

CASE Provoke,  
Luovien palveluiden vienti

Mikko Kämäräinen  
Provoke, [www.provoke.fi](http://www.provoke.fi)

Tietoa yrityksestä: [www.provoke.fi](http://www.provoke.fi)  
Case-esimerkkejä: [http://www.provoke.fi/Provoke\\_-\\_Work.html](http://www.provoke.fi/Provoke_-_Work.html)

## Muotoilupalvelut, osana ryhmiä muunmuassa:

Brändinrakennus

Loppuasiakasymmärryksen rakennus

Tuotteiden funktionaalisuus

Tuotteiden estetiikka

Helppokäyttöisyys

Käyttökokemus

Palvelujen käytettävyys

Abstraktien ideoiden visualisointi

Tuotannollisten kysymysten ratkaisu

Luovien prosessien edistäminen

Innovaatiot

Design Thinking

[http://en.wikipedia.org/wiki/Design\\_thinking](http://en.wikipedia.org/wiki/Design_thinking)

ETLA: Muotoiluun eniten panostavat yritykset ovat

Keskimääräistä suurempia

T&K-intensiivisempiä

Kansainvälistyneempiä

Muotoiluyritysten kärki on kapea: 2006, ETLA B 220

Vain 1/5 käyttää muotoilua säännöllisesti

Muotoiluun 0.3 % liikevaihdosta

Lukuihin vaikuttaa merkittävästi muutama suuryritys; mediaaniyritys käyttää muotoiluun vain **0.1 %** liikevaihdosta

Suomessa > 100 M€ yrityksiä vain

436

Tästä seuraa, että palveluja on pakko viedä, kotimarkkina ei riitä

# Lähtötilanne: Provoken **asiakkuuksia** ja **alihankkijoita** 2005



Miten suunnitellaan arvoa?

Miksi samoilla kustannuksilla valmistetuista asioista maksetaan eri hintoja?



Ihmisen havainnointi toimii tietyllä tavalla.

Havainnoinnille annetaan merkityksiä ennalta-arvattavilla tavoilla.

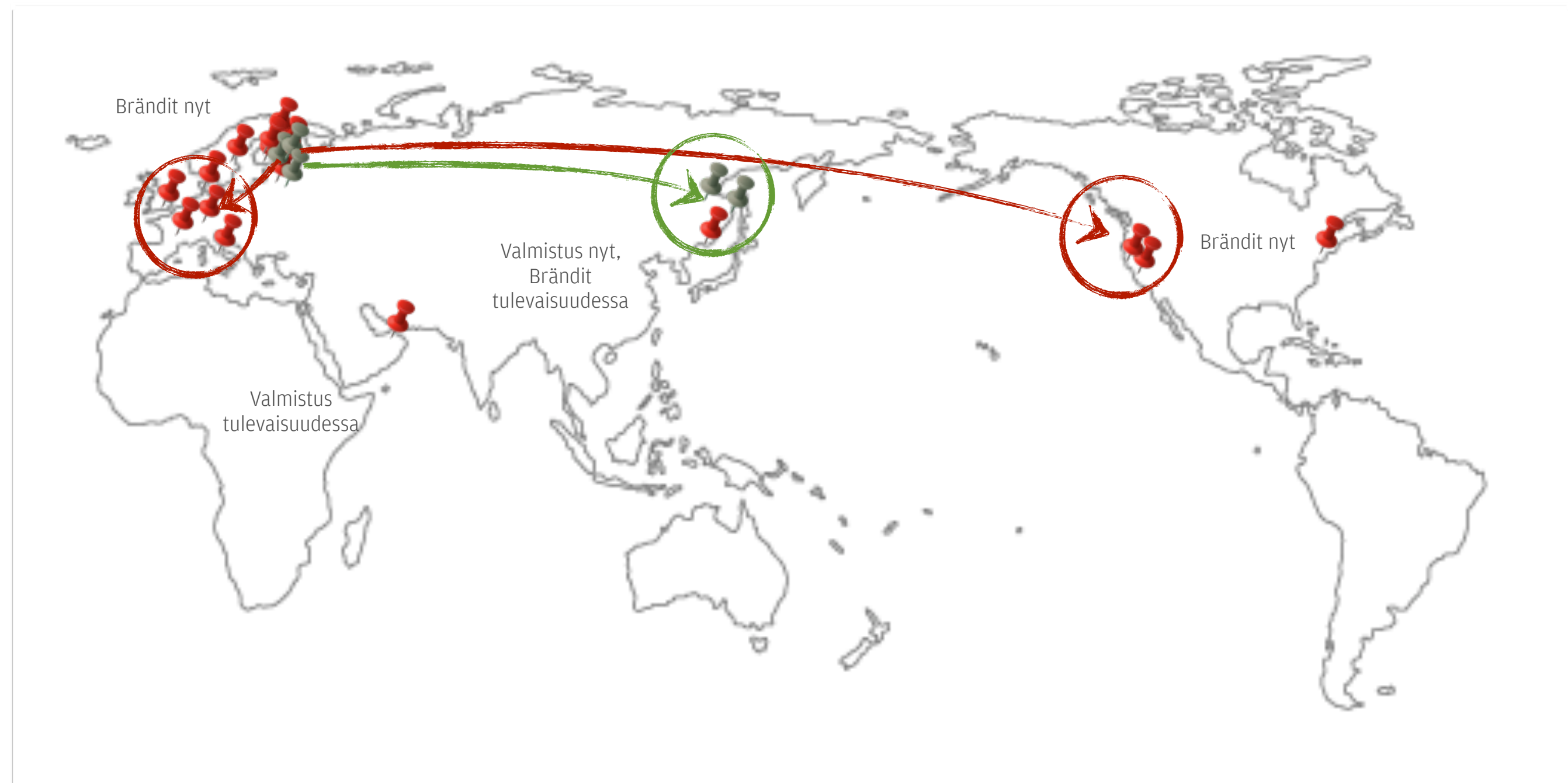
Havainnot voidaan suunnitella halutunlaiseksi.

Mutta...

Kulttuuri vaikuttaa. Mm. japanilaiset yritykset käyttävät eurooppalaisia suunnittelijoita Eurooppaan tarjottavien asioiden määrittelyssä.



Päätös kansainvälistymisestä - minne panostus?  
Kohteena valmistus vai brändit?



Miten aloitettiin vienti

# 1. Ensin helpot: Myynti Suomessa, tekeminen Suomessa

Suomalaisen asiakkaan ulkomaiselle

yksiköille,

asiakkaille

ja alihankkijalle

## 2. Sitten vaikeammat: Myynti kohteessa + palvelun tekeminen Suomessa

~~Messut~~  
Ei toiminut meillä

Kontaktien löytäminen  
Vaikeinta aloittaessa

Markkinointi  
Uudet tavat?

Kuka myy, koulutus?

Kontaktien huomion saaminen  
Henkilökontaktit



Oppirahat:  
Luottotappiot

Perintä  
Kallista

Fintra / PK -  
vientipäällikkö  
koulutus +  
Gloaali (TE) +  
markkina-  
selvitykset



Oppirahat:  
"Maailman kallein Aalto-vaasi"

Matkustelun kustannukset

Maksuehdot  
Tutustu paikallisiin

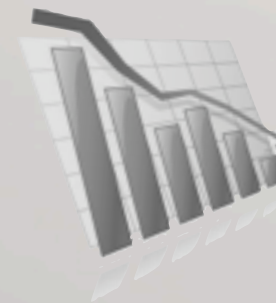
Luottamus  
Miksi Suomesta?  
Miksi sinulta?

Laskutus  
Osaako tilitoimistosi?

Kielitaito

Hinnoittelu

Kommunikaatio  
Päätöksien teko



Kulttuurierot

Sopimukset  
Vastuut ja oikeudet

### 3. Vaikein: Myynti ja tekeminen kohteessa

Provoke Tallinn 2007

Perustamalla, ostamalla vai liittoutumalla?

Ihmisten löytäminen

Muuttaako joku?

Luottamus



Kommunikaatio

Sopimukset

Yhtiömuoto

Riskit

Palaverit

Matkustelun kustannukset

Hinnoittelu

Sisäinen hinnoittelu



Kallein vaihtoehto, mistä raha?



Kulttuurierot

## Kokemukset tähän mennessä

- Kohdemarkkinan määrittelyn & markkinaselvityksien mielekkyys pienimuotoisessa palvelujen viennissä?
  - + Alusta asti mukaan kokenut **palveluja** vienyt
  - + Sopimus pohjat, hinnat ja maksuehdot kuntoon
  - + Vastuukysymykset ja vakuutukset, USA/Kanada erityisesti
- + Luottamus, muttei luotolla - suomalainen laskunmaksukulttuuri on poikkeus
  - + Viennin taloudellinen seuranta erikseen, kulut voivat yllättää
  - + Tuloksia hitaasti - silti exit-suunnitelma valmiina

Paikallisuuden hyötyjä:

Näkyminen paikallisessa mediassa

Läsnäolo koko ajan

Ymmärrys paikallisesta yrityskulttuurista ja tarpeista

Sama kieli



Kiitos.

Mikko Kämäräinen

+358 (0)440 333 801

Provoke, [www.provoke.fi](http://www.provoke.fi)