

**Esimerkki Executive yhteenvedosta**

**Boardman Strategy Signals -  
verkkohaastattelu-  
Executive yhteenvedo**

2009

**Esimerkkiyritys Oy**

---

**BOARDMAN**

# Kohderyhmä ja osallistuminen

- Boardman Strategy Signals -verkkohaastattelun tavoite on tunnistaa kriittiset menestystekijät ja niitä uhkaavat riskit
- Boardman Strategy Signals -verkkohaastattelu toteutettiin xxxxxx kuun alussa ja siihen osallistui yhteensä xxx henkilöä
- Executive yhteenveto perustuu koko materiaaliin
  - osa 1) kriittiset menestystekijät
  - osa 2) kolmea tärkeimpää menestystekijää uhkaavat riskit

# Kriittiset menestystekijät

1. Tunnistetut menestystekijät, joista ollaan yksimielisiä:

**Vahva brandi**  
”Vahva brändi tuo kilpailuetua muuten hyvin standardoitujen palvelujen myynnissä”

3. Merkityksettömät menestystekijät

**Paikallinen liiketoiminta**  
”Jos vaan jäädään tänne kulmill – ei meidän business kehity”

2. Menestystekijät, jotka ovat potentiaalisia

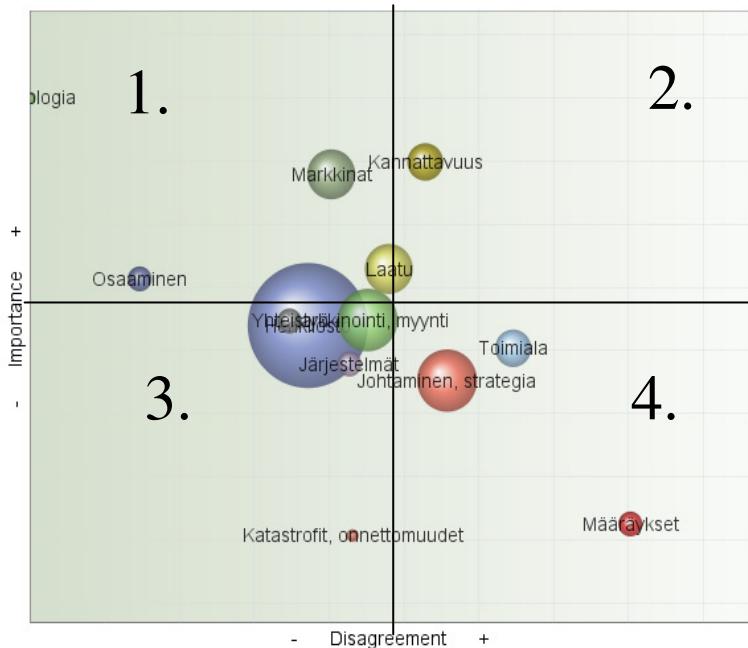
**Päätöksenteon joustavuus**  
”Päätöksenteko lähellä asiakasta  
Pystymme nopeasti tekemään päätöksiä, jotka koskevat asiakkaan ongelmia ja joihin he tarvitsevat ratkaisun nopeasti ”

4. Nousevat / laskevat ? menestystekijät, jotka voivat olla heikkoja signaaleja ja siksi merkityksellisiä

**Palveluliiketoiminnan kehittäminen**  
”Vahva palveluliiketoiminta. Palvelujen osuus liikevaihdosta kasvaa koko ajan ja tarjoama kehitty”



# Kriittiset menestystekijät yrityskohtaisesti luokiteltuna



**Mitä suurempi pallo,  
sitä enemmän osallistujat  
ovat maininneet asiasta.**

**1. Tunnistetut  
menestystekijät  
> Osallistujat  
yksimielisiä näistä  
tekijöistä  
> huomioitava  
suunnittelussa**

**2. Potentiaaliset  
menestystekijät  
Osallistujat  
jonkin verran  
erimielisiä  
näistä tekijöistä  
> mitä uusia  
näkökulmia  
suunnitteluun?**

**3. Menestystekijät,  
joilla ei ole  
osallistujien  
mielestä mitään  
merkitystä  
> ei tarvitse  
huomioida  
suunnittelussa**

**4. Nousevat  
(heikot signaalit)  
tai jo laskusuunnassa  
olevat  
menestystekijät  
  
> miten ja missä  
vaiheessa mukaan  
suunnitteluun?**

# Kolme tärkeintä menestystekijää ja niitä uhkaavat riskit

1. Tärkein menestystekijä on  
”VAHVAA BRANDIA”

VAHVAA BRANDIA  
uhkaavia riskejä ovat:

- ”Maineen menetys taloudellisen rikkeen vuoksi”
- ”Ennakoimaton kriisi ja kriisivalmiuden puute”

# Kolme tärkeintä menestystekijää ja niitä uhkaavat riskit

2. Toiseksi tärkein menestystekijä on  
”PALVELULIIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN”

”PALVELULIIKETOIMINNAN KEHITTÄMISTÄ”  
uhkaavia riskejä ovat:  
- ”Niukat resurssit”  
- ”Palveluhenkilökunnan ammattitaidon puute”

# Kolme tärkeintä menestystekijää ja niitä uhkaavat riskit

3. Kolmanneksi tärkein menestystekijä on  
”KANNATTAVA KASVU”

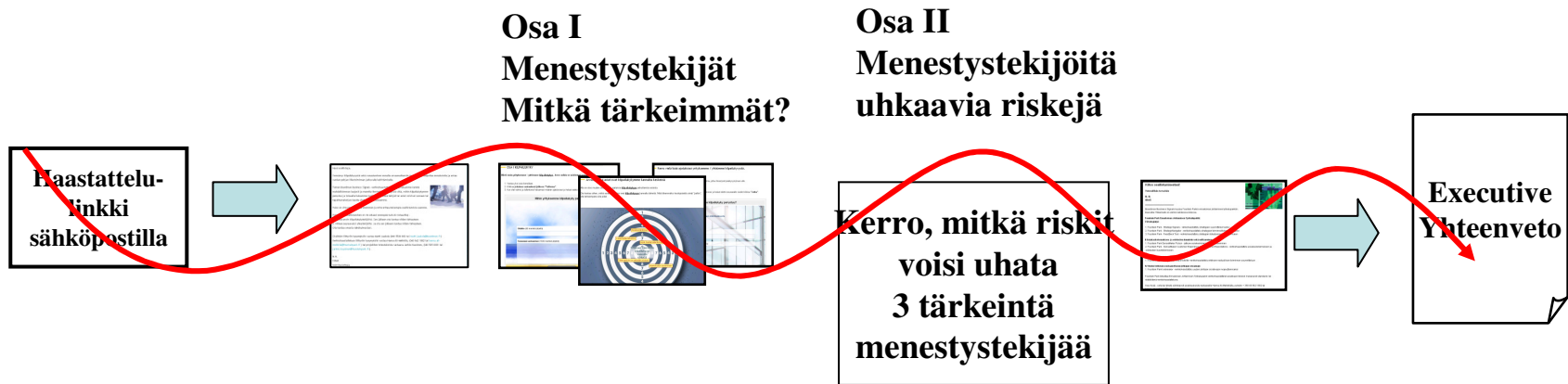
”KANNATTAVAA KASVUA”  
uhkaavia riskejä ovat:  
- ”*Prosessien puute*”  
- ”*Tuotteistuksen puute*”

# LIITTEET

1. Boardman Strategy Signals -verkkohaastattelun eteneminen
2. Koko aineisto pdf- tai word -dokumenttina

# LIITE 1.

## Boardman Strategy Signals – verkkohaastattelun eteneminen



# Liite 2.

## Koko aineisto pdf- tai word - dokumenttina

