

Kansainvälistymispolku Puutarha Tahvoiset Oy

KANSAINVÄLINEN KILPAILUKYKY -
Seminaari
Mustio 18.11.2010

Tomi Tahvonen / Puutarha Tahvoiset
Hannu Talvio / Tutorium



TAHVOSET

Elämää pihaan ja puutarhaan.

Puutarha Tahvoset Oy 2010

- "Elämää Pihaan ja Puutarhaan"
- Puita ja pensaita puutarhamyymälöihin ja viherrakentamiseen
- Tärkein segmentti puutarhamyymälät



Puutarha Tahvoset Oy 2010

- Liikevaihto n. 5,5 Me
- Vuoden ympäri n. 50 työntekijää, ka. 75 hlöä
- 85 % omaa tuotantoa, 15 % välitystuotteita
- Perheyrittäjä, 5. viljelevä sukupolvi ruorissa



Venäjän toimintojen historia

- 1993 hanke taimiston perustamisesta Pietariin
- 1996 Zao Agromic Moskova
- 90-luvun lopulla suorita kontakteja Moskova + Pietari
- 2003 Edustusto ja Finnish Garden Moskovaan
- 2006 Edustusto kiinni
- 2006 => Suorat toimitukset vakioasiakkaille

Maantieteellinen markkina-alue



Kansainvälistymisen päivitys 2006 - 2007

- Globaali 14.12.2006 – 14.3.2007
 - Tomi Tahvonen, Kari Tahvonen, Hannu Talvio / Tutorium
- Globaalin 5 lisäpäivää 9.10. – 23.10.2007
 - Jatkosuunnittelupäivä 9.10. Tomi T., Kari T. Hannu T.
 - Kierros Etelä-Suomen puutarhamyymälöissä 10.10. Tomi T. ja Hannu T. (suunnittelun lähtökohtia Point-of-Sale materiaalia varten)
 - Asiakaskäynnit Pietarissa 15.10. – 16.10. Tomi T., Kari T. ja Hannu T.
 - Markkinoinnin toimenpideohjelman suunnittelu 23.10. Tomi T., Sanna Tahvonen (vastaa markkinoitint materiaaleista), Hannu T.
- Globaalin seuranta päivä 11.12.2007
 - Erityiskiitokset Eero Härköselä tuesta prosessissa



Globaaliraporttia työstettäessä ajatukset kirkastuivat...



7. YRITYKSEN KANSAINVÄLISTYMISEN PAINOPISTEET JA KEHITTÄMISTARPEET KOHDEMARKKINASSA

7.1 MAA-/MARKKINAVALINTA

PERUSTELUT KOHDEMAAN/MARKKINAN VALINNALLE	Pietari on lähellä, kasvava, hintataso paras, kilpailutilanne helpoin
KILPAILUTILANTEEN HUOMIOONOTTO KOHDEMARKKINOILLA	Kilpailutilannetta ei tunneta vielä riittävän hyvin. Oletuksia on: Talven kestävässä laaduissa kilpailijoita vähän. Ostajien kouluttaminen vahvistaisi talvenkestävyyteen perustuvaa kilpailuetua. Ostajien osaamattomuudesta johtuen kilpailijat pystyvät myymään laajaa sortimenttia, joka pääosin ei kestä olosuhteita. Hollantilaiset kilpailevat sortimentilla/hinnalla ja puolalaiset hinnalla ja Venäjän tuntemuksellaan. Pietarissa suomalaisuudella on merkitystä. Talo-toimittajien/rakentajien rooli piharakentamisessa suuri.

Kommentti [Ohje57]: Keskeisimmät valintatekijät ko. markkinan suhteen (vrt. edellä)

Kommentti [Ohje58]: Kilpailun suhteuttaminen markkinan kokoon, kilpailijoiden toimintamallit kohdemarkkinassa (kilpailun kovuusaste, uusien tulokkaiden markkinoilletulomäärä, vetäytyminen jne.)

7.4 YRITYKSEN KANSAINVÄLINEN TOIMINTASTRATEGIA

MARKKINOILLEMENOSTRATEGIA	
Kotimaassa tuotetut tuotteet myydään loppuasiakkaille pietarilaisten vähittäisketjupartnereiden kautta ja viherrakentajayrityksille suoraan. Osasta jakelutiefunktoita vastataan itse ulkoistusten avulla (esim. vähittäisliikkeen esillepanon kontrolli, pr-artikkelit, logistiikka), osa hoidetaan itse kotimaasta käsin. Kriittinen toiminto on logistiikka venäläisen yhteistyökumppanin kanssa, jonka tehtävänä on tullaus ja nopea paikallisjakelu pienin toimituserin.	
VIENTIMARKKINOINTISTRATEGIA	
1. SEGMENTOINTISTRATEGIA	Kohdesegmenttinä ovat talvenkestäviä laatuja arvostavat ylemmän keskiluokan ja sitä varakkaammat kuluttajat, joille myydään tarkoin valittujen pietarilaisten vähittäismyyntiketjukumppaneiden kautta sekä b-to-b myynti viherrakentajayrityksille suoraan.

Kommentti [Ohje67]: Missä ja miten kohdemarkkinaan tarkoitettuja tuotteita/palveluita tuotetaan ja miten ne ko. markkinaan aiotaan toimittaa; kansainväliset jakelukanavat, paikalliset jakelukanavat; markkinoillepääsyn nopeus, riskit, kustannukset, katevaatimus jne.

Kommentti [Ohje68]: Erilaistamaton erilaistettu, keskitetty vai markkinarako-strategia, pääasiakasryhmät, väliporaat ja loppuasiakkaat

Kansainvälistymisen päivityksen tärkeimmät linjaukset

- Keskittyminen Pietariin ja n. 900 000 € vienti vuonna 2012
- Jakelutiepeiton rakentaminen Pietarin alueelle yhteistyössä usean puutarhamyymälän kanssa (tavoite 6 – 7) ja suoramyyntiä viherrakentajayrityksille.
- Brandin näkyvyyden parantaminen myyntipisteissä hyödyntäen kotimaahan v. 2009 mennessä kehitettävää myyntipistekonseptia
- Logistiikan kehittäminen konttia pienempien tilauserien toimittamiseksi myymälöihin

Kotimaan käytänteistä lähtökohtia...



Venäläisiin Point-of-Sale materiaaleihin



Puutarha TAHVOSET

Яблоня

<p>ABTRAKANI GYLLENKRÖK I-III</p> <p>Этот сорт яблони среднего размера, округлой или шарообразной шарообразной формы. Кожура тонкая. Основание окраски желтовато-зеленая, с карминно-красным пятном в виде полоски или точки. Мякоть мелкозернистая, нежная, сочная, кисло-сладкая. Собирают только с начала июля и в начале сентября.</p>	<p>BORGOVNIKKO I-VI/VI</p> <p>Этот сорт яблони среднего размера, шарообразной формы, но с более узкой окраской желтой, имеет желтый оттенок в виде слабой красной окраски. На вкус сладкий, безкислотный. Деревья шаровидные и урожайные. Производится в России.</p>	<p>HLUTTUS I-V</p> <p>Этот сорт яблони среднего размера, шарообразной формы, желтой окраски, с красными пятнами. На вкус кисло-сладкий. Деревья шарообразные. Этот обычный урожай с позднего августа. Сохраняет цвет и в период хранения августа, даже до сентября.</p>
<p>MAIKKI I-VI/VI</p> <p>Этот сорт яблони среднего размера. Кожура с желтым покрытием. Имеет ярко-красную окраску. Мякоть белая, сочная, нежная. На вкус сладкая, сочная, кислая, ароматная. Этот обычный урожай уже с начала июля. Деревья шаровидные, но урожайные, устойчивые к болезням.</p>	<p>PETTERI I-III/III</p> <p>Этот сорт яблони среднего размера. Основание окраски желтое, окраска темно-красная. Мякоть белая, сочная, нежная. На вкус сладкая, сочная, кислая. Этот сорт яблони, шарообразный, урожайный сорт. Сохраняет до декабря вкус и сочность. Этот обычный и урожайный сорт. (Lato-klonit)</p>	<p>RIPSA I-V</p> <p>Этот сорт яблони среднего или небольшого размера. Основание окраски желтое, с красными пятнами. На вкус сладкий, ароматный. Деревья шарообразные, сохраняют свой желтый цвет даже при длительной окраске. Этот обычный и урожайный сорт, который сохраняется в ранней стадии.</p>
<p>SOKEERIMON I-VI/VI</p> <p>Этот сорт яблони среднего размера, шарообразной формы. Основание окраски желтоватая, с зеленым и красным оттенком. На вкус сладкий, кислый, сочный, нежный, сочный. Мякоть сочная, белая "арбузная". Деревья быстро- и урожайные.</p>	<p>VALKKEAKULLAS I-III</p> <p>Этот сорт яблони среднего размера, желтого цвета окраски, сочная сладкая, часто прозрачная. На тонкости кожицы часто прозрачный цвет. На вкус сладкий, ароматный. Деревья шарообразные, устойчивые к болезням.</p>	<p>VUOKKO I-III/III</p> <p>Этот сорт яблони среднего или небольшого размера, шарообразной формы. Основание окраски желтоватая, с карминно-красными пятнами, имеет сочную структуру. Окраска тонкая, кислая и ароматная. На вкус сладко-кислотный, но не кислый. Мякоть сочная и мелкозернистая сочная.</p>

Tilanne 2010

- Pääpaino siirtynyt Moskovasta Pietariin
- 5 suurempaa ja pari pientä vähittäismyyntipistettä asiakkaana
- Lama vaikeutti asiakkaiden toimintaa
- Vienti kasvussa oikealla tiellä

2007 alussa suunniteltu liikevaihto M €	2007	2008	2009	2010	Ennuste tälle vuodelle 2010	2011	2012
Kotimaa (+ 3 % / v.)	4,00	4,20	4,41	4,63	5,25	4,86	5,11
Vienti (+ 50 % / v.)	0,10	0,15	0,23	0,34	0,25	0,51	0,76
Yhteensä	4,10	4,35	4,64	4,97	5,5	5,37	5,86

Kilpailutilanne 2010

- Suomalainen tuote kallis, mutta haluttu
- Kova paine Unkari, Puola, Hollanti, Belgia, Saksa
- Talvenkestävyys ainoa peruste korkealle hinnalle => kokeneet harrastajat ymmärtävät eron
- Tilanne alkaa vakiintua



Pietarin kokemuksia

- Luottamus kaikkein tärkeintä, luottamuksen saavuttaminen on pitkä prosessi
- Turvallisuus kuten missä tahansa
- Venäjän kielen taito eduksi, mutta englannilla pärjää
- Osakuormat ja mielivaltaisuudet rajalla
taimitoimitusten ongelma

Tulevaisuus

- Lähiajan tavoitteena on kehittää yhteistyötä nykyisten asiakkaiden kanssa Pietarissa ja etsiä lisäksi 2-3 uutta vihermyymälää/jälleenmyyjää Moskovasta
- Sopivan kumppanin kartoitus/valinta yhteisyritykseen
- Oman tai yhteistyöyrityksen omistaman tuotantolaitoksen perustaminen Venäjälle
- Yhteistyö suomalaisten toimintaansa Venäjälle ja Baltiaan laajentavien vähittäismyyntiketjujen kanssa