

Liidistä kaupaksi – käytännön askeleet kansainvälisiin mahdollisuuksiin 1

Kansainvälistyminen alkaa harvoin strategiasta – useimmiten ihmisistä ja tilanteista, joissa oma osaaminen kohtaa asiakkaan todellisen tarpeen.

► CASE PORA Group

Miten käynnistyi

- Case PORA Group: Kahden porilaisen LVI-alan yhtiön toimitusjohtajat olivat syyskuussa 1992 palaamassa LVI-erikoisurakoitsijat ry:n kokouksesta Helsingistä Poriin ja poikkesivat kahvilla Lauttakylän silloisella Essolla.

- Siellä he SATTUMALTA tapasivat kaksi Suomessa vaikuttanutta puolalaista henkilöä, joista toinen oli Suomeen muuttanut muusikko ja toinen tämän veli, Suomesta Puolaan bisnestä hakeva liikemies.
- Kumpikin oli kotoisin Puolasta Kielce-nimisestä kaupungista Varsovan ja Krakovan puolivälistä.
- He olivat 1991 Puolassa käyneet keskusteluja Kielcen naapurikunnan Nowiny suuren betoni-tehtaan omistajan ja kunnanjohtajan kanssa kylpylän perustamisesta kuntaan.

Liidistä kaupaksi – käytännön askeleet kansainvälisiin mahdollisuuksiin 2

Mistä idea

- Perustamista varten veljekset olivat kunnanjohtajan ja betoniyrityksen omistajan kanssa vierailleet samana vuonna Suomessa mm. vuonna 1990 valmistuneessa Kuusamon Tropiikki-kylpylässä ja samana vuonna käynnistyneessä Tampereen Lapinniemen kylpylässä.

Miten tulin mukaan

- a) Kokemusta Puolasta ja projektiviennistä: A.Ahlström Oy Eristeoteollisuus 1980-84; b) yhtiön edustajana Suomen ja SEV-maiden rakennusalan yhteistyökomissio 1981-84; c) Rockwool®-eristeiden maahantuonnin aloitus yrittäjänä 1989 Saksasta Suomeen; d) Tulosneuvo Ky:n yrittäjänä ja vientiasiantuntijana 1991 lähtien suomalaisten pk-yritysten konsulttina viennissä mm. KIE-maihin (Puola, Tšekki, Slovakia ja Unkari).

Tietoisuus taustastani

- Pirkanmaan TE-keskuksen päällikkö kysyi kiinnostustani syksyllä 1992 TE-keskuksen tilaisuuteen pitämään alustuksen viennistä KIE-maihin, johon tilaisuuteen olivat saapuneet myös em. porilaisten LVI-yritysten toimitusjohtajat – SATTUMAA lienee sekin!

Töistä pula

- Suomen rakennuksilta oli vuonna 1991 'sammutettu valot' -> Molempien yritysten tilauskanta lähes 0.

Liidistä kaupaksi – käytännön askeleet kansainvälisiin mahdollisuuksiin 3

Eteneminen

- Tilaisuuden jälkeen toimitusjohtajat kysyivät ensin TE-keskuksen päälliköltä, olisiko heidän yhtiöillä mahdollista saada vientirahoitusta nk. yhteisvientihankkeeseen, ja sitten minulta, olisinko valmis heidän asiantuntijakseen Puolan vientiprojektiin, joihin molempiin saivat positiivisen vastauksen.

Yhteisvientihankkeen käynnistyminen

- 11/1992 nk. kolmikanta-sopimus kahdeksan porilaisen pk-yrityksen, Satakunnan TE-keskuksen yritysoston ja Tulosneuvo Ky:n välille PORA Group-yhteisvienti-hankkeesta 50 %:n rahoituksella vuosille 1993-95. Projektin vastuujohtajana oli toinen toimitusjohtajista ja hankkeen kv-asiantuntijana allekirjoittanut.

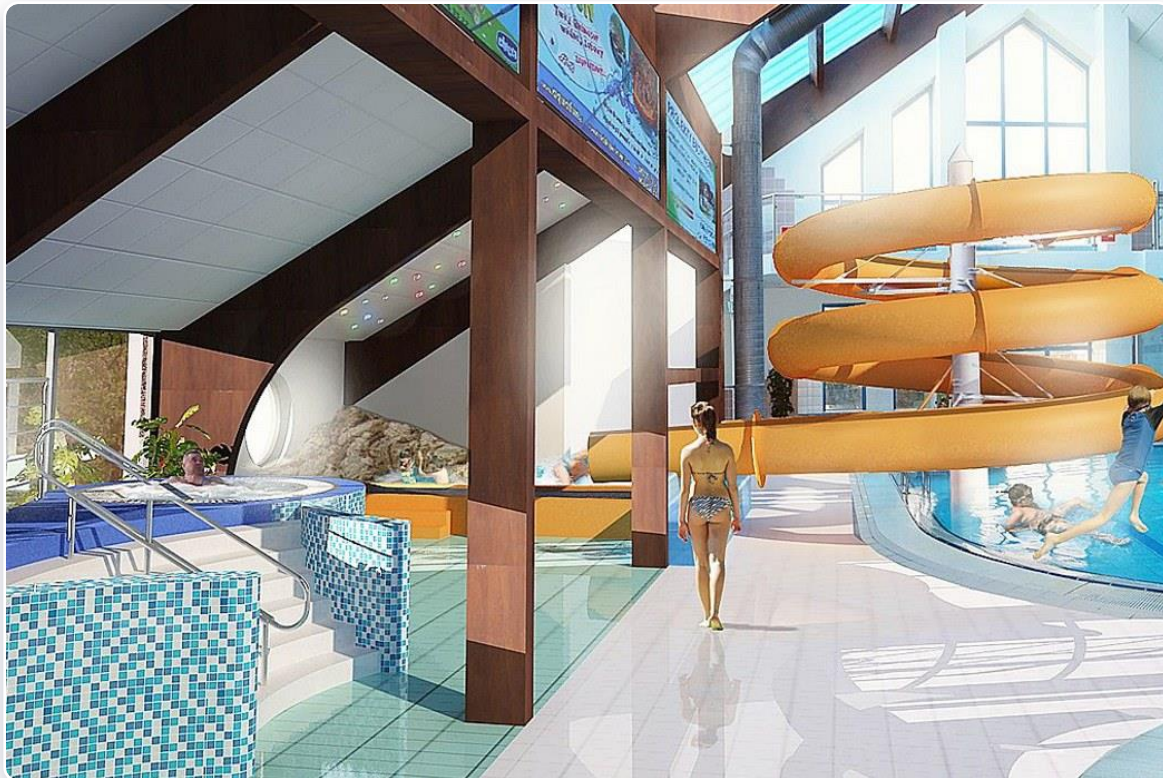
Lopputulos

- 1995 syksyllä valmistui hankkeen kahden suomalaisyrityksen työnjohtajien, pääosin suomalaisten LVISA-suunnitelmien ja rakennusmateriaalien myötä Nowinyyn "Pi-ywalnia Perla" eli Perla-vesipuisto, jonka rahoitti pääosin sementti-tehtaan omistaja perustellen vesipuistoa sementtipölyn 'saastuttaman' seudun lasten terveydellä.

Ja mikä tärkeintä!

- Hanke onnistui hyvin, Nowiny sai kylpylän ja suomalaisyritykset töitä! Kylpylä toimii osoitteessa Perlowa 1, 26052 Nowiny.
<https://perla.nowiny.com.pl>

CASE PORA Group – Pływalnia Perła, Nowiny



Kuvat: perla.nowiny.com.pl

Liidistä kaupaksi – käytännön askeleet kansainvälisiin mahdollisuuksiin 4

TIPSEJÄ VIENTIIN – YRITTÄJÄN TO DO – LISTA

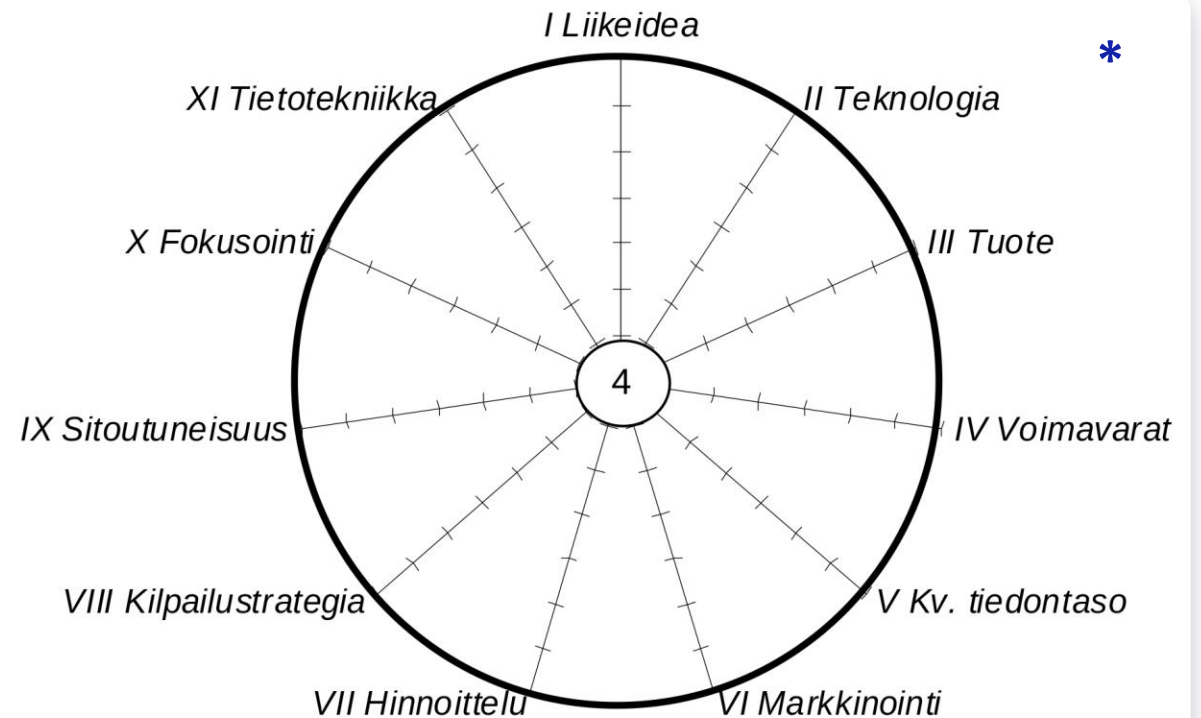
- 1 ÄLÄ ALOITA LAINARAHALLA
- 2 HANKI TIETOA KOHDEMARKKINOISTA SEKÄ OTA HUOMIOON JA ENNAKOI MAHDOLLISET MARKKINA- JA KILPAILIJAMUUTOKSET ERI KOHDEMARKKINOILLA
- 3 ANALYSOI YRITYKSESI VAHVUUKSIA JA HEIKKOUKSIA KOTIMARKKINASSA SEKÄ VALITUN KOHDEMARKKINAN MAHDOLLISUUKSIA JA UHKIA
- 4 MÄÄRITÄ JA YKSILÖI KOHDEMARKKINAN EDELLYTTÄMÄT MENESTYSTEKIJÄT = TEKIJÄT, JOILLA KOHDEMARKKINAN YRITYKSET/KILPAILIJAT PÄRJÄÄVÄT KOHDEMARKKINASSA
- 5 SELVITÄ KOHDEMARKKINAN STANDARDIT JA MYÖS EU-VAATIMUKSET (HUOM. EAC-MERKINTÄ) SEKÄ VALITSE KEIHÄÄNKÄRJIKSI TUOTTEET, JOTKA TÄYTTÄVÄT NE
- 6 ETSI KAPEITA TUOTESEGMENTTEJÄ JA PYRI ERILAISTUMAAN
- 7 HAHMOTTELE MARKKINAKOHTAINEN TOIMINTAMALLI ELI ASIAKAS-, TUOTE-, HINNOITTELU-, JAKELUTIE-, VIESTINTÄ- JA VERKOSTOSTRATEGIAT
- 8 ETSI AJOISSA LIITTOLAISIA, YHTEISTYÖKUMPPANEITA JA VERKOSTOIDU
- 9 VALMISTAUDU PITKÄJÄNTEISEEN YHTEISTYÖHÖN VALITUN KUMPPANIN JA VERKOSTON KANSSA
- 10 TARTU TILAISUUTEEN ROHKEASTI !

Liidistä kaupaksi – käytännön askeleet kansainvälisiin mahdollisuuksiin II

Kansainvälistyminen vaatii usein myös suunnittelua!

**YHTEENVETO YRITYKSEN KILPAILUEDUISTA –
KILPAILUTEKIJÄT JA YRITYKSEN ASEMOITUMINEN**

* **KILPAILUETUTKIJÄT –KARTTA © TULOSNEUVO KY**



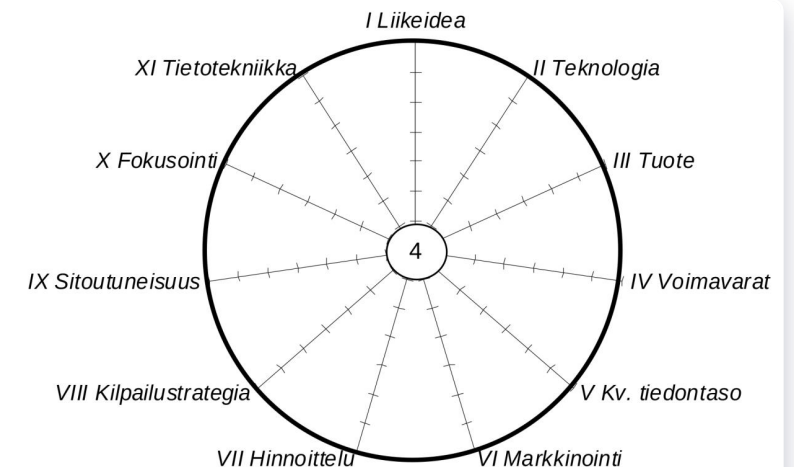
© Tulosneuvo Ky - 2002

Liidistä kaupaksi – käytännön askeleet kansainvälisiin mahdollisuuksiin II

Kilpailuetekijä

Arvo (4-10)

- I Liikeidean toimivuus (testattu kotimaassa ja huomioitu kasvun erityisvaatimukset)
- II Teknologinen etevämyys (yrityksen tuotantomenetelmät ja tekninen osaaminen)
- III Tuotteen/palvelun ainutlaatuisuus (tuoteidea- ja laatutekijöiden paremmuus)
- IV Yleinen voimavarojen laatu ja riittävyys (fyysiset, taloudelliset ja henkiset)
- V Markkinoiden tiedontaso ja osaaminen sekä riskien hallinta
- VI Markkinointiosaaminen (viestintäpanosten suuntaaminen ja käyttö)
- VII Hinnoittelun osuvuus (hintaedut, -tietämys, -reagointi ja -jousto)
- VIII Yleinen kilpailustrateginen osaaminen (tuote- ja kohdemarkkinastrategiat)
- IX Yrityksen sitoutuneisuus kasvuun / uudistumiseen / laajentumiseen
- X Yrityksen markkina- ja tuotekuvauksen selkeys
- XI Tieto- ja viestintäteknologia ja sen hyödyntäminen



© Tulosneuvo Ky - 2002

YHTEYSTIEDOT

Agentuuri- ja konsultointiyhtiö TULOSNEUVO KY

Pispalanharju 40 A
33250 Tampere

Anita Kaakkolammi

Toimitusjohtaja

040 733 1051
anita.kaakkolammi@tulosneuvo.inet.fi

Reijo Kaakkolammi

Yhtiömies, LJK

0400 320 711
reijo.kaakkolammi@tulosneuvo.inet.fi

