



KASVUN TRENDIT 2021

Näkökulmia kotimaisten kasvuyritysten arkeen

Sisällysluettelo

03 Kasvun trendit 2021

05 Myynti ja markkinointi haastaa kasvuyrityksiä

Miten kasvuyritykset ratkovat myynnin ja markkinoinnin haasteita?
Asiantuntijan näkökulma — Sani Leino

06 Talous ja kasvun rahoitus ovat aina kasvuyrityksen agendalla

Miten kasvuyritykset ratkovat talouden ja kasvun rahoituksen haasteita?
Asiantuntijan näkökulma — Aleksi Lehtonen

07 Osaaminen ja liiketoiminnan kehittäminen vaatii kasvusuunnitelman

Miten kasvuyritykset ratkovat osaamisen ja liiketoiminnan kehittämisen haasteita?
Asiantuntijan näkökulma — Timo Vuori

08 Secapp — huippuunsa hiottu teknologia pelastaa ihmishenkiä joka päivä ympäri maailmaa

09 Scaleup -yrityksillä vuosi 2021 on uudistumisen vuosi

10 Scaleup-yritysten painopisteet 2021

11 Viisi oivallusta scaleup -yritysten kasvuaihojen etsimiseen ja työstämiseen

12 Sofigate — tavoitteita pitää olla kauas ja lähelle

KasvuOpen®

 KASVURYHMÄ

Kasvun trendit 2021

Suomessa keskisuuria yrityksiä on vain prosentti kaikista yrityksistä, mutta nämä yritykset tuovat lähes neljäsosan suomalaisten yritysten liikevaihdosta ja yli 20 prosenttia yksityisen sektorin työpaikoista.

Kun näihin lukuihin yhdistetään 10-15 henkilöä työllistävät pienyritykset (5,8 prosenttia yrityksistä), jotka tuovat 18,4 prosenttia suomalaisten yritysten yhteenlasketusta liikevaihdosta huomataan, että pk-yrityksissä piilee valtava potentiaali suomalaiseen kasvuun, vientiin ja työllisyyteen.

Yritysten kasvu on kansantalouden moottori ja koko Suomen hyvinvointia ylläpitävä voima, mutta vallitsevassa poikkeustilanteessa moottori yskii niin meillä kuin muuallakin maailmassa.

Toivoa kuitenkin on. Yritysten kasvu syntyy uskalluksesta ja kunnianhimoisista tavoitteista. Poikkeuksellisesta tilanteesta huolimatta yrityksillä on rohkeita kasvusuunnitelmia. Viime vuonna Kasvu Openin kasvuyrityksien otannalla yritysten yhteenlaskettu liikevaihto oli 417 miljonna euroa. Yritykset arvioivat kasvattavansa tätä pottia yhteensä 1,6 miljardilla eurolla seuraavien kolmen vuoden aikana.

Samaan aikajaksoon nämä yritykset ennustavat luovansa lähes 9000 uutta työpaikkaa Suomeen — koronasta huolimatta.

Kasvun trendit 2021 -julkaisussa nostamme esille kolme trendiä, jotka näkyvät ja vaikuttavat nyt ja tulevaisuudessa kasvuyritysten menestykseen.

1. Myynti ja markkinointi ovat kasvuyritysten tärkein kehittämisen kohde.

Kasvuyrityksissä molempien osa-alueiden osaamisen puutteet tunnistetaan. Ne myös listataan tärkeimpien teemojen joukkoon, kun kasvuyrityksiltä kysytään tulevaisuuden osaamisen kehittämistä.

2. Talous ja kasvun rahoitus ovat aina kasvuyritysten agendalla.

Kasvuyritysten omien arvioiden mukaan talousosaaminen on hyvällä tolalla - tilaisuuden tullen siihen olla kuitenkin erittäin valmiita vastaanottamaan sparrausta. Yleisin haasteen on rahan riittävyys arjessa, jossa kasvua tehdään.

Kasvu Openin Kasvupolku®-sparraukseen osallistuneiden kasvuyritysten keskimääräinen rahoitustarve oli 813 000 €/yritys.

3. Kasvuyritysten tulevaisuuden osaamistarpeet liittyvät myyntiin, markkinointiin ja liiketoiminnan kehittämiseen.

Kasvuyritysten suurin kapeikko on vienti- ja kv-osaamisessa, myynnissä ja markkinoinnissa.

Kasvun trendit 2021 -julkaisun tulokset ja niiden tulkinta pohjautuvat vuonna 2020 Kasvu Openin Kasvupolku® sparraukseen osallistuneiden 660 kasvuyrityksen Kasvu Openille kasvuyrityksien kautta antamiin tietoihin, ja Kasvuryhmän keräämiin tietoihin scaleup-yritysten kasvuaikahioista.

- **Jaana Seppälä**, toimitusjohtaja, Kasvu Open



KasvuOpen®

- Kasvu Open on Suomen johtava pk-yritysten kehityksen ja kasvun ekosysteemi, ja valtakunnallinen yritysten sparrausohjelma
- Visiomme on tehdä suomalaisista maailman paras kasvuyrityskansa
- Perustettu vuonna 2011
- Ekosysteemimme kattaa lähes 3000 Kasvu Openissa sparrattua yritystä ja noin 1500 kasvun asiantuntijaa
- Keskitymme suomalaisiin kasvuhaluiisiin pk-yrityksiin, joiden liikevaihto on 500 000€ - 10 000 000€

Lue lisää: kasvuopen.fi

Myynti & markkinointi haastaa kasvuyrityksiä

Myynti ja markkinointi ovat kasvuyritysten tärkein kehittämisen kohde. Kasvuyrityksissä molempien osa-alueiden puutteet tunnistetaan ja listataan tärkeimpien joukkoon, kun kasvuyrityksiltä kysytään niiden tulevaisuuden osaamisen kehittämistä.

Etenkin alkuvaiheessa kasvuyritys ansaitsee näytöt sisukkaalla myynti ja- markkinointityöllä. Monesti myös talous on tulorahoituksen varassa, joten on ymmärrettävää, että uusien asiakkaiden löytäminen ja nykyisten säilyttäminen on tekemisen keskiössä.

Kasvuyritykset tunnistavat, että myynti ja markkinointi ovat kehittämisen kohde, mutta myös merkittävä haaste.

Kun kasvuyritykset sanoittavat oman kasvusuunnitelman haasteita tai riskejä, kolmanneksi yleisin haaste/riski on markkinoinnin tai myynnin epäonnistuminen. (Suurimmat kasvuyritysten tunnistamat riskit ovat: Liiketoiminnan yleiset riskit ja Kasvun rahoitus.)

Kasvuyritysten suurimmat haasteet Myynnin ja markkinoinnin -teemassa:

- markkinoinnin kohdentaminen ja erottautuminen muista,
- resurssien oikea-aikaisuus eli milloin ja mihin toimenpiteisiin kannattaa, ihmisten työpanos ja rahan käyttö,
- myynnin epäonnistuminen.

Kasvu Openiin osallistuneiden yritysten suurimmat sparraustarpeet



Myynti ja markkinointi	16%
Talous ja kasvun rahoitus	15%
Johtaminen ja strategia	14%
Osaaminen ja tiimi	12%
Kansainvälistyminen	11%
Digitaalinen kehitys	9%
Riskienhallinta ja sopimukset	8%
Tuotanto ja logistiikka	8%
Hyvinvointi ja suorituskyky	7%

Miten kasvuyritykset ratkovat myynnin ja markkinoinnin haasteita?

Kasvuyritysten konkreettiset kehittämistoimenpiteet Myynnin ja markkinoinnin teemassa ovat:

1. Ydinviestin kirkastaminen

Pohdi omia tuotteitasi/palveluitasi. Onko lupaamasi hyöty kerrottu ymmärrettävästi ja erottuvasti oikeissa kanavissa?

2. Uusien myyntikanavien rakentaminen kumppanuuksien, jälleenmyyjien tai vaikka verkkokaupan avulla

Onko ostaminen eri kanavista helppoa? Voisinko löytää uusia kumppaneita, kenen kanssa onnistua?

3. Tuotteiden tai palvelujen kehittäminen

Hio konseptit kuntoon siten, että myyntiprosessista saadaan tehokas. Kehitä tuote- ja palvelukonsepteja alusta asti yhdessä asiakkaiden kanssa tai pyydä heti alkuvaiheessa konseptiin ulkopuolisen henkilön näkemys.

”

Viilaamme vientiprojektimme suunnitelmia, tuomme arvolupauksemme selkeästi esille. Sivuston ja somen tavoitteiden kirkastaminen ja tarvittavat muutostyöt nopeasti tulille. Jo meneillään!



“Koronan tähdittämää poikkeustilaa on pian eletty vuoden verran. Tässä vaiheessa alamme jo huomaamaan, ketkä ovat onnistuneet mukautumaan tilanteeseen ja ketkä vielä takeruvat kiinni menneisyyden rippeisiin.

Viimeistään nyt on päivänselvää, ettei kenelläkään ole varaa tuudittautua ja toivoa paluuta normaaliin. Myynnin pelikirja pitää päivittää ja tukeutua entistä vahvemmin niihin tapoihin, jotka tuottavat tuloksia.”

Digitaalisen myynnin onnistumisen kolme keskeisintä asiaa ovat:

1. Tunnista, mihin asioihin ja asiakkaisiin pitää keskittyä — juuri nyt
2. Jokainen myyjä tarvitsee entistä kirikkaamman rutiinin arjen keskelle
3. Muista, että asiakkaan päätöksenteon peruspilarit eivät ole muuttuneet

Sani Leino, sosiaalisen myynnin (social selling) sanansaattaja, myyntivalmentaja ja puhuja



TALOUS JA KASVUN RAHOITUS

Talous ja kasvun rahoitus ovat aina kasvuyritysten agendalla. Kehittämisen kohteissa ne jäävät kuitenkin kakkoseksi myynnille ja markkinoinnille. Kasvuyritysten omien arvioiden mukaan talousosaaminen on hyvällä tolalla — tilaisuuden tullen siihen olla kuitenkin erittäin valmiita vastaanottamaan sparrausta.

Vuonna 2020 Kasvu Openin Kasvupolku®-sparraukseen osallistuneista kasvuyrityksistä 26 prosenttia valitsi tärkeimmäksi kehityskohteesi Talous ja kasvun rahoitus -teeman. (Myynnin ja markkinoinnin valitsi tärkeimmäksi 30 prosenttia Kasvupolku®-sparraukseen osallistuneista kasvuyrityksistä.)

Kasvuyritysten suurimmat haasteet Talous ja kasvun rahoitus -teemassa:

- Kasvuyritykset kokevat rahoituksen järjestämisen haastavana samalla kun kasvua tehdään. Kasvuyritysten yleisimmin hakemat rahoitusmuodot ovat yritystuet, sitten laina ja sijoitukset.
- Rahan riittävyys tai riittämättömyys haastaa arkea, jossa kasvua pitäisi tehdä. Kasvupolku®-sparraukseen osallistuneiden kasvuyritysten keskimääräinen rahoitustarve oli 813 000 €/yritys. Mittava tarve selittää osaltaan kasvuyritysten sparraustarvetta Talouden ja kasvun rahoitus -teemaan.
- Investointien epäonnistuminen on niin ikään monessa kasvusuunnitelmassa riskinä. Tuottaako investointi riittävän nopeasti tai järjestyykö investointia varten rahoitus?

”

“Markkinointisuunnitelma ja liiketoimintasuunnitelmat loppuun! Brändivideo työn alle ja uusi yhtiö liiketoiminnalle. Odotan vielä ELY:n kehitysrahapäätöstä.”

Miten kasvuyritykset ratkovat talouden ja kasvun rahoituksen haasteita?

Kasvuyritysten konkreettiset kehittämistimenpiteet Talous ja kasvun rahoitus -teemassa ovat:

- 1. Hissipuheen (pitch) hiominen kuntoon potentiaalisia rahoittajia ja sijoittajia varten ja kontaktien hakeminen sijoittajiin erilaisten verkostojen kautta**
Kun etsit sijoittajaa, kysy neuvoa vaikka Pääomasijoittajat ry:stä tai FiBAN -verkostosta. Kliseinen sanonta kuuluu: Kyllä hyvälle hankkeille aina rahaa löytyy.
- 2. Erilaiset talouden järjestelyyn liittyvät ratkaisut kuten yhtiöittämiset tai osakeannit**
Jos oma osaaminen ei riitä, pyydä mukaan advisor, hallitusammattilainen tai tilaa avuksi konsultti.
- 3. Suunnitelmien kirjaaminen realistisesti ja ymmärrettävään muotoon**
Mihin rahaa kuluu? Mistä sitä tulee lisää? Kuka vastaa ja miten seurataan? Ota yhteys asiantuntijoihin kasvuyrityksen tarpeen mukaan, esimerkiksi pankkiin, ELYn viranomaisiin, yritysjärjestelyjen tai taloushallinnon ammattilaisiin.



“Globaali pandemia on runnellut maailmantaloutta kovalla kädellä. Suomi on kuitenkin pärjännyt talouden myllerryksessä monia muita maita paremmin. Korona on pakottanut työpaikat uuteen aika-kauteen, jossa työnteon ja kuluttamisen sijainnin merkitys vähenee. Tämän digiloikan valjastaminen tuottavuuden kasvuksi koronan jälkeen onkin iso mahdollisuus, jonka hyödyistä pääsevät osalliseksi niin työntekijät, asiakkaat kuin omistajatkin.

On tärkeää, miten yritykset ovat tässä muutoksessa mukana. Onko sinun suunnitelmasi ajan tasalla? Yritykset ja niiden työntekijät ovat keskeinen talouskasvun lähde. Edelleen talouden pitkän aikavälin kasvu perustuu pitkälti tuottavuuden kasvuun, joka syntyy tyypillisesti uudesta teknologiasta ja tuotannon paremmasta organisoinnista. Organisointia voidaan tehostaa uusilla korona-aikana opituilla digitaalisilla käytännöillä, mutta teknologian kehittäminen vaatii kärsivällistä rahaa tutkimuksen ja tuotekehitykseen.

Yrityksen kasvaessa liiketoiminnan pyörittäminen ja investoinnit vaativat usein lisäpääomia, mutta rahoituksen ei tarvitse olla yrityksen kasvun pullonkaula. Nordean ammattilaiset ovat erikoistuneet ratkomaan kasvavien yritysten rahoitus- ja investointihaasteita. Yrityksen ulkopuolisia asiantuntijoita kannattaakin hyödyntää rakentaessa liiketoiminnan kehitystä ja vahvaa omistajuutta tukevaa rahoituspakettia. Kirkas kasvusuunnitelma auttaa oikeiden rahoitusvaihtoehtojen valinnassa.“

Aleksis Lehtonen

Head of Business Banking, Nordea

Osaaminen & liiketoiminnan kehittäminen vaatii kasvusuunnitelman

Kasvuyritysten kriittisimmät tulevaisuuden osaamistarpeet liittyvät myyntiin, markkinointiin ja liiketoiminnan kehittämiseen. Kasvuyritykset arvioivat, että niiden nykyinen osaaminen eri teemoissa* ei ole riittävällä tasolla, jos sitä peilataan tulevaisuuden tarpeeseen. Suurin kaappikko on vienti- ja kv-osaamisessa, myynnissä ja markkinoinnissa.

Paras osaamisen taso suhteessa tulevaisuuden tarpeeseen on kasvuyrityksen arvioiden mukaan asiakaspalvelussa, logistiikassa, projekteissa ja johtamisessa. Tulevaisuuden osaamistarpeissa kasvuyritykset nostavat tärkeimmäksi myynnin, markkinoinnin ja liiketoiminnan kehittämisen.

Kasvuyritysten suurimmat haasteet Osaaminen ja liiketoiminnan kehittäminen - teemassa:

- Kasvusuunnitelmien riskit liittyen liiketoiminnan yleisiin haasteisiin ovat: kilpailijoiden toiminta tai muutokset kilpailutilanteessa, valittujen kumppaneiden toiminta tai kumppanuuden toimimattomuus sekä tuotteen/palvelun kopiointi.
- Osaamiseen liittyen haasteet oikeiden osaajien löytämisessä korostuvat. Rekrytointien onnistuminen on kasvuyritykselle elintärkeää. Liiketoimintaa pitkään ja monenlaisissa yhtiöissä tehneet kokemusjohtajat ovat kysytyjä asiantuntijoita ja neuvonantajia juuri edellä mainituista syistä.

Kasvu Openiin osallistuneiden yritysten suurimmat kasvun riskit



Miten kasvuyritykset ratkovat osaamisen ja liiketoiminnan kehittämisen haasteita?

Kasvuyritysten konkreettiset kehittämistoimenpiteet Osaaminen ja liiketoiminnan kehittäminen - teemassa ovat:

1. Kasvuyrityksen strategiatyön tekeminen

huolellisesti. Kasvusuunnitelma lyhyemmälle ja pidemmälle aikavälille ja suunnitelman systemaattinen seuraaminen

2. Hallitustyöskentelyn kehittäminen.

Kehitä hallitustyöskentelyä esimerkiksi hankkimalla ulkopuolisia, riippumattomia hallituksen jäseniä.

3. Työnantajamielikuvan parantaminen ja oikeanlaisten osaajien etsiminen.

Osaajien etsinnässä auttavat erilaiset verkostot. Uudet kontaktit ovat kasvuyrityksille aina kullannarvoisia, joten verkostoitumiseen on syytä panostaa systemaattisesti.

Mistä löydän minulle oikeat kontaktit eli missä piireissä liikkumiseen tai mihin digitaalisiin foorumeihin kannattaa aikaa käyttää.

”

STEP 1. Tarvitsemme toimivan ja yrityksemme johtoporrasta oikein ohjaavan hallituksen.
STEP 2. Liiketoimintasuunnitelmamme ajantasaistuksen yhteydessä teemme suunnitelman siitä miten / mitä toimia tarvitsemme, jotta loppukäyttäjä tavoittaa meidät.
STEP 3. Liiketoimintamallimme kannattavuuslaskelmien ja strategisten askelmerkkien asettaminen.
STEP 4. Yhteistyötä eri ammattilaisten kanssa, jotka jakavat intohimomme.

”Kasvun trendit muistuttavat jälleen, kuinka yrityksille on elintärkeää omata toimiva ja ajan tasalla oleva kansainvälistymisstrategia. Jos se on kunnossa, niin yritys varmasti hallitsee paremmin myynnin ja markkinoinnin sekä varmistaa yrityksessä osaavat kansainvälistymisen tekijät. Strategia eli kotitehtävät kannattaa aina tehdä kunnolla ennen yksittäisiin maailmanvalloitustekoihin ryntäämistä!”

Timo Vuori

Kansainvälisen kauppakamarin maajohtaja,
Keskuskauppakamarin kv-johtaja





Huippuunsa hiottu teknologia pelastaa ihmishenkiä joka päivä ympäri maailmaa

Tieteen ytimessä tiivistyvät usein parhaat innovaatiot. Niin sai alkunsa myös Secapp, kun vuonna 2011 Jyväskylän yliopiston Sapporo-projektissa pohdittiin, miten erityyppiset organisaatiot aina pelastustoimea, sairaaloita ja poliisia myöten voisivat viestiä ja toimia entistä paremmin paitsi riskialttiissa kriisitilanteissa myös arkipäiväisissä olosuhteissa.

Secappin prototyyppiä testattiin vaativissa oloissa muun muassa kemikaalionnettomuudessa, vaarallisen henkilön poistamisessa oppilaitoksesta sekä poliisin erikoisjoukkoihin kuuluvan Karhuryhmän hälytystoiminnassa. Palvelu vakuutti toimijat perin pohjin, joten Secappia ryhdyttiin kaupallistamaan ja skaalaamaan erilaisiin käyttötarkoituksiin.

”Emme kehittäneet Secappia kellarissa vaan suoraan asiakkaidemme kanssa. Se tarjosi meille hyvän ponnahduslaudan viedä palveluamme juuri oikeaan suuntaan”, Secappin toimitusjohtaja **Kari Aho** kertoo.

Sittemmin pienestä kasvuyrityksestä on tullut alansa johtotähti Suomessa. Esimerkiksi Suomen 20 sairaanhoitopiiristä kaikkiaan 17 käyttää Secappia, ja yritykset aina lääketeollisuudesta kauppakeskuksiin ovat ottaneet palvelun omakseen. Myös lukuisat julkishallinnon organisaatiot, kuten oppilaitokset sekä kaupungit ja kunnat, hyödyntävät Secappia päivittäin.

Samalla kun yrityksen asiakaskunta on laajentunut merkittävästi, taloon on palkattu lisää väkeä. Nyt Secappin leivissä työskentelee 28 asiantuntijan joukko, joka tekee aktiivisesti töitä ihmishenkien pelastamiseksi teknologian avulla.

Isot avaukset kansainvälisillä markkinoilla lupaavat menestystä

Vuoden 2014 Sotshin olympialaiset oli ensimmäinen iso näyttöpaikka Secappille. Tapahtuma osoitti, että palvelulla on valtavasti markkinapotentiaalia myös Suomen rajojen ulkopuolella.

Pian jyväskyläläisyritys haki tuntumaa kansainvälisillä markkinoilla Airbus Defence and Space -yksikön siivellä. Yhteistyöstä Secapp sai lisää uskottavuutta ja näkyvyyttä maailmalla. Lähi-idän markkinat avautuivat Secappille vuonna 2019. Yritys teki silloin sopimuksen miljardien liikevaihdon tekevän teleoperaattorin kanssa. Vuotta myöhemmin Secapp voitti Viron terveysministeriön kilpailutuksen kansallisesta viestintä-, hälytys- ja johtamisjärjestelmästä.

”Kansainväliset yhteistyökuviot ovat osoittaneet sen, että meihin luotetaan ja palvelumme istuu erityisesti kriittisiin toimintaympäristöihin”, Aho näkee.

Nyt Secappilla on reilut 90 000 loppukäyttäjää yli 600 organisaatiossa ja 9 eri maassa. Lisäksi yhteistyökumppanit eri puolilla maailmaa auttavat yritystä jälleenmyynnissä ja kansainvälistymisessä.

Secappin kasvuvauhtia ei näytä pysäyttävän mikään. Esimerkiksi viime vuonna yrityksen liikevaihto kasvoi noin 100 prosenttia, ja jatkossa sen tavoitteena on tuplata kokoluokka vuosittain.

”Tulevaisuudessa pyrimme olemaan maailman tunnetuin ja suosituin kriittisen viestinnän ja hälyttämisen ammattikäyttöön soveltuva järjestelmä. Sen eteen teemme hartiavoimin töitä”, Aho vakuuttaa.



Scaleup -yrityksillä 2021 on uudistumisen vuosi

Kasvu on seurausta yrityksen jatkuvasta uudistumisesta. Erityisesti nyt pandemian myötä yrityksissä on lähdetty voimakkaasti tunnistamaan uusia kasvun lähteitä. Syy on selvä – jatkuva uudistuminen ja rohkea kokeilu on pienempi riski kuin paikallaan pysyminen. Vaikka epävarmuus ja sumuinen näkyvä tulevista haastaa organisaatioiden toimintaa, tilanne on vahvistanut arvolähtöisyyttä, joka taas luo suomalaisyrityksille paljon uusia mahdollisuuksia.

Scaleupit ovatkin siirtäneet kuluvan vuoden painopistettä kasvun mahdollistajiin - moni scaleup -yritys kertoo rakentavansa nyt kyvykkyksiä muun muassa henkilöstön ja eri toimintojen kehittämisen sekä tuotekehityksen kautta.

- **Joel Friman**, CTO, Kasvuryhmä

Kasvuryhmän yhteisön jäsenten yhteinen Törkee lupaus on, että yhteisöön kuuluvat scaleup-yritykset ovat luoneet yhteensä 15 miljardia euroa lisää liikevaihtoa vuoden 2023 loppuun mennessä. Tähän mennessä siitä on vertaissparrauksen voimalla saavutettu jo lähes 5 miljardia.



- Kasvuryhmä on 10-1000M€ vaihtavien yritysten yhteisö, jossa jäsenet auttavat toisiaan kasvamaan maailmaa muuttaviksi menestystarinoiksi.
- Yhteisön toiminta perustuu kokemusten jakamiseen, pyyteettömään auttamiseen ja positiiviseen energiaan.
- Kasvuryhmän yhteisössä on tällä hetkellä 200 jäsentä 170 yrityksestä
- Kasvuryhmän yhteisö kutsuu keskisuurten yritysten toimitusjohtajat ja hallitusten puheenjohtajat mukaan yhteisöön.

Lue lisää: kasvuryhma.fi

Scaleup-yritysten painopisteet 2021

Henkilöstön kyvykkyyksien kehittäminen kasvuun on vuosittain yksi tärkeimmistä scaleup -yritysten kehittämisen osa-alueista, niin on myös tänä vuonna. Samoin myyntiorganisaation ja digitaalisen markkinoinnin kehittäminen on tärkeä painopistealue vuosittain.

Hieman jopa yllättäen, tälle vuodelle rankingissa on merkittävästi noussut mittaamisen ja analytiikan hyödyntäminen toiminnan ja kasvustrategian tukena. Myös tuotekehitykseen panostaminen on aiempaa merkittävästi isommassa roolissa.

Scaleupien* yleisimmät kehityskohteet

Teema	Rank 2020	Rank 2019	Rank 2018
Henkilöstön kompetenssien kehittäminen kasvuun	1	2	1
Sisäisen mittaamisen prosessit ja KPI:t	2	8	16
Myyntiorganisaation rakentaminen / kehittäminen	3	4	6
Digitaalisen markkinoinnin & myynnin hyödyntäminen myynnin kasvattamisessa	3	5	4
Tuotekehitys	3	18	16
Kasvustrategian jalkauttaminen	6	1	2
Data ja analytiikka tukemaan kasvustrategiaamme	7	11	13
Kasvuaihion kääntäminen kasvuhankkeeksi ja sen organisointi	7	18	24

Moni scaleup -yritys rakentaa tänä vuonna kasvua uusien kasvuaihioiden päälle. Uusia lähtöjä rakennetaan muun muassa teknologia- ja palveluosaimisen sekä uusien asiakasryhmien päälle.

* Scaleup-yritys: voimakasta kasvua tavoitteleva 10-100M€ liikevaihtoa tekevä yritys.

Viisi oivallusta scaleup-yritysten kasvuaihioiden etsimiseen ja työstämiseen

Älä luota adhoc-työskentelyyn.

Varaa aikaa ja rakenna systematiikkaa kasvuaihioiden etsintään. Järjestelmällinen ja pitkäjänteinen työ lisää onnistumismahdollisuuksia.

Uuden luominen vaatii vahvan tahtotilan.

Kasvuaihioiden etsinnässä itse työkaluilla ei ole niin suurta merkitystä, kunhan toiminta on suunniteltua ja johdonmukaista. Mahdollista ensin aktiivinen ideointi liiketoiminnan kehittämiseksi. Sen jälkeen huolehdi kasvuaihioiden projektihallinta kuntoon.

Ota nykyliiketoiminnan parantaminen ja laajentaminen eri agendoille.

Erottele selkeästi, mitä asiat ovat nykyliiketoiminnan parantamista ja mitkä nykyliiketoiminnan laajentamista. Sovi vastuuhenkilöt ja resursoi aikaa kummankin aikahorisontin kasvuaihiotyölle erikseen.

Rakenna muutos kulttuuriin.

Mitä avoimempi kulttuuri, sen paremmat ovat onnistumisen mahdollisuudet. Perinteinen yritys voi muuttua todella radikaalisti, kun riittää rohkeutta, näkemystä ja sitoutumista. Tahtotilan ja kulttuurin luominen läpi koko organisaation on kasvukapteenin tärkeimpiä tehtäviä.

Happotestaa ideat varhaisessa vaiheessa.

Happotesti: kasvuaihio 1) on rohkea ja uudistaa liiketoimintaa, 2) on itsessään voimakkaan kasvun lähde (15+%), ei vain kasvua tukevaa toimintaa, tehostamista tai pientä petraamista, 3) ei ole mikä tahansa kehityshanke, vaan sille voi arvioida suoran lisäliikvaihtopotentialin, ja 4) ei ole tuotehanke, vaan skaalautuvaa liiketoimintaa.

SOFIGATE

Sofigaten toimitusjohtaja **Sami Karkkila** on luotsannut yritystä vuoden 2014 alusta alkaen. Karkkilan tavoitteena oli kasvattaa Sofigatesta kansainvälinen teknologian johtamisen ja kehittämisen suunnannäyttäjäksi ja nostaa yrityksen liikevaihto 20 miljoonasta 100 miljoonaan. Nyt Sofigate on saavuttanut tavoitteensa ja startannut seuraavan kasvuloikkansa kohti 500 miljoonan euron liikevaihtoa.

Karkkilan mukaan kasvu on päätös ja se lähtee tavoitteiden asettamisesta. Pitkän aikavälin tarkkoja strategisia suunnitelmia on erittäin vaikea luoda nopeasti muuttuvassa maailmassa.

“Yritykset tarvitsevat enemmän strategista ajattelua kuin strategisia suunnitelmia. On tärkeää katsoa kasvutavoitetta kohti ja ymmärtää, mitä sinne pääseminen tarkoittaa. Kuitenkin loppujen lopuksi tässä hetkessä tehdyt päätökset ratkaisevat paljon enemmän. Jos olisimme luottaneet vain siihen, mitä 2014 suunniteltiin, näkemättä muutoksia ja mahdollisuuksia matkan varrella, oltaisiin menty päin seinää”, Karkkila kertoo.

Karkkila puhuu kahden perspektiivin johtamisesta - kaiken aikaa pitää katsoa tavoitteeseen ja varmistaa, että sitä kohti ollaan menossa, ja toisaalta olla tässä hetkessä ja ajateltava, mitkä askeleet vievät oikeaan suuntaan.

Sofigaten kasvun mahdollistajat

Sofigaten kasvun mahdollistajana on ollut 14 itsenäistä yksikköä, jotka toimivat lähes omina yrityksinä. Sami Karkkila sanoo, että tarkoituksena on ollut rakentaa Sofigateja Sofigaten sisään.

Yrityksessä on panostettu myös perustan rakentamiseen. Karkkilan mukaan liiketoiminnan skaalaaminen alkaa omien toimintojen skaalaamisella. Ensin pitää varmistaa, että omat toiminnot palaverien pitämisestä lähtien olivat sellaisia, että ne toimivat suurella määrällä asiakkaita. Seuraavaksi pitää löytää ja laajentaa asiakaskenttää. Sofigatella orgaanista kasvua on tullut varsinkin julkisorganisaatioista. Yrityksessä on tehty myös kuusi merkittävää yritysostoa, jotka ovat kasvattaneet asiakaspohjaa ja tuoneet tarjoamaan uutta liiketoimintateknologiaosaamista.

Kolmas tekijä on pitää yrityksen työntekijät mukana kasvutarinassa. Avainhenkilöitä on sitoutettu kasvutarinaan jo aiemminkin, mutta seuraavan kasvuloikan saavuttamiseksi tähän panostettiin erityisesti ja omistajaohjelmaan lähti mukaan lähes 200 sofigatelaista.



Lisätiedot

Kasvu Open
Jaana Seppälä, toimitusjohtaja
050 304 6794
jaana.seppala@kasvuopen.fi
kasvuopen.fi

Kasvuryhmä
Joel Friman, CTO
jooel.friman@kasvuryhma.fi
kasvuryhma.fi