

PK-yritysten kansainvälistymisohjelma



Mitä?

2



- Valtakunnallinen pk-yritysten kansainvälistymisvalmiuksien arviointi- ja kehittämisohjelma
- Yritys-, tuote- ja maakohtaisesti suoritettava asiantuntijapalvelu
- Laadun takeena tuotteen tekemiseen koulutetut, yritysten kansainvälistymiseen erikoistuneet asiantuntijat



Kenelle?

3



- Pk-yrityksille, jotka ovat suunnittelemassa kansainvälisten toimintojensa aloittamista
- Pk-yrityksille, jotka ovat laajentamassa kansainvälisiä toimintojaan uusille markkina-alueille



Miten?

4



- Yrityskohtaisena konsultointina Globaali-asiantuntijan ja yritysjohdon kesken
- Tilataan ELY-keskusten yritysosastojen Globaali-tuotevastaavilta
- Kehittämishojelman ohjeellinen toteutusaika on 2 kuukautta



Tavoitteet?

5

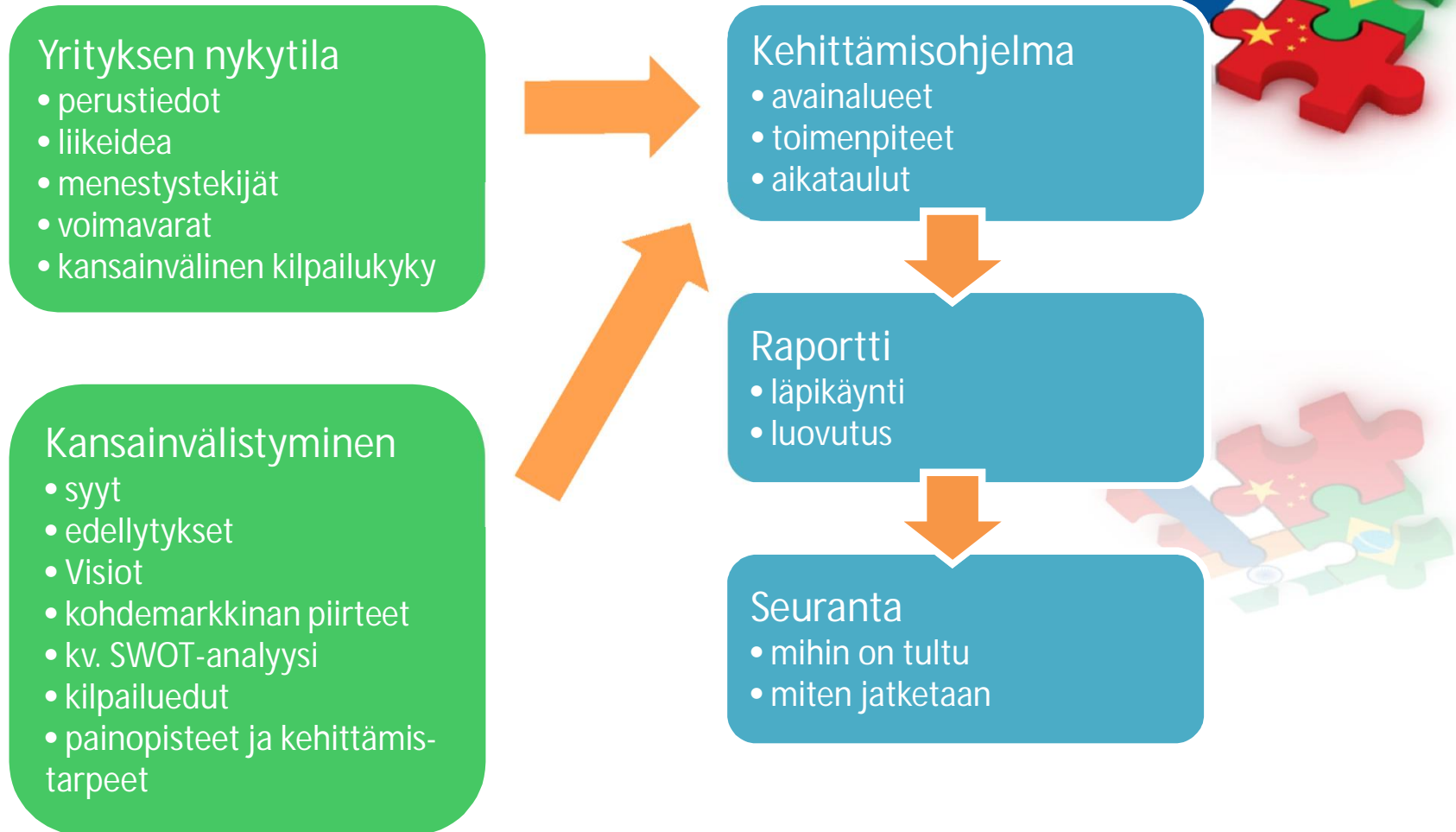


- Antaa yritykselle näkemys kansainvälistymisen mahdollisuuksista ja riskeistä
- Selvittää ja arvioida yrityksen kansainvälisiä toimintavalmiuksia
- Luoda yritykselle paremmat kansainvälisten toimintojen onnistumisedellytykset
- Ohjata yritystä suunnitelmalliseen ja pitkäjänteiseen toimintaan



Tavoitteet?

6





- Pienille yrityksille 760 €
(alle 50 henkilöä työllistävät yritykset)
- Lisäkonsultointipäivät (enintään 5 pv) 300 €/päivältä
- Keskisuurille yrityksille 980 €
(50-249 henkilöä työllistävät yritykset)
- Lisäkonsultointipäivät (enintään 5 pv) 400 €/päivältä



Raportin sisältö

1. TOTEUTUSTIEDOT
2. YRITYKSEN PERUSTIEDOT
3. YRITYKSEN HISTORIA JA NYKYVAIHE
 - 3.1. Yritystoiminnan alku ja liiketoiminnan kehitysvaiheet
 - 3.2. Liikeidea
 - asiakkaan tarve/hyöty
 - imago/yrityskuva
 - asiakkaat/asiakasryhmät
 - tuotteet/palvelut
 - tapa toimia
 - 3.3. Toimialan menestystekijät kotimarkkinoilla
 - käsitys niiden hallinnasta kotimarkkinoilla
 - 3.4. Voimavara-analyysi kansainvälistymisen edellytyksistä
 - fyysiset
 - taloudelliset
 - henkiset
 - 3.5. Konsultin arvio yrityksen kansainvälisestä kilpailukyvyistä
 - ympäristö- ja tuotantotekijöiden tuntemus kohdemarkkinassa
 - markkinatietämys
 - yritystekijöiden hallinta ja voimavarat
 - hintataso ja hinnanasetanta
 - yrityksen tunnettuus ja yritysokuva
 - tuotantomenetelmät ja fyysiset puitteet
 - taloudellinen tilanne
 - johto ja henkilöstö
 - Kilpailijat, niiden vahvuudet ja heikkoudet yritykseen nähden



4. KANSAINVÄLISTYMISEN SYYT, EDELLYTYKSET JA VISIOT

4.1. Analyysi kansainvälistymisen syistä

- syyt/miten tulkittavissa
- uhka vai mahdollisuus
- johtopäätökset

4.2. Kohdemarkkinan kysynnän ja kilpailutilanteen erityispiirteitä

- maakohtaiset taustatekijät
 - markkinoiden koko ja kasvunäkymät
 - asiakasrakenne (segmentit)
 - pääomatilanne
 - teknologian taso
 - työvoimakustannukset
 - maa-/markkinariski
- poliittiset ja sosiaaliset ympäristötekijät
- johtopäätökset

4.3. Kansainvälinen SWOT-analyysi: arvio yrityksen kilpailuasemasta

- alan kriittiset menestystekijät
- vahvuudet/heikkoudet
- mahdollisuudet/uhat
- kysymysmerkit

4.4. Yrityksen visiot

- visio toimialan ja markkinoiden kansainvälisestä kehityksestä 3 - 5 vuoden aikavälillä
- visio yrityksestä 3 - 5 vuoden kuluttua
 - liikevaihto
 - viennin osuus
 - henkilömäärä
 - imago
 - kannattavuus



5. YHTEENVETO YRITYKSEN KANSAINVÄLISISTÄ KILPAILUEDUISTA

- kilpailutekijät
 - liikeidean toimivuus
 - teknologian paremmuus
 - tuotteen ainutlaatuisuus
 - yleinen voimavarojen laatu ja riittävyys
 - kansainvälinen tiedontaso ja osaaminen
 - markkinointiosaaminen
 - hinnoittelun osuvuus
 - yleinen kilpailustrateginen osaaminen
 - johtopäätökset

6. YRITYKSEN KANSAINVÄLISTYMISEN PAINOPISTEET JA KEHITTÄMISTARPEET

6.1. Tuote-/markkinavalinnat kohdemarkkinassa

- tuotesopeutustarve
- laadun riittävyys
- brandin merkitys

6.2. Maa-/aluevalinnat

- perustelut kohdemaan/markkina-alueen valinnalle
- kilpailutilanteen huomionotto kohdemarkkinoilla

6.3. Operaatiovaihtoehdot

- Vienti
 - yritystekijät
 - tuotteen ominaisuudet
 - olosuhteet kohdemarkkinassa
- muu ulkomainen operaatio



6.4. Yrityksen kansainvälinen toimintastrategia

- markkinoillemenostrategia
- vientimarkkinointistrategia
 - segmentointi
 - tuote
 - hinnoittelu
 - jakelu ja toimitusketju
 - viestintä
 - mainonta
 - myynninedistäminen
 - suhdetoiminta
 - johtopäätökset

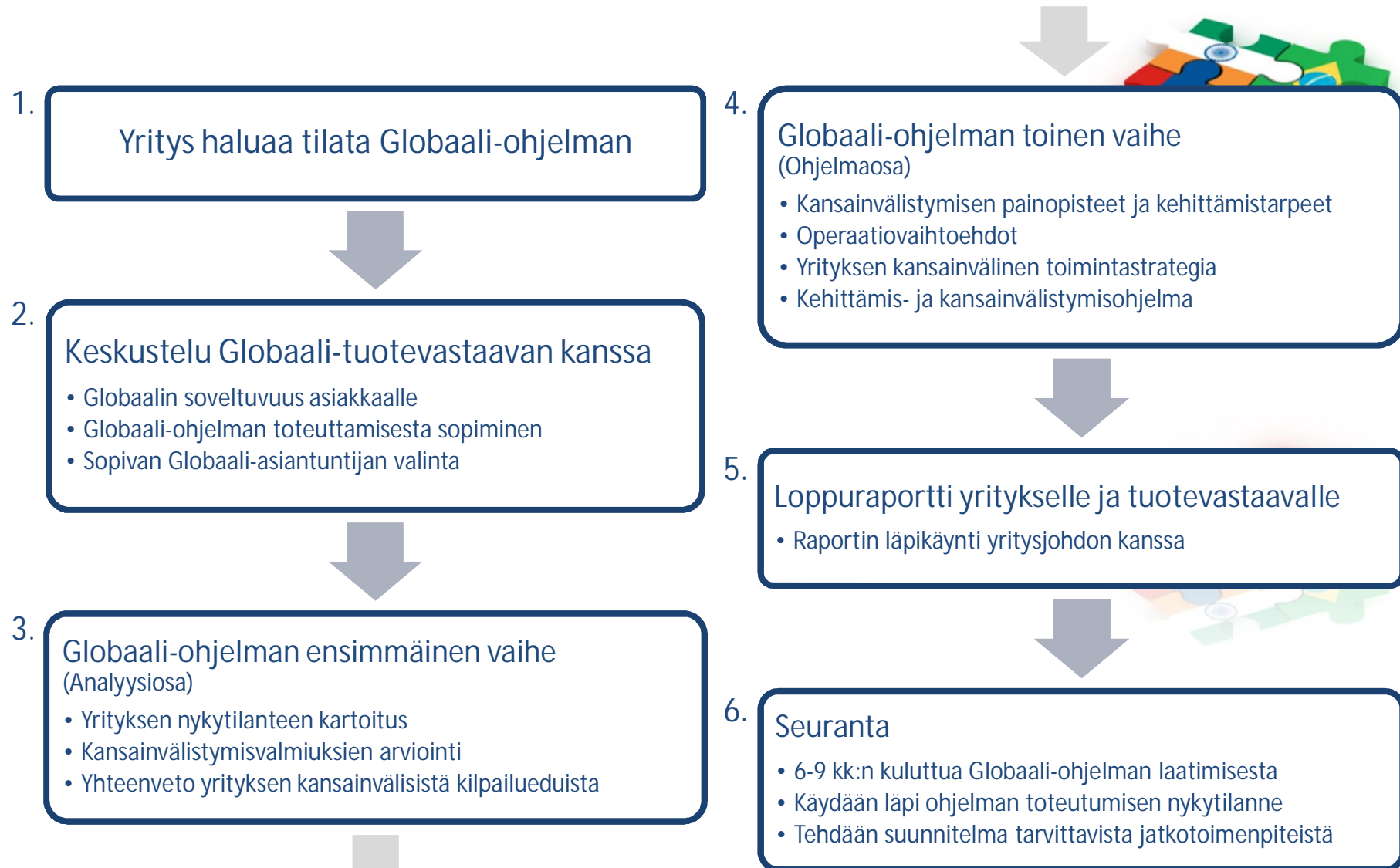
7. KANSAINVÄLISTYMISEN KEHITTÄMISOHJELMA

- avainalueet
- toimenpiteet
- aikataulu
- vastuuhenkilöt
- panostustarve

8. SEURANTA

- ohjelman toteutumisen nykytilanteen toteaminen
- jatkotoimenpiteistä päättäminen





Tekijät

- kokeneet yrityksen kansainvälistymiseen erikoistuneet asiantuntijat



Globaali-asiantuntijan osaaminen

Kansainvälisen kaupan asiantuntemus

- Usean vuoden käytännön kokemus kansainvälisestä kaupasta
- Kahden vieraan kielen hyvä viestintätaito
- Kyky ymmärtää eri kulttuurien merkitys toimintatavoissa

Markkina-alueuntemus

- Kokemus analysoitavasta markkina-alueesta tai sen erityispiirteiden hallinta
- Riittävä tietotaito markkinaselvitysten ja -tutkimusten teettämiseen
- Mahdollinen kontaktiverkosto analysoitavalla markkina-alueella



Toimialatuntemus

- Toimialakokemus tai alan liiketoimintalogiikan ymmärtäminen
- Käsitys liiketoiminta-alueen menestystekijöistä ja mahdollisuuksista

Neuvonantaja-/kehittäjäkokemus

- Kokonaisuuksien hahmottaja
 - Analysoija/asiantuntija
- Analyttisyys
- Raportinlaatija
 - käsitteellisyys, aukikirjoittamis- ja tiivistämistaito
- Sparraaja
 - keskustelutaito ja empatia

Lisätiedot

- Globaali-tuotevastaavat ELY-keskuksissa
- www.ely-keskus.fi
- www.ely-keskus.fi/asiantuntijapalvelut

