

FENNO
PROMO

MYYNNTIKANAVAT JA MENETELMÄT

15.8.2024, klo 12.00 – 15.30, Kansainvälinen myynti
Eeva-Liisa Lilja ja Jukka-Pekka Inkinen, Fennopromo Oy




Sisältö:

1. Sopivin myyntikanava – mikä?
2. Pienille vientiyrityksille sopivat kanavat
3. Myyntikanavien vaatimukset & toimintatavat
4. Kuinka onnistun kansainvälistymisessä?
5. Yhteenveto

1. Sopivin myyntikanava – mikä?

”Oikea tuote oikeaan aikaan oikeassa paikassa”

Mitä termit tarkoittavat?

Saatavuus	<ul style="list-style-type: none">• Ostaminen helpottaminen
Markkinointikanava	<ul style="list-style-type: none">• Tuotetta koskevan tiedon tie loppuasiakkaalle
 Myyntikanava (=jakelutie)	<ul style="list-style-type: none">• Tuotteen tie loppuasiakkaalle
Logistiikka	<ul style="list-style-type: none">• Koko tavara- ja tietovirran toteutus
Fyysinen jakelu	<ul style="list-style-type: none">• Kuljetus ja varastointi
Jakelu	<ul style="list-style-type: none">• Tuotteen toimittaminen
Ulkoisen saatavuus	<ul style="list-style-type: none">• Toimipaikan saavutettavuus
Sisäinen saatavuus	<ul style="list-style-type: none">• Asioinnin helpottaminen toimipaikassa

Myyntikanavan tehtävät

Näistä syistä jakeleminen maksaa ja oikean myyntikanavan valinta on tärkeää kansainvälistymisen onnistumiselle.

Omistus-oikeuden siirto, kun siirrytään kanavan portaalta toiselle

Tiedonvälitys kahteen suuntaan: markkinointi- viestintä asiakkaalle ja palautteen välitys valmistajalle

Valmiiden asiakas-suhteiden tarjoaminen valmistajan käyttöön

Tilaamisen, pakkaamisen ja fyysisen jakelun hoitaminen

Lajitelmien ja valikoimien muodostaminen ostajakunnalle sopivaksi

Loppu-asiakkaiden tarpeiden tunteminen

Kanavavalinnassa huomioitavaa

- Kanavan pituus eli välikäsien määrä
- Kanavan selektiivisyys eli valikoivuus
- Rinnakkaisten kanavien käyttö



Myyntikanavan pituuteen (ja hintaan) vaikuttavat tekijät

1. Kohderyhmä ja asiakas-käyttäytyminen

- Mitä **vähemmän** lopullisia ostajia on ja mitä suurempia ostoja he tekevät, sitä helpompi on järjestää **suora markkinointikanava**.
- Mitä **suuremmasta** ostajamäärästä on kyse ja mitä laajemmalla alueella ostajat asuvat, sitä **enemmän** tarvitaan välikäsiä (= epäsuora kanava).

2. Tuote

- Mitä **moni-mutkaisempi** tuote on ja mitä enemmän se vaatii huoltoa, neuvontaa, ylläpitoa ja palvelua, sitä tärkeämpi on **suora markkinointikanava**.

3. Markkinointikeinot

- Mitä enemmän viestintä perustuu **henkilökohtaiseen myyntityöhön** ja mitä korostuneemmin halutaan luoda **korkealaatuisen** tuotteen maine, sitä **lyhyemmäksi** kanava pyritään tekemään.
- Jos yrityksellä on **vähän resursseja** viestintään, yritys pyrkii käyttämään tukenaan markkinointikanavan resursseja.

4. Tekniikka

- Kun tuotetta markkinoidaan ilman välikäsiä, apuna voivat olla suorassa markkinointikanavassa verkko, puhelin ja automaattit. **Tekniikan suomat keinot poistavat välikäsiä tarvetta.**

2. Pienille yrityksille sopivat myyntikanavat

NEW

Delicacies & Drinks ▾

Textiles & Jewelry ▾

Home & Kitchen ▾

Sauna & Outdoor ▾

SALE



NEW PRODUCTS



SILVER JEWELRY



Aktuelles Geflüster aus dem Norden

Was gibt es Neues bei Nordic Whispers? Hier findest Du eine grosse Auswahl an neuen Produkten aus dem hohen Norden.



Schöttinger Weingummi
Karamellschokolade & Meersalz 250g
CHF 8.90



Schöttinger Macadamia Weisse
Schokolade & Erdbeere 250g
CHF 8.90



Osmia Preiselbeere Shampoo 250ml
CHF 9.90



Osmia Rhabarber Flüssigseife 500ml
CHF 15.90



ITALIA: NordicHouse *Nordic Concept* Store

- Myymälä/kahvilakonsepti ja online-shop
- Skandinaavinen kohtaamispaikka, jossa pohjoismaiset maut, life style, design ja matkailu yhdistyvät yhtenäiseksi elämäyhteydeksi
- Perinteisten kivijalkaliikkeiden valikoima ja tunnelma linkittyvät suoraan online shopin virtuaalimaailmaan
- Ensimmäinen myymälä pop-up formaatissa Milanossa syksyllä 2024
- Online-shop lanseeraus alkuvuonna 2025
- Visiona muita lokaatioita Euroopassa
- Yhteys: jenni.makipaa@finnicaconsulting.fi



Lisää vinkkejä aloittaville ja pienille vientiyrityksille sopivista myyntikanavista...



KIKE Podcast 5: Pienille yrityksille sopivat vientikanavat: Saksa, E-Korea, Italia, GCC-maat, UK



KIKE Kiertotalo...

14 tilaajaa

Tilastot

Muokkaa videota

👍 0



🔗 Jaa

⬇️ Lataa



32 katselukertaa 1 kuukausi sitten

Kuinka käynnistän vientiä? Mitkä ovat pienille ja alkaville vientiyrityksille sopivat kansainvälisille markkinoille pääsyn keinot? Kuuntele uusimmasta KIKE 5. Podcastista vinkkejä matalan kynnyksen mahdollisuuksista maailmalle menoon. Ulkomaiset elintarvikekaupan asiantuntijat nostavat esille potentiaalisia myyntikanavia keskeisistä vientimaista. ...lisää

<https://www.youtube.com/watch?v=ooNhvutYHYU>

**FENNO
PROMO**

3. Myyntikanavien vaatimukset & toimintatavat

- **Vähittäiskauppa, kauppaketjut**
 - **HoReCa, ateriapalvelut**
 - **Private label-valmistus**
 - **Verkkokauppa**
 - **Teollisuus**

Genussmomente- valikoima EDEKASSA

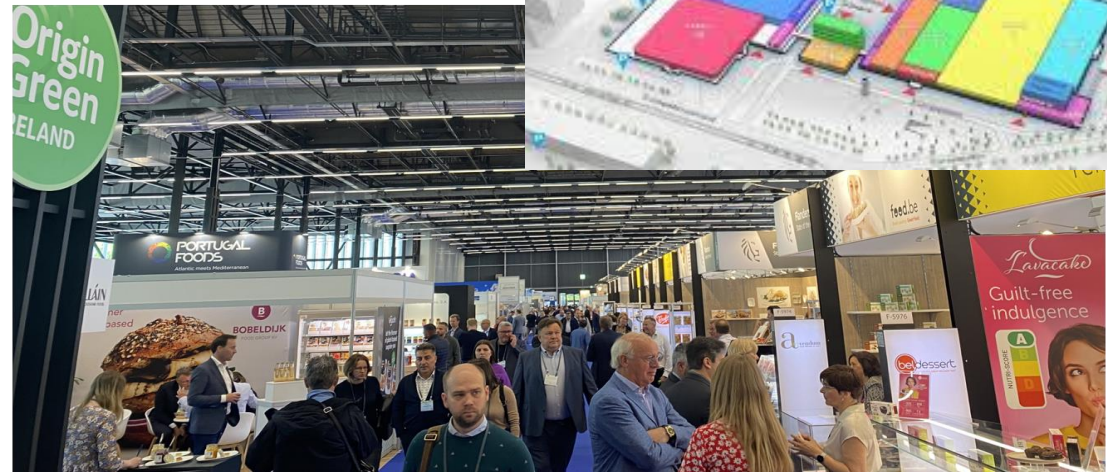
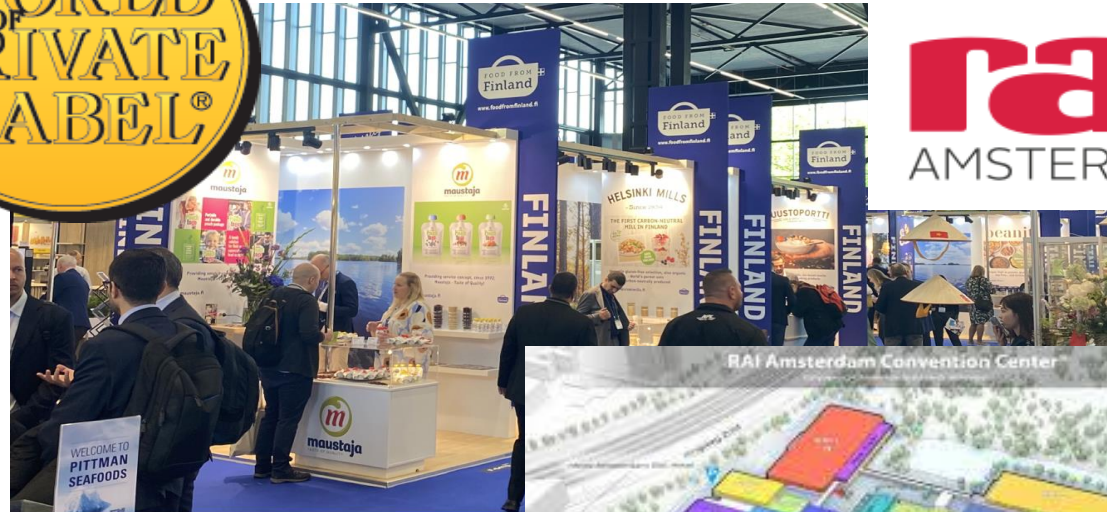


PLMA-messut Hollannissa 20. – 21.5.2025

Private Label Amsterdam

2 500 näytteilleasettajan ja 50 maapaviljongin kokonaisuus.
Markkinat ovat läsnä koko RAI:n alueella = 12 messuhallia ja 15 000 osallistujaa.

Messuilla kiertämällä saa kokonaiskuvan PL-kaupan tarjonnasta ja voi ideoida omaa tarjoomaansa.
Ammattilaisseminaari + verkottumistapahtumia.



Lisää tietoa premium private label-tuotteiden valmistamisesta ja palveluliiketoiminnasta...



KIKE podcast 4: Private label-vienti: Tanska, Hollanti, Italia, Saksa, UK, Etelä-Korea, Japani



Tilastot

Muokkaa videota

0



Jaa

Lataa



68 katselukertaa 6 kuukautta sitten

Kiinnostaako private label-vienti? Luo lisää myyntiä ja parempaa hintaa valmistamalla korkean lisäarvon premium private label-tuotteita. Tule kuuntelemaan uusinta KIKE 4. Podcastia! Saat kuulla nopeasti kasvavasta kansainvälisestä private label-markkinasta ja sen tarjoamista uusista vientimahdollisuuksista suomalaisille elintarvikeyrityksille. ...lisää

<https://www.youtube.com/watch?v=Csqye1lLuIA>

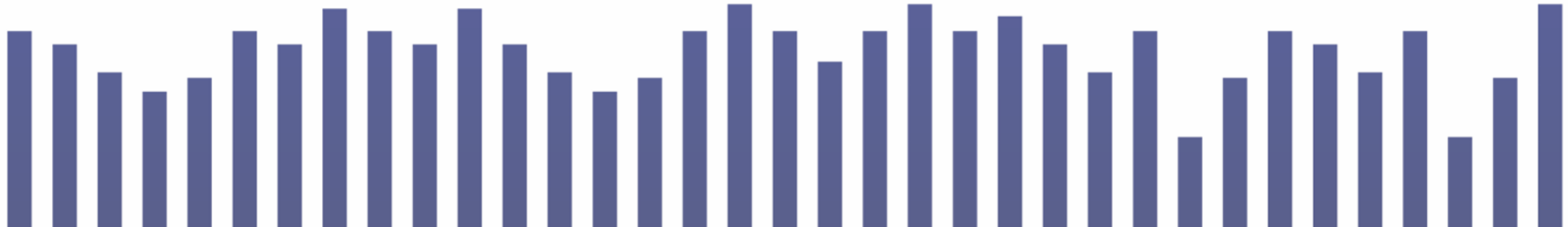
**FENNO
PROMO**

4. Kuinka onnistun kansainvälistymisessä

Yritämme yksin. Onnistumme yhdessä.

Ei aikaa, eikä rahaa – ja vientiä pitäisi tehdä? Vastaus löytyy todennäköisemmin yhdessä, kuin yksin toimien. Tule mukaan Suomen elintarvikevientiyhdistys SUVI ry:n toimintaan. Ole aktiivinen. Jaa SUVI ry:n viestiä laajasti X:ssä, LinkedInissä, toisille yrityksille, valtiovallalle. Yhteinen viesti kaikilta suunnilta tuo tuloksia.

Lue lisää, kerro palautetta & ota yhteyttä
info@su-vi.fi | www.su-vi.fi | +358 40 833 772



8. Yhteenveto

Johtopäätelmiä myyntikanavista:

- Myyntikanava yrityksen koon ja tuotevolyymien mukaan
- On muitakin kanavavaihtoehtoja, kuin kansainväliset kauppaketjut
- Jakelukanavavalinnalla on suuri merkitys lisäarvon tuottamisessa asiakkaalle
- Private label kasvaa voimakkaasti. Miten sinä otat siitä siivusi?
- Jokaisen ei tarvitse olla itse vientiyritys omilla brändituotteilla – voisitko olla alihankkija?
- Yritämme yksin – onnistumme yhdessä!

Kiitos!

**FENNO
PROMO**

Emme opeta. Annamme uuden ajattelun eväitä

Eeva-Liisa Lilja

+358 40 833 7727

eeva-liisa.lilja@fennopromo.fi

Fennopromo Oy

www.fennopromo.fi

[Facebook](#)

[LinkedIn](#)

**FENNO
PROMO**