

Aika on merkittävä tekijä taloudellisesti ja ympäristöllisesti

Yritys joka kykenee tarjoamaan asiakkaille sellaisia tuotteita ja palveluja, joissa säästetään aikaa, voi menestyä tässä kiireisessä ajassa. Aika on myös taloudellinen tekijä. Jos työaikaa säästyy hyödyllisempiin ja tuottaviin töihin, on sillä suuri taloudellinenkin merkitys. Ympäristöongelmat ovat niin suuri uhka jo nykyisin ja vielä enemmän lähitulevaisuudessa, että niihin pitäisi olla aikaa paneutua kaikilla yhteisöillä, yrittäjillä, asiakkaila ja kansalaisilla.

Jos yritämme tarjota sellaisia tuotteita asiakkaille, joiden käyttöönotto vaatii paljon opiskelua suhteutettuna hyötyyn, ei saada tuotetta kaupaksi. Jos liian tiuhaan vaihdetaan uudempaan ja uudempaan versioon, joissa on taasen paljon opiskelua, menee yrityksiltä esim. tietojenkäsittelyyn valtavasti aikaa, vaikka hyödynnetään atk:ta. Pitäisi pitäytyä totuttuihin ja opittuihin hyviin käytäntöihin ja vain silloin, kun uudistuksella ja parannuksella on todella suuri merkitys, ajan ja rahan säästö asiakkaille, kannattaa se toteuttaa.

Jos uusi kone vie vähemmän sähköä ja sillä säästyy aikaa, kun se toimii huomattavasti nopeammin, kannattaa liian vanhoista järjestelmistä luopua ja vaihtaa uusiin. Opettelukin toisaalta kannattaa, kun oppii tekemään paremmilla ja tehokkaimmilla työtavoilla asioita, siinä säästyy aikaa ja rahaa jatkossa. Kannattaa tarkistaa ja miettiä työtavat, onko niissä parantamista. Liian säästeliäs ja pihikään ei kannata olla, ei kannata säästää väärissä asioissa.

Asiakkaiden ja yritysten ei kannata itse perehtyä kaikkeen mahdolliseen liian syvällisesti, vaan pitää erikoistua joihinkin ja teetättää kokeneilla asiantuntijoilla ja yrityksillä monet rutiinityöt. Ja jos jokin alue vaatii hyvin pitkäaikaista perehtymistä ja opettelua, yrityksellä ja yksityishenkilöllä ei aika kerta kaikkiaan riitä saavuttamaan riittävää asiantuntemusta.

Tiedonhankintaan kuluu paljon aikaa. On kova kilpailu, jonka vuoksi täytyy pysyä ajan tasalla. Nykyisin nettiselailu vie valtavasti aikaa, on paljon tarjontaa ja vaihtoehtoja. Yritys joka pystyy viestittämään lyhyesti, selkeästi, mielenkiintoisesti ja havainnollisesti tuotteistaan ja palveluistaan, menestyy markkinoilla. Yrityksiltä menee tosin paljon aikaa muokata viestintäänsä mahdollisimman aikaa säästäväksi ja kuitenkin tuoden tärkeät pointit esille, mutta se kannattaa. Myös oppia hakemaan netistä ja muista lähteistä tehokkaasti tietoa tarvitsee harjaannusta.

Tuotekehittelyssä ei kaupallistamista kannata jättää puutteelliseksi. Viimeiset silaukset, suhteellisesti enää vähän aikaa vievät, saattavat olla ratkaisevia myynnin kannalta. Jos paljon on uhrattu jo aikaa ilman tulosta, on jatkettava vain miettimällä, miten tuotteesta ja palvelusta saadaan kiinnostavampi, hyödyllisempi, helppokäyttöisempi, aikaa säästävämpi ja miten tiedotetaan niistä asiakkaille. Jos tuote tai palvelu ei myy ollenkaan, voi kehittää osittain samoilla opituilla periaatteilla siitä hyödyke johonkin toiseen tarkoitukseen. Näin ollen ei kehittelyyn mennyt aika mene kaikki hukkaan. Kehittely on hyvä oppimisprosessi, vaikka hedelmiä ei heti pääse korjaamaan.

Pitää oppia hallitsemaan ajankäyttöä ja keskittyä oleellisiin ja oikeisiin asioihin.

Kehittää tuotteita ja palveluja, joissa säästyy aikaa, rahaa, terveyttä, ympäristöä, on todella suuri haaste yrittäjyydelle!

Veikko J. Pyhtilä, 2018