



Avainsuhteet ja tutkimus kansainvälisen markkinoinnin perustana

Hansa 2010

Satu Harkke ja Matti Kuokka



- Kansainvälistyminen on mahdollisuus
- Kansainvälistyminen on kaksisuuntaista
 - Vientikauppaa, agentin tai maahantuojan välittämää tai oman yrityksen (myynti/valmistus) kautta
 - Tuontia edustuksin, maahantuontiyrityksenä tai tuotannon osana, markkinat kotimaassa tai kolmansissa maissa



- Yrityksen oma tahtotila ratkaisee
- Kansainvälistyminen on osa yrityksen liiketoimintasuunnitelmaa
- Liiketoimintasuunnitelman avulla toiminnasta tulee määrätietoista tavoitteeseen pyrkimistä
- Liiketoimintasuunnitelmassa resurssit kohdennetaan: kapasiteetti, henkilöstö (määrällinen ja laadullinen), talous ja aika
- Resurssipulaan löytyy ratkaisuja



- Hyvä suunnittelu takaa parhaan lopputuloksen
- Yrityksen lähtötilanne, valmiuksien kartoitus
- Valmiuksien kehittäminen



Markkinatutkimus ->

Johtopäätökset ->

Toteutus =

Yrityksen tahtotilan ja tavoitteen
saavuttaminen



- **Markkinatutkimus** maantieteellisesti tai demografisesti määrätylle asiakasryhmälle
 - Mitattava
 - Viestinnällisesti ja jakelukanavin saavutettava
 - Pysyvä
 - Riittävän suuri ollakseen kannattava

Kilpailija-analyysi

Tuotesopeutus ja hinnoittelu



- **Avainsuhteet** tavoitelluilla markkinoilla
 - a) Avaavat ovia
 - b) Tuovat uskottavuutta
 - c) Nopeuttavat käynnistysvaihetta
 - d) Kilpailutilanteessa auttavat voittamaan



- **Avainsuhteita**

- itse kehittämällä
- konsulttien kautta
- liittoutumalla
- verkoston avulla
- Suomen / EU:n organisaatioiden kautta



Avainsuhteita ja tutkimusta

Kumppaniverkosto

Monialainen kokemus

PK-sektorin tuntemus

Kumppaninne Hansa 2010



KIITOS !

Hansa 2010

Satu Harkke

www.hansa2010.fi