Digiajan strategia päivittää käsitykset yrityksen tulevaisuuden suunnittelusta

Mitä vaatimuksia digiaika asettaa strategiatyölle? Ja mitä mahdollisuuksia se antaa? Uutuuskirja Digiajan strategia herättää huomaamaan uusia näkökulmia.

”Kirjoitimme tämän kirjan, jotta voisimme osaltamme auttaa ymmärtämään aikaa, jota elämme, sekä tarjota näkökulmia ja pohdittavaa yritysten ja muiden organisaatioiden strategiseen johtamiseen”, kirjoittajat määrittelevät.

”Emme yritä tarjota oikeita vastauksia kaikkiin kysymyksiin emmekä yhtä ainoaa totuutta. Sen sijaan haluamme herättää uusia kysymyksiä ja antaa ajattelemisen aihetta, esimerkkejä elävästä elämästä ja vähän teoriatietoakin.”

Ihmiset, oivallukset, uudistuminen

”Astuimme työelämään vuosina, jolloin strategiat olivat vielä ainakin osittain kassakaappitavaraa. Nyt ymmärretään, että kun henkilöstö otetaan mukaan strategiatyöhön, saadaan monipuolisempia ideoita, parempia strategioita, syvempää ymmärrystä oman työn ja strategian välisestä suhteesta. Osallistuminen lisää myös työmotivaatiota.”

Henkilöstön ja laajemmankin sidosryhmän mukaan ottaminen, ja miten se tehdään, on kirjan keskeisiä aiheita. Tulevaisuuden kilpailukyvyn varmistamiseen kuuluu luovuuden ruokkiminen organisaation eri tasoilla. Tärkeää on löytää oivalluksia ja pystyä uudistumaan jatkuvasti.

”Digiajan strategiatyö on rohkeutta ajatella toisin. Usein se edellyttää kädenvääntöä turvallisuuden tunteen ja uusien oivallusten välillä. Strateginen oivallus on yrityksen kilpailuedun hahmottamista – mitä voimme tehdä toisin kuin kilpailijamme menestyäksemme heitä paremmin.”

Ketterä strategiaprosessi

Menestyksen edellytys on ketterä ja avoin strategiaprosessi, jossa strategia nähdään tekemisenä. On aika suunnitella vähemmän ja kokeilla enemmän: strategia kehkeytyy toiminnassa yritysten ja erehdysten myötä. Kun mahdollisuuksia nähdään, niihin tartutaan heti.

Ketterä strategiaprosessi kumpuaa pitkälti ylimmän johdon ajattelutavan muutoksesta. Johdon pitää ymmärtää, että yrityksen päätöksentekomallin on mukauduttava maailman muutokseen. Tämä kysyy johdolta erityistä nöyryyttä: kykyä sietää pettymyksiä ja yllätyksiä sekä omien kasvojen menettämisen pelon aktiivista unohtamista.

Kirja sopii jokaiselle, joka miettii keinoja yrityksen tai muun organisaation tulevaisuuden rakentamiseen: miten rakentaa asiakkaan tarpeisiin pohjautuva hyvä strategia ja sitä tukeva kulttuuri. Teknologia tukee strategian toteuttamista, mutta teknologia ei ole strategia, ei edes digiaikana. Ajatusten käytäntöön viemisen apuna ovat lukuisat esimerkit muun muassa Piilaaksosta.

Kirjoittajat

TkT, FM Virpi Hämäläinen on liikkeenjohdon konsultti ja valmentaja D.E. Pregossa sekä Undefined Oy:n perustaja. Aikaisemmin hän on toiminut mm. kehitysjohtajana Salomaa Yhtiöissä ja tutkijana Aalto-yliopistossa.

FL, VTM Hanna Maula asuu Piilaaksossa ja toimii vierailevana tutkijana Stanfordin yliopistossa sekä itsenäisenä konsulttina ja valmentajana. Hän on ollut aikaisemmin mm. Aalto-yliopiston ja Neste Oilin viestintäjohtaja.

TkT, KM Kimmo Suominen on Merilammen liiketoimintajohtaja sekä Suomen Strategisen Johtamisen Seuran puheenjohtaja. Hän on aikaisemmin toiminut mm. liikkeenjohdon konsulttina SEK-ryhmässä sekä tutkijana Aalto-yliopistossa.

Kirjasta sanottua

”Digiajan strategia pureutuu kiihtyvään toimintaympäristön muutokseen ja sen strategiatyölle asettamiin haasteisiin. Aihetta käsitellään laajasti ja monesta näkökulmasta, unohtamatta uusien oivallusten roolia menestyksessä. Kirja tarjoaa ajattelemisen aihetta laajalle kirjolle lukijoita ylimmästä johdosta esimiehiin ja asiantuntijoihin. Kirjan erityisenä vahvuutena ovat lukuisat esimerkit elävästä elämästä Piilaaksossa.”

Senja Larsen, Kauppalehden Piilaakson-kirjeenvaihtaja

”Digiajan strategia haastaa lukijansa kysymään: olenko sittenkään oivaltanut, mihin kaikkeen viimeisten parinkymmenen vuoden kehitys omassa työssäni vaikuttaa? Herättävä kooste jokaiselle bisnesmaailmassa arkensa viettävälle; kutsuu lukijan ravistamaan oman ajattelunsa kaikesta siitä, minkä piti olla itsestäänselvää: strategiatyöstä, innovaatioista, omien ihmisten voimaannuttamisesta ja asiakkaiden sitouttamisesta. Selkeästi kirjoitettu ja mukaansatempaava paketti.”

Minna Logemann, Professor of Practice, Aalto-yliopiston Kauppakorkeakoulu

Lisätietoa ja haastattelupyynnöt

Virpi Hämäläinen, virpi.hamalainen@undefined.fi, puh. 050 367 1549

Hanna Maula, hanna.maula@aalto.fi, puh. +1 650 704 6527

Kimmo Suominen, Kimmo.Suominen@Merilampi.com, puh. 044 501 0612

kustannustoimittaja Liisa Poikolainen, liisa.poikolainen@almamedia.fi, puh. 040 342 4767

Arvostelukappalepyynnöt: kirjat@almamedia.fi

Digiajan strategia

ISBN 978-952-14-2494-6, sidottu kovakantinen

ISBN 978-952-14- 2495-3, sähkökirja

240 s., 69 €

Alma Talent Pro