



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Liiketaloustiede, markkinointi	Päivämäärä	21.11.2005
Tekijä(t)	Kirsi Saarnivuo	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	75
Otsikko	ASiantuntijapalveluyrityksen liiketoiminnan kehittäminen Case Tmi KelpoKoira		
Ohjaaja(t)	KTT Rami Olkkonen KTM Hannu Makkonen		

#### Tiivistelmä

Yrittäjyydessä on kyse uran tai ammatin valintapäätöksestä. Yrityksen perustaminen lähtee liikkeelle liikeidean tunnistamisesta. Riippumatta siitä, löytääkö uusi yrittäjä liikeideansa odottamattoman yhteensattuman vai tietoisien etsinnän kautta, edellytetään yritysidealta innovatiivisuutta ja uutuusarvoa.

Tutkimuksen tarkoituksena on kuvata ja analysoida asiantuntijapalveluyrityksen liiketoiminnan kehittämistä. Tässä tutkimuksessa asiantuntijapalvelujen liiketoiminnan kehittämisellä viitataan lähinnä liikeidean kehitykseen sekä asiantuntijapalveluiden markkinointiin. Tutkimuksen tarkoitus voidaan siten jakaa kolmeen osaongelmaan. Ensimmäisenä osaongelmana tutkitaan, miten liikeidean kehitystä voidaan käsitteellistää. Tutkimuksessa liiketoiminnan kehittämisen katsotaan muodostuvan liikeidean tunnistamisesta ja liikeidean muodostamisesta. Toisena osaongelmana selvitetään, mitkä ovat asiantuntijapalveluiden markkinoinnin osatekijät. Kolmantena osaongelmana tutkitaan, miten liikeidean kehitys ja asiantuntijapalveluiden markkinointi ilmenevät asiantuntijapalveluyritys Tmi KelpoKoirassa.

Tutkimuksessa liikeidean tunnistamisen katsotaan muodostuvan liikeidean palvelut ja kohde-ryhmät -elementeistä; aloittava yrittäjä huomaa pystyvänsä tarjoamaan jotain yliverstaista palvelua, mikä tarjoaa ratkaisun jonkun kohde-ryhmän ongelmiin. Liiketoiminnan muodostamisen katsotaan käsittävän liikeidean elementeistä yrityksen tavan toimia ja imagon, sillä ne vaikuttavat väistämättä yrittäjän liiketoiminnan muodostumiseen. Asiantuntijapalvelujen ydinmuotona voidaan pitää neuvontaa ja ongelmanratkaisua, joka tapahtuu asiakkaan toimeksiannosta. Tutkimuksessa huomioon otettavat asiantuntijapalveluiden markkinoinnin keinot ovat asiakassuhteiden hoito ja kehittäminen, verkostojen rakentaminen, maine ja tuotteistaminen.

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena case-tutkimuksena. Tutkimuskohteeksi valittiin kaarinalaisen Janita Leinosen vuonna 2000 perustama yritys Tmi KelpoKoira. Tutkimusaineisto kerättiin pääasiassa teemahaastatteluin. Täydentävänä tiedonhankintatapana käytettiin havainnointia sekä leh-tiartikkeleita.

Tmi KelpoKoiran on esimerkki menestyksekkäästä ja innovatiivisesta asiantuntijapalveluyrityksestä. Yrityksen liikeidea on havaittu ja liiketoiminta muodostettu tutkimuksen teorian osoittamalla tavalla. Asiantuntijapalveluiden markkinoinnin elementit ovat löydettävissä Tmi KelpoKoiran toiminnasta, vaikka niihin ei välttämättä aktiivisesti panosteta. Tmi KelpoKoira on asiantuntijapalveluyritys, vaikka sen toiminta ei kaikilta osin vastaakaan sitä, miten asiantuntijapalveluyritykset yleensä toimivat. Tmi KelpoKoiran ennakkoluuloton toiminta osoittaa, että kun liikeidealta löytyy oikea markkinarako, on yrityksen mahdollista menestyä myös ilman tarkkoja suunnitelmia.

Asiasanat	liikeidea-käsite, asiantuntijapalvelut, asiantuntijapalveluiden markkinointi
Muita tietoja	