

FENNO
PROMO

KANSAINVÄLISTYMISEN EDUT YRITYKSELLE

13.8.2024, klo 13.30 – 15.30, Kansainvälinen myynti
Jukka-Pekka Inkinen, Fennopromo Oy



Sisältö:

1. Kansainvälistymisestä yleisesti
2. Viennin tarkoituksenmukaisuus
3. Suuntana vienti
4. Monien mahdollisuuksien maailma

1. Kansainvälistymisestä yleisesti

Kansainvälistymisen vaiheet

Tutkimus ja suunnittelu

Kansainvälistymisprosessi alkaa usein markkinatutkimuksella ja kilpailija-analyysillä. On tärkeää ymmärtää kohdemarkkinoiden kulttuuria, taloutta ja lainsäädäntöä.

Valmistautuminen

Valmistautumisvaiheessa yrityksen on mukautettava liiketoimintamallinsa vastaamaan uusia olosuhteita. Tämä voi sisältää muun muassa tuotteiden tai palveluiden muokkaamisen, logistiikan suunnittelun ja kansainvälisten kumppanuuksien rakentamisen.

Rahoitus

Kansainvälistyminen vaatii investointeja. Rahoituksen hankkiminen on avainasemassa tässä vaiheessa. Yrityksen rahoitusvaihtoehtoina kansainvälistymisessä voidaan käyttää pankkilainoja, yrittäjälainoja tai rahoitusta julkisen tai yksityisen sektorin rahoituslähteistä.

Toteutus ja toiminta

Kun kansainvälistymissuunnitelma on valmis, yritys voi aloittaa toiminnan uusilla markkinoilla. On tärkeää varmistaa, että kaikki sujuu suunnitellusti ja että yrityksen tuotteet tai palvelut vastaavat asiakkaiden tarpeita ja odotuksia.

Seuranta ja arviointi

Kansainvälistyminen vaatii jatkuvaa seurantaa ja arviointia. Yrityksen on seurattava tuloksiaan ja mukautettava strategiaansa tarvittaessa.

2. Viennin tarkoituksenmukaisuus

Onko viennin käynnistäminen kannattavaa?

- Vientiä ei ole tarkoituksenmukaista käynnistää, jos kotimaan markkinalta on saatavissa sama lopputulos helpommin ja/tai pienemmin investoinnein.
- Ennen kansainvälistymispäätöksen tekemistä kannattaa pohtia:
 - Mihin halpuutus kotimarkkinalla johtaa?
 - Mitä PL-markkinan kasvu tarkoittaa kotimaassa?

Mihin viennillä pyritään - esimerkkejä

- Liikevaihdon ja liiketuloksen kasvattaminen
- Tuotteelle ei ole markkinaa Suomessa löydettävissä
- Markkinariskin jakaminen laajemmalle alueelle
- Tila- ja laiteinvestoinneille haetaan parempaa tuottoa
- Jokin muu syy?

Kasvun ja resurssien optimoinnin kysymykset:

Mitä haluan saavuttaa?

Mitä pystyn tekemään itse?

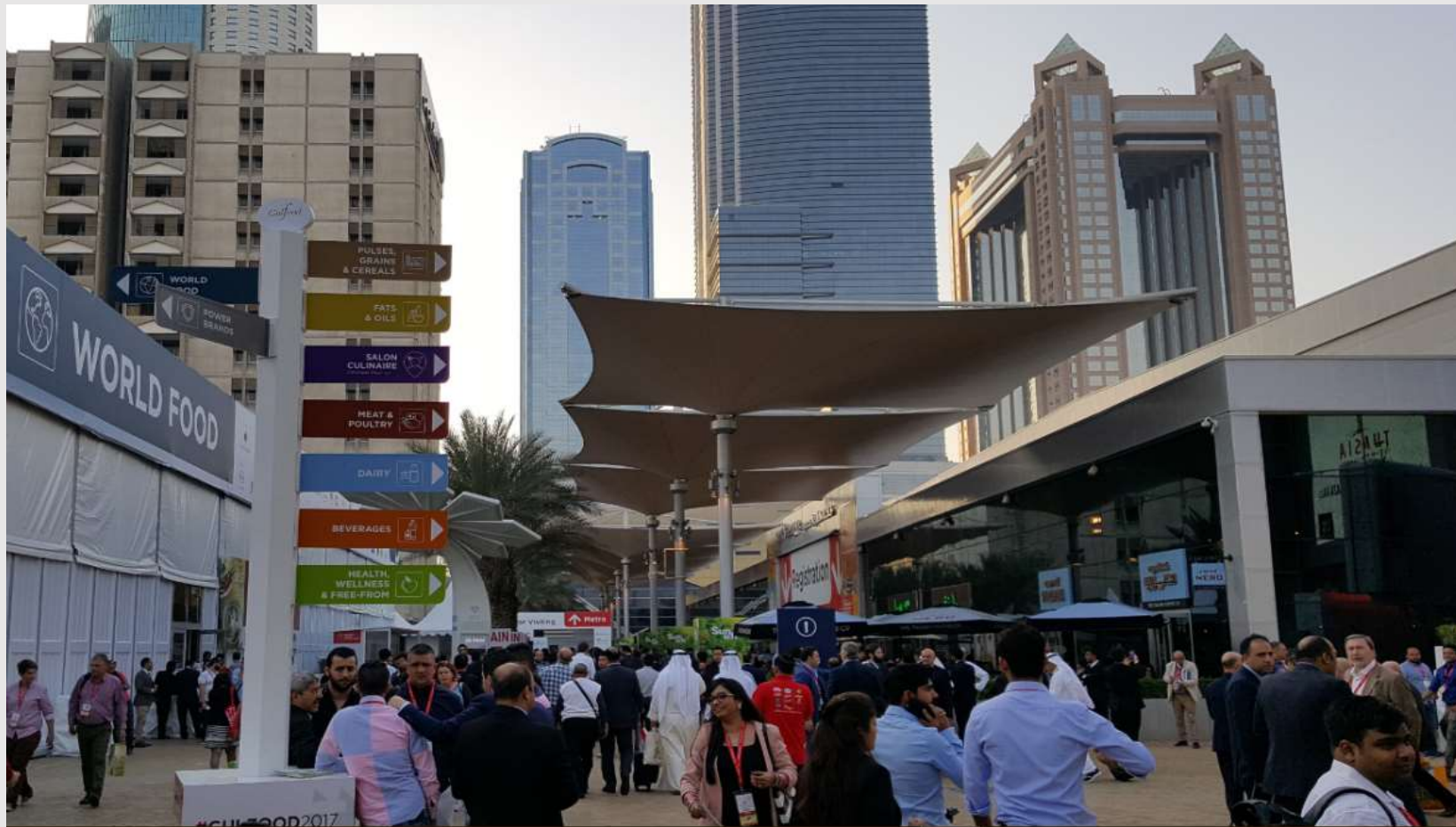
Mihin tarvitsen muita?



FENNO
PROMO

3. Suuntana vienti

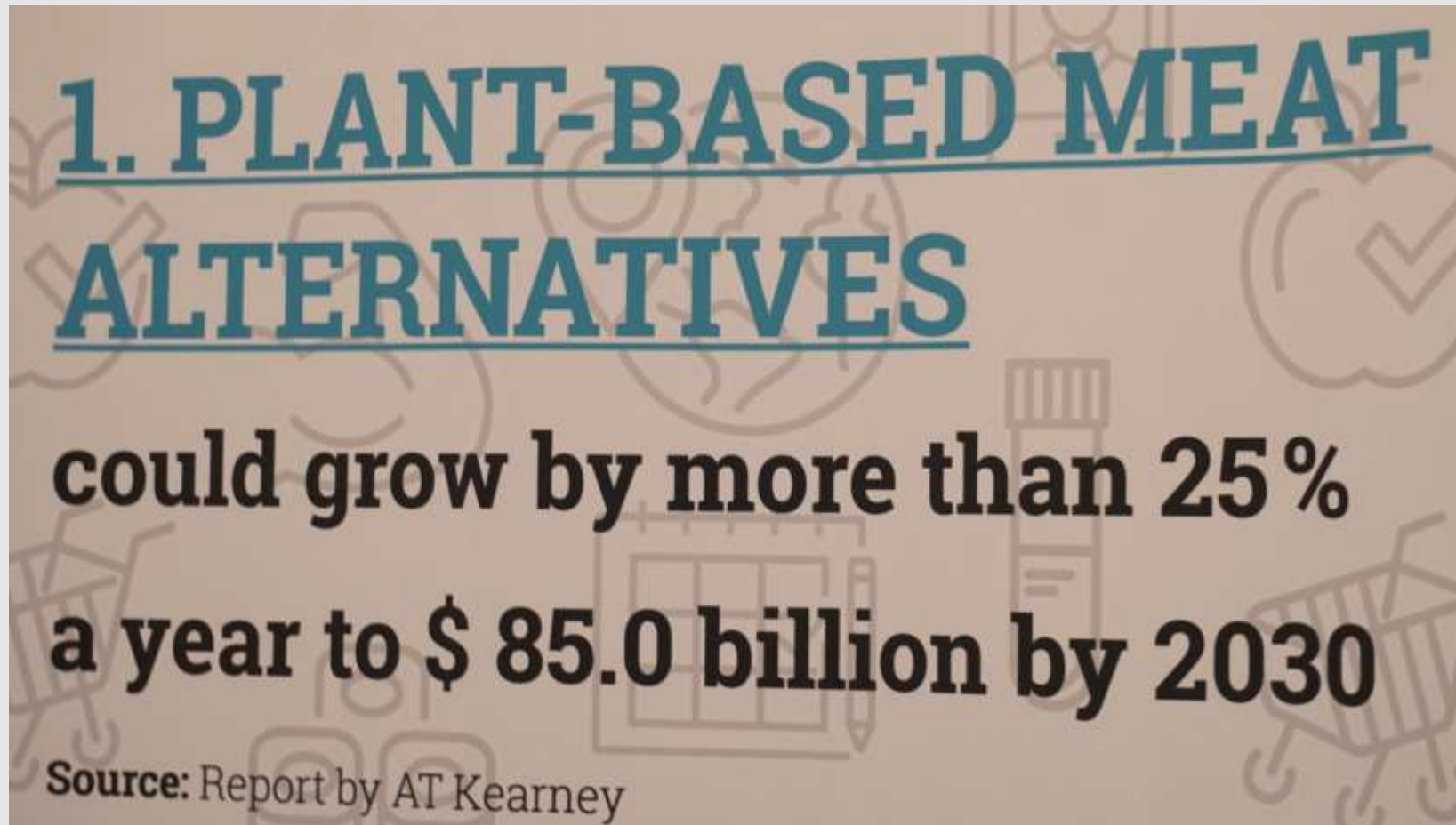
Jos suuntana on vienti...



- Mikä on tarjonta, hinnat, kilpailijat



- Miten kysynnän trendit kehittyvät, mitä asiakkaat haluavat ostaa



1. PLANT-BASED MEAT
ALTERNATIVES

could grow by more than 25%
a year to \$ 85.0 billion by 2030

Source: Report by AT Kearney

The infographic features a light brown background with faint icons of a shopping cart, a factory, a lightbulb, and a checkmark. The text is presented in a clean, sans-serif font, with the main title and key statistics in bold and underlined.

- Mikä on tuotteillesi sopivin jakelutie



Kuinka organisoit tarvittavat resurssit

- Mistä resurssit



Tee kansainvälistymisstrategia



SWOT



- Onko mahdollisia muutostarpeita



Viennin käynnistäminen



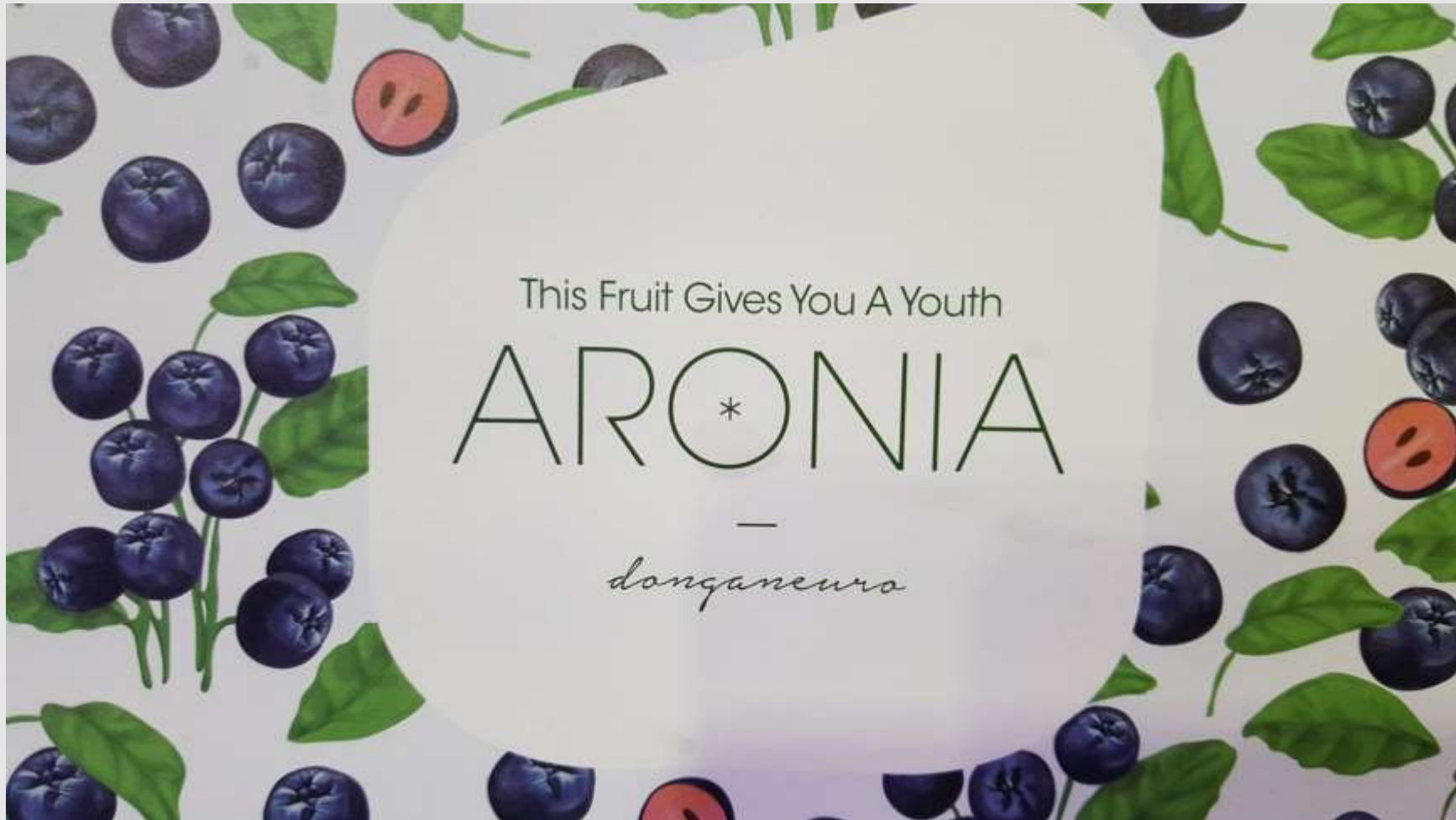
Maailma on täynnä mahdollisuuksia!



**FENNO
PROMO**

4. Monien mahdollisuuksien maailma

TerveYTEEN liittyvät elintarvikkeet



Erillaistu



Niche / luxury



Kiitos!

FENNO
PROMO

Emme opeta. Annamme uuden ajattelun eväitä

Fennopromo Oy
Jukka-Pekka Inkinen
+ 358 40 500 2896
jukka-pekka.inkinen@fennopromo.fi
www.fennopromo.fi
[Facebook](#)
[LinkedIn](#)

**FENNO
PROMO**