän alle on listattu muutama esimerkki.

Asiakas numero 1.

- Huolestunut vanhempi, joka ei koe lapsien pelaamista hyödylliseksi
- 30+ vuotias
- Yleensä nainen

Ominaisuuksia

- Vaatii tarkkoja tietoja palvelusta ja sen sisällöstä
- Kertoo palvelusta helposti eteenpäin
- Vaikea tavoittaa

Asiakas numero 2.

- Pelaajat, jotka haluavat kehittyä pelaamisessa
- 8-25 vuotiaat
- Yleensä pojat

Ominaisuuksia

- Kohdistettu palvelu on pelivalmennukset
- Innostuvat palveluista helposti

- Vanhemmat ovat maksajina, joten markkinointi pitää kohdistaa myös vanhempiin ja markkinoinnissa täytyy olla tarkkaa informaatiota pelivalmenuksista

Asiakas numero 3.

- Yritykset, jotka haluavat viettää tyky-päiviä uudella tavalla
- Yleensä digitaalisuuteen liittyvät yritykset

Ominaisuuksia

- Tavoitetaan suoramarkkinoinnilla
- Hyvällä palvelulla saadaan helposti jatkuviksi asiakkuuksiksi
- Ovat valmiita rahallisesti panostamaan henkilöstön hyvinvointiin ja viihtyvyyteen

Hyvin rakennetut asiakasprofiilit toimivat suunnittelutyökaluna sekä ideointiin, päätöksentekoon että palvelukonseptointiin. Niiden kautta palveluita voidaan profiloida ja kohdentaa sekä tehdä helpommin saavutettaviksi - ja ne auttavat myös viestinnän suunnittelussa kohderyhmille. Suunnittelijalle ne ovat arvokas työkalu, jonka avulla hän voi katsoa uutta toimintoa, yksittäistä kontaktipistettä tai koko palvelukokemusta aina eri silmälasien läpi. (Tuulaniemi 2016, 156.)

2.6 Toimiala ja kilpailu

Finesports Oy:n toimialana on elektroninen urheilu. Elektroninen urheilu on tietotekniikkaa hyödyntävää kilpaurheilua. Elektronista urheilua harrastetaan niin joukkue- kuin yksilömuodossakin riippuen pelistä ja pelimuodosta. Tavallisimmat elektronisen urheilun pelit ovat tietokoneella tai konsolilla toimivia viihdepelejä, jotka jakautuvat useampaan alalajiin, eli genreen. (Seul.fi, Mitä on e-urheilu? n.d.)

Benchmarkkaus

Benchmarkkausta käytetään toisilta oppimiseen ja oman toiminnan kehittämiseen. Palveluntuottajan ja projektiryhmän on tunnettava sekä itsensä että toimintaympäristönsä, jotta palvelu menestyy markkinoilla. (Tuulaniemi 2016, 138.)

Benchmarking pureutuu markkinan ja eri toimijoiden hahmottamiseen. Sen avulla voidaan vertailla alan toimijoiden strategiavalintoja, tuotteita, palveluita ja toimintatapoja ja oppia parhaista käytännöistä. Benchmarkkaus on tutkimusta, havainnointia, vertailua, arviointia ja kiinnostusta muiden organisaatioiden toiminnasta, ja sen tavoitteena on oppiminen. (Tuulaniemi 2016, 138.)

Benchmarkkauksen hyödyt:

- muiden jo käyttämiä hyviä toimintatapoja voidaan hyödyntää
- muiden tekemät virheet voidaan välttää
- myös kokonaan toisen toimialan logiikkaa voidaan hyödyntää omassa toiminnassa
- voidaan myös muuttaa pelisääntöjä, kun tunnetaan toimialan logiikka (Tuulaniemi 2016, 139.)

Finesports Oy toimii tiiviisti yhteistyössä muiden pelipaikkojen kanssa, esimerkiksi pelikahviloiden. Muiden pelipaikkojen kanssa pidetään yhteisiä tapahtumia, sparrataan liikeideoita ja tehdään muita yhteisiä projekteja.

2.7 SWOT-analyysi

Nelikenttäanalyysi (SWOT) on yksinkertainen ja yleisesti käytetty yritystoiminnan analysointimenetelmä. Analyysin avulla voidaan selvittää yrityksen vahvuudet ja heikkoudet sekä tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhat. Nelikenttäräudukon avulla yritys pystyy vaivattomasti arvioimaan omaa toimintaansa.

Yrityksen toimintaa voidaan arvioida monin eri tavoin. Keskeistä on aina selvittää sekä yrityksen nykytilaan että sen tulevaisuuteen vaikuttavat asiat. SWOT-analyysi on yksinkertainen tapa ryhmitellä yrityksen toimintaan vaikuttavia lukuisia tekijöitä havainnolliseen nelikenttämöotoon.

Strength = Vahvuus

Weakness = Heikkous

Opportunity = Mahdollisuus

Threat = Uhka

Nelikenttäanalyysi sisältää sekä yrityksen vahvuuksien ja heikkouksien (nykytilanteen) että sen uhkien ja mahdollisuuksien (tulevaisuuden) analysoinnin. Yrityksen vahvuudet ovat niitä toimenpiteitä tai resursseja, joita yritys pystyy hyödyntämään. Heikkoudet puolestaan ovat tekijöitä, joita yrityksen täytyy parantaa pystyäkseen toimimaan tehokkaasti. Terve liiketoiminta on mahdollista vasta kun myös yrityksen tulevaisuutta vaarantavat uhat ja menestymistä edesauttavat mahdollisuudet tunnetaan. (Suomen Riskienhallintayhdistys ry. n.d.)

Finesports Oy:n SWOT-analyysi on luotu visuaaliseen liiketoimintasuunnitelmaan tämän opinnäytetyön yhteydessä (kuvio 3).



Kuvio 3. Visuaalinen liiketoimintasuunnitelma (Finesports, www.miro.com, 2020).

2.8 Markkinointi

Yrityksellä on yleensä yrityksen keskeiselle osaamisalueelle perustuva liikeidea. Menestyäkseen markkinoilla ympäristö- ja kilpailuolosuhteet on tunnettava. Lisäksi yrityksen täytyy osata tehdä markkinoinnin kilpailukeinoja koskevat oikeat strategiset ratkaisut. (Opetushallitus Markkinointisuunnitelma 2010)

Markkinointia Finesportsissa toteuttaa Aaron Siljander, joka on yrityksen markkinointiosaaja. Finesports Oy:n markkinointia toteutetaan pääasiassa somessa

sekä paikallisilla tiedotealustoilla, kuten Lempäälän ja Tampereen tapahtumakalentereissa, nuorisopassi –sovelluksessa, nuorisotaloilla ja kouluissa.

2.9 Yrityksen talous

Strategisten suunnitelmien pohjalta työstetään vuosisuunnitelmat eli budjetit. Budjetit ovat strategisten suunnittelulaskelmien tavoin tavoitelaskelmia. Budjetit tehdään vuosittain, ja niitä tukevat kuukausittain tehtävät "rullaavat" ennusteet seuraavalle 12 kuukaudelle tai tilikauden loppuun. Budjettien kautta suunnitellaan toimintaa seuraavalle tilikaudelle. Suunnitelmat tehdään sekä sanallisina että numeroina, jotka on johdettu sanallisen osuuden kautta (Alhola, K. & Lauslahti, S. 2002, 272).

Liiketoimintasuunnitelman ei tarvitse olla mikään satasivuinen esitys, mutta sen tulee kertoa lukijalleen kaikki tärkeimmät yritystä ja yritystoimintaa koskevat tiedot, yrittäjän osaaminen sekä tulevaisuuden suunnitelmat.

Liiketoimintasuunnitelmaan kannattaa sisällyttää selkeä laskelma niistä investointikustannuksista ja muista juoksevista kuluista, joita yritystoiminnan käynnistäminen edellyttää. Merkitse suunnitelmaan myös kaikki säännölliset menot: palkat, puhelinlaskut, vuokrat, vakuutukset ja muut sellaiset kuluerät, jotka tulee kustantaa säännöllisillä tuloilla (Onnistuyrittajana.fi, Liiketoimintasuunnitelma-ohje n.d.)

Budjetti on yrityksen tavoitteellinen toimintasuunnitelma aktiviteetteineen, resursseineen sekä aikatauluineen ja vastuuhenkilöineen. Budjetti rakentuu seuraavista osa-alueista:

- ympäristön kuvauksesta ja anaöyseyseistä sekä oletuksista
- tavoitteista
- toimintasuunnitelmasta
- taloudellisesta tulos-osasta eli budjettiluvuista. (Alhola, K. & Lauslahti, S. 2002, 272).

Liikevaihto

Liikevaihto kertoo yksiselitteisesti sen, miten yrityksen myynti on sujunut eli miten paljon myyntituottoa toiminnasta on kertynyt. On syytä muistaa, että liikevaihto mahdollistaa yritysten vertailun volyymin osalta. Eri toimialat ja yritykset poikkeavat toisistaan kuitenkin todella paljon ja toiminnan rakenne vaikuttaa liikevaihdon muodostumiseen merkittävästi. Tämä on syytä ottaa huomioon vertailua tehdessä.

Liikevoitto

Liikevoitto kertoo yrityksen liiketoiminnan tuloksen. Liikevaihdosta on vähennetty liiketoiminnan kulut ja poistot, mutta ei rahoituksen kuluja tai veroja. Liikevoitto on osa tuloslaskelmaa ja siitä selviää parhaiten toiminnan kannattavuus.

Tilikauden tulos

Tilikauden tulos eli nettotulos on ns. viimeinen rivi, eli liiketoiminnan tulos vähennettynä rahoituskuluilla (kuten korot), satunnaisilla erillä ja veroilla. Nettotulos on siis yrityksen omistajille jäävä osuus tilikauden tuloksesta.

Omavaraisuusaste

Omavaraisuusaste kertoo yrityksen vakavaraisuudesta. Se kertoo, miten suuri osa yrityksen varallisuudesta on rahoitettu omalla pääomalla. Voidaan todeta, että mitä isompi omavaraisuusaste on, sitä vakaammalla pohjalla yrityksen toiminta on.

Sijoitetun pääoman tuotto %

ROI mittaa tuottoa, joka on saatu yritykseen sijoitetulle, tai muuta tuottoa vaativalle pääomalle. ROI:n avulla voidaan vertailla yrityksiä toimialasta riippumatta. Sijoitetun pääoman tuotto % on tärkeä tuloksenteekyvyn mittari sijoittajille.

Current ratio

Current ratio kuvaa yrityksen maksukykyä suoriutua lyhytaikaisista veloistaan. Lukua voidaan käyttää saman toimialan yritysten vertailuun (Innanen J. 2017).

Finesports Oy:n taloutta seurataan kahden viikon välisissä aikajaksoissa. Näiden aikajaksojen alussa tehdään aina muokkauksia budjettiin ja tarkastellaan sen hetken tilannetta. Taloutta Finesportsissa hallinnoi Rasmus Piironen, joka on yrityksen talouspäällikkö.

2.10 Yhteistyö ja kumppanuudet

Kumppanuus tarkoittaa samanmielisten ihmisten, ryhmien tai organisaatioiden liittoa, jotka tavoittelevat samoja tavoitteita ja päämääriä. Usein kumppanit hyväksyvät tietyn toimintatavat, jolla molemmat tahot kompensoivat toisiaan. Nämä toimintatavat voivat olla etuja, palveluita tai rahallisia avustuksia (Lucas-Alfieri 2015, 51).

Finesports Oy tavoittelee yhteistyökumppaneita elektronisen urheilun alalta. Suurimman osan yhteistyökumppanuuksien tavoitteena on nostattaa Suomen elektronisen urheilun skeneä. Osalla yhteistyökumppanuuksista haetaan myös palvelullista, rahallista tai aineellista hyötyä. Tällä hetkellä Finesports Oy:llä on yhteistyökumppanuus Gamer Energy Ltd:n kanssa. Kaikkien yhteistyökumppanien kanssa tehdään sopimus, jossa käydään läpi tarkemmin yhteistyökumppanuuden säännöt ja tavoitteet. Yhteistyökumppanuuksien lisäksi Finesports Oy sopii myös erilaisia kumppanuuksia. Kumppanuuksilla haetaan joko hetkellistä hyötyä tai lyhytaikaista hyötyä molemmille osapuolille. Kumppaneista saattaa myös muotou-

tua yhteistyökumppaneita, mikäli kumppanuudesta nähdään pidemmällä juoksulla hyötyä. Pelkkien lyhytaikaisten kumppanuuksien kanssa ei välttämättä tehdä paperillista sopimusta, vaan voidaan toimia pelkällä sanallisella sopimuksella. Kumppanuuksia Finesports Oy:llä on tai on ollut Lempäälän kunnan, Nyyrikki Esports Oy:n sekä Assembly Organizing Oy:n kanssa.

3 POHDINTA

Opinnäytetyöprosessi meni nopeasti. Prosessi alkoi visuaalisen liiketoimintasuunnitelman tutustumalla. Tämä oli itsestään selvä ratkaisu työn aloittamiselle. Tämä osoittautui tehokkaaksi aloitukseksi, koska visuaalisesta liiketoiminnasta löytyi jo aiheita, joita pystyi lähteä purkamaan opinnäytetyötä tehdessä. Visuaalisen liiketoimintasuunnitelman sisäistettyä prosessi jatkui lähteiden ja kirjallisuuden pariin. Tästä oli hyötyä varsinkin liiketoimintasuunnitelman tutkimisessa. Toimeksiannon kanssa oli helppo työskennellä, koska toimeksiantaja toimi oma yritykseni. Itse liiketoimintasuunnitelmaa oli helppo rakentaa visuaalisen liiketoimintasuunnitelman pohjalta, mitä yritys on työstänyt 2020 kevästä asti. Toiminnallinen opinnäytetyö sopi minulle mainiosti, koska tuotoksesta on konkreettista hyötyä yritykselle ja tämän takia sen tekemiseen oli helppo motivoitua.

Opinnäytetyön päätavoitteena oli luoda konkreettinen liiketoimintasuunnitelma helpottamaan yrittäjien päätöksentekoa sekä kirkastaa yrittäjille yrityksen toimintaa. Liiketoimintasuunnitelma helpottaa yrityksen kasvua ja antaa suuntaa mahdollisiin tulevaisuuden toimiin. Yrityksellä on hyvät mahdollisuudet kasvuun uudella nousevalla e-urheilun alalla.

Tässä työssä ei käyty tarkemmin läpi yrityksen taloutta eikä markkinointia, sillä nämä osa-alueet ovat muiden yrityksen osakkaiden osaamisalueita.

Kehitysideoitakin heräsi opinnäytetyötä tehdessä. Talouden kannalta yrityksen kannattaisi panostaa taseen ymmärtämiseen. Ymmärtääkseni yrityksen sisältä löytyvästä osaamisesta ei ole talouden puolesta paljoa. Tähän varsinkin kannattaa tutustua menestyvien ruotsalaisien yritysten taloudenpitoon, sillä Ruotsissa yritykset osaavat hyödyntää tasetta yrityksen kasvattamisen kanssa. Työskennellessä mieleen juolahti myös, että Finesports Oy:n kannattaa tehdä markkinointiin sekä myyntiin selkeät suppilot, joiden kautta asiakkaat saadaan yrityksen asiakkaiksi. Selkeät myynti- ja markkinointisuppilot auttavat yritystä tehokkuudessa.

LÄHTEET

Alhola, K. & Lauslahti, S. 2002. Laskentatoimi ja kannattavuuden hallinta. Helsinki: WSOY.

Futurice 2019. The Lean Service Creation Handbook

Hesso, Johannes. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. 2. uud. p. Helsinki: Kauppakamari, 2015. Print.

Jaakko Innanen, Talousverkko, 12.4.2017, <https://www.talousverkko.fi/6-tarkeaa-talouden-tunnuslukua/>

Jylhä, Eila & Viitala, Riitta 2013. Liiketoimintaosaaminen Menestyvän yritystoiminnan perusta. 6. painos.

Lucas-Alfieri, Debra. Marketing the 21st Century Library: The Time Is Now. Oxford: Elsevier Science & Technology, 2015. Print.

Miro.com n.d. <https://miro.com/>

Onnistuyrittajana.fi n.d. Liiketoimintasuunnitelma. Luettu 18.11.2020 <https://www.onnistuyrittajana.fi/artikkeli/liiketoimintasuunnitelma-ohje>

Opetushallitus 2010. Markkinointisuunnitelma. Luettu 19.10.2020 http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/markkinointisuunnitelma/pages/mika_on_ms.htm

Softwareadvice.com n.d. Luettu 20.11.2020 <https://www.softwareadvice.com/collaboration/miro-profile/>

Suomen Elektronisen urheilun liitto n.d. Luettu 20.11.2020 <https://seul.fi/mita-on-e-urheilu/>

Suomen Riskienhallintayhdistys ry. n.d. Luettu 23.10.2020 <https://pk-rh.fi/tools/swot.html> <https://yrityksen-perustaminen.net/liiketoimintasuunnitelma-lts/>

Tuulaniemi, J. 2016. Palvelumuotoilu. Talentum Pro. Liettua, Helsinki: Balto print.

Yrityksen-Perustaminen.net n.d. Luettu 20.11.2020 <https://yrityksen-perustaminen.net/liiketoimintasuunnitelma-lts/>

Yritä.fi. 26.5.2020 Osakeyhtiö. Luettu 8.11.2020 <https://xn--yrit-ooa.fi/osakeyhtio>