

## Viikkotehtävä 6: Lean canvas ja MVP

### **Lean canvas, minimum viable product ja niiden tuottama arvo asiakkaille sekä niiden merkitys rahan tuottamisessa yritykselle uutta ohjelmistoliiketoimintaa kehitettäessä**

Lean canvas ja minimum viable product MVP ovat ketteriä työkaluja, jotka usein liittyvät lean startup -tyyppisen liiketoiminnan kehittämiseen. Lean startupissa pyritään intensiivisten tuotekehityssyörien optimointiin niin, että yritys käyttäisi mahdollisimman vähän tai ei ollenkaan resursseja asiakkaalle tai yritykselle arvoa tuottamattomaan toimintaan. Minimum viable product antaa korvaamatonta tietoa siitä, mikä on tällaista arvoa tuottamatonta toimintaa ja toisaalta mistä asioista arvoa syntyy. Lean canvas on business model canvas -suunnittelutyökaluun pohjautuva liiketoiminnan suunnitteluväline, joka on kuitenkin suunnattu erityisesti uuden liiketoiminnan aloittamiseen ja lean-tyyppistä tuotekehitysprosessia silmällä pitäen (Kinnula, 2020). Molemmat näistä työkaluista soveltuvat erinomaisesti alkavan ohjelmistoliiketoiminnan tarpeisiin, sillä tämänkaltaiset ketterät menetelmät sopivat ohjelmisto- ja palvelutuotteiden kehittämiseen.

Lean canvas liiketoiminnan suunnittelumalli keskittyy tärkeimpiin tuotteeseen ja liiketoimintaan liittyviin näkökulmiin ja oleellinen asia tässä työkalussa on se, että perinteisiin liiketoimintasuunnitelmiin verrattuna lean canvasissa huomoidaan enemmän arvonluonti asiakkaille ja ketteruus. Lean canvas on kenttiin perustuva suunnittelumalli, johon listataan seuraavat asiat vapaasti suomennettuna: Ongelma, ratkaisu, avainmittarit, ainutlaatuinen arvolupaus, epäreilu kilpailuetu, kanavat, asiakassegmentit, kulurakenne ja tulovirrat (Paytrail).

Vaikka suunnittelumalli keskittyykin melko paljon asiakasnäkökulmaan, ensisijaisesti lean canvaksessa on kyse yrityksen työkalusta, jonka käyttöön on liiketoiminnalliset ja yleensä rahalliset motiivit. Voittoa tavoittelevan liiketoiminnan näkökulmasta kaikki kentät lean canvas -mallissa ovat erittäin oleellisia ja kenttiin listatut ideat ja ajatukset ohjaavat myös muihin kenttiin tulevaa tietoa. Esimerkiksi asiakassegmentteihin liittyvät suunnitelmat rajaavat mahdollisia asiakkaiden tavoittamiseen liittyviä kanavia niin, että käytetään kanavia, joita pitkin asiakkaat ovat mahdollista ylipäättään saavuttaa ja toisaalta niin, ettei tuhjata resursseja väärin kanaviin. Esimerkkinä voisi ajatella, vaikka mobiilipeliä, joka olisi suunnattu alaikäisille lapsille ja nuorille - nämä nuoret tavoitettaisiin todennäköisesti merkittävästi paremmin TikTok -mobiiliapplikaatiossa, kuin sanomalehden ilmoitussivuilta.

Toisaalta myös asiakassegmentit ja kanavat auttavat ymmärtämään kulurakennetta ja yritys voi alkaa laskemaan minkälaisia tulovirtoja tarvitaan, jotta liiketoiminta voisi olla voitollista. Samalla on oleellista määrittää mittarit, jotta tiedetään, ollaanko matkalla kohti kannattavaa liiketoimintaa vai täytyykö tuotteita tai liiketoimintamallia kehittää lisää. Hyvin tehdyllä lean canvasilla voidaan alkaa myös keskustelemaan mahdollisten rahoittajien kanssa.

Lean canvasissa erityisesti kolme kenttää ovat asiakkaan arvokokemuksen kannalta tärkeitä: Ongelmat, niiden ratkaisut ja ainutlaatuinen arvolupaus ovat puhtaasti asiakasnäkökulmaa, joissa

mietitään arvon tuottamista asiakkaalle. Näiden avulla yritykset ja niiden tarjoamat ratkaisut erottuvat markkinoilla toisistaan ja pitävät kehityksessä fokuksen asiakkaiden tarpeissa. Näiden kolmen avulla on mahdollista luoda tuote tai palvelu, jota asiakkaat haluavat käyttää ja toisaalta arvojen puolesta brändi, jolta he haluavat ostaa ja jota he haluavat tukea. Koska lean canvas on yrityksille rakennettu työkalu, asiakkaan näkökulmasta kaikki sen sisältämistä kentistä eivät ole suoraan oleellisia heidän arvokokemuksiensa kannalta, pois lukien tietenkin se näkökulma, että tuotteen kehittämisessä ja liiketoiminnassaan onnistunut yritys tulee samaan jatkuvuutta ja asiakas saa ostamalleen tuotteelle pitkäaikaisen tuen.

Lean canvas on ketterä ja elävä suunnittelumalli ja sen testaamiseen, sekä kehittämiseen tarvitaan toimintamalli. Minimum viable product sopii tähän käyttöön erinomaisesti. Minimum viable product tarkoittaa mahdollisimman yksinkertaista ja pienin resurssein kehitettyä testituotetta, jonka tarkoituksena on kerätä markkinoista mahdollisimman paljon todenmukaista tietoa tuotteen tai palvelun sekä liiketoiminnan kehittämistä varten (Kukkonen, 2017). Tällainen toimintamalli auttaa yritystä löytämään nopeasti ja mahdollisimman edullisesti tulovirtoja tuottavat ominaisuudet sekä toiminnallisuudet kehitettävää lopputuotetta ajatellen. Samalla muutkin asiat lean canvasissa tulevat testatuksi ja suunnitelmia voidaan muuttaa testauksesta saadun tiedon valossa.

Minimum viable product -testaus voi joskus tuottaa jo sellaisenaan rahaa yritykselle, mutta onnistumisena voidaan ensisijaisesti pitää markkinoilta saatua hyödyllistä tietoa, jonka avulla liiketoimintaa ja tuotteita voidaan kehittää oikeaan suuntaan ja saada bisnes voitolliseksi mahdollisimman pian. Menetelmä soveltuu erinomaisesti ohjelmistoliiketoimintaan, sillä ohjelmistojen osalta uusia versioita on edullista toimittaa ja vanhojen versioiden päivittäminen suhteellisen helppoa, sillä kun uusi versio tai minimum viable product on saatu tehtyä, sen jakeluun ja monistamiseen ei liity merkittäviä kuluja. Sen lisäksi palautetta ja todellista käyttäjätietoa saadaan suoraan sovelluksista ja jakelukanavista, jopa reaaliaikaisesti.

MVP tuottaa myös asiakkaille selkeää arvoa, sillä menetelmää käyttävät yritykset voivat tuoda markkinoille nopeammin oikeasti arvoa tuottavia tuotteita tai palveluita ratkaisten heidän ongelmiaan ja tarpeitaan. Tämän lisäksi esimerkiksi asiakasyritykset voivat saada kilpailuetua muihin yrityksiin nähden ottamalla käyttöön uudenlaisen sovelluksen tai palvelun, vaikka se olisikin ominaisuuksiltaan suppea. Samoin kuluttaja-asiakkaat voivat saada arvoa esimerkiksi vahvistamalla omaa edelläkävijän statustaan käyttämällä uusia teknologioita.

Hyvin yhdessä toimivat työkalut, lean canvas ja minimum viable product, sopivat hyvin ohjelmistoliiketoimintaa aloittavan yrityksen ketterien menetelmien työkalupakkiin. Lean canvasin testaaminen minimum viable product -kokeilutuotteilla auttaa päivittämään suunnitelman oletukset ja uudelleentestaaminen tarkentaa lean canvasin sellaiseksi, että sen pohjalle rakennettuna saadaan toteutettua lopulta liiketoimintaa, joka on voitollista ja tuottaa asiakkaille merkittävää arvoa.

**691 sanaa.**

**Lähteet:**

- Kukkonen, E. (2017). Minimum viable productin luominen startup-idealle : Lean startup -metodi. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Haettu <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017060212168>
- Kinnula, M. (2020). Ohjelmistoliiketoiminnan perusteet kurssimateriaali. Oulun yliopisto.
- Verkkoliiketoiminnan suunnittelu Lean Canvas -mallin avulla. Paytrail.