

# TIIMYRITTÄJÄN & TIIMIVALMENTAJAN PARHAAT KIRJAT

Toimittanut & koonnut Johannes Partanen

VALINTAOPAS  
2011

22. PAINOS

UNOHDA KIRJASTOSSA HORTOILU!



LÖYDÄ OIKEAT KIRJAT  
HELPOSTI, YPK:STA!

OOH!



YPK SAA LIIKETOIMINTASI  
KUKOISTAMAAN!\*

\*Teorian viemistä käytäntöön edellytetään.

## 8 PÄIVITETTYÄ DOMAINIA

SISÄLTÄÄ KAIKKI MENESTYKSEN VAATIMAT OSA-ALUEET

- |                             |                  |
|-----------------------------|------------------|
| 1. OPPIMINEN . . . . .      | 4. uutta kirjaa  |
| 2. YHTEISÖLLISYYS . . . . . | 4. uutta kirjaa  |
| 3. YRITTÄJYYS . . . . .     | 17. uutta kirjaa |
| 4. JOHTAMINEN . . . . .     | 25. uutta kirjaa |
| 5. VALMENTAMINEN . . . . .  | 4. uutta kirjaa  |
| 6. MARKKINOINTI . . . . .   | 28. uutta kirjaa |
| 7. INNOVOINTI . . . . .     | 7. uutta kirjaa  |
| 8. HENKINEN KASVU . . . . . | 16. uutta kirjaa |

105 UUTTA KIRJAA!

+ ARVIOINTI, PISTEYTYS JA SUOSITUS

188 pitkää artikkelia löytyy "VALKOISINA PAPEREINA" [www.partus.fi](http://www.partus.fi) -sivuilta.



YHTEENSÄ  
1019 KIRJAA!

# TIIMIYRITTÄJÄN & TIIMIVALMENTAJAN PARHAAT KIRJAT 2011

Koonnut ja toimittanut Johannes Partanen



**TIIMIYRITTÄJÄN & TIIMIVALMENTAJAN  
PARHAAT KIRJAT 2011**

© 2011 Johannes Partanen & Partus Oy

Koonnut ja toimittanut Johannes Partanen

Kannet ja taiton ulkoasu Jaakko Mehtälä

Taitto Benefia Oy

Painopaikka Kopijyvä Oy, Jyväskylä 2011

ISBN 978-952-67208-4-5

# Tiimiakatemian tunnuslauseet

*“Parturiunt montes nascitur ridiculus mus.”*

“Kun vuoret synnyttävät syntyy naurettava hiiri.”

*“Gutta cavat lapidem non vi sed saepe cadendo.”*

“Pisara ei koverra kiveä voimalla vaan usein tippumalla.”

*“Meidän itsemme on oltava se muutos jota maailmalta haluamme. Se vaatii meiltä rohkeutta ja jääräpäisyyttä.” - Mahatma Gandhi 1947*

# Esipuhe kahdenteenkymmenenteentoiseen painokseen

**K**ahdeskymmenestoinen painos kertoo Tiimiakatemi-  
an kahdeksantoista vuoden taipaleesta. Mullistamme  
Euroopan yrittäjyyskasvatuksen ja -valmennuksen oppi-  
miskäsityksiä. Ydinsanomamme on ”Synnytämme roh-  
keasti tiimiyrittäjiä”. Olemme ryhtyneet kehittämään tulevaisuuden  
yrittämisessä tarvittavia kykyjä. Tämä on vaikuttanut tiimiyrittäjän  
ja tiimivalmentajan parhaiden kirjojen valintoihin. Olemme havain-  
neet, että yrittäjyys lähtee jokaisen sisältä eikä liikeideasta. Tutkit ensin  
itseäsi ja haluasi ja löydät vähitellen oman idean. Siksi henkinen kasvu  
ja henkilökohtainen mestaruus ovat tärkeitä jokaiselle yrittäjälle.

Kirjan nimi on ”Tiimiyrittäjän ja tiimivalmentajan parhaat kirjat –  
valintaopas 2011”. Liiketoimintamallimme, jota kutsumme Raketti-  
malliksi, on huippuinnovaatio, joka on integroitu Valintaoppaan  
kanssa. Uusi painos tarjoaa tiimivalmentajille hyvän tukiprosessin.  
Uskon, että teorian soveltaminen käytäntöön paranee entisestään.  
Jokaisen kirjan arvioinnin loppuun on merkitty mihin Rakettimallin  
prosessiin kirja lähinnä liittyy. Rakettimalli on esitetty kuviona heti  
johdannon jälkeen lyhyine selvityksineen.

Tiimiakatemia on Jyväskylän ammattikorkeakoulun itsenäinen  
yksikkö ja oma yritystoiminnan kehittämisen koulutusohjelma, jossa  
jokainen oppija joutuu ponnistelemaan paljon teoriaopintojensa  
eteen. Erityisesti kiinnitämme valmennuksessamme huomiota teorian  
jatkuvaan käytäntöön soveltamiseen. Se on tärkeää myös tiimiyrittä-  
jälle uudessa verkottuneessa yhteiskunnassa. Sadankahdenkymmenen  
(120) kirjapiteen saavuttaminen on suuri ponnistus. Käytännössä se  
tarkoittaa noin 60 – 70 kirjan lukemista, esseiden kirjoittamista ja  
teorian käytäntöön soveltamista.

Tiimiyrittäjyydessä itsensä kehittäminen on välttämätöntä. Tiimiyrittäjä oppii asiat käytännössä ja lukemalla paljon. Mielestäni  
jokaisen pitäisi lukea ”kokonaisia” kirjoja – kannesta kanteen. Se on tärkeää tiedonkäsityksen ja oman kehittymisen kannalta.  
Hyviä kirjoja lukemalla opitaan hahmottamaan suuria kokonaisuuksia sirpaletiedon sijaan ja kirjojen lukeminen opettaa myös  
keskittymään.

Aivan uudesta alusta lähtevän pienen tiimiyrittäjien itseorganisoitumisen ihme on hahmottunut lisää vuoden aikana. Meillä oppi-  
minen ei ole lyhytkestoista vaan tiimiyrittäjien kehittäminen kestää koko opiskeluaikaa eli 3-4 vuotta. Oman tiimiyrittäjien avulla  
opittua syvennetään jatkuvasti. asiat opitaan oikeassa ympäristössä. Nykytutkimuksen valossa yhteisön merkitys oppimisessa on  
paljon suurempi kuin on aikaisemmin oletettu. Olemme havainneet, että juuri yhteisössä johtamisen merkitys kasvaa. Johta-  
minen ratkaisee yksilösuorituksen ja yhdessä tekemisen ristiriidan. Kasvaminen ja kehittyminen johtajana on pelon voittamista.  
Otat yhä enemmän vastuuta ja pystyt parantamaan omaa pätevyttäsi. Ne tiimiyrittäjät, jotka ovat toimineet vaativissa tehtävissä  
johtajina, ovat parhaiten omaksuneet yrittäjyyden taitoja. Olemme nimenneet oman johtamisinnovaatiomme ”kaverijohtamiseksi”.

Ilman yhteisöllistä oppimista ja tiimejä Tiimiakatemiassa tuskin olisi niin innostava ilmapiiri kuin se todella on. Innostus - ihmeistä  
jaloin - luo kannustavan ilmapiirin. Kaos kykenee synnyttämään itsestään uuden järjestyksen. Rakettimallin avulla kaaos on vä-  
hentynyt ja on syntynyt uusia innovaatiota myös johtamiseen. Valintaoppaasta voit löytää kaikki ne merkittävät teoriakirjat, jotka  
ovat vaikuttaneet mallintamiseemme. Teoriamme muodostuu viidestä eri mallista, jossa tiimiyrittäjyys on oppivan organisaation  
puuttuva kuudes disiplina. Rakettimallin lisäksi olemme kehittäneet kaverijohtamismallin, tiimivalmennusmallin, verkostomallin  
sekä teorian soveltamisen käytäntöön -mallin. Näistä malleista tulet kuulemaan tulevaisuudessa lisää.

Haluan kiittää kaikkia tiimiyrittäjiä, yrittäjiä, elinikäisiä oppijoita, yritysjohtajia, opettajia, valmentajia ja ystäviä, jotka pitävät  
laatimaani Valintaopasta ainutlaatuisena kolahduksineen. Valintaopasta käyttävät sekä tiimivalmentajat että tiimiohjatit. Kaikki  
olette kannustaneet allekirjoittanutta joka kerta parantamaan edellisestä painoksesta. Vuoden 2009 aikana luin 183 hyvää kirjaa,  
joista tähän painokseen olen kelpuuttanut 105 uutta kirjaa. Samalla poistin useita ”vanhentuneita” teoksia. Top Ten – kirjoihin  
on tullut myös muutoksia muutamissa aihealueissa. Jaakko Mehtälän ja Mari Hakkaraisen kanssa olemme kehittäneet teoksen  
luettavuutta ja heille erityiskiitokset. Uudet kirjat erottuvat selkeästi. Kaikkiaan tämä kirja esittelee 1019 kirjaa.

Toivon, että olen taas pystynyt vastaamaan haasteeseen. Kaikkein suurimmat kiitokset jälleen, jälleen kerran vaimolleni, ylipääval-  
mentaja Kirstille, joka jatkuvasti vuodesta toiseen joutuu kestämaan intohimoista kirjojen parissa puuhailuani. Kiitokset kuuluvat  
kaikille Tiimiakatemiassa ihmevalmentajille sekä lapsilleni Panulle, Riikalle ja Pertulle, jotka ovat jo lentäneet omiin pesiinsä.  
Hauskoja ja kehittäviä lukuhetkiä kaikille hyvien kirjojen parissa.

Jyväskylässä 26.1.2011

Johannes Partanen

Opetusneuvos

Näytesivuja, Tiimiyrittäjän ja Tiimivalmentajan Parhaat Kirjat -valintaopas 2011, Copyright 2011 Johannes Partanen & Partus Oy



Kuva: Tero Takalo-Eskola

# Rakettimallin prosessien selitykset

## Oppiminen - $Y_1 + Y_2 + Y_3$

$Y_1$  on yksilön oppimisprosessi. Yksilö saavuttaa kehittyessään henkilökohtaisia oppimistuloksia. Nämä tulokset näkyvät korkeampana motivaationa ja innostuksena.

$Y_2$  on yhteisön oppimisprosessi. Innostuneet yksilöt alkavat sitoutua muutoksen toteuttamiseen ja oppia yhdessä.

$Y_3$  on yrityksen oppimisprosessi. Innostuneet ihmiset alkavat vähitellen rakentaa uusia käytänteitä saaden aikaan tuloksia ja luottamusta.

## Asiakkuudet - $A_3 + A_2 + A_1$

$A_3$  on asiakaspotentiaaliprosessi. Asiakkaita tarkastellaan yrityksen toimintaympäristössä asiakaspotentiaalina. Pyrimme ymmärtämään, millaisia tarpeita asiakkailla on ja mihin näistä yrityksemme kykenisi tarjoamaan ratkaisuja.

$A_2$  on markkinointiprosessi. Kehitämme jo olemassa olevia asiakkuuksia eteenpäin, analysoimme erilaisia asiakassuhteita niiden kannattavuuden ja kehitysmahdollisuuksien valossa ja rakennamme erilaisia markkinointitapoja tuottamaan enemmän arvoa asiakkaillemme.

$A_1$  on asiakassuhdeprosessi. Toteutamme asiakkuusajattelua yhteistuotannossa syventäen asiakassuhdetta.

## Johtaminen - $J_1 + J_2$

$J_1$  on johtavien ajatusten synnytyso prosessi. Pyrimme ymmärtämään, miksi oma yrityksemme on olemassa ja mikä on sen rooli yrittäjän elämässä. Osallistujat synnyttävät itselleen ja omalle yritykselleen johtavat ajatukset, joiden avulla yrityksen suuntaa johdetaan.

$J_2$  on johtamisprosessi, jossa osallistujat tutkivat itseään johtajana. Pyrkimyksenä on ymmärtää omaa johtamistyyliä ja omaa persoonaa.

## Innovointi - $I_1 + I_2$

$I_1$  on innovointiprosessi, jossa keskitytään yrittäjämäiseen innovointiin. Rakennamme omaan yritykseen tapoja innovoida ja saada innovaatioista lisää kauppaa ja arvoa.

$I_2$  on tietoprosessi. Tutkimme tiedon merkitystä innovaatioiden synnyttäjänä. Erityisesti kiinnitetään huomiota asiakastiedon keräämiseen, ymmärtämiseen ja jalostamiseen käyttökelpoiseksi.

## Yhteinen arvontuotanto - $B_1 + B_2$

$B_1$  on brandin johtamisprosessi. Kiteytämme oman yrityksen ydinviestin napakaksi viestiksi, jota voidaan hyödyntää yrityksen markkinoinnissa ja johtamisessa.

$B_2$  on tarjoomaprosessi. Käsittelemme yrityksen tuotekokonaisuuksia ja niiden rakentamista yhdessä asiakkaan kanssa.

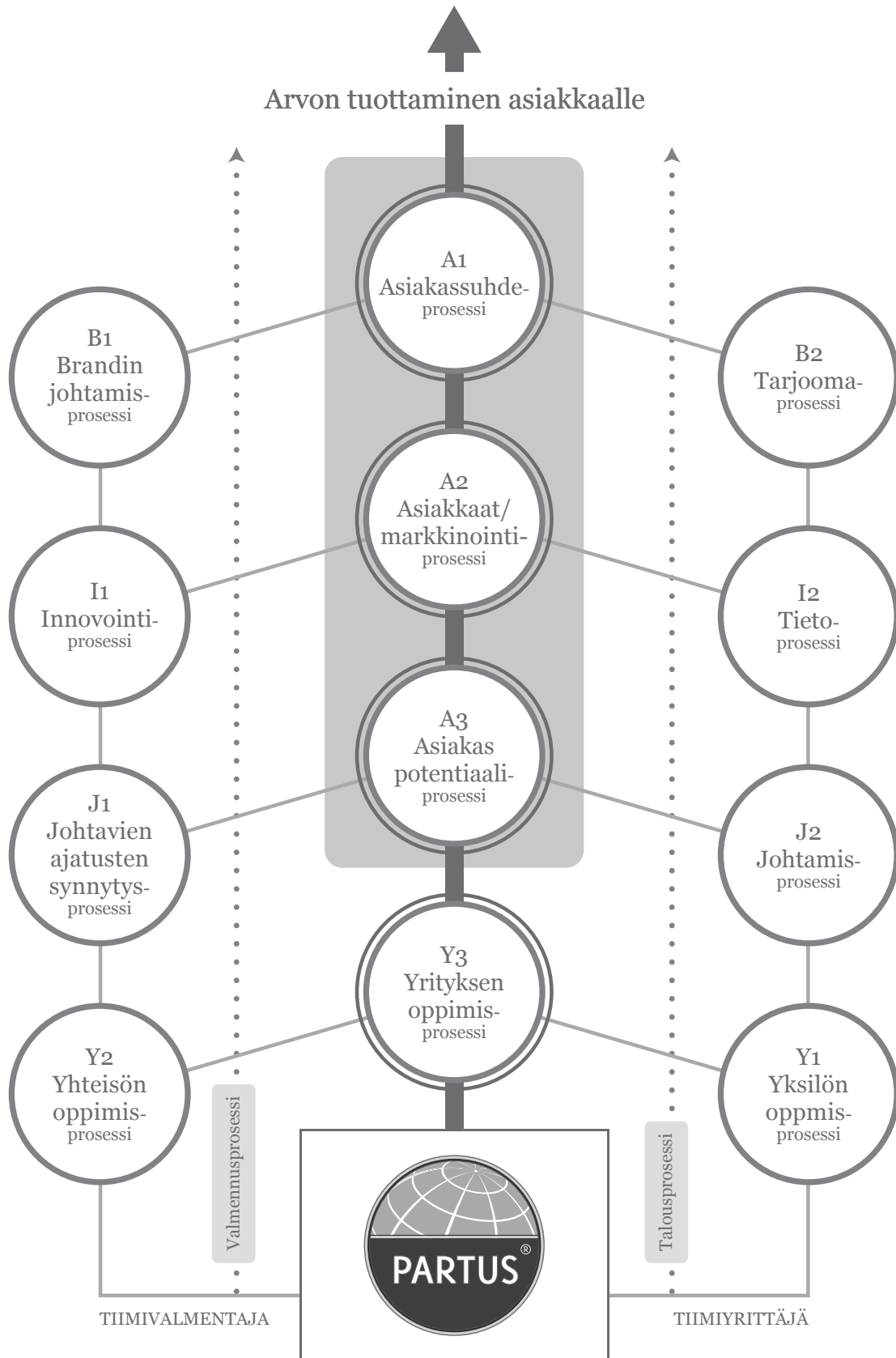
## Valmennusprosessi - $V$

Ilman hyvää valmentajaa emme pysty rakentamaan huippujoukkueita. Rakettimallin ymmärtäminen auttaa valmentajaa. Esimerkiksi hyvien kirjojen valitseminen on helpompaa kuin aikaisemmin.

## Talوسprosessi - $T$

Ilman talوسprosessia yritys ei voi toimia. Tulojen on oltava suuremmat kuin kustannukset.

# TIIMIYRITTÄJÄN SYNNYTYSPROSESSI



# Valintaoppaan käyttöohje

## Domainit ja alidomainit

Valintaoppaan jokaisessa seitsemässä aihealueessa (domainissa) on viisi alaotsikkoa (fields) pääsääntöisesti. Ensimmäinen alaotsikko on aina suuria kokonaisuuksia käsittävä joko filosofinen, uusia ajatuksia herättävä tai kasvatuksellinen. Toinen otsikko käsittelee kirjoja, jotka kehittävät henkilökohtaisia taitoja ja antavat käyttöön uusia työkaluja. Kolmas alaotsikko liittyy yhdessä kehittämiseen (oma tiimiyritys tai oma organisaatio) ja neljäs luotaa ajatuksia kohti tulevaisuutta. Viides alaotsikko käsittelee Tiimiakatemia vanhoja klassikkoja, ja kuudennessa voi olla käsikirjoja.

## Hakemistot

Kirjoittajahakemisto on tarkistettu ja samoin kirjahakemisto. Kaikki kirjat ovat hakemistossa ja ne on helppo löytää. Kirjatekstejä on uusittu ja muokattu paremmin kertomaan sisällöstä ja olen päätenyt hyvissä kirjoissa hieman entistä pitempiin miniartikkeleihin. Näin Valintaopasta voidaan käyttää myöskin esseiden laadintaan. Uusia kirjoja on 105 kappaletta. Vanhentuneita ja heikon suosion saaneita kirjoja on poistettu 90 kappaletta.

## Vaativuustaso ja suositeltavuus

Kirjapisteet toimivat hyvänä mittarina ja helpottavat tiimivalmentajan työtä. Rakettimallista saa apua, kun tiimioppijat teemoittavat oppimisensa yhdessä valmentajan kanssa ensin oppimiseen, sitten asiakkuuksiin, johtamiseen, innovointiin ja yhteiseen arvontuotantoon. Kirjan suositeltavuudesta kertoo kirjapisteiden yhteydessä olevat "täpät".

- ★ **Ihan OK**
- ★★ **Erinomainen**
- ★★★ **Mestari**

## Luokittelun selvitykset

Tiimiakatemiassa tiimiyrittäjän (tradenomin) tutkinnossa kirjoista on koottava 120 pistettä. Yrittäjän MBA-tutkinnossa 100 pistettä. Tulisielut, Tulisoihdut, Sammon takojat ja Tiimimestari-tutkinnoissa 50 pistettä.

## Top Tenit

Top Tenit on sijoitettu jokaisen domainin alkuun. Olen samaan yhteyteen laatinut johdannon. Voit lukea kolme ensimmäistä kirjaa ensimmäisenä vuonna, keskimmäiset toisena vuonna ja kolme viimeistä kolmantena vuonna. Vanhat Top Tenit on mainittu teksteissä arvonsa säilyttäen.

## Toivomuksia

Alkuvaiheessa suosittelen luettavaksi oppimisen, yrittäjyyden ja yhteisöllisyyden kirjoja. Vähitellen voit siirtyä markkinointiin ja johtamiseen – usein henkisen kasvun kirjojen kautta. Innovoinnin kirjoja toivon kaikkien lukevan yhä enemmän, silloin tiedät mistä innovoinnissa todella on kyse. Tärkeää kuitenkin on, että kaikki aihealueet ovat tasapainossa.

P.S. Otan hyviä kirjavihjeitä vastaan osoitteeseen johannes@partus.fi

# SISÄLLYSLUETTELO

ESIPUHE KAHDENTEENKYMMENTEENTOISEEN PAINOKSEEN .....	I
RAKETTIMALLIN PROSESSIEN SELITYKSET .....	II
VALINTAOPPAAN KÄYTTÖOHJE .....	IV
DOMAINIT JA ALIDOMAINIT .....	IV
LUKUKETJUT .....	V
<b>I. OPPIMINEN .....</b>	<b>7</b>
1.1. Oppimisen suuntaviivoja - 21 hyvää kirjaa .....	8
1.2. Oppimisen taidot ja työkalut - 24 hyvää kirjaa .....	13
1.3. Oppivan organisaation ja tiimiyrityksen kehittämistyökalut - 11 hyvää kirjaa .....	19
1.4. Uusia tuulia oppimiseen - 25 hyvää kirjaa .....	22
1.5. Oppimisen klassikot - 21 merkittävää kirjaa .....	29
1.6. Oppimisen käsikirjat - 5 merkittävää kirjaa .....	33
1.7. Tiimiyrittäjävalmentajien oppimisen ”pakolliset” kirjat – 25 hyvää kirjaa .....	34
<b>2. YHTEISÖLLISYYS .....</b>	<b>37</b>
2.1. Verkostot ja sosiaalinen pääoma – 18 hyvää kirjaa .....	38
2.2. Tiimityön taidot ja työkalut – 13 hyvää kirjaa .....	44
2.3. Yhteisöllisyyden kehittämisen työkalut – 14 hyvää kirjaa .....	47
2.4. Tiimiliiderinä ja –valmentajana toimiminen – 15 hyvää kirjaa .....	52
2.5 Yhteisöllisyyden klassikot - 19 merkittävää kirjaa .....	56
2.6. Tiimiyrittäjävalmentajien yhteisöllisyyden ”pakolliset kirjat” – 32 hyvää kirjaa .....	59
<b>3. YRITTÄJYYS .....</b>	<b>61</b>
3.1. Yrittäjien elämäkertoja ja yritysten historioita – 32 hyvää kirjaa .....	62
3.2. Yrittäjän taidot ja työkalut – 16 hyvää kirjaa .....	71
3.3. Yrityksen toiminnan kehittäminen – 25 hyvää kirjaa .....	75
3.4. Uusia tuulia ja haasteita yrittämiseen – 45 hyvää kirjaa .....	85
3.5 Yrittämisen klassikot - 20 merkittävää kirjaa .....	99
3.6 Yrittäjyyden käsikirjat - 7 kirjaa .....	102
3.7. Tiimiyrittäjävalmentajien yrittäjyyden ”pakolliset kirjat” - 24 hyvää kirjaa .....	104
<b>4. JOHTAMINEN .....</b>	<b>107</b>
4. 1. Johtavat ajatukset – 21 hyvää kirjaa .....	108
4.2. Johtajan / valmentajan taidot ja työkalut – 60 hyvää kirjaa .....	113
4.3. Johtamisen ja organisaation kehittämisen työkalut – 40 hyvää kirjaa .....	130
4.4. Johtamisen haasteet – 44 hyvää kirjaa .....	142
4.5. Projektien johtaminen – 12 hyvää kirjaa .....	156
4.6. Strategiakirjat – 18 hyvää kirjaa .....	159
4.7. Johtamisen klassikot – 35 merkittävää kirjaa .....	165
4.8. Johtamisen käsikirjat – 5 kirjaa .....	170

5. VALMENTAMINEN .....	171
5.1. Valmentaminen – 19 hyvää kirjaa .....	171
6. MARKKINOINTI .....	179
6.1. Asiakkuuden työkalut – 25 hyvää kirjaa .....	180
6.2. Myynnin ja markkinointiviestinnän taidot ja työkalut – 34 hyvää kirjaa .....	186
6.3. Brandi ja mielikuvien kehittämisen työkalut – 28 hyvää kirjaa .....	194
6.4. Uuden aallon markkinointi – 53 hyvää kirjaa .....	201
6.5. Sosiaalinen media ja markkinointi – 15 hyvää kirjaa .....	217
6.6. Markkinoinnin klassikot – 32 merkittävää kirjaa .....	223
6.7. Markkinoinnin käsikirjat projekteihin – 16 kirjaa .....	227
7. INNOVOINTI .....	231
7.1. Luovan ajattelun työkalut – 15 hyvää kirjaa .....	232
7.2. Aivoteollisuuden innovaatiotyökalut – 16 hyvää kirjaa .....	236
7.3. Innovatiivisen yrityksen kehittäminen - 25 parasta kirjaa .....	240
7.4. Tulevaisuuden mahdollisuudet - 23 hyvää kirjaa .....	246
7.5. Innovoinnin klassikot – 19 merkittävää kirjaa .....	254
8. HENKINEN KASVU .....	257
8.1. Filosofiaa, ajattelua ja mielikuvitusta yrittäjälle - 23 hyvää kirjaa .....	258
8.2. Yrittäjänä kasvun taidot ja työkalut - 27 hyvää kirjaa .....	262
8.3. Havahtuminen - ihmisenä kehittyminen - 28 hyvää kirjaa .....	268
8.4. Ihmisen tulevaisuus - 18 hyvää kirjaa .....	275
8.5. Henkisen kasvun klassikot – 27 merkittävää kirjaa .....	280
HAKEMISTO - KIRJAILIJAT .....	285
HAKEMISTO - KIRJAT .....	301

# 1. OPPIMINEN

## Johannes Partasen oppimisen top ten 2011

Oman oppimisen, tiimioppimisen ja tiimiyrityksen / organisaation oppimisen ymmärtäminen on tärkeää. Jokaisella ihmisellä on oma tyylinsä oppia. Oppimisessa on kolme keskeistä periaatetta. Ensinnäkin jokainen oppija rakentaa itse oman tietonsa. Toiseksi tieto on tilannesidonnaista. Et voi oppia varastoon. Teoriaa on voitava soveltaa heti käytäntöön. Kolmanneksi tieto on sosiaalista, yhteisöllistä ja yhteistoiminallista. Siten oppimisympäristöllä on paljon suurempi merkitys kuin olemme aikaisemmin ymmärtäneet. Tuntemalla oppimisperiaatteita pystyt nopeuttamaan omaa oppimistasi.

Voit lukea seuraavat mielestäni parhaat oppimisen kirjat järjestyksessä ykkösestä kymmeneen. Helpoin kirja on ensimmäisenä ja haastavimmat kirjat ovat viimeisinä.

1.	Prashnig	Erilaisuuden voima	2 p.
2.	Dryden & Vos	Oppimisen vallankumous	2 p.
3.	Goldsmith	Tästä eteenpäin (tarvitaan enemmän)	3 p.
4.	Rogers	Aikuisoppiminen	2 p.
5.	Venkula	Kysymisen taito	2 p.
6.	Marquard (engl.)	Action Learning	3 p.
7.	Otala	Osaamispääoman johtamisesta kilpailuetu	3 p.
8.	Senge (engl.)	The Fifth Discipline	3 p.
9.	Marquardt (engl.)	Building the Learning Organization	3 p.
10.	Hakkarainen & Lonka & Lipponen	Tutkiva oppiminen	3 p.

## 1.3. Oppivan organisaation ja tiimiyrittäjän kehittämistyökalut - 11 hyvää kirjaa

- 
- ★★ **Goleman, Daniel**  
2 Tunneäly työelämässä  
*Otava 1999*  
951-1-15811-2
- Tunneäly on Golemanin lanseeraama uusi käsite. Nyt hän on tehnyt jatko-osan edelliseen kirjaansa ja antaa vinkkejä käytännön tekoihin. Miten siis tunneäly auttaa menestykseen työpaikoilla. Tämän päivän työmarkkinoilla tärkeimmät asiat ovat: itsetuottamus, sitoutuminen ja rehellisyys, kyky viestiä ja vaikuttaa, kyky tehdä aloitteita ja hyväksyä muutos. Avainpätevyksistä sinun ei tarvitse hallita kuin 6-7. Kriittinen pointti on se, kuinka usein esität avainominaisuuksiasi julkisesti. Akateemiset kyvyt ovat nyt irrelevantteja. Yhä enemmän huomio suuntautuu henkilökohtaisiin ominaisuuksiin: aloitteellisuus, empatia, sopeutuminen, suostuttelemineen jne. Kaksi kykyä alkaa tunkeutua ylitse muiden: ”team building ja adapting to change”. Kolahduksia aivan ylettömästi eli 46 kappaletta. TOP TEN -kirja. Toisen vuoden must. Johannes Partus -kategoria. Y1+Y2+Y3+J2.
- 
- ★ **Helakorpi, Seppo**  
1 Innovatiivinen tiimi- ja verkostokoulu  
*Tammi 2001*  
951-26-4773-7
- Verkostotalouden ajuri ei ole suinkaan tietotekniikka, vaan kehittyneemmät sosiaaliset suhteet. Verkostoituminen voidaan nähdä jopa biologisena välttämättömyytenä. Verkostot ovat ihmisen kannalta tärkeä, universaali ja luonnon järjestyksessä yleinen organisoitumisen muoto. Verkostotalous johtaa polarisoitumiseen, jossa perustuotantoyksiköt kasvavat ja palveluyksiköt erikoistuvat muodostaen pienyritysten verkoston. Tämä kirja näyttää kertovan Tiimiakatemiasta, jossa jo moni tässä kirjassa kerrotuista asioista toteutuu. Kuten taito dialogiseen vuorovaikutukseen on oppivan organisaation ja tiimityön toiminnan ja kehittymisen edellytys. 25 kolahdusta. Y1+Y2+Y3. Valmentajille.
- 
- ★★ **Jalava, Urpo & Vikman, Ari**  
1 Työ ja oppiminen yrityksissä – Ongelmista ratkaisuihin  
*WSOY 2003*  
951-0-27001-6  
*Pitempi artikkeli: [www.partus.fi](http://www.partus.fi)*
- Tämä ongelmalähtöisen oppimisen (PBL) käsikirja antaa ohjeita menetelmän käytöstä työpaikoilla. Menetelmässä on keskeistä henkilöstön lisääntyvän osaamisen yhdistäminen työpaikan käytännön ongelmien ratkaisemiseen. Ongelmaperustaisen oppimiseen perustuvassa ratkaisunhaussa korostuu uuden tiedon merkitys sekä osaamisen kasvun yhdistäminen käytännön toimintaan. Ongelmalähtöiselle oppimiselle on ominaista ns. aidot kysymykset, joiden tarkoituksena on uuden asian ymmärtäminen tai ongelman ratkaiseminen. Toiminnasta oppimisessa suurin vahvuus on siinä, että uusia näkemyksiä syntyy, kun ryhmän jäsenet eivät entuudestaan tunne selvittävää ongelmaa. Tehokkainta oppiminen on, jos ryhmä selvittää uutta tehtävää vieraassa ympäristössä.
- Ongelmaperustaisen oppimisympäristön perustana on ongelmaperustainen, ryhmäjäsenskeskeinen pedagogiikka ja idea, että ryhmä kykenee jäsentensä erilaisia näkemyksiä yhdistelemällä ratkaisemaan ongelmia ja oppimaan niiden ratkaisuista. Ryhmässä toimiminen ja oppiminen perustuvat vuorovaikutukseen, jonka välineenä on pääasiassa keskustelu. Puhumme dialogista eli ajattelusta yhdessä. Opimme sietämään erilaisia ajatuksia. Kun henkilöt ajattelevat asioista hyvin samalla tavalla, oppimista ei tapahdu useinkaan kovin paljon. Ajatusten erilaisuus herättää ristiriitoja konflikteja, jotka luovat uutta ajattelua silloin kun ryhmä luottaa toisiinsa. Monet ihmiset eivät edes harkitse yhdessä ajattelua, vaan he ajattelevat yksinään.
- Valmentajan rooli on yhteistoiminnan edellytysten kehittäjä. Hän on myös organisaation rakentaja. Valmentajan roolissa on kolme keskeistä tehtävää: oppimisen tukeminen, yhteistyön edistäminen ja välittäjänä toimiminen. Ongelmaperustaisen oppimisen ryhmän valmentajaksi kasvetaan vaiheittain. Valmentajalla on hyvä olla ainakin yksi ohjattava ryhmä valmentajaksi kasvun aikana. Valmentajan taidoista ja ajankäytöstä riippuen ryhmiä voi olla enemmänkin. Kokemus ryhmän toiminnasta ja sen ohjaamisesta on kuitenkin tärkeä. Hyvä valmentaja tuntee oman alansa hyvin, käyttää omaa persoonallista huumoriaan hyväksi, osaa selittää asiat ymmärrettävästi ja sitouttaa porukan mukaan toimintaan. Jokainen tulee löytää oma tapansa valmentaa. Ihannevalmentaja on sellainen, että kaikki tulisivat hänen palaverieihnsa mielellään kuuntelemaan ja tekemään yhteistyötä. Tämän teoksen mukaisen PBL-ymmärtämisen mukaan erot tiimioppimiseen eivät ole kovin suuret. 54 kolahdusta. Y1+Y2+Y3+V.
- 
- ★★★ **Leinonen, Niina & Partanen, Johannes & Palviainen Petri**  
2 Tiimiakatemia - Tositarina tekemällä oppivasta yhteisöstä  
*PS-Kustannus 2002*  
952-451-047-2
- Tämä kirja on kovan ponnistuksen tulos. Parhaiten kirjaa kuvaa professori Pertti Kettusen arviointi Keski-suomalaisessa 5.2.02: ”Kirjassa on Tiimiakatemiassa tarina. Siinä on uuden yhteisöllisen tekemällä oppimisen opiskeluprosessin tarina. Siinä on lisäksi tiimijattelun teoreettisen perustan ja ideologian kehitysprosessin kuvaus. Kirja on lähes tieteellisen oloinen analyysi Tiimiakatemiasta. Uudessa opiskelutavassa keskeinen tekijä on oppiva yhteisö. Yksinäisen maailman valloittavan sankarin tarina ei Tiimiakatemia ole eikä voi olla. Kirja on edelleen ajankohtainen ja kertoo TA:n oppimisen peruseriaatteet. Joidenkin oppimisen työkalujen nimet voivat olla tänä päivänä toiset. Kolahduksia 17.” Johannes Partus -kategoria. Y1+Y2+Y3+A3+A2+A1+J1+J2+I1+I2+B1+B2+V. On ilmestynyt myös englanniksi.
- 
- ★★★ **Marquardt, Michael J.**  
3 Building the Learning Organization  
*Davies-Black Publishing 2004*  
0-89106-165-7 (engl.)
- Menneen syksyn 2004 aikana luin yhteensä 58 kirjaa ja tämä teos oli niistä paras. Tykkäsin hurjasti. Tässä rakennetaan oppiva organisaatio erään mallin perusteella, joka hyvin istuu yhteen Tiimiakatemiassakin käytettävän Rakettimallin kanssa. Tekijän mukaan 10 vuoden kuluttua on vain oppivia organisaatioita. On tärkeää havaita, että tiimioppiminen eroaa radikaalisti tiimitreenauksesta, koska edellinen sisältää enemmän kuin ryhmätaitojen hankkimisen. Tiimioppiminen korostaa itseohjattua oppimista, luovuutta ja ideoiden vapaata virtausta. Menestyksellinen tiimioppimissysteemi varmistaa sen, että tiimit jakavat sekä positiiviset että negatiiviset kokemuksensa toisten organisaation tiimien kanssa ja siten ne edistävät voimakasta älypääoman kasvua. Oppiminen tapahtuu aina kolmella tasolla: yksilön (Y1), tiimin (Y2) ja organisaation (Y3) tasolla. Oppiva organisaatio ottaa kaikki mukaan oppimaan. Tärkein johtajan vastuu tänään on muiden oppimisen mahdollistaminen. 92 kolahdusta. Johannes Partus -kategoria. 5 T:n teorian ydinkirja. Valmentajien must. Y1+Y2+Y3+J1+J2+V.

## 2.3. Yhteisöllisyyden kehittämisen työkalut – 14 hyvää kirjaa

### ★★★ **Tapscott, Don**

3

**UUSI!**

Syntynyt digiaikaan, sosiaalisen median kasvatit

*WSOYpro 2010*

978-951-0-36583-0

*Pitempi artikkeli: [www.partus.fi](http://www.partus.fi)*

Nettisukupolven (synt. 1977 -) ymmärtäminen auttaa kirjan tekijän mukaan ymmärtämään tulevaisuutta. Nettisukupolvi on kasvanut on kasvanut yhteisöllisyyteen. Hiukan suomalaista lukijaa häiritsee pohjois-amerikkalainen näkökulma, mutta se täytyy vain ylittää. Monet kuvatut asiat tapahtuvat tunnistettavasti myös täällä Pohjolassa. Esimerkiksi nettisukupolvi oppimassa on aika paljolti sitä mitä Tiimiakatemiassa tapahtuu jo tänään. Tehdessään ostopäätöksiä ja valitessaan työpaikkaa nettisukupolvi kiinnittää huomiota liiketoiminnan eettisyyteen ja avoimuuteen. Nettisukupolvi haluaa viihtyä ja leikkiä töissä, opiskelupaikoilla ja sosiaalisessa elämässä. Tämä sukupolvi luo leikinomaisen mentaliteetin työpaikoille. He ovat yhteistyön ja suhteiden sukupolvi.

Tekijä on testannut nettisukupolven kahdeksan normia eri puolilta maailmaa 6000 nuoren haastattelututkimuksessa. Nuo kahdeksan normia ovat 1) vapaus, 2) räätälöinti, 3) tutkiminen, 4) eettisyys, 5) yhteistyö, 6) viihde, 7) nopeus ja 8) innovatiivisuus. Nämä kahdeksan normia ovat syvällä nykypäivien nuorien kokemusmaailmassa ja etenkin heidän mediasuhteissaan. Heidän vapaudenkaipuunsa muuttaa kirjoittajan mukaan myös koulujärjestelmää. Opetuksen pitäisi tapahtua siellä missä he haluavat ja milloin he haluavat. Saapuminen tiettyyn aikaan tiettyssä paikassa pidettävälle, keskinkertaisen opettajan luennolle, jossa he ovat passiivisia kuuntelijoita, tuntuu heistä vanhanaikaiselta tai ettei se sovi heille ollenkaan.

Nykyinen opetusmalli on opettajakeskeinen, yksisuuntainen ja kaikille sama. Se eristää opiskelijan oppimisprosessin sisään. Monet nettisukupolven ihmiset oppivat enemmän tehdessään yhteistyötä – sekä opettajansa että toistensa kanssa. He ovat esimerkki esille nousevasta uudesta koulutusmallista, joka on oppilaisiin keskittyvä ja monia muokattavia ja yhteistyövaltaisia opetustapoja hyödyntävä. Nykyään käytössä oleva koulutusjärjestelmä on suunniteltu teolliselle aikakaudelle. Sen keskipisteessä on opettaja, joka opettaa kaikille sovitetulla tavalla luennoimalla yksisuuntaisesti oppilaille. Oppilaan tehtävä on ottaa vastaan opettajan antama tieto.

Mitäs sanotte tästä: ”Opettajien pitäisi astua kateederiltään ja ryhtyä kuuntelemaan oppilaita ja keskustelemaan heidän kanssaan pelkän luennoinnin sijaan. Toisin sanoen heidän tulisi luopua julistavasta tyylistä ja vaihtaa keskustelemaan tapaan. Toiseksi heidän tulisi rohkaista oppilaita etsimään itseään ja oppimaan aktiivinen tiedonetsintäprosessi sekä kriittistä ajattelua opettajan luennoiman asian ulkoa opetteluun sijaan. Kolmanneksi heidän tulisi rohkaista oppilaita tekemään yhteistyötä keskenään ja koulun ulkopuolisten kanssa. Lopuksi heidän pitäisi räätälöidä opetustyylit oppilaiden yksilöllisten oppimistapojen mukaan.”

Nettisukupolven tulo merkitsee, että monien markkinoinnin perusajatusten täytyy muuttua. He auttavat muokkaamaan brändiä ja tuotetta. He eivät myöskään siedä luennointia, oli se miten ystävällistä tahansa. Kommunikointi, kaksisuuntainen keskustelu korvaa tavallisen mainoksen. Luotettavuus on yksi tämän interaktiivisen brändin peruskivistä. Koska nettisukupolven ihmiset tutkivat tuotetta ja sen hintaa internetissä, he neuvottelevat hinnasta. Lopuksi he odottavat tuotteiden tarjoavan heille kokemuksia. Loistava kirja joka tapauksessa. 103 kolahdusta. Y1+Y2+Y3.

### ★★ **Tartt, Donna**

2

Jumalat juhliivat öisin

*WSOY 1993*

951-0-18966-9

Jokaisen tiimiläisen klassikko. Tiimillä on musta puolensakin ja sekin on tunnettava. En tiennyt, enkä tiedä vielä, juuri mitään Johannes Partuksen elämästä luokan ulkopuolella, ja ehkä juuri se sai kaiken mitä hän sanoi tai teki niin kiehtovan arvoitukselliseksi. Varmasti hänen yksityiselämänsä oli täynnä vikoja kuin muidenkin, mutta se ainoa puoli jonka hän salli meidän nähdä oli kiillotettu niin täydellisen virheetömäksi, että uskoin hänen muualla ollessaan elävän elämää joka oli liian hienostunut jotta osaisin edes kuvitella sitä. Genis gratut, corpore glabellus, arte multiscius, et fortuna opulentus. Toisen vuoden must ja Johannes Partus -kategoria. Y2+Y1.

### ★★★ **Wenger, Etienne & McDermott, Richard & Snyder, William M.**

3

Cultivating Communities of Practice – A Guide to Managing Knowledge

*HBS Press 2002*

1-57851-330-8 (engl.)

*Pitempi artikkeli: [www.partus.fi](http://www.partus.fi)*

Tämä on yksi huippukirja, niistä 64 kirjasta, jotka luin kevään 2005 aikana. Käytäntöyhteisöt ovat sellaisten ihmisten ryhmiä, jotka jakavat yhteisen intohimon samoihin aiheisiin ja ongelmiin syventäen samalla tietämystään ja asiantuntemustaan. Olemme itsekin saaneet hyviä kokemuksia käytäntöyhteisöistä tree-naamalla kahta tai kolmea tiimiä yhdessä. Käytäntöyhteisö muodostuu kolmesta eri rakenteesta ja niiden kombinaatiosta: domainista, joka määrittelee aiheet; yhteisöstä, joka pitää huolta domainista; sekä jaetusta käytännöstä, jolla yhteisö kehittää tehokkaasti domainiaan. Kun nämä kolme rakennetta toimivat hyvin yhdessä, niistä syntyy ihanteellinen tietorakenne – sosiaalinen rakenne. Ilman domainia yhteisö on vain ryhmä ystäviä. Käytäntöyhteisön rakentamisessa on tärkeää, että jäsenet tapaavat säännöllisesti keskustellen tärkeistä domainia koskevista aiheista. Tiimiakatemiain perusdomain on nykyisin yrittäjyys ja erityisesti tiimiyrittäjyys. Sopiva yhteisön koko on 15–20 jäsentä. Yhteisön menestys riippuu siitä energiasta, jonka yhteisö itse luo, ei siis ulkopuolisesta lähteestä. Kaikki käytäntöyhteisöt riippuvat sisäisestä johtajuudesta, mutta terveet yhteisöt eivät riipu kokonaan yhden persoonan johtamisesta. Johtajuus jaetaan ja on tyypillistä koko yhteisölle. Yhteisöt tarvitsevat yleensä valmennusta ja metodologista tukea saavuttaakseen täyden potentiaalinsa. Mahtavia kolahduksia peräti 127 kappaletta. Valmentajien must. Johannes Partus – kategoria. Teoriamme ydinkirja. Y1+Y2+J2.

### 3.5 Yrittämisen klassikot - 20 merkittävää kirjaa

★	<b>Spector, Robert &amp; McCarthy, Patric D.</b>	Maailman paras asiakaspalvelu. Totuus on se, meillä ei ole varaa kerskua. Jos sen tekisimme, saattaisimme alkaa uskoa omiin tarinoihimme, ylpistyä ja lakata yrittämästä. Menestyksessämme on yksinkertaisesti kyse palvelusta, valikoimista, oikeasta hinnoittelusta, kovasta työstä ja pelkästä onnesta. Nordstomille ei mielellään oteta sellaisia, joilla on aikaisempaa kokemusta myymisestä. Kirja on pakollista luettavaa jokaiselle asiakaspalvelusta, markkinoinnista ja yritysjohdosta kiinnostuneelle. Nordstromin sääntö numero 1: ”Käytä omaa harkintakykyäsi kaikissa tilanteissa. Muita sääntöjä ei ole.” Y1+Y3+A1.
2	The Nordstrom Way. <i>John Wiley &amp; Sons 2000</i> 0-471-35486-4 (engl.)	
★★	<b>Stewart, Thomas A.</b>	Yrityksissä, joiden varallisuus muodostuu älyllisestä pääomasta, verkostot ovat oikea organisaatioiden design (ei hierarkia). Älypääoma muuttuu varannoksi silloin kun luodaan jokin hyödyllinen järjestys vapaasti virtaavasta aivotoiminnasta. Älypääoma on hyödyllistä silloin kun se liikkuu. Se on hyödytöntä, jos se istuu yksin huoneessa. Tämä kirja on muokannut paljon Tiimiakatemia aivoteollista käsitettä. Tieto on saatava askelkemaan yksilöltä tiimille, tiimien kesken ja sitten verkostoon. Lue tämä yhdessä Nonakan kanssa niin tiedät missä mennään. 32 kolahdusta. Kjellin lempiteoksia, lue ihmeessä! TOP TEN -kirja. Kolmannen vuoden must. Johannes Partus -kategoria. Y1+Y2+Y3+J1+J2+I1+I2+A3.
3	Intellectual Capital, The New Wealth of Organizations <i>Currency Doubleday 1997</i> 0-385-48228-0 (engl.)	
★★★	<b>Stone, Irving</b>	Enemmän kuin elämäkerta, enemmän kuin romaani. Mahtava kertomus siitä, mitä ihminen voi saada aikaan. Luin itse tämän kirjan kesällä 1987. Selailin tämän uudelleen tänä kesänä eli 13 vuotta myöhemmin. Michelangelo oli oman aikansa suurimpia yrittäjiä (500 vuotta sitten) ja taiteilijoita. Jotenkin tuntuu, että hän on ajankohtaisempi tänään kuin koskaan aikaisemmin. Taiteen merkitys kasvaa koko ajan yrittäjyydessä. Taiteilijan koko elämäntehtävä on jatkuva parantaminen. Michelangelo oli teemamme 2005. Olen lukenut melko paljon elämäkertoja, mutta kyllä tämä on paras. Toisen vuoden must. Johannes Partus -kategoria. Y1+Y2+Y3+J1+J2+I1+B1+B2+V.
2	Michelangelo, taiteilijajane- ron elämä romaani <i>WSOY 1984</i> 951-0-12736-1	
★★★	<b>Stähle, Pirjo &amp; Laento, Kati</b>	Kirja käsittelee strategista kumppanuutta yhtenä arvomuodostuksen tärkeimpänä elementtinä ja ylivoimaisena tapana lisätä yrityksen tietopääomaa ja kilpailukykyä. Tekijä valottaa partnerisuhteen rakentumisen vaiheita sekä kumppanuuden vaatimia taitoja organisaation ja yksilön näkökulmasta. Perinteinen ”hyvä johtaminen” tuottaakin lopulta epäonnistumisen. On tärkeää ymmärtää, että vain ne yritykset tulevat menestymään, jotka kykenevät luomaan tulevaisuutta ja herättämään siihen liittyviä tarpeita. Verkosto- maisen toiminnan ydinkäsite on itseorganisoituminen. Se syntyy ainoastaan kaaoksen tai voimakkaan tasapainottomuuden pohjalta. Kontrolli ja hallinta ei sitä koskaan tuota. Lantin toinen puoli on kuitenkin siinä, että innovatiivisuus ei koskaan kiteydy tuotteiksi ja innovaatioiksi markkinoille ilman järjestelmällisyyttä ja selkeitä, tuotantoon, palveluun ja johtamisen liittyviä järjestelmiä. Itseorganisoitumisen johtaminen tuottaa paljon päänvaivaa. Asiat on opittava näkemään täysin uudesta näkökulmasta. Tämä kirja on selkeästi TOP TEN -listalla ja tuli 34 kolahdusta. Toisen vuoden must. Johannes Partus -kategoria. Y1+Y2+Y3+J1+J2+A3+V.
2	Strateginen kumppanuus - tapa tuottaa ylivoimaa <i>WSOY 2000</i> 951-0-24601-8	
★★	<b>Thomas, Bob</b>	Bob Thomasin seikkaperäinen elämäkerta on kiehtova tarina miehestä, joka hellittämättömällä sitkeydellä ja uutteruudella pyrki päämääräänsä – luomaan tarun ja toden valtakunnan, jota ilman maailma olisi paljon köyhempi. ”Satun olemaan tiedonhaluinen kaveri. Kun näen asioita, joista en pidä, alan miettiä: miksi asioiden pitää olla näin ja miten voisoin parantaa niitä?” Jatkuva kehittäminen on johtajuuden ydin. Kaiken minkä voi unelmoida, voi myös tehdä. Kukahan tämänkin lausui? Olemme kaikki Waltin lumoissa. Olen itsekin vierailut Anaheimissa alkuperäisessä Disneylandissa. Ja se teki kyllä vaikutuksen. Millainen palvelu? 35 kolahdusta. Voin suositella. Y1+Y2+Y3+J1+J2+I1+B1+B2.
3	Walt Disney - elämäkerta <i>Helsinki Media 2001</i> 951-32-0178-3	

## 4.2. Johtajan / valmentajan taidot ja työkalut – 60 hyvää kirjaa

- 
- ★★★ **Bennis, Warren & Spreitzer, Gretchen M. & Cummings, Thomas. (toim.)**  
3  
The Future of Leadership  
*Jossey-Bass 2001*  
0-7879-5567-1 (engl.)
- Tämä Warren Bennisin pitkän uran juhla-kirja oli makeaa luettavaa jouluna 2002. Ostin kirjan sokkona Akateemisesta ja ajattelin, että jos tästä saisi joitain ideoita omaan johtamiseensa. Onhan Tiimiakatemia postmoderni yhteisö, jossa ei päde enää kaikki hyvät vanhat opit. Ja tulihan kolahduksia peräti 112 kappaletta. Olenko pehmenemään päin? Sitten muutampia hyviä poimintoja: Lähde aina johtajana siitä miten muutut itseäsi. Mitä leadership on? Ensimmäiseksi se on jokaisen bisnes. Toiseksi leadership on suhdერიhmasto. Ja kolmanneksi leadershipin kehittäminen on itsensä kehittämistä. Olemme panneet liikkeelle suunta-prosessin, joka on yrittäjäys. Nyt alkaa nuorten johtajien esiinmarssi. Panostamme johtajuuteen valtavasti (heavily) ja siitä tulee yksi säätien kivijaloista. Löydä siis johtaja sisältäsi. Superhyvä kirja, vaikkakaan olekaan kovin innostunut toimitetuista kirjoista. Mutta tämä on onnistunut. Selvästi Johannes Partus-kategoriaan. J2+Y1+Y3.
- 
- ★ **Birkinshaw, Julian & Cramer, Stuart**  
2  
Leadership the Sven  
Göran Eriksson Way  
*Capstone Publishing 2002*  
1-84112-589-X (engl.)  
*Pitempi artikkeli: [www.partus.fi](http://www.partus.fi)*
- Joukkuelajien valmentajat ovat meilläkin Suomessa ryhtyneet luennoimaan yritysjohdolle, miten joukkueita johdetaan. Kertooko tämä sen, että yritysjohtajilla on pallo pahasti hukassa? Joka tapauksessa tämä kirja Englannin jalkapallomaajoukkueen ruotsalaispäävalmentajan ajatuksista on mielestäni aika onnistunut. Sinun ei tarvitse olla suuri pelaaja tullaksesi hyväksi valmentajaksi. Johtajuus vaatii erilaisia taitoja. Johtajuus on erilaista ja johtajat ovat erilaisia. Johtajuus on tiimityötä. Ajattele aina tiimin kautta. Johtajuus on aina kontekstiin sidottua. Siis millaista johtajuuden pitää meillä olla, että onnistumme? Johtajuus koostuu yksinkertaisista periaatteista pitäen mielessä sen mistä ne ovat kumpunneet. Valmentaminen on sitä, että jokainen tuntee olevansa osa tiimiä, jokaista kannustetaan yhteistyöhön ja informoidaan suoriutumisesta sekä ollaan kiinnostuneita yksilöllisestä suorituksesta. Liideri tarvitsee reilun annoksen nöyryyttä ja itsetuntoa. Hänen on aistittava kulloinkin näkökulma että hän voi haastaa ne uskomukset, joita hän on aikaisemmin pitänyt tosina. Hänellä on oltava näkemys tulevaisuudesta ja hänen on oltava tietoinen uusista idealähteistä. Paras motiivointikeino on luoda hieno työympäristö ja vahva yhteisöhenki. Ole positiivinen, luota ihmisiin ja saa aikaan tyyni fokus. Johtaminen on yksinäistä hommaa. Ota itsellesi kaveri, joka täydentää sinun osaamistasi. Kasvata johtajistasi muutosagentteja. 32 kolahdusta on paljon. J2+Y1+Y2+Y3.
- 
- ★ **Conger, Jay A. & Riggio, Ronald E. (edited)**  
3  
The Practice of Leadership - developing the next generation of leaders  
*Jossey-Bass 2007*  
0-7879-8305-5 (engl.)  
*Pitempi artikkeli: [www.partus.fi](http://www.partus.fi)*
- Tämä kirja on kooste johtamisen käytännöistä Amerikan näkövinkkelistä. Kirja koostuu artikkeleista, joissa käsitellään ihmisten johtamisen kehittämistä, liiderin tehtäviä, organisaation johtamista ja johtamista yleensä tämän päivän maailmassa. Toimitetuissa koosteissa on se huono puoli, että artikkelit voivat olla lukijalle joko erittäin kiinnostavia tai vähemmän kiinnostavia ja vielä vähemmän kiinnostavia. Artikkelien kirjoittajat ovat kuitenkin epäilemättä oman alansa asiantuntijoita. Ennen kuin organisaatit valitsevat johtajia, on määriteltävä mitä ne odottavat johtajiltaan. Nämä odotukset voidaan ilmaista henkilökohtaisten kompetenssien termeillä, vaikkakin on muistettava, että tulokset ratkaisevat. Johtajalla on oltava karaktääriä ja arvot, jotka sopivat organisaatioon.
- Yrittäjämäisesti toimivilla johtajilla on motivaatio aloittaa uusi organisaatio. He asettavat painopisteeksi bisneksen kasvun, kulttuurin kehittämisen, uskottavuuden ja ovat huolissaan organisaation eloonjäämisestä. Kaiken kaikkiaan siirtyminen painopisteestä minä kaikkiin meihin, on tällä hetkellä menossa oleva prosessi useissa organisaatioissa. Johtajien on vastattava pikemminkin haasteisiin kuin listaan yksilöllisiä kompetensseja. Siis kompetenssi on pikemminkin se, miten tehokkaasti johtajat tekevät työnsä ja saavat aikaan organisaation tarvitsemia tuloksia. Nuoret johtajat lähetetään vaikeimpiin paikkoihin. Huomisen johtajat saavat koulutuksensa käsittelemällä tämän päivän haasteita. Johtajien oleellinen rooli kehittämisessään johtajaksi on johtaa. Tarvitsemme siis päteviä valmentajia, jotka auttavat jokaista johtajaa parantamaan suoriutustaan. On opittava jatkuvasti omista kokemuksistaan. Hyvä ihmisten johtaminen sisältää sen, että tehdään oikeita asioita juuri noissa erityisolosuhteissa – otetaan huomioon tehtävä, seuraajat, tilanne, ajoitus ja prosessi. 30 kolahdusta. Y1+Y2+Y3+J1+J2.
- 
- ★★★ **Drucker, Peter F.**  
3  
Druckerin parhaat  
*WSOY 2002*  
951-0-26832-1
- Yli 90 vuotias, maailman arvostetuin liikkeenjohdon guru on koonnut keskeisimmät ajatuksensa 60 vuotta kestäneen konsultointiuransa aikana. Johtamisen perustehtävä on aina sama: saada ihmiset kykeneviksi yhteisiin saavutuksiin yhteisten päämäärien, arvojen, oikean rakenteen, tarvittavan koulutuksen ja kehittämisen avulla, jotta he voisivat toimia tuloksellisesti ja vastata muutokseen. Alasta riippumatta jokainen uusi organisaatio heikkenee ilman johtamista. Innovoiminen puute on suurin yksittäinen syy vakiintuneiden organisaatioiden alamäkeen. Suurin yksittäinen syy uusien yritysten epäonnistumiseen on, ettei niitä osata johtaa. Johdon ensimmäinen tehtävä on miettiä yrityksen yhteiset päämäärät ja arvot ja olla itse esimerkki näistä arvoista. Jokainen yritys on oppiva ja opettava yhteisö. Koulutus ja kehittäminen tulee rakentaa luonnostaan osaksi yritystä, sen kaikille tasoille, ja sen pitää olla jatkuvaa. Meillä Tiimiakatemiassa on selkeä tehtävä: kouluttaa, valmentaa ja kasvattaa yrittäjiä aivoteolliseen rihmastoomme. Tehtävän luonteesta johtuu että meillä on oltava tietty rakenne ja siksi on kehitettävä tehtävään sopiva ”organisaatio”. Luin tämä ensimmäisenä vuoden 2003 kirjana. Huikeat 207 kolahdusta. Tässä kirjassa on kerrottu kaikki keskeisimmät johtamisen periaatteet niin monista näkökulmista että. Ilmeisesti luin paljon rivien välistä. Olenko sen oppinut vihdoin 30 vuoden jälkeen? Ehdottomasti Johannes Partus -kategoria ja kolmannen vuoden must. Johtamisen Top Tenin kirja. Tiimiakatemia uusi kolahdusennätys. Viiden T:n teorian ydinteos. J1+J2+Y1+Y2+Y3.
-

## 5.1. Valmentaminen – 19 hyvää kirjaa

- 
- ★ **Dembkowski, Sabine & Eldridge, Fiona & Hunter, Ian**  
2  
The Seven Steps of Effective Executive Coaching  
*Thorogood Publishing 2007*  
1-854183-33-8 (engl.)
- Jos aiot kehittää valmentajan taitojasi, niin tämä kirja voi olla kiinnostava. Teoksessa esitetään yksinkertaisella tavalla, käytännön esimerkeillä höystettynä, systemaattinen ja joustava tapa valmentaa johtajia valmentajiksi. Arvioijat antavat tästä jopa neljä tähteä viidestä. Kirjan ytimen muodostaa valmentamisen tulosmalli (Achieve Coaching Model), joka on yksityiskohtaisempi kuin laajalti käytetty GROW-malli.
- Coaching on yksi tapa yksilön kehittämiseksi. Valmentaja auttaa yksilöä saavuttamaan koko potentiaalinsa. Kirjan käsittelemä johtajien valmennus tapahtuu aina organisaation kontekstissa. On myös aina kyse oppimisprosessista, jolla on selvä päämäärä. Prosessi on induktiivinen lähtien aikaisemmasta kokemuksesta ja tiedosta, joiden avulla tulkitaan nykyhetkeä ja ennustetaan tulevaisuuden toimia.
- Kun GROW-malli muodostuu neljästä vaiheesta (Goal, Reality, Oppotunity, Will/wrap up/what next?), niin kirjan esittelemä malli koostuu seitsemästä vaiheesta: Assess the current situation, Creative brainstorming of alternatives, Hone goals, Initiate options, Evaluate options, Valid action programme design ja Encourage momentum (eli alkukirjaimet: ACHIEVE). Kirjassa sitten käydään läpi yksityiskohtaisesti nämä seitsemän vaihetta avustavine kysymyksineen. 20 kolahdusta. Y1+J2+V.
- 
- ★★★ **Downey, Myles**  
3  
Effective Coaching, Lessons from the coach's coach  
*Thomson 2003*  
1-58700-172-1 (engl.)  
*Pitempi artikkeli: www.partus.fi*
- Tekijä jakaa tässä teoksessaan uudenlaista ajattelua valmentajien valmentamisesta. Kirja on hyvin paljon työkalukirja. Kun teemme workshoppeja, aloitamme melkein aina pyytämällä jotakin ryhmästä tulemaan eteen ja valmentamaan muita aiheenaan oikea bisnesasia. Valmennusdemonstraation lopussa kysymme muilta osanottajilta yksinkertaisen kysymyksen: Mitä huomasitte? Vastaukset ovat moninaisia, mutta yksi asia on varma, että valmentaminen on paljon monimutkaisempaa kuin usein kuvitellaan. Tehokkaassa valmennuksessa on aina kolme tekijää: saada aikaan, saada asia loppuun ja ilo. Ne ovat kaikki linkittyneet yhteen. Oppiminen ilman aikaan saamista hyyyty nopeasti. Aikaansaaminen ilman oppimista taas on tylsää.
- Valmentamisen määritelmä: ”Valmentaminen on taito helpottaa toisen suoritusta, oppimista ja kehittymistä.” Valmentaja pyrkii aina parantamaan suoritusta. Oppiminen on yhtä tärkeää kuin suoritus, koska pitemmällä tähtäyksellä organisaation suoritus riippuu siitä. Kehittymisessä on taas kyse henkilökohtaisesta kasvusta ja suuremmasta itsetietoisuudesta. Helpottaminen taas on auttamista syvällisempään ajatukseen tai luovaan ideaan. Valmentajan on silloin luovuttava siitä, että hänellä on oikea vastaus. Valmentajan rooli on tehdä valmennettavalle mahdolliseksi tutkiminen ja parempi ymmärrys päätöksenteossa kuin muuten olisi mahdollista. Inhimillistä suoritusta häiritsee eniten pelko ja epäily. Esitä aina ehdotuksesi tarjouksena: ”Minulla on ehdotus, haluaisitko kuulla sen?” Ihmiset oppivat valmentamisen tekemällä sitä ja 80 % mistä tahansa ohjelmasta pitäisi keskittyä käytäntöön. Valmentaja kysyy aina treenin tarkoituksen ja kysyy myös onko muilla vielä muita päämääriä. 65 kolahdusta. Erityisesti valmentajille pakollista lukemista. Tämä on ollut tähän asti paras bisnesvalmentajien kirja. Y1+Y2+Y3+J1+V.
- 
- ★★ **Flaherty, James**  
3  
Coaching – Evoking Excellence in Others  
*Butterworth-Heinemann 1999*  
0-7506-9903-5 (engl.)
- Tätä teosta kehuu ystävämme Peter Senge parhaaksi valmennuskirjaksi. Taitaa olla Jamesin kaveri. On tämä kuitenkin hyvä kirja. Esa Saarinen aina kertoo siitä, että jokaisen sisällä on aarrearkku, johon voit löytää avaimen. Tässä teoksessa on paljolti siitä kysymys. Hyvä valmentaja saa toiset kukoistamaan. Tekijä aloittaa kirjan: ”Kuinka voin auttaa ja tukea jonkin henkilön kyvykkyyttä kunnioittavalla, arvostavalla ja tehokkaalla tavalla?” Kieli on keskeinen havainnointiväline. Jos valmentamisen tarkoitus on muuttaa käyttäytymistä, silloin valmentajan tehtävä on löytää ne tavat, jotka voivat aiheuttaa halutun muutoksen. Valmentamisen on perustuttava aina molemminpuoliseen kunnioitukseen, molemminpuoliseen luottamukseen ja molemminpuoliseen ilmaisunvapauteen. Valmentajan on puhuttava siten, että se vapauttaa valmennettavan toimintaan. Tukiverkosto on ryhmä ihmisiä, jotka me voimme kutsua koolle silloin kun tarvitsemme informaatiota, emotionaalista tukea tai apua. Kukaan ei ole koskaan hallinnut taitoa yksin. Picassolla oli Braque ja Eliotilla oli Ezra Pound. Jossakin vaiheessa ohjelmaasi onohdat mitä olet tekemässä ja silloin tarvitset apua ja verkoston tuki voi olla hyödyllistä. 40 kolahdusta. Suosittelen tätä kirjaa valmentajille. Y1+J1+V.
- 
- ★★ **Hargrove, Robert**  
3  
Masterful Coaching  
*Jossey-Bass / Pfeiffer 2008*  
978-0-470-29035-4 (engl.)  
*Pitempi artikkeli: www.partus.fi*
- Sinusta tulee mestarivalmentaja seuraavien vaiheiden kautta: 1) aloittelija, 2) edistynyt aloittelija, 3) pätevä (kykenevä), 4) virtuoosi (loistava) ja 5) mestari (keksii uusia sääntöjä, tulee legendaksi). Johtajien täytyy kaikilla tasoilla keksiä itsensä uudelleen. Jokainen yritys tarvitsee valmentajia, jotka voivat auttaa ihmisiä venymään tavoitteissaan. Jokainen koulu käy läpi kriisiä kuinka kouluttaa opiskelijoita, jotka vaativat opettajiltaan vähemmän kurssiohjattua oppimista ja enemmän oppijakeskeistä oppimista. Mestarivalmentaja on liideri, joka on luonteeltaan vision rakentaja ja arvojen muokkaaja eikä pelkästään tekniikko, joka auttaa ihmisiä saavuttamaan tavoitteensa kikkojen erilaisten tekniikoiden avulla.
- Ensinnäkin valmentaminen on vahvaa kumppanuutta. Mestarivalmentaja kertoo sinulle, että jonkin suuren saavuttaminen vie ainakin vuoden, koska sinun on voitettava vanhat mallit. Toiseksi olet mukana rakentamassa tulevaisuutta, jonka ihmiset haluavat luoda. Kolmanneksi sinun on keksittävä itsesi uudelleen mieluummin kuin annat periksi visiolle kokiessasi väistämättömiä takaiskuja. Valmentajat valmentavat yksilöitä, mutta varmistavat että valmentaminen liittyy aina organisaation laajempaan visioon ja tavoitteisiin. Neljänneksi valmentaja on ajattelukumppani Viidenneksi valmentaja laajentaa ihmisten kykyä suorittaa tehtävänsä menestyksellisesti. Miten saat projektit ja tiimit toimimaan? Seuraavasti: 1) aseta pakottavia, kiireellisiä ja lyhyen tähtäyksen tavoitteita, 2) fokusoi siihen mitä voit tehdä nyt, 3) ajattele viikkoina, ei kuukausina, 4) rakenna kiireellisyyden ja jännityksen tunne, 5) ota käyttöön tiimityö ja 6) ryhdy käyttämään juuri oikeaan aikaan treenejä (älä kouluta varastoon). 82 kolahdusta. Y1+Y2+Y3+J2.
-

## 6.3. Brandi ja mielikuvien kehittämisen työkalut – 28 hyvää kirjaa

- 
- ★ **Edwards, Helen & Day, Derek**  
2  
Creating Passion Brands, how to build emotional brand connections with customers  
*Kogan Page 2007*  
978-0-7494-4762-5(engl.)
- Brändillä on oltava sielu ja asiakkaan on haluttava sitä. Voitko ulkoistaa sielusi? Asiakkaan on uskottava brändiin. Asiakkaan on uskottava, että brändi tekee maailmasta paremman. Tämä ajatus liittyy kaikkiin maailman parhaimpiin brändeihin. Vahva brändiin uskomisen ruokkii brändin yhtäpitävyyttä ja koskemattomuutta. Brändin koskemattomuus vaikuttaa siihen, että brändi pystyy rakentamaan ympärilleen yhteisön, jota voidaan verrata kirkkoon uskomuksineen. Brändin on oltava aktiivinen. Vaikka intohimoja herättävät brändit ovat erilaisia historiansa, tuotekategoriansa, omistuksensa ja kokonsa mukaan, niillä kaikilla on kuitenkin kolme ominaisuutta: 1) Ne ovat ytimeltään uskottavia. 2) Niiden luotettavuus perustuu niiden suorituskykyyn. 3) Ne pysyvät virkeinä alati muuttumassa maailmassa. Ilman intohimobrändejä maailmasta puuttuisi jotain. Kirja sisältää paljon ideoita brändin sielun elämän kehittämiseen. 30 kolahdusta. B1+B2.
- 
- ★★★ **Gad, Thomas**  
2  
4D - Brandimalli – menetelmä tulevaisuuden brandin luomiseen  
*Kauppakaari 2001*  
952-14-0512-0
- Tämän kirjan avulla laadimme näppärästi brandikirjekuoren myös Tiimiakatemiaalle. Jos et erotu muista koko olemassaolosi on uhattuna. 4 D-mallin avulla me Tiimiakatemiassa tajusimme, että iskulauseemme on ”oikeasti erilainen” ja brandikoodin ydinsanomamme on ”Synnyttämme rohkeasti yrittäjiä”. Meillä on myös selkeä kuva brandimme toiminnallisesta, sosiaalisesta, psykologisesta ja eettisestä ulottuvuudesta. Menestyvän brandin luominen edellyttää kovaa työtä ja olemme mukana itseämme suuremmissa tapahtumissa. Viimeaikaiset tutkimukset osoittavat, että vapaus ja itsensä kehittäminen merkitsevät nuorille työntekijöille liike-elämässä enemmän kuin säännölliset tulot. He ajattelevat, että kovalla työnteolla ja sitoutumisella on omat etunsa. Oppiminen asetetaan ansaitsemisen edelle. Tärkeintä ei ole (vain) rahan haaliminen vaan se, että on aitiopaikalla silloin kun jotain tapahtuu. Niin Tiimiakatemiallakin. Mitkä brandin kirkastusjuhlat Hurmos-tiimi järjestikään syksyllä 2002. Vaude!!! Peräti 77 kolahdusta. Heti markkinoinnin TOP Teniin ja tietenkin Johannes Partus -kategoriaan. Toisen vuoden must. Viiden T:n teorian ydinkirja. Y1+Y3+A1+B1+B2.
- 
- ★ **Haig, Matt**  
3  
Brand Failures  
*Kogan Page 2003*  
0-7494-3927-0 (engl.)
- Don't neglect advertising. Be better than your competitors. Don't neglect your core customers. Watch market trends. Adapt or die. Recognise that brands have their time. Keep employers on side. If the name doesn't work, change it. Concentrate on the brand not the products. Focus on values, not products. Make your brand distinctive. Kirjassa esitetään 100 brandiepäonnistumista. Isot firmat näyttävät koko ajan munivan kiitettävästi brandiensä kanssa. Tämä voi antaa meille kaikille hieman lohtua. Paidassa pitää lukea isolla Tiimiakatemia. Tuttuja firmoja on vaikka kuinka paljon ja moni niistä on tällä hetkellä todella suurissa vaikeuksissa, koska ovat siirtyneet pois ydinbisneksistään, mutta kuluttajien mielikuva on vanhassa bisneksessä. Esimerkiksi Polaroid häppäsi ja Kodak on ihmeissään, koska se yhdistetään filmeihin eikä digiaikaan. Levi's on ryvettynyt ja Bemari ei saanut Roverin huonoa nimeä kantamaan. Niin tuli paljon mietittävää ja 15 kolahdusta. Y2+Y3+A3+A2+A1+B1+B2.
- 
- ★★ **Hertzen von, Pirjo**  
2  
Brändi yritysmarkkinoinnissa  
*Talentum 2006*  
952-14-1031-0  
*Pitempi artikkeli: [www.partus.fi](http://www.partus.fi)*
- Kirja kertoo, miksi ja miten brändiajattelu on laajentunut kuluttajamarkkinoinnista organisaatioiden väliseen toimintaan. Kun markkinataloudessa kaikkea on runsaasti tarjolla, on brändeistä hyötyä valintoja tehtäessä. Myös informaation kasvava määrä on edistänyt brändiajattelun leviämistä. Brändiajatteluun kypsyään vähitellen, kun yrityksen eri yksiköitten havaitaan tulkitsevan brändiä hieman eri tavoin. Alkaa integroinnin aika. Ylin johto ottaa ohjat käsiinsä ja tulee mukaan määrittelemään, mitä yritys haluaa olla, mitä se haluaa itsestään kertoa ja miltä se haluaa näyttää. Oman brändin rakentaminen on keino erottaa kilpailijoista ja siksi välttämätöntä. Mitä lähempänä yrityksen identiteettiä ja tavoitteita brändikuva on, sitä paremmin se on onnistunut toiminnassaan ja viestinnässään. Jos yritys tavoittelee uusia kohderyhmiä, joiden arvomaailma on toinen kuin yrityksen nykyisten asiakkaiden, voi ratkaisuna olla tytäryhtiön perustaminen tätä asiakaskuntaa varten. Nimi on keskeisin tekijä, joka erottaa yritykset tai tuotteet toisistaan. Nimi ilmaistaan yritystunnuksella.
- Peruslupauksen liittäminen yritystunnuksen yhteyteen on yksi lisäelementti, joka erottaa brändin kilpailijoista. Parhaimmillaan se on nerokas kiteytys koko yrityksen toiminnasta ja erityisesti sen arvoista. Tiimiakatemia peruslupaus ”Synnyttämme rohkeasti tiimiyrittäjiä” on toiminut hyvin. Viestinnän linjausten suunnittelu on keskeinen osa brändistrategiaa. Silloin nostetaan joitakin vain omalle brändille ominaisia asioita ylitse muiden. Tätä kutsutaan viestintäkonseptin suunnitteluksi. Tavoitteena on löytää brändiviestintään omaleimainen, persoonallinen kattoteema tai näkökulma, jonka mukaisesti brändiä rakennetaan kullakin markkinalla vallitsevassa kilpailutilanteessa. Brändi syntyy vasta vastaanottajan mielessä. Mitä lähemmäksi brändiviestinnällä päästään asetettuja tavoitteita, sitä paremmin on onnistuttu valinnoissa. Nimi, yritystunnus ja niiden taustalla olevat arvot tulisi kuitenkin ratkaista toimintaa aloittaessa. Oman yrityksen tai brändin sijoittaminen markkinakartalle on osa brändistrategian suunnittelua. Missä olemme nyt ja mitä paikkaa tavoittelemme? Positioinnilla tarkoitetaan oman aseman määrittelemistä kohderyhmien ajatuksissa suhteessa kilpailijoihin. Suunnitellut elementit kuten tunnus, visuaalinen ilme ja viestinnän linjaukset kootaan usein brändiohjeistoksi – brand manualiksi. Parin vuoden välein brändi on tutkittava. Brändin rakentamisessa tehdyt muutokset näkyvät yleensä vasta muutamien vuosien aikajänteellä. 37 kolahdusta. Y1+A3+A2+A1.
-

★★★ **Salmenkivi, Sami & Nyman, Niko**

3 Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi

*Talentum 2007*

978-952-14-1239-4

*Pitempi artikkeli: [www.partus.fi](http://www.partus.fi)*

Tässä vasta kirja, joka vie meidät kirkkaasti uudelle vuosituhannele. Markkinointi on todella murrosvaiheessa. Internetistä on tulossa tärkein markkinointimedia ja se perustuu yhteisöllisyyteen. 4 P on nyt CREF. Yritysten on internetin aikakaudella panostettava uudenlaiseen yhteistyöhön asiakkaiden kanssa ja tarjottava asiakkailleen kokemuksia. Markkinointiajattelu muuttuu rakenteellisesti, kun markkinoinnista tulee aidosti kaksisuuntaista ja kampanja-ajattelun rinnalle luodaan pidempiaikaisia markkinointipalvelumalleja, joiden avulla asiakkaat saadaan tuottamaan lisäarvoa itselleen ja samalla yritykselle. Kun muut mediat ohjaavat asiakkaat internetiin ja kaikkien perinteisten medioiden parhaat ominaisuudet yhdistetään vuorovaikutteisuuteen, internetistä tulee voimakkain väline, jolla yritysmielikuvaa voidaan muokata ja rakentaa. Tässä kirjassa esitetty uudenlainen markkinointiajattelu erilaiselle näkökulmalle yrityksen ja asiakkaan välisistä rooleista kuin perinteinen malli, jossa rakennetaan tarjooma ja suostutellaan asiakkaita tarjottujen tuotteiden tai palvelujen käyttäjiksi. Ydinkysymys ei ole enää, miten yritys saavuttaa kohderyhmänsä ja puhuttelee sitä tehokkaasti. Nyt pitää ymmärtää, miten ihmiset saadaan tuottamaan itselleen ja samalla yritykselle arvokasta sisältöä. Internetistä on tulossa tärkein markkinointimedia, eräänlainen kokoomamedia, jonne ihmiset ohjataan muista medioista.

Yhteisöllisyyden rakentaminen vie aikaa. Tiimiakatemia se vei 15 vuotta. Nyt infrastruktuuri on rakennettava myös virtuaalimaailmaan. Nyt kirjoituksista, ideoista ja linkeistä on hyötyä, koska yhteisöömme kuuluu satoja jos ei jo tuhansia ihmisiä. Jäsenemme ovat myös aktiivisia ja aiheemme ovat kiinnostavia. Olemme myös tottuneet hallitsemattomuuteen. Mitä tahansa voi tapahtua. Kirjassa on kehitetty uusi markkinoinnin kaava CREF. Markkinointiviestinnän korvaa kaksisuuntainen markkinointi (Collaboration). Asiakkaat tulevat mukaan markkinointiin. Ihmiset saadaan tuottamaan itselleen ja samalla yritykselle lisäarvoa. Vuoropuhelun avulla yritys tuntee asiakkaansa entistä paremmin ja toiminta tulee mielekkääksi. Viraalimarkkinoinnissa (word-of-mouth) mainosviesti kulkee ihmiseltä toiselle ja leviää viruksenomaisesti. Viestin on oltava todella omaperäinen, jotta sitä jaksettaisiin laittaa eteenpäin.

Hinnan korvaa uudessa mallissa ansaintamalli (revenue model). Tuotteen ja palvelun hinta ei ole enää markkinoinnissa keskeinen asia. Liiketoimintaan vaikuttavat erityisesti hintojen läpinäkyvyys, hintamielikuvat, kilpailijoiden ilmaiset tuotteet, kansallisten rajojen yli myyvät kansainväliset nettikaupat, kierrätys, eettiset arvot ja muuttuneet kulutustottumukset. Yhä useammat yritykset turvaavat epäsuoriin ansaintamalleihin, joissa tuotteen myynnistä saatavat tulot eivät ole pääasiallinen tulolähde. Tuotteesta tulee uudessa markkinoinnin kaavassa kokemus (experience). Haluamme palveluiden, ulkomaanmatkojen, yritystilaisuuksien ja esimerkiksi kampaamokäyntien olevan merkittäviä elämyksiä, jotka erottavat ne arjesta. Kokemuksellisuus on yhä tärkeämpi osa nykymarkkinointia. Asiakas kerää kokemuksia tapahtumista, palveluista, markkinoinnista ja tuotteista. Yritysten tuotteiden pitäisi olla kokemuksia, ja niiden markkinointiviestinnän tulisi synnyttää tarinoita, joita ihmiset voivat kertoa eteenpäin. Sijainnin uudessa markkinointikaavassa korvaa löydettävyyttä (findability), joka tarkoittaa sitä, kuinka helposti tuote, brändi tai henkilö on löydettävissä sattumalta tai hakuprosessin seurauksena. Jos yritystä ei löydetä, sitä ei ole olemassa. Tämä CREF-malli on mielenkiintoinen ja jälleen mullistava ajattelusuunta, joka jatkaa eteenpäin Experience Economyyn neljän E:n kaavaa ja laittaa myös 4 P:tä uuteen lokeroon. 147 kolahdusta lienee enne. Top ten -kirja. A3+A2+A1.

★★ **Safko, Lon & Brake, David K.**

3 The Social Media Bible – Tactics, Tools & Strategies for Business Success

*Wiley 2009*

978-0-470-41155-1 (engl.)

*Pitempi artikkeli: [www.partus.fi](http://www.partus.fi)*

Amerikassa osataan tehdä kaikenlaisia Raamattuja. Tämä teos on lähes täydellinen sosiaalisen median käsikirja. Ainoa puute on se, että Facebook ei halunnut itseään tähän teokseen ja siitä onkin vain mainintoja, mutta kaikki muu mahdollinen sitten on näiden sivujen välissä. Kirjan tavoitteena on se, että osaat laatia yrityksellesi sosiaalisen median strategian kirjan tietojen avulla. Osa yksi esittelee sosiaalisen median ja antaa sinulle hyvän viitekehysten työkaluineen. Osa kaksi esittelee yli 100 sosiaalisen median työkalua ja sovellusta ryhmiteltyinä viiteentoista kategoriaan. Osa kolme opastaa sosiaalisen median strategian laadintaan. Kirjasta löytyy parhaita käytäntöjä ja linkkejä. Kirjan websivut löytyvät sivulta [www.theSocialMediaBible.com](http://www.theSocialMediaBible.com). ja laajentavat ja syventävät kirjan sisältöä. Sosiaalista mediaa voidaan kutsua ”hajottavaksi” tekijäksi. Monen yrityksen strategiat ovat uusiutumisaarassa. Entinen strategia ei enää pure. Sosiaalinen media sisältää tekstiä, kuvaa, ääntä, videoita ja simuloituja ympäristöjä. Kaiken sosiaalisen median tavoite bisneskontekstissa on ihmisten sitouttaminen. Sitouttaminen johtaa haluttuun tulokseen. Sitouttaminen tapahtuu viestinnän (Communication), yhteisöllisyyden (Collaboration), oppimisen (Education) ja viihteen (Entertainment) avulla. Monet ihmiset sekoittavat termit sosiaalinen verkostoituminen ja sosiaalinen media käyttäen niitä samaa edustavina. Ne eivät kuitenkaan merkitse samaa asiaa, vaan edellinen on jälkimmäisen osa. Sosiaalisen verkostoitumisen työkalut mahdollistavat informaation jakamisen ystävien ja ammattikollegoiden kesken. Tyypillisen sosiaalisen verkoston koko reaali maailmassa on 150 henkilöä, mutta verkossa ystävien määrä voi olla useita satoja ja linkittämällä jokaisen kontaktit hyödynnettävissä olevat kontaktit voivat olla miljoonia. Verkossa voit vaikuttaa, mutta et voi kontrolloida. Sisältö on kuningas. Jokaisen websivusi sisältö on kriittinen. Kaikilla sivuilla on oltava otsake ja mieluiten se ei ole firman nimi. 35 kolahdusta. Y1+A3+A2+A1.

## 7.4. Tulevaisuuden mahdollisuudet - 23 hyvää kirjaa

★★★ **Himanan, Pekka**

2

**UUSI!**

Kukoistuksen käsikirjoitus

WSOY 2010

978-951-0-36410-9

*Pitempi artikkeli: [www.partus.fi](http://www.partus.fi)*

Ensinnäkin haluan, että jokainen Tiimiakatemia menetelmiä ja työkaluja käyttävä oppija lukee tämän kirjan. Toiseksi valtiotalta on tilannut tämän kirjan ja tekijä on vaikuttanut Jyrki Kataisen, ehkä tulevan pääministerimme, ajatteluun enemmän kuin kukaan muu henkilö. Himasen mielestä Suomen uuden tien visio on arvokas elämä. Meidän on siirryttävä vihreään informaatio- ja palvelutalouteen. Siinä entistä tärkeämpään osaan nousee tavaratuotannon sijaan merkitysten tuottaminen asiantuntija- ja palvelutyössä. Ne asiat, jotka näyttävät Suomessa valtavilta, ovat muun maailman näkökulmasta tuskin olemassa.

Kirjassa käsitellään Piilaaksoa esimerkkinä innovaation keskuksesta. Toinen esimerkki on Antiikin Ateenan kulttuurinen kukoistus. Tekijä kysyy: miksi juuri Ateena? Miksi juuri Piilaakso? Pekka Himasen pääjohtopäätös on: koska siellä on pioneeri, jolla on visio ja kyky verkostoida ihmiset rikastavaan vuorovaikutukseen. Visionäärinen edelläkävijä raivaa muillekin tilaa seurata häntä ja toteuttaa luovuuttaan. Joku rohkea ihminen aloittaa aina muutoksen, joka ylittää nykyisen tilan. Ateenan visionäärinen pioneeri oli tietenkin Sokrates ja Piilaaksossa Frederick Terman.

Viime kädessä jonkun on rohkealla toiminnallaan aloitettava nykytilan ylittävä kehitys. Suomen tulevaisuus riippuu tekijän mukaan siitä, pystymmekö antamaan tilaa visionäärisille pioneereillemme. Tekijä kysyy: Miten me voimme olla luovuuden keskus? Erottomiseksi tarvitsemme symbolisen teon. Kuka siis nauttii teesit?

Tekijä käsittelee omana lukunaan myös uutta oppimiskulttuuria 2.0, jota Tiimiakatemia jo osaltaan edustaa. Sokrates on hyvä esikuva kaikille opettajille ja valmentajille. Sokrateen äiti oli kätilö ja tästä Sokrates kehitti ajatuksen auttaa synnytyksissä (lat. Partus = synnytys). Sokrates oli mestari kysymään. Hän piti tärkeänä oppia kysymään hyviä kysymyksiä. Sokrates totesi oppijoiden tehtävästä: ”Heidän on hankittava itselleen erityisesti sellaista sivistystä, joka opettaa heidät kysymään ja vastaamaan mahdollisimman viisaasti.” (Huomaa 2400 vuotta sitten!). Sokrateen opit edustavatkin konstruktivisuutta ja kollaboratiivisuutta, jotka ovat kirjoittajan mukaan viime aikojen tärkeimpiä oppimisteorioita. Tuntuuko tutulta? Siis että parhaat oppimistulokset saavutetaan, kun oppijat ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Tarvitsemme uuden luovuuden kulttuurin, uuden työkuulttuurin ja uuden oppimiskulttuurin. Ja meillä on jo nämä kaikki Suomen Ateenassa. 47 kolahdusta. Y1+Y3+I1+I2.

★★ **Howe, Jeff**

3

Crowdsourcing – Why the Power of the Crowd is Driving the future of Business

*Crown Business 2008*

978-0-307-39620-4 (engl.)

*Pitempi artikkeli: [www.partus.fi](http://www.partus.fi)*

Tekijä osoittaa, että oikea yhteisö, jolla on kannustava kulttuuri, voi usein keksiä, kirjoittaa ja johtaa tutkivasta sekä bisnestä kustannustehokkaammin kuin perinteinen yritys. Hän käyttää esimerkkinä Googlea, InnoCentiveä, Threadlessiä ja Wikipediaa. Ihmisjoukkojen käyttö suuressa mittakaavassa on peräisin avoimen koodin käytöstä kehitettäessä Linuxia. Ja me kaikki tiedämme, että syyllinen on suomalainen Linus Thorvalds. Kaikkia menestyviä ihmisjoukkojen käyttöyrityksiä yhdistää syvä sitoutuminen yhteisöön. Ihmisjoukko haluaa tuntea omistajuuden tunteen luomuksistaan ja havaitsee kyllä, jos heitä käytetään vain hyväksi.

Yritykset siirtävät tuotekehityksen käyttäjilleen. Kyse ei ole silloin ulkoistamisesta, koska varsinaista kaupankäyntiä ei tehdä. Yhteisö on olemassa parantaakseen jokaisen muun yhteisön jäsenen luomuksia. Mikä sitten tekee onlineyhteisön tehokkaammaksi kuin hyvin johdettu liikeyritys? Lyhyt vastaus on se, että yhteisöt parempia löytämään talentit henkilöt sekä parempia arvioimaan näiden tuotoksia. Käsiteltävä raaka-aine ei ole rautaa ja terästä vaan informaatiotaloutta, jossa raaka-aineena on ”inhimillinen luova työ”. Ennen ihmiset kävivät vaikkapa yhdessä keilaamassa, nykyisin taas he ovat Myspacessa ja Facebookissa, jotka ajavat saman asian kuin keilailu aikaisemmin vuosikymmeniä sitten.

Verkkoyhteisöissä erilaisuus on voimavara ja juuri siksi amatöörit ovat siellä vahvoilla. Parhaat ratkaisut tulevat ihmisiltä, jotka eivät tee työkseen kyseistä asiaa kuten yrityksen ammattilaiset. Yrityksissä ihmiset voivat olla enemmän juuttuneina hyväksi koettuihin toimintatapoihin, kun taas amatöörit katsovat asioita uusista näkökulmista. Perinteiset yritykset suhtautuvat lisäksi nihkeästi avoimuuteen pitäen omat tietonsa salaisina. Mutta useat yritykset ovat muuttamassa toimintatapojaan. Esimerkiksi Dell käyttää ihmisjoukkoja hyväkseen ideoinnissa kutsuen verkkotilaisuuksiaan ideajameiksi (idea jams). Ideajamit eivät sinänsä ratkaise ongelmia vaan luovat ratkaisuja sellaisiin ongelmiin, joita ei vielä ole olemassakaan.

Yhteisöllä on hyvä olla johdossaan karismaattinen persoonallisuus, joka toivottaa jäsenet tervetulleeksi yhteisöön. Yhteisöön on myös luotava koko ajan henkeä. Yritysten on siis käännettävä ajatuksensa työsuhteista täysin pääläelleen. Emme palkkaa matalapalkkaista amatöörityövoimaa, vaan luomme verkkoon kodin, jossa voimme jakaa innostuksen ja kritiikin toistemme töistä ja ehkäpä siinä sivussa tienamme pienen kasan euroja. Ajatuksia herättävä kirja, josta tuli 59 kolahdusta. Y1+I1.

## 8.2. Yrittäjänä kasvun taidot ja työkalut - 27 hyvää kirjaa

- 
- ★ ★ **Kirschner, Josef**  
1 Egoistin käsikirja - Ohjeita elämää varten  
*Rasalas Kustannus 2001*  
951-98451-3-5
- Tekijä on itävaltalainen kirjailija, joka on saksankielisen Euroopan ehkä luetuin elämäntapaguru. Hänen mukaansa yhteiskunnassamme elää kolmenlaisia ihmisiä: suuri enemmistö kilttejä, alistuvia ihmisiä; runsaasti välistävetäjiä, jotka hyötyvät kilttien kustannuksella; ja pieni vähemmistö vapaita ihmisiä – terveitä egoisteja. Kirjoittaja on itsekin kuulunut jokaiseen yllämainittuun luokkaan. Ensiksi tottelevaisuuteen kasvatettuna kiltinä, joille oli tärkeää miellyttää muita. Välistävetäjänä hän saavutti huipun päätoimittajana, TV-juontajana ja mainosmiehenä. Nykyään hän elää vapaana ja onnellisena.
- Kirja sopii hyvin meille yrittäjille, koska se pyrkii tarjoamaan lukuisilla ehdotuksillaan, ideoillaan ja havainnoillaan ainutlaatuisen kokoelman käytännön vaihtoehtoja yhteiskunnan tarjoamalle holhoukselle. Jokainen on yksin vastuussa itsestään. Jos et tiedä mitä haluat, muut saavat sinut tekemään haluamansa. Tiedosta itse mitä haluat ja laadi suunnitelma sen toteuttamiseksi. Ja kun olet tehnyt päätöksen, kulje valitsemaasi tietä järkähtämättömästi, kunnes olet saavuttanut tavoitteesi. Toisin sanoen tee oppimissopimus. 44 kolahdusta. Y1.
- 
- ★ ★ **Laajarinne, Jukka**  
2 Muumit ja olemisen arvoitus  
*Atena 2009*  
**UUSI!** 978-951-796-592-7  
*Pitempi artikkeli: www.partus.fi*
- Muumipappa ja olemisen arvoitus kiinnittää huomion Tove Janssonin mestarillisten saturomaanien filosofiseen puoleen. Tekijä peilaa muumien herättämää ajattelua kuuluisten filosofien ajatteluun. Tekijä kertoo, että kun Tove Jansson piirsi ensimmäisen muumikuvansa ulkokuuhussin seinään, kirjoitti hän peikon vieren seuraavat kauaskantoiset koko elämänsä ja tuotantoon kuvastavat sanat: ”Vapaus on paras asia.”
- Jopa vapaamielisen ja suvaitsevan Muumilaakson väkeä yhdistää jako meihin ja muihin. Yhteisesti jaetut arvot määrittävät, mikä yhteisössä on hyväksyttyä, mikä ei. Tekijän mukaan Muumiväen kesken vallitsee konsensus siitä, että hattivatit elävät huonoa elämää. Heille nyripistetään nenää. Boheemimmankin yhteisön sisällä vallitsee siis sääntöjä, joita kaikkien odotetaan noudattavan. Yhteisö itsessään, mikä tahansa yhteisö, synnyttää paineita etenkin sellaiselle otukselle kuin Muumipappa, jolle toisten arvostus on erityisen tärkeää. Tekijä kertoo myöhemmin, miten Papalle valkenee se, että hattivatien arvot eivät ole hänen arvojaan.
- Kirja on hausalla tavalla kirjoitettu ja tarjoaa kaikille muumien ystäville runsaasti ajattelemisen aihetta. Samalla voit kerrata suurten filosofien ajatuksia, joita tekijä peilaa Muumimaailmaan. Lopuksi vielä yksi esimerkki: ”Yksi asia on sitten kummallinen, Hemuli sanoi. Toisinaan minusta tuntuu että kaikki mitä me sanomme tai teemme on tapahtunut joskus aikaisemminkin. Ymmärrätkö mitä tarkoitan. Kaikki on muuttumatonta. Miksi asiat muuttuisivat? Mymmeli kysyi. Hemuli on aina Hemuli ja hänen elämässään tapahtuu aina samanlaisia asioita.” Kyse on toistosta ja kirjasta voit lukea mitä siihen sanovat Kierkegaard ja Heidegger. 27 kolahdusta. Y1+Y2.
- 
- ★ ★ **Lampikoski, Timo**  
1 Hidasta! Ajankäytön valinnat arjessa ja työssä  
**UUSI!** *PS-Kustannus 2009*  
978-952-451-423-1
- Tekijä on kirjoittanut hyvän kirjan ajankäytön suunnittelusta. Pystyt saamaan lisää aikaa tärkeimpinä pitämillesi asioille. Silloin tällöin on hyvä lukea tämän kirjan tyyppinen teos, että muistamme stressin iskiessä, miten pieniä tämän päivän huolet ovat 20 vuoden kuluttua. Yli kuusikymmenvuotiaana todellakin huomaa, miten nopeasti lähes 40 vuotta opettajana ja valmentajana on kulunut.
- Teemme työtä päivittäin tiimiorganisaatioissa ja olemme riippuvaisia toistemme työpanoksesta. Kunkin meistä pitää pystyä pitämään aikataulunsa. Huomiomme kiinnittyy koko ajan nykyhetkeen ja keskustelumme ovat usein tärkeämpiä kuin aikataulut. Elämme kuitenkin usein liikaa aikataulujen varassa ja olemme vaarassa sairastua kiireisärsäuteen. Tekijä kehottaa meitä suhtautumaan aikaan ennen kaikkea mielentilana, keskittymään hetkeen ja nauttimaan siitä. Meillä ei ole kiire, sillä aikaa on riittävästi.
- Kirjassa viitataan Bodil Jönssonin, Jacob Needlemanin ja Steven Coveyn kirjoihin, joita myös suositellaan Valintaoppaassa toisaalla. Näissä teoksissa kannustetaan visioiden ja tavoitteiden asettamiseen, jotka tuovat mielekkyyttä ja tarkoituksen elämään. Tekijä kehottaa asettamaan etukäteen kullekin päivälle 1-3 tärkeintä tavoitetta. Muuta ajatteluasi: ajattele vähemmän sitä, mitä sinun täytyy tehdä, ja enemmän sitä, mitä haluat tehdä.
- Uskon itse vahvasti elämänsäkaareen ja siksi Tony Dunderfeltin kirja on hyödyllistä lukemista. Hän jakaa ihmisen elämänsäkaaren vaiheet seuraavasti: 1) kehityksen perusvaihe (0 – 20-vuotiaana), 2) jäsentymisen vaihe (20 – 40-vuotiaana), 3) yksilöllisten päämäärien vaihe (40 – 60-vuotiaana) ja 4) kypsyyden ikävaihe (60-vuotiaana ja siitä eteenpäin). Itse voin siis jo tässä viimeisessä vaiheessa toteuttaa itseäni vapaasti. Haasteena on luopuminen ja suhtautuminen kuolemaan. Työelämän elinkaaren pituus on noin 40 vuotta. Kirjan loppupuolella käsitellään erilaisia muitakin elämänsäkaaren teorioita. 41 kolahdusta. Y1.
- 
- ★ ★ **Paavola, Vesa**  
2 Ryhtyisinkö sankariksi?  
*Rasalas Kustannus 2002*  
951-98451-5-1
- Johtoa on uskallettava vastustaa joka tilanteessa. Sankaruudessa on aina kysymys tarinasta, jonka joku – tarvittaessa vaikka sankari itse – kehitelee ja kertoo. Sankaritarun ensimmäinen vaihe on joko konkreettinen tai symbolinen matkalle lähtö. Aina kun tuntee olevansa pahasti yksyksissä, voikin olla vapauttava tunne ajatella, että sankariksi tuleminen se vain on hyvässä vauhdissa. Kukaan ei voi tulla sankariksi pelkästään omin avuin. Tappiot ja takaiskut ovat välttämättömiä vaiheita sankarin uralla, ja usein väijäämättömästi johtavat suuriin urotekoihin. Mahtavan makea juttu. Aivan kuin Johannes Partuksen tarina. 40 kolahdusta. Y1+Y2+Y3.

## Lukeminen on minulle "henki ja elämä".

Olen viettänyt tuhansia tunteja elämäni aikana kirjojen parissa ja laskujeni mukaan olen lukenut yli 5000 kirjaa. Vuosittain luen 130-200 kirjaa, joista joka kymmenes kirja on kaunokirjallisuutta. Pöydälläni on jatkuvasti parinkymmenen kirjan pino. Enimmäkseen luen ammattikirjallisuutta, josta saan valtavasti uusia ideoita. Näitä ideoita voin sitten testata ja viedä käytäntöön Tiimiakatemialla. Suosituimmat aihealueeni ovat esillä tässä valintaoppaassa.

## Miksi lukeminen on tärkeää?

Yrittäjyydessä itsensä kehittäminen on välttämätöntä. Yrittäjä oppii asiat käytännössä ja lukemalla paljon. Mielestäni jokaisen pitäisi lukea "kokonaisia" kirjoja - kannesta kanteen. Se on tärkeää tiedonkäsityksen ja oman kehittymisen kannalta. Hyviä kirjoja lukemalla oppii hahmottamaan suuria kokonaisuuksia sirpaletiedon sijaan ja kirjojen lukeminen opettaa myös keskittymään.

## Miten sitten löydän hyviä kirjoja?

Luen paljon kirja-arvosteluja ja seuraan kustantajien uutuuksien kirjaluetteloita. Meillä on nykyisin Jyväskylän ammattikorkeakoululla hyvä Dynamon kirjasto. Kirjastoihmiset esittelevät minulle uutuuksia ja hankkivat nopeasti pyytämäni kirjat. Ostan lisäksi itse paljon kirjoja. Ammattikirjoja minulla on yli 1500 nidettä ja kaunokirjoja noin 1000. Hyvien kirjojen löytäminen suuresta tarjonnasta on varsin haasteellista ja lukemiseen käytettävissä oleva aika rajallista. Osumatarkkuuteni on kasvanut vuosien myötä. Vuosittain lukemastani laajasta ammattikirjallisuudesta laatimaan "Tiimiyrittäjän ja tiimivalmentajan Parhaat kirjat" valintaoppaaseen päätyy noin 100 hyvää kirjaa kahdeksalta aihealueelta. Oppaan laatiminen pitää minut virkeänä ja pakottaa säännölliseen, kurinalaiseen lukuohjelmaan. Valintaoppaan suosio on kasvanut joka vuosi ja se palvelee yhä paremmin myös muita kuin Tiimiakatemian lähipiirissä toimivia.

## Miksi valintaopas?

Valintaopas on paras tapa tehdä tuttavuutta hyvän kirjan kanssa. Voit löytää itsellesi sopivia helmiä. Alkuvaiheessa suosittelen luettavaksi oppimisen, yrittäjyyden ja yhteisöllisyyden kirjoja. Vähitellen voit siirtyä markkinointiin ja johtamiseen - usein henkisen kasvun kirjojen kautta. Sokrateen vanha viisaus "tunne itsesi, tunne muut" on kunniaansa. Innovoinnin kirjoja toivon kaikkien lukevan yhä enemmän, silloin tiedät mistä innovoinnissa todella on kyse. Tärkeää kuitenkin on, että kaikki aihealueet ovat tasapainossa.

Valintaoppaan kirjat olen valinnut erityisesti nuorille tiimiyrittäjille, "pirun pienille" yrittäjille ja tiimivalmentajille.

## Hauskoja ja kehittäviä lukuhetkiä!

## KIRJATILAUKSET

Nimi Mika Partanen Puh. 040 730 5511

Lähiosoite Schaumanin Puistotie 1 Schaumanin linna

Kaupunki Jyväskylä Postinumero 40100

Sähköposti mika.partanen@partus.fi Internet www.partus.fi

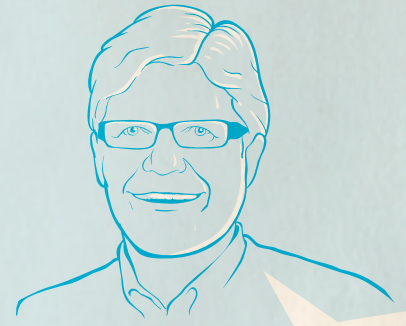
ISBN 978-952-67208-4-5



9 789526 720845



VAROITUS: SAATTA KEHITTÄÄ ÄKILLISESTI AJATTELUA!



# HYVÄ IHMINEN, LUE!

- SIVISTÄ ITSEÄSI
- HAHMOTA SUURIA KOKONAISUUKSIA
- PARANNA KESKITTYMISKYKYÄSI

ITSELLE!  
LAHJAKSI!  
YRITYKSELLE!

## KIRJAVINKKEJÄ?

Oletko lukenut aivan lyömättömän kirjan, jota ei kuitenkaan vielä YPK:n sivuilta löydy? Tai haluatko kenties antaa palautetta YPK:sta, kommentoida kirjasuosituksia tai lähestyä Johannes Partasta muuten vain?

email: [johannes.partanen@partus.fi](mailto:johannes.partanen@partus.fi)  
gsm: +358 400 642 466

## SISÄLTÄÄ RAKETTIMALLIN KÄYTTÖOHJEET!

Liiketoimintamallimme Partusrakettimalli on huippuinnovatio, joka on liitetty yhteen Valintaoppaan kanssa. Uusi painos tarjoaa valmentajille hyvän tukiprosessin. Teorian soveltaminen käytäntöön paranee entisestään. Jokaisen kirjan arvioinnin loppuun on merkitty mihin Rakettimallin prosessiin kirja lähinnä liittyy.

### TIIMIYRITTÄJÄN SYNNYTYSPROSESSI

