

# Raahen työllisyysalue

Strategiaprosessi

luonnos 17.1.2025

Integroitua elinvoimaa yritystoiminnasta ja ammattilaisuudesta:

miten aloittaa yritys tai työura ?

miten kasvaa yrityksenä tai ammattilaisena

miten pidentää työuraa tai yrityksen toimintasädetä (kansainvälistyminen)



**RTYA voi vaikuttaa**

### **Työelämään kiinnittyminen: nuorisotyöttömyys**

- yrittäjyyskasvatus
- työharjoittelu, kesätyö
- kevytyrittäjyys, uusyrittäjyys
- oppivelvollisuus, työssä oppiminen
- elämänhallinnan vahvistaminen, päihteet

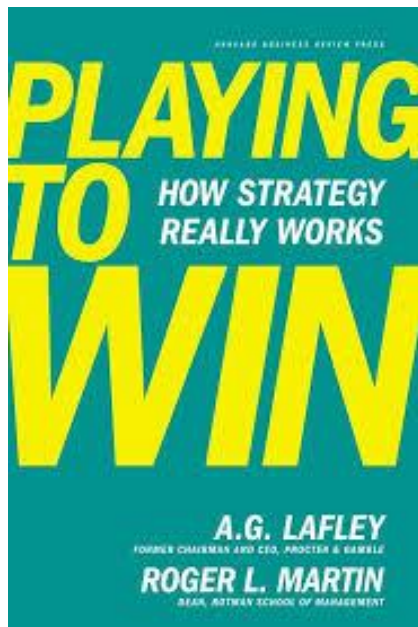
### **Työelämässä menestyminen: ammatillinen kasvu ja liike**

- työttömyysjaksojen pituus
- osaamisen kehittäminen
- yrittäjyys
- kansainvälinen rekrytointi
- kototuminen

### **Työurien pidentäminen: työkyky**

- hyvinvoinnin ja terveyden edistäminen
- täsmätyökyvyn hyödyntäminen (työn räätälöinti)
- sairauspoissaolot
- ammattillinen kuntoutus
- työkyvyttömyyseläkkeet

Mitä kunta/seutukunta/TYA tavoittelee?

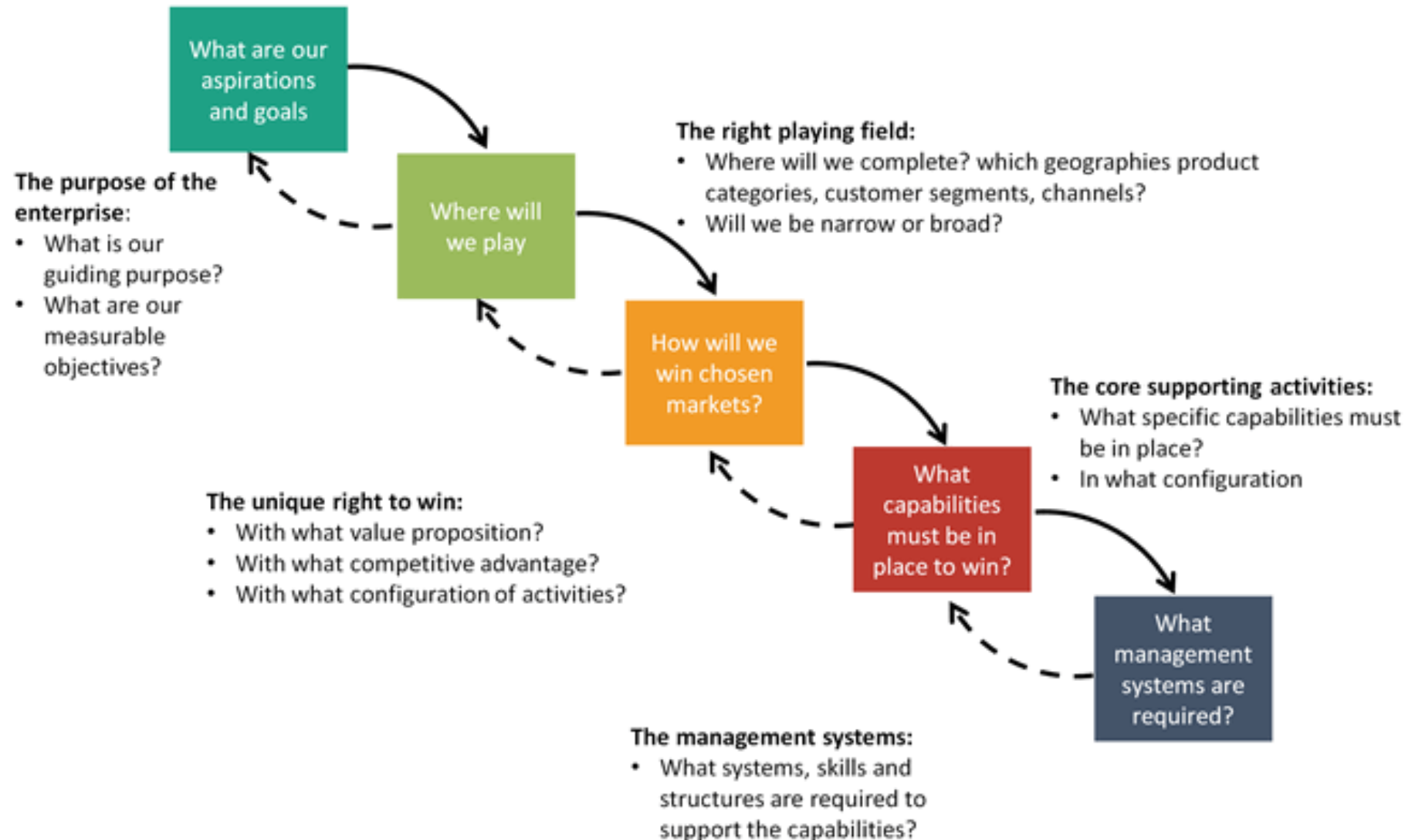


# STRATEGIC CHOICE CASCADE

Key Attributes Of Strategic Choice

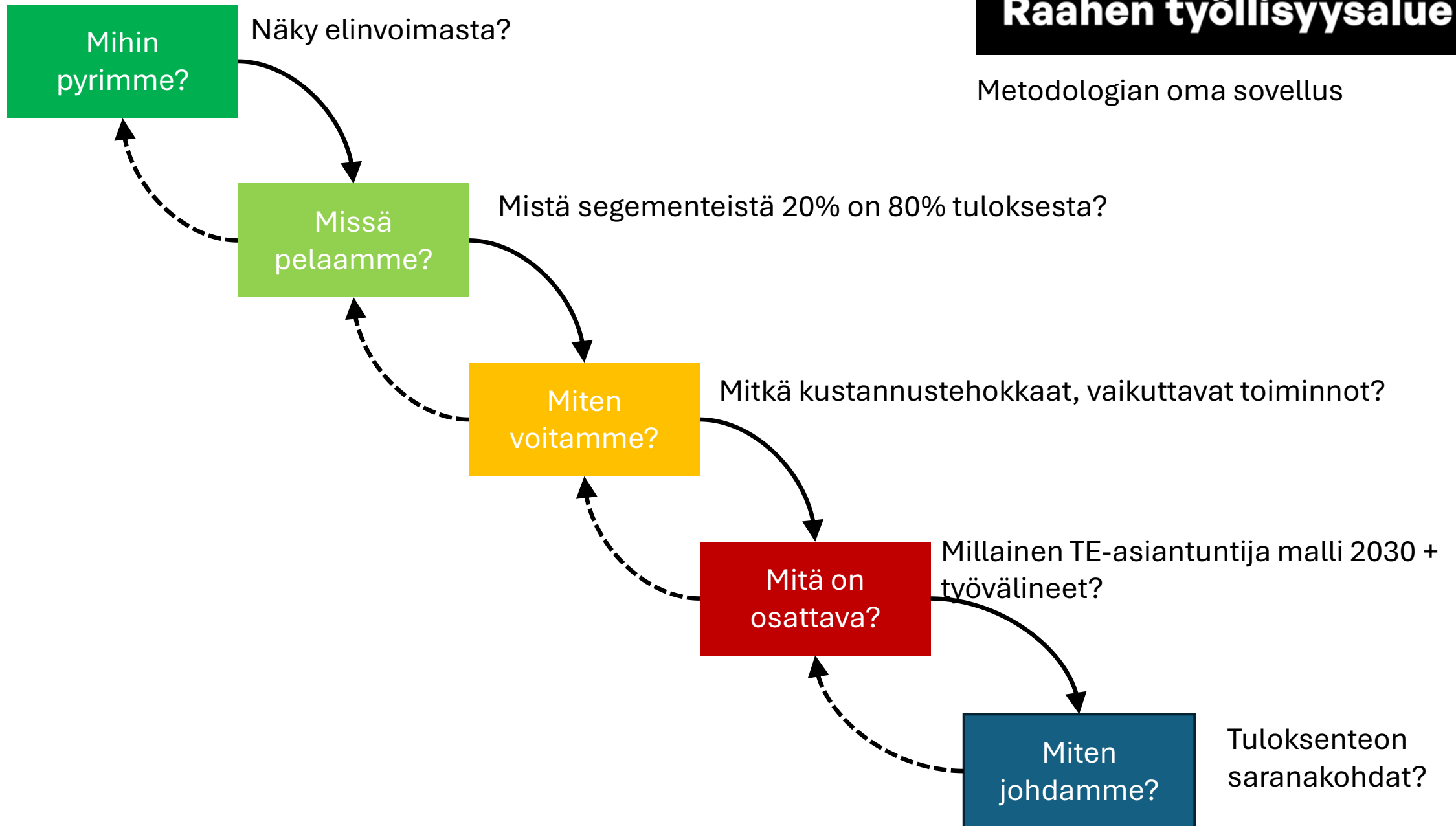
**Raahen työllisyysalue**

Strategiaprosessin metodologinen perusta?

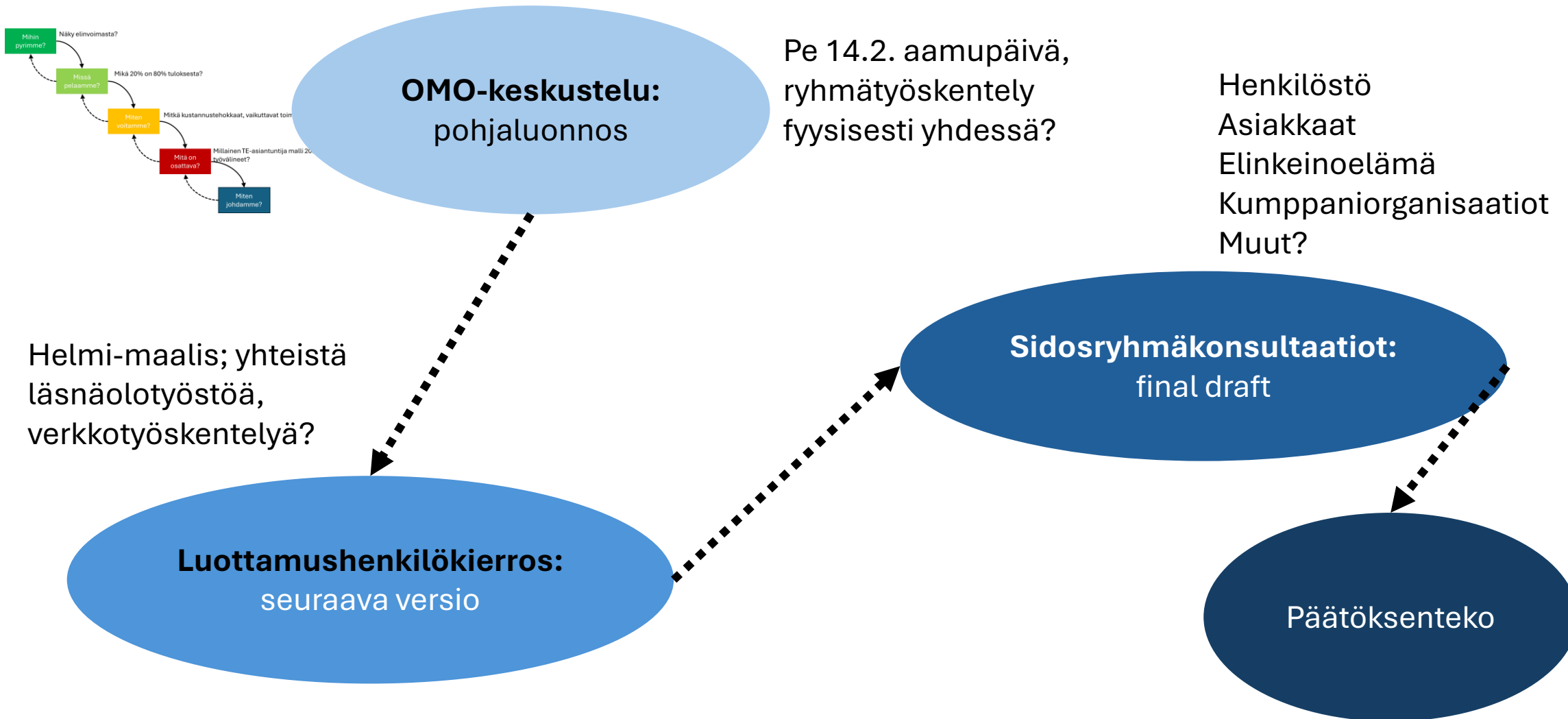


# Raahan työllisyysalue





Metodologian oma sovellus



## RTYA Strategiaprosessi







### 1. Choice-Making

 <b>STRATEGIC CHALLENGE</b> <i>What key issue are we solving for?</i>	 <b>HIGH-LEVEL OPTION</b> <i>How will we address the key issue?</i>	 <b>WINNING ASPIRATION</b> <i>What is our bold strategic ambition? What measurable outcomes define winning?</i>
 <b>WHERE TO PLAY</b> <i>In what spaces can we consistently sustain a podium position (1, 2, 3)? Where must we not play?</i> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/>		
 <b>HOW TO WIN</b> <i>On what basis will we capture chosen spaces? What superior and defensible value will make us unique? Why will customers choose us over competing options?</i>		
 <b>CRITICAL CAPABILITIES</b> <i>What key skills or activities must be in place to produce our competitive advantage?</i>	 <b>REQUIRED SYSTEMS</b> <i>How will we support, standardize, and sustain our critical capabilities?</i>	

### 2. Reverse Engineering

**What Must Be True?**  
(for our choices to succeed)

 <b>SPACES</b> <i>What must be true about the structure and dynamics of our chosen spaces?</i> Most Worrisome  Least Worrisome	 <b>VALUE</b> <i>What must be true about what our customers and channels truly value?</i> Most Worrisome  Least Worrisome	 <b>CAPABILITIES</b> <i>What must be true about our critical capabilities and relative costs?</i> Most Worrisome  Least Worrisome	 <b>REACTION</b> <i>What must be true about how our competitors might react to our strategy?</i> Most Worrisome  Least Worrisome
--	---	---	--

### 3. Barrier Testing

 <b>RISK</b> <i>What condition concerns us most?</i>	 <b>OBJECTIVE</b> <i>What do we need to confirm?</i>	 <b>TEST</b> <i>What test would give us confidence?</i>	 <b>METRIC</b> <i>What will be our measure of proof?</i>
--	--	---	--