Miten myyn abstraktia arvoa?

Koonti KESY-hankkeen työpajasta 7.10.2026.

Kouluttajana Outi Ugas.

ORNAMO.FI/KESY

ORNAMO ART & DESIGN FINLAND



Euroopan unionin rahoittama

ORNAMO

Muotoilun tuottama abstrakti arvo esiin

Miten lähteä liikkeelle abstraktin arvon muodostamisessa?

- Usein abstrakteilta tuntuvat asiat ovat itseasiassa hyvin konkreettisia, **sillä tekeminen ja työ eivät ole aineettomia**, vaikka aiheet voivat tuntua abstrakteilta
- **Systeemiajattelu, järjestelmien tunnistaminen ja nimeäminen** auttavat ymmärtämään omaa toimintaympäristöä ja tukevat viestimistä ja ymmärretyksi tulemista
- **Mielen mallien pohtiminen ja visualisoinnit** auttavat hahmottamaan omaa ajattelua, mutta myös ymmärtämään vastapuolta: ajattelemmeko aiheesta samalla tavalla?
- Oma viesti menee perille parhaiten, kun on löydetty sanat ja kiintopisteet, jotka välittävät viestin ja jonka myös vastapuoli ymmärtää

Pohdi: Mitkä asiat omassa työssä tuntuvat abstrakteilta? Mitä asioita, teemoja, prosesseja tai haasteita niihin liittyy?

LINKKEJÄ JA AINEISTOJA

- FIBSin (Finnish Business & Society) Yritysvastuu 2025 -tutkimus kuvailee Suomen suurimpien yritysten vastuullisuustoimia ja niiden strategista merkitystä. LUE TÄÄLLÄ.
- Sustainability Advantage: paljon materiaaleja ja vuosimaksullinen slide deck, joka kokoaa yhteen vastuullisuustietoa. TUTUSTU TÄÄLLÄ.
- Future-Fit Business: avoimia työkaluja yritystoiminnan kehittämiseen. TUTUSTU TÄÄLLÄ.
- The Natural Step, SLCA työkalu. LUE LISÄÄ.
- TUTUSTU Vihreän siirtymän kuluttajasuoja-direktiiviin (EU/2024/825). Lue myös Ekokompassin selkeä juttu.
- TUTUSTU PPWR-asetukseen.

Euroopan unionin rahoittama

Abstraktin arvon myynnin vaiheet

Järjestelmien tunnistaminen

Millaisissa ympäristöissä toimimme?

Mitä asioita, prosesseja, verkostoja, ihmisiä, materiaalivirtoja järjestelmiin liittyy?

Miten järjestelmiä voi kuvailla ja nimetä?

Muuttujien määrittely

Mitkä asiat luovat arvoa? Mikä toiminnassamme on tärkeää ?

Mitkä muuttujat vaikuttavat arvon muodostumiseen?

Miten muuttujia voidaan ryhmitellä?

Arvon määrittely

Miten arvoa voidaan kuvailla?

Mitä kaikkea tuotteeseen liittyy? Adjektiiveja, termejä, käsitteitä..

Miten arvoa voidaan mitata ja määritellä?

Mikä tuo asioiden väliset suhteet esiin?

Suhteutus asiakkaan tilanteeseen

Miten arvo suhteutuu asiakkaan tilanteeseen?

Mistä asiakas lähtee liikkeelle?

Miten me vastaamme tähän tarpeeseen?

Hinnoittelu

Mitä arvoa tuottava palvelu maksaa?

Mistä hinta koostuu?

Ostopäätös!

Tuliko kaupat? Jos kyllä; missä onnistuitte erityisen hyvin?

Jos ei; mitä voitte kehittää argumentoinnissa jatkossa? Miten oma tarjous suhteutui asiakkaan tilanteeseen?

Euroopan unionin rahoittama

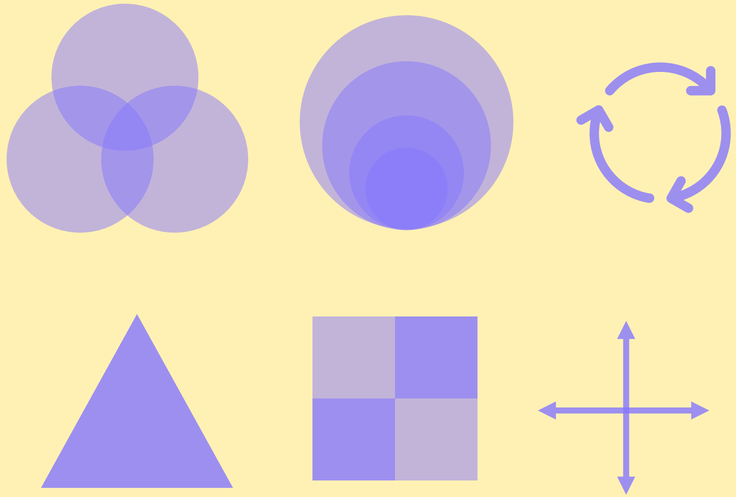
Reflektoi: Miten konkretisoida ja visualisoida vastuullisuutta?

Oman työn ja arvoketjun kestävyysvaikutuksien tunnistaminen ja visualisointi

- Miten itse hahmotat vastuullisuuden? Dynaamisena, pilarimaisena, lineaarisena, kehämäisenä?
- Miten visualisointi vaikuttaa omaan mielikuvaasi ja tapaasi puhua vastuullisuudesta?
- **Visualisointi voi toimia keskustelun tukena ja tuoda osapuolia lähemmäs siinä, miten vastuullisuus ymmärretään**

Visualisoinnit ajattelun ja keskustelun tukena

- Miten vastuullisuus ymmärretään henkilö- ja organisaatiotasolla omassa organisaatiossa mutta myös yhteistyöyrityksissä?
- Mikä on vastuullisuuden tavoitetila? Miten konkreettinen se on? Miten sitä voidaan soveltaa? Miten se näkyy valitussa visualisoinnissa?
- Miten visualisoinnit voivat tukea argumentointia?
  - Vastuullisuustyön tärkeys ja palvelun tuoma arvo myyntiargumenttina
  - Oman palvelun/tuotteen vastuullisuus ja arvonmuodostus



Katso myös: *Outi Ugas (2016) Onnistuminen muotoilussa – muotoilijan työn mittaus ja arviointi . Pro-gradu tutkielma, Jyväskylän yliopisto. PDF TÄÄLLÄ.*

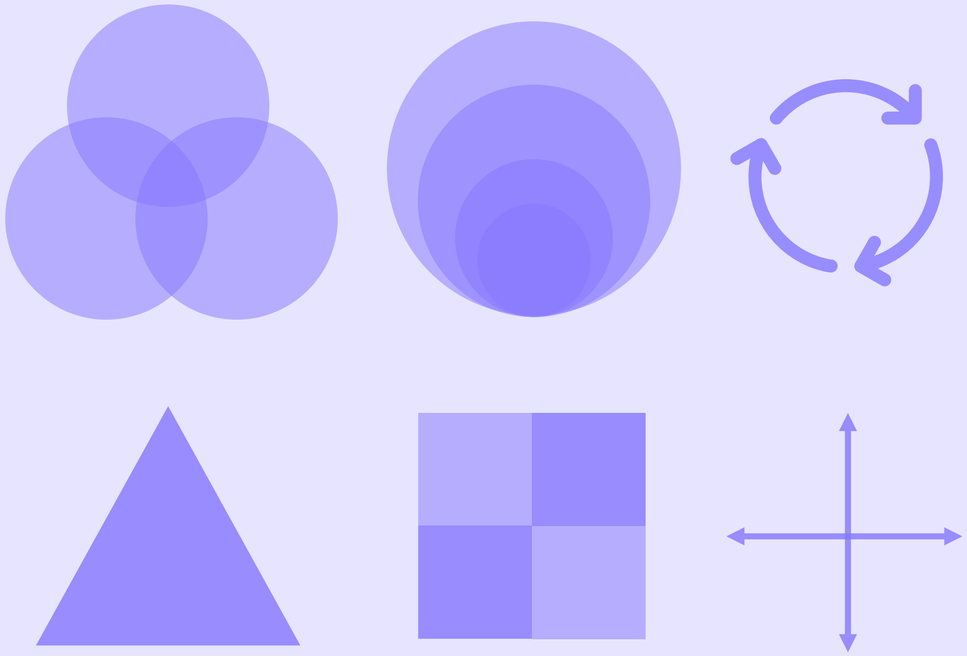
Euroopan unionin rahoittama

Harjoitus: Kokeile visualisointeja

1. Kerää esimerkkejä
Tässä on joitain esimerkkejä, mutta mitä muita keksit, tunnistat? Mitä olet jo käyttänyt, mitä voisi kokeilla?
Etsi esimerkkejä ja pohdi, mistä ne kertovat!

2. Tunnista muuttujia (ks. s. 3 vaihe 2) – mitä kaikkea palveluun liittyy?
Kokeile laittaa tunnistetut muuttujat ja määritelmät eri kuvioihin – mitä tapahtuu?
Miten monella tavalla muuttujia voi visualisoida?
Asteikko, akselit, nelikenttä, kehämalli, ruudukko..

3. Pohdi, keskustele ja valitse
Mikä on helppoa, mikä hankalaa? Tarkentuvatko muuttujat, syntyykö uusia parituksia tai teemoja?
Miten ilmiöiden väliset suhteet tulevat näkyviin?
Lopulta: mitä mallilla halutaan tehdä, saavuttaa? Mikä malli vastaa tähän kysymykseen parhaiten?



Valitse itsellesi mieluisa tapa työskennellä ja ajatella – hyödynnä käsillä olevia ohjelmistoja ja materiaaleja!

Euroopan unionin rahoittama

Metaforat apuna arvon määrittelyssä ja toiminnan perustelemisessa

Metaforien avulla voi tehdä näkyväksi vaikeasti hahmotettavia asioita

- Metaforat toimivat hissipuhe-strategioina tilanteissa, joissa tarvitaan helppoja, nopeita ja tehokkaita esimerkkejä argumentoinnin tueksi

Esimerkkejä

- **Suppilovertaus** auttaa perustelemaan, miksi toimia nyt
  - suppilovertaus kuvaa kapenevaa elintilaa ja sen uudistumista: suppilo visualisoi toiminnan ja elinpiirin rajoja sekä ajoissa toimimisesta saatavaa hyötyä yritykselle ja maapallolle
- **Arvoketjun kuvaaminen**
  - Lineaarinen vaiheistus
  - LCA-diagrammit: Sankey-diagrammi, energiavirrat
  - Liz Sandersin MakeTools
  - Biomatrix, systeemiajattelun merkkijärjestelmä
  - Fundamental Human Needs -kirja, Manfred Max-Neef
  - The Natural Step SLCA –laadullinen elinkaariarviointi

Muista myös: Tavoitteisiin pääsemisen työstämisessä voi käyttää backcasting -työkalua

Euroopan unionin rahoittama

Portfoliovinkkejä ja lyhyesti viestinnästä

Miten esittää vastuullisuusprojekteja portfoliossa?
- Avaa prosessissa tehtyjä ratkaisuja, jotka eivät aina näy lopputuloksesta suoraan
- Puhu konkreettisesta hyödystä tarkasti tehdyn työn kautta
- Huomaa: myös verkkokauppa on eräänlainen portfolio!

Projektin kuvauksen esimerkkirakenne
- Haaste ja tarve – ratkaistava ongelma
- Muotoiluratkaisu – mitä tehtiin ongelman ratkaisemiseksi
- Kestävyyskerros – mitä kestävyysvalintoja prosessissa tehtiin
- Liiketoimintahyöty – miten valinnat palvelivat asiakasta

Kestävyyskerros voi sisältää esimerkiksi
- Materiaalien kuvausta
- Säätelyyn ja standardeihin vastaamista
- Ikoneita ja lukuja
    - Huomaa: Käytä lukuja tarkasti ja totuudenmukaisesti, epätarkat desimaalit eivät tuo lisäarvoa!

EU:N VIHREÄN SIIRTYMÄN KULUTTAJASUOJADRIEKTIIVI EU/2024/825

- Koskee kuluttajille suunnattua viestintää, markkinointia ja pakkauksia
- Yleiset ja epämääräiset väitteet eivät ole sallittuja ilman todisteita tai virallista ympäristömerkkiä
    - Huomaa: Sertifikaatti ei vapauta vastuusta, mitä tahansa ei voi väittää sertifikaatin takaa
- Tuotetta ei saa väittää neutraaliksi, vähäisemmäksi tai myönteistä ilmastovaikutusta omaavaksi, jos väite perustuu arvoketjun ulkopuolisiin kompensaatioihin – hyvityksillä ei voi ostaa tuotetta puhtaaksi.
- Pyri tarkkuuteen ja kerro totuudenmukaisesti tuotteen ympäristövaikutuksista!

Euroopan unionin rahoittama

Harjoitus: Argumenttipeli

Harjoittele palvelun/tuotteen kestävyysominaisuuksien sanoittamista

- Yksin tai kollegan kanssa: rooleina myyjä ja asiakas
- Myyjä pyrkii vakuuttamaan asiakkaan palvelun hyödyistä avoimesti, konkreettisesti ja tarkasti
- Asiakas haastaa puhujaa kyselemällä ja asettaa reunaehtoja, tavoitteita ja vasta-argumentteja

Kirjoita ylös perustelut (5-10 min) ja puhu ne ääneen (1 min) – toista harjoitusta tarvittaessa!

- Miten perustelet? Miten perusteluita voidaan haastaa?
- Hyödynnä metaforaa tai visualisointia argumentoinnissa
- Miten myyntiargumentti kehittyy?
- Paljastaako harjoitus jotain uutta palvelustanne tai tehdystä projektista?



Euroopan unionin rahoittama