

# Faktapohjaisen tuotantotiedon hyödyntäminen koti- ja vientimarkkinoilla

---

LIIKETOIMINNAN PERUSTEITA

---

Janne Rantanen



## Janne Rantanen (DI)

---

- 12 vuotta finanssialan sijoitus- ja johtotehtäviä: Nordea, Carnegie ja FIM
  - Analyytikko: Teknologiyhtiöt ja rahastonhoitaja: Kiinan osakemarkkinat
- 8 vuotta elintarvikealan toimitusjohtaja-, talousjohtaja- ja hallitustehtäviä
  - Prep & Bakery Oy, Soseex Oy, Helsingin Kalatalo Oy, Lapland Food Holding Oy
- 10 vuotta konsultointia ja elintarvikealan maahantuontia oman yrityksen kautta
  - Onion Ventures Oy
- Joensuun kaupungin Yrittäjäpalkinnon saaja 2022
- Muusikko / laulaja



# Johdanto

---

## Luento 1:

- Liikeidea
- Markkinat ja kilpailutilanne
- Strategia
- Liiketoiminnan suunnittelu

## Luento 2:

- Kannattavuus ja kannattavuuslaskenta



## Liiketoiminnan tarkoitus ja luennon tavoitteet

---

- Jotta yritys tuottaa lisäarvoa omistajilleen ja pystyy suoriutumaan velvoitteistaan (työntekijöiden palkat, maksut valtiolle ja muille julkisille tahoille, raaka-aineet, vuokrat, investoinnit yms), on sen liiketoiminnan oltava kannattavaa
- Tämä tarkoittaa käytännössä, että kaikkien myytyjen tuotteiden ja palveluitten **yhteenlaskettu myyntitulo pitää olla kuluja ja maksettuja veroja suurempi**
  - Toki mukana voi olla tappiollisiakin tuotteita esim koska uskotaan, että kyseiset tuotteet tuottavat voittoa myöhemmin
- Tämän luentosarjan (3h + 1h + tehtävä) tarkoituksena on käsitellä mm. tuotekustannuslaskentaa esimerkkien kautta. Näitä laskentoja pitäisi tämän luennon jälkeen pystyä soveltamaan siten, että opiskelija pystyisi määrittämään tuotteelleen hinnoittelun siten, että tuotteen valmistamisesta ja myymisestä syntyy yritykselle voittoa



# Hyvä liikeidea tärkeä...mutta vielä tärkeämpää on hyvä toimeenpano

---

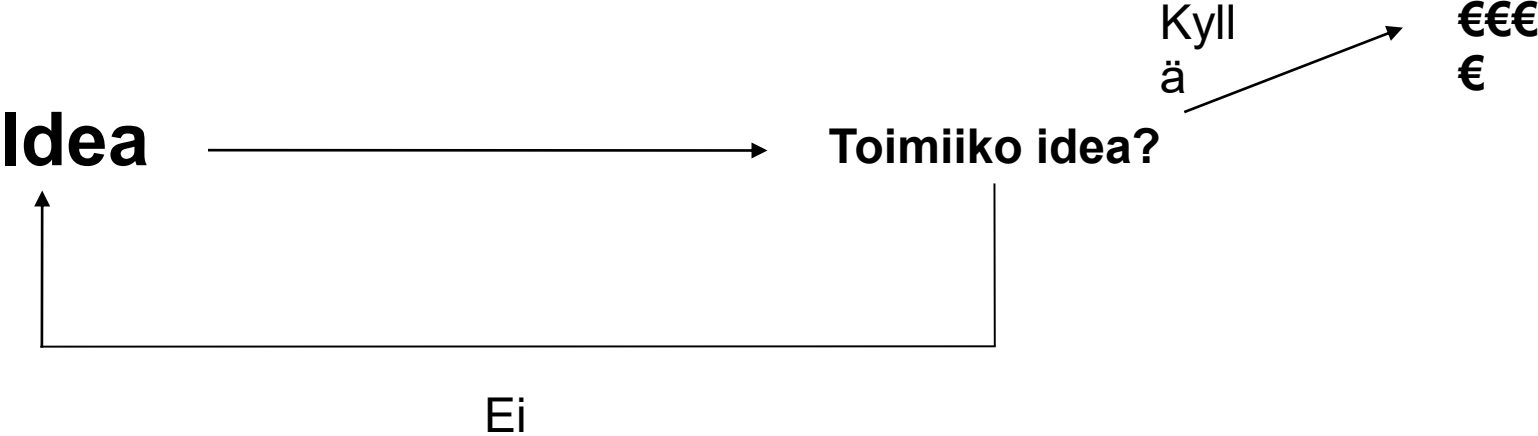


Amy Morse, Prowess  
Org.



# Liikeidea – suoraviivainen testaus

---





jokaiselle

:



jokaiselle

:

Sopii  
vegaanille

Jokaiselle

Ei sisällä  
**seepran-  
lihaa** eikä  
muutakaan eläinperäistä.



## Liikeidea, esimerkki: ”Jokaiselle” -vegaaninen valmisruokasarja

---

- Liikeidea syntyi yhdessä puhelinkeskustelussa
- Liikeideasta tuotteen ensimmäiseksi versioksi: 1 viikko
- Tehtiin kevyt liiketoimintasuunnitelma ja päätettiin tehdä nopea markkina-avaus
- Sissimarkkinointi: markkinointibudjetti nolla euroa
- 700 myyntipistettä alle puolessa vuodessa
- EUR 2 miljoonan vuotuisen liikevaihtoon kahdessa vuodessa
- Erinomainen kannattavuus



## Markkinat ja kilpailutilanne: kilpailuetu, mitä se on?

---

Kilpailuetu voi olla esim

- Tuotteen tai palvelun laatu
- Brändi, joka erottuu jostain syystä kilpailijoista
- Hinta vs kilpailu
- Hinta/laatu -suhde
- Jakelu vs kilpailu (verkkokauppa, yksinoikeus jollekin isolle jakelijalle tms)
- Jne jne



## Markkinat ja kilpailutilanne: kilpailuetu, onko sitä?

---

-Liikeidean testaus:

Onko markkinalla kilpailua tuotteelle / palvelulle?

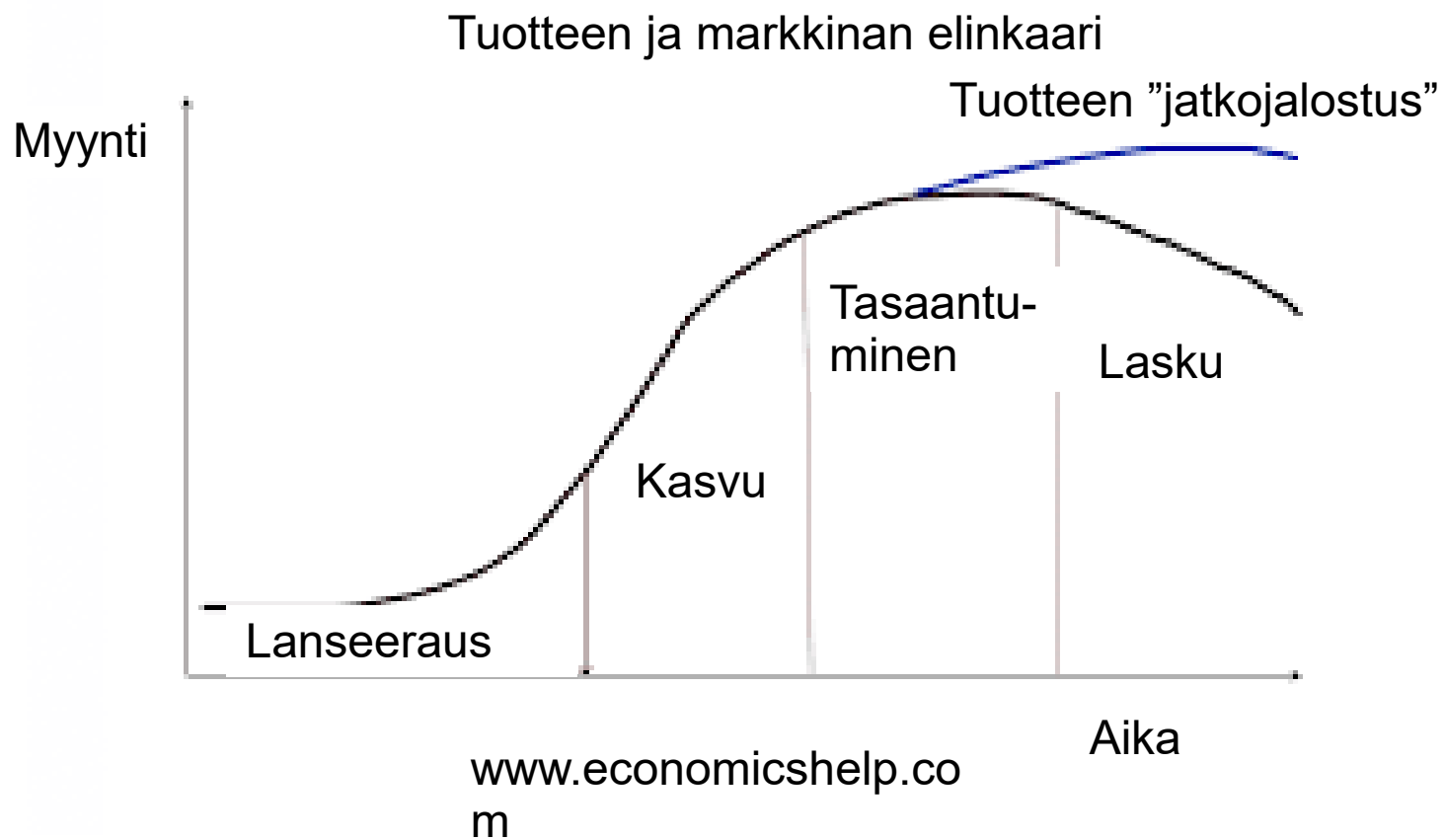
- Jos on, mikä on kilpailuetumme?
  - Jos selvää kilpailuetua ei ole, miten vastaamme kilpailuun?
- Jos markkinalla ei ole kilpailua, miksi ei ole kilpailua?
  - Onko markkina oikeasti sen kokoinen, että tuotteelle on kysyntää?

Onko mahdollista tuottaa tuote / palvelu siihen hintaan, että asiakas on valmis ko hinnan maksamaan?

- Tuotekannattavuuslaskenta (tehdään myöhemmin harjoitus aiheesta)



# Markkinat ja kilpailutilanne



## Markkinat ja markkinatutkimus, esimerkki: ”Jokaiselle”

---



- Testattiin tuote vegaaniseen ruokaan keskittyneessä Facebook-ryhmässä
- Maistatettiin tuotteet ottamalla palstan aktiiviset kävijät mukaan maistatukseen
- Sissimarkkinointia jatkossa: tuotteita jaettiin testiin mm Helsingin rautatieasemalla
- Saavutettiin nopeasti lojaali ostajakunta



# Markkinat ja markkinatutkimus, esimerkki: ”Jokaiselle”



- Hype pääsi valloilleen
- 1000 seuraajaa Instagramissa muutamassa viikossa
- Hypeä seurasivat vähittäiskauppasopimukset
- Kilpailua alkoi ilmaantua n 6kk lanseerauksen jälkeen
- ”Jokaiselle” oli kuitenkin jo saavuttanut yli 700 kaupan jakelun ja varsin lojaalin käyttäjäkunnan
- Lisäksi volyymin kasvun kautta tuotantoa saatiin tehostettua ja sen kautta pystyttiin vastaamaan hintakilpailuun



## Strategia, yritys

---

- Yritysstrategia on tutkimuskohteena varsin tuore: ensimmäisen modernit tutkimukset aiheesta on tehty vasta 1960-luvulla

**”Strategianmuodostuksen ydin on määritellä yrityksen suhde ympäristöönsä” - Michael Porter**



## Strategia, elementit

---

- Yritysstrategiassa määritellään yleisesti ainakin yrityksen
  - Missio: ”mitä halutaan saavuttaa”
  - Visio: ”mitä halutaan olla tulevaisuudessa”
  - Kilpailuedut: ”miten erotumme ja voitamme kilpailun”
  - Aikajänne: ”millä aikajänteellä tavoitteisiin pyritään pääsemään”



## Strategia projektissa

---

- Projektissa strategia on suunnitelma, jonka tavoitteena on saavuttaa yksi tai useampi päämäärä
- Miksi strategia on tärkeä?
  - Yleensä käytettävissä olevat resurssit (työvoima, laitteisto, käyttöpääoma jne jne) ovat rajalliset.
  - Jotta päästään päämääriin käytettävissäolevilla resursseilla, on strategia oltava kirkas hankkeen alusta alkaen
- Hankkeen strategiassa normaalisti määritellään
  - Tavoite, mikä halutaan saavuttaa
  - Miten tavoitteeseen päästään käytettävissäolevin resurssein



## Strategia: kilpailuetu

---

Kilpailuetu: miten saavutetaan (mieluummin pitkäaikainen) kilpailuetu markkinalla?

- Onko tuotteen / palvelun ominaisuuksissa jokin, joka on ”ainutlaatuista” markkinalla?
- Onko jokin asiakasryhmä, joka saadaan houkuteltua käyttämään tuotetta / palvelua säännöllisesti?
- Onko kustannusetua esim raaka-aineen, tuotantomethodin, energian tms tuotantotekijän osalta?
- Onko kilpailuetua esim tuotannon alihankinnan kautta mahdollista saavuttaa?



## Esimerkki, ”Jokaiselle”: Strategia ja strategian toteutus

---

”Jokaiselle”-sarjan lanseerauksessa strategia oli suoraviivainen:

- Oli käytössä nykyaikainen elintarviketehdas ja valmisruokatuotantoon soveltuva laitteisto ja osaava henkilökunta
- Identifioitiin, että markkinassa on vetoa kyseiselle tuotesarjalle
- Tehtiin nopea suunnittelutyö ja tuotelaskenta (kannattavuus)
- Luotiin markkinointistrategia, mikä perustui aktiivisten alan toimijoiden houkutteluun ”sissimarkkinoinnilla”
- Jakelukumppani houkuteltiin mukaan onnistuneella ”sissimarkkinoinnilla”
- Tuotanto oli omissa käsissä, joten lanseeraus oli todella nopeaa



## Kertaus

---

- Hyvä liikeidea on tärkeä, mutta idean erinomainen toteuttaminen on vielä tärkeämpää
- Paras kilpailuasetelma on toki monopoli-asetelma, missä kilpailua ei syystä tai toisesta ole
  - Reaalimaailmassa on löydettävä tuotteen tai palvelun kilpailuetu
- Kilpailuetu on harvoin senkaltainen, että se olisi ikuinen
  - On syytä kehittää tuotetta/palvelua jatkuvasti, jotta kilpailueru pysyy mahdollisimman vahvana
- Strategia ja liiketoiminnan suunnittelu auttavat kiteyttämään toimet, joilla projekti / tuote saavuttaa asetetut tavoitteet

