

KASVU OPEN®

 **KASVURYHMÄ**

Kasvun trendit 2023

SISÄLLYSLUETTELO

Kasvuyritykset kansantalouden, työllisyyden ja viennin vetureina	03
Missä kasvu syntyy? Mikro- ja pk-yritysten veturitoimialat	04
Kuvaajat: dataa Kasvupolku® -sparrattavilta yrityksiltä	(alk.) 06
Osaajia halutaan rekrytoida ja sitouttaa osaksi kasvua	07
1. Liikevaihto ja tiimin koko	22
2. Asiakaryhmät	23
3. Kilpailuetu ja -tilanne	24
4. Rahoitustarve	25
5. Osaaminen	26
Missä kasvu syntyy? Midcap-yritysten toimialat	27
Miten kasvu syntyy? Kasvun trendit: kasvuyritysten top 10	29
Kasvutarinoita	
CardioSignal by Precordior: Älypuhelimien sovellus voi pelastaa hengen	32
EVA Global vauhdittaa vihreää siirtymää	34
Delipap: Amazon on hyvä paikka kansainvälisten markkinoiden validoimiseen ja testaamiseen	36
Stera Technologies kasvaa asiakkaiden ja oppilaitosten kanssa yhteisesti kehittäen	37
Yhteystiedot	38



KASVUYRITYKSET KANSAN- TALouden, TYÖLLISYYDEN JA VIENNIN VETUREINA

Onko nyt oikea hetki puhua kasvusta? Maailmantilanne saa yhteiskunnan kommentoimaan kärkkäästi asioita, joista näkyy usein vain kuori. Yritysten kasvun kannustimia ja kannustamista kynnökot kommentoivat kärkkäästi, omasta kulumastaan huudelleen. Osamme huutelusta saamme myös me kasvun kannustajat.

Meillä on kuitenkin etulyöntiasema: me tiedämme, mitä kasvuyritykset ajattelevat. Samalla kun ruokimme kasvun nälkää, opimme yritysten ajatusmaailmasta, tavoitteista, tarpeista, heikkouksista ja hullunrohkeista unelmista enemmän kuin kukaan muu.

Kasvun trendit -julkaisussa äänessä ovat kasvuyritykset, jotka kertovat, että kehitys- ja kasvuhanoja ei olla pistämässä kiinni, vaikka turbulentti toimintaympäristö, sota, kustannusten nousu, inflaatio ja korkojen nousu heijastuvat sekä mikro- ja pk-yritysten että midcap-yritysten toimintaan.

Kasvu Open antaa äänen mikro- ja pk-yrityksille viideltä veturitoimialalta eli aloilta, joilla kasvukyky on tunnistettu. Pelkästään näiden viiden toimialan kasvutavoite on yli puoli miljardia seuraavan kolmen vuoden aikana.

Kasvuryhmä kertoo keskikokoisten, midcap-yritysten, kasvun lähteistä. Yhteisön jakama "Törkee lupaus" on tuoda Suomeen

25 miljardia euroa lisää liikevaihtoa ja sitoutua kestävään kasvuun vuoteen 2025 mennessä.

Mikro-, pk- ja midcap -yritysten datan yhdistelmä, Kasvun trendit 2023, on kurkistus kasvuyritysten tavoitteisiin, haasteisiin ja kasvun lähteistä: Missä kasvu syntyy? Miten kasvu syntyy?

Kymmenen trendin pohjalta selkeää on, että Suomessa syntyy ja kehittyy jatkuvasti yrityksiä, joiden motivaatio on kasvaa ja uudistua. Mitä elementtejä nämä yritykset tarvitsevat meiltä sparraajilta ja fasilitoijilta kasvun tueksi? Sen kertoo Kasvun trendit 2023.

*Jaana Seppälä, Kasvu Open
& Jooel Friman, Kasvuryhmä*



KASVUYRITYKSET – Mikroyrityksistä midcap-yrityksiin

Kasvun trendit -julkaisussa esille nostetut yritykset ovat alle miljardin euron liikevaihtoa tekeviä, suomalaisia yrityksiä. Yrityksiä yhdistää strateginen kasvun tavoittelu. Yritykset hakevat kehittämisen ja uudistumisen kautta vahvempaa jalansijaa omalla alallaan kotimaassa ja/tai kansainvälisillä markkinoilla, ja tavoittelevat liikevaihdon sekä henkilöstömäärän kasvua. Julkaisussa kasvuyritykset jaetaan kahteen ryhmään.

Mikro- ja pk-yritykset

Mikro- ja pk -yritykset ovat alle 10 miljoonan euron liikevaihtoa tekeviä yrityksiä, jolla on halu kasvattaa liiketoimintaa: kehittää ja uudistaa prosesseja, osaamista ja teknologiaa. Mikro- ja pk-yritykset tavoittelevat kasvun kautta uusia mahdollisuuksia, osaajia ja markkina-alueita. Startup-yritykseen verrattuna mikro- ja pk -yritykset ovat vakiintuneempia ja määrätietoisesti kasvua tavoittelevia.

Midcap-yritykset

Midcap-yritykset ovat 10–1000 miljoonaa liikevaihtoa tekeviä keskisuuria yrityksiä, joilla on kunnianhimoa kasvaa, uudistua ja kansainvälistyä. Suomessa keskisuuria yrityksiä on vain 1,5% kaikista yrityksistä, mutta ne tuovat yli viidesosan suomalaisten yritysten liikevaihdesta ja saman verran yksityisen sektorin työpaikoista.

MISSÄ KASVU SYNTYY?

Mikro- ja pk-yritysten veturitoimialat:
Millä toimialoilla kasvu syntyy?

Veturitoimialat: Millä toimialoilla kasvu syntyy?

Kasvu syntyy ja sitä tavoitellaan toimialoilla, joissa suomalaiset yritykset ovat tunnetusti vahvoja.

Kasvu Openin Kasvupolku®-sparrausohjelmiin valitaan yrityksiä, joissa yritysvalinnat tekevät tuomaristot tunnistavat kasvukykyä. Tuomaristojen valinnat pohjaavat yrityksen antamiin tietoihin ja tuomariston niistä tunnistamaan kasvukykyyn. Kasvukykyä arvioidaan kriteereillä: markkinapotentiaali, tiimi, kasvukyky ja näytöt.

Vuonna 2022 Kasvu Open järjesti 16 Kasvupolku-sparrausohjelmaa. Ohjelmista yhdeksän oli aluekohtaisia; aluekohtaisiin ohjelmiin voivat hakea kaikki yritykset. Ohjelmista seitsemän oli toimialakohtaisia; toimialakohtaisiin ohjelmiin voivat hakea ohjelman toimialan yritykset.

Sparrausohjelmiin valituksi tulleet yritykset ovat suora näkymä yritys- ja toimialoille, joilla on aitoa kasvuhallua ja tunnistettua kykyä kasvuun.

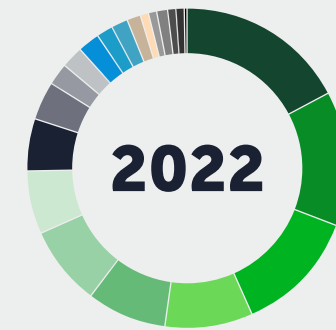
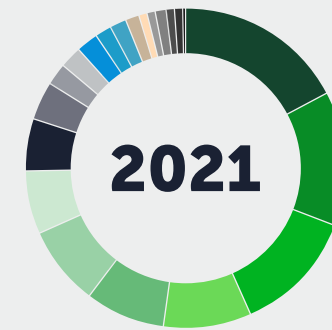
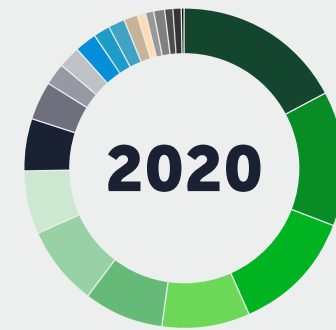
Kasvu Openin toimialaluokituksista³ (2022) erottuvat viisi veturitoimialaa ovat:

1. Asiantuntijapalvelut ja koulutus
2. ICT ja viestintä
3. Teollisuus
4. Terveys-, hyvinvointi- ja sosiaaliala
5. Tukku- ja vähittäiskauppa

Kasvupolku-sparrausohjelmiin valittiin 232 yritystä vuonna 2022. Näistä yrityksistä 59 % sijoittuu veturitoimialoille.

Vuonna 2021 Kasvupolku-sparrausohjelmiin valittiin 219 yritystä. Myös näistä yrityksistä enemmistö sijoittui toimialoille: informaatio ja viestintä, teollisuus, tukku- ja vähittäiskauppa, terveys-, hyvinvointi- ja sosiaaliala sekä konsultointi-, koulutus- ja asiantuntijapalvelut.

Kasvupolku®-sparraukseen valitut yritykset toimialoittain



Informaatio ja viestintä	42
Teollisuus	42
Asiantuntijapalvelut + koulutus	36
Tukku- ja vähittäiskauppa, maahantuonti	27
Muu toimiala (luokituksesta poikkeava)	20
Rakentaminen	17
Matkailu, majoitus ja ravitsemus	13
Terveys-, hyvinvointi- ja sosiaalipalvelut	12
Maa-, metsä- ja kalatalous	10
Kiinteistöala	8
Energia-alan kehitys ja tuotanto	7
Vesihuolto, viemäri- ja jätevesihuolto...	7
Mainonta ja markkinointi	5
Biotalous	4
Muotoilu, design, graafinen suunnittelu	4
Taiteet, viihde ja virkistys	3
Arkkitehti- ja insinööripalvelut	2
Lakiasia- ja laskentatoimen palvelut	2
Kuljetus, logistiikka, varastointi	1
Tieteellinen tutkimus ja kehittäminen	1
Tuotekehitys ja patenttien hallinta	1

Teollisuus	37
Informaatio ja viestintä	36
Tukku- ja vähittäiskauppa, maahantuonti	28
Asiantuntijapalvelut + koulutus	20
Muu toimiala (luokituksesta poikkeava)	18
Rakentaminen	14
Arkkitehti- ja insinööripalvelut	10
Terveys-, hyvinvointi- ja sosiaalipalvelut	8
Biotalous	6
Energia-alan kehitys ja tuotanto	6
Kuljetus, logistiikka, varastointi	6
Muotoilu, design, graafinen suunnittelu	6
Mainonta ja markkinointi	4
Matkailu, majoitus ja ravitsemus	4
Taiteet, viihde ja virkistys	3
Kiinteistöala	2
Tuotekehitys ja patenttien hallinta	2
Vesihuolto, viemäri- ja jätevesihuolto...	2
Kaivostoiminta	1
Kauneuspalvelut	1

Asiantuntijapalvelut ja koulutus	39
Informaatio ja viestintä	31
Teollisuus	29
Muu toimiala (luokituksesta poikkeava)	20
Tukku- ja vähittäiskauppa, maahantuonti	19
Terveys-, hyvinvointi- ja sosiaalipalvelut	18
Rakentaminen	15
Matkailu, majoitus ja ravitsemus	12
Arkkitehti- ja insinööripalvelut	9
Energia-alan kehitys ja tuotanto	5
Kiinteistöala	5
Taiteet, viihde ja virkistys	5
Kuljetus, logistiikka, varastointi	4
Mainonta ja markkinointi	4
Tieteellinen tutkimus ja kehittäminen	3
Biotalous	2
Lakiasia- ja laskentatoimen palvelut	2
Muotoilu, design, graafinen suunnittelu	2
Tuotekehitys ja patenttien hallinta	2
Vesihuolto, viemäri- ja jätevesihuolto...	2
Kauneuspalvelut	1

1) Aluekohtaiset Kasvupolku-ohjelmat 2022: Etelä-Pohjanmaa, Kainuu, Keski-Suomi, Keski-Uusimaa, Pirkanmaa, Pohjois-Pohjanmaa, Pohjois-Savo, Pääkaupunkiseutu, Salon alue

2) Toimialakohtaiset Kasvupolku-ohjelmat 2022: Digital health, EDTECH, Foodtech, Franchising, Kiertotalous rakentamisessa, Koulutusvienti, Uudistuva teollisuus

3) Kasvu Openin käyttämä toimialaluokitus ei ole suoraa verrannollinen Tilastokeskuksen TOL-toimialaluokitukseen.



ASIAANTUNTIJA- PALVELUT & KOULUTUS

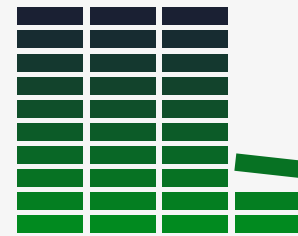
Asiantuntijapalvelut, koulutus, valmennus ja konsultointi
sekä muut liike-elämän palvelut

LIKEVAIHTO

keskiarvo nyt
1 000 000 €



Tavoiteliikevaihto, 3 v.
3 300 000 €



TIIMIN KOKO

keskiarvo nyt
16 hlö



Tavoite, 3 v.
35 hlö



ASiantuntijapalvelut ja koulutus

ASIAKKAAT



Yritykset	35 %
Kolmas sektori	21 %
Kuluttajat	19 %
Julkinen sektori	14 %
Kuluttajat toisen yrityksen kautta	10 %
Kuluttajat toisten kuluttajien kautta	1 %

MARKKINATILANNE



Joitakin kilpailijoita	56 %
Ei samaa mutta korvaava tuote	23 %
Paljon kilpailua	18 %
Ei kilpailua	3 %

KILPAILUETU, TOP 3



Tiimin
osaaminen



Tuotteen
ominaisuudet



Uutuus/
edelläkävijyys

RAHOITUSTARVE

tarve yht. 43 492 000 €



51 %
Sijoituksia



69 %
Yritystukia



23 %
Lainaa



21 %
Ei rahoitustarv.

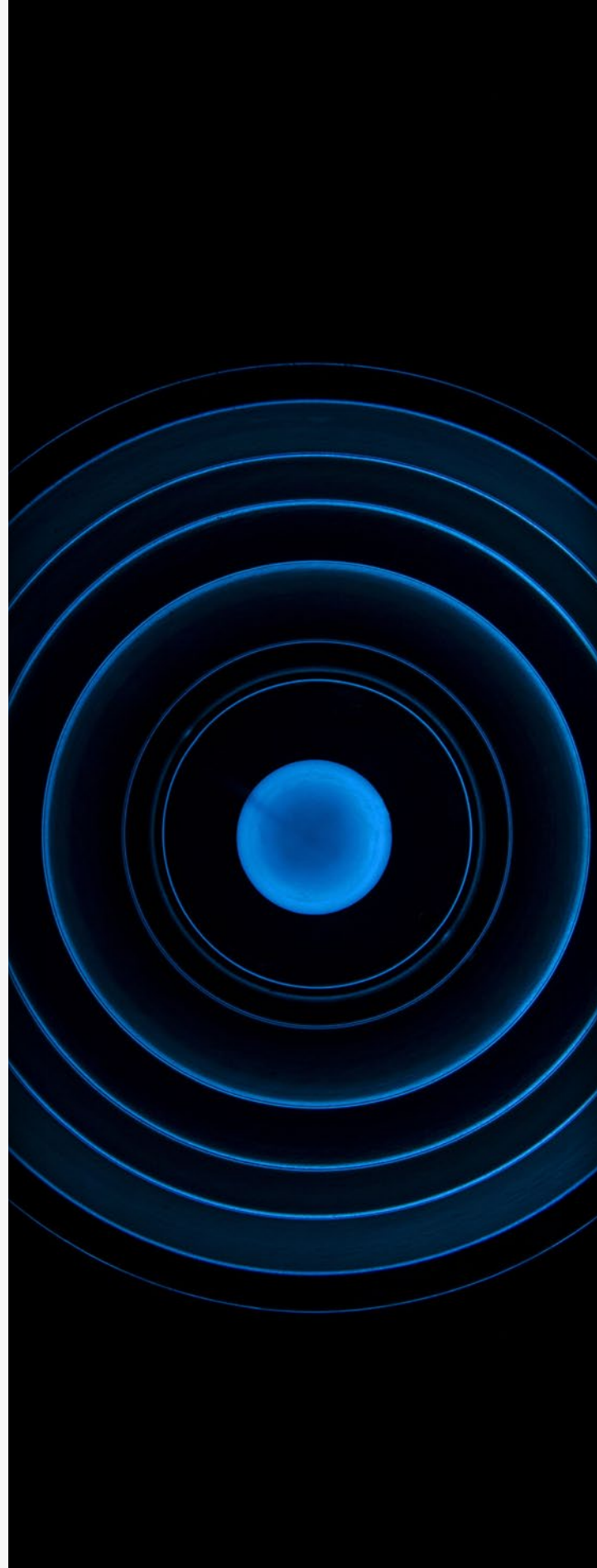
ASiantuntijapalvelut ja koulutus

OSAAMINEN, TOP 3

1. ASIAKASPALVELU
2. TUOTEKEHITYS
3. IT-JÄRJESTELMÄT
JA TEKNOLOGIAT

OSAAMINEN, BOT 3

1. LOGISTIIKKA
2. KANSAINVÄLISTYMINEN
3. MARKKINOINTI



INFORMAATIO & VIESTINTÄ

ICT- ja viestintäalat

LIKEVAIHTO

keskiarvo nyt
466 000 €



Tavoiteliikevaihto, 3 v.
6 482 000 €



TIIMIN KOKO

keskiarvo nyt
8 hlö



Tavoite, 3 v.
21 hlö



INFORMAATIO & VIESTINTÄ

ASIAKKAAT



	Yritykset	39 %
	Kolmas sektori	21 %
	Julkinen sektori	12 %
	Kuluttajat toisen yrityksen kautta	11 %
	Kuluttajat toisten kuluttajien kautta	9 %
	Kuluttajat	8 %

MARKKINATILANNE



	Joitakin kilpailijoita	47 %
	Ei samaa mutta korvaava tuote	30 %
	Paljon kilpailua	23 %
	Ei kilpailua	0 %

KILPAILUETU, TOP 3



Tuotteen ominaisuudet



Tiimin osaaminen



Uutuus / edelläkävijyys

RAHOITUSTARVE



83 %
Sijoituksia



87 %
Yritystukia



45 %
Lainaa

INFORMAATIO & VIESTINTÄ

OSAAMINEN, TOP 3

1. IT-JÄRJESTELMÄT
JA TEKNOLOGIAT
2. TUOTEKEHITYS
3. ASIAKASPALVELU

OSAAMINEN, BOT 3

1. LOGISTIIKKA
2. MARKKINOINTI
3. HENKILÖSTÖ-
HALLINTO



TEOLLISUUS

LIKEVAIHTO

keskiarvo nyt
4 578 000 €



Tavoitelikevaihto, 3 v.
7 521 000 €



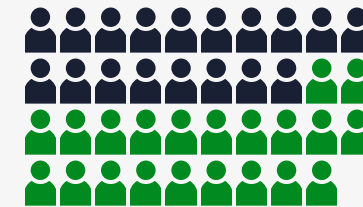
TEOLLISUUS

TIIMIN KOKO

keskiarvo nyt
18 hlö



Tavoite, 3 v.
39 hlö

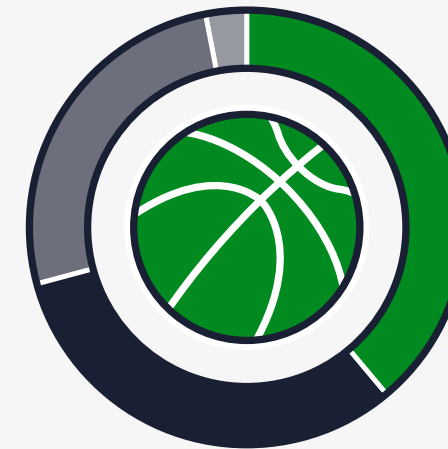


ASIAKKAAT



Yritykset	45 %
Kuluttajat	19 %
Kuluttajat toisen yrityksen kautta	18 %
Kolmas sektori	13 %
Kuluttajat toisen kuluttajan kautta	3 %
Julkinen sekt.	2 %

MARKKINATILANNE



Joitakin kilpailijoita	39 %
Paljon kilpailua	32 %
Ei samaa mutta korvaava tuote	26 %
Ei kilpailua	3 %

KILPAILUETU, TOP 3



Tuotteen
ominaisuudet



Tiimin
osaaminen



Uutuus/
edelläkävijyys

TEOLLISUUS

OSAAMINEN, TOP 3

- 
1. TUOTANTO
 2. TUOTEKEHITYS
 3. ASIAKASPALVELU

RAHOITUSTARVE

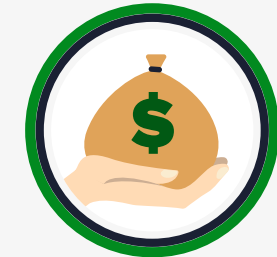
tarve yhteensä 46 638 000 €



52 %
Sijoituksia



81 %
Yritystukia



61 %
Lainaa

OSAAMINEN, BOT 3

- 
1. KANSAINVÄLISTYMINEN
 2. MARKKINOINTI
 3. HENKILÖSTÖ-
HALLINTO



TUKKU & VÄHITTÄIS- KAUPPA

LIKEVAIHTO

keskiarvo nyt
818 000 €



Tavoiteliikevaihto, 3 v.
4 524 000 €



TIIMIN KOKO

keskiarvo nyt
6 hlö



Tavoite, 3 v.
16 hlö



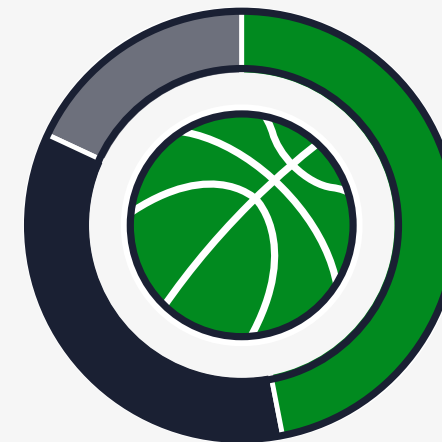
TUKKU & VÄHITTÄISKAUPPA

ASIAKKAAT



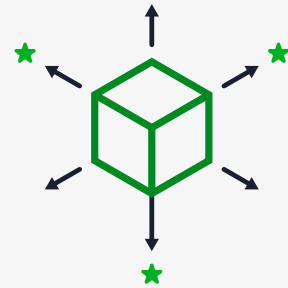
Yritykset	33 %
Kuluttajat	31 %
Kuluttajat toisen yrityksen kautta	24 %
Julkinen sekt.	5 %
Kolmas sekt.	5 %
Kuluttajat toisen kuluttajan kautta	2 %

MARKKINATILANNE



Joitakin kilpailijoita	45 %
Paljon kilpailua	35 %
Ei samaa mutta korvaava tuote	20 %
Ei kilpailua	0 %

KILPAILUETU, TOP 3



Liiketoimintamalli



Tuotteen ominaisuudet



Maine / tunnettuus

RAHOITUSTARVE

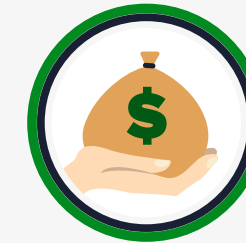
tarve yhteensä 5 711 000 €



17 %
Sijoituksia



44 %
Yritystukia



39 %
Lainaa



44 %
Ei rahoitustarv.

TUKKU & VÄHITTÄISKAUPPA

OSAAMINEN, TOP 3

1. ASIAKASPALVELU
2. MYYNTI
3. IT-JÄRJESTELMÄT JA TEKNOLOGIAT

OSAAMINEN, BOT 3

1. KANSAINVÄLISTYMINEN
2. HENKILÖSTÖHALLINTO
3. TUOTANTO



TERVEYS-, HYVINVOINTI- & SOSIAALIALA

LIKEVAIHTO

keskiarvo nyt
197 000 €



Tavoiteliikevaihto, 3 v.
6 950 000 €



TIIMIN KOKO

keskiarvo nyt
6 hlö



Tavoite, 3 v.
27 hlö



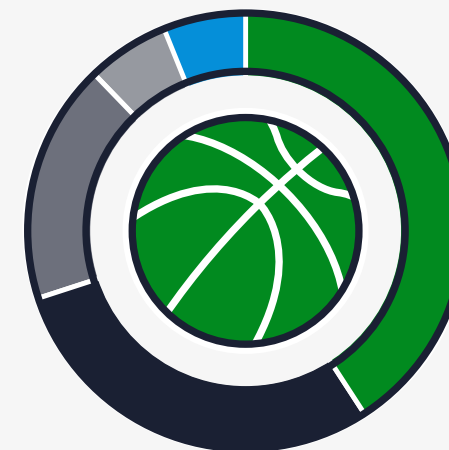
TERVEYS-, HYVINVOINTI- & SOSIAALIALA

ASIAKKAAT



	Yritykset	23 %
	Kuluttajat toisen yrityksen kautta	23 %
	Kolmas sektori	21 %
	Kuluttajat	19 %
	Julkinen sekt.	10 %
	Kuluttajat toisten kuluttajien kautta	3 %

MARKKINATILANNE



	Joitakin kilpailijoita	41 %
	Ei samaa mutta korvaava tuote	29 %
	Ei kilpailua	18 %
	Paljon kilpailua	6 %
	Ei tietoa	6 %

KILPAILUETU, TOP 3



Uutuus /
edelläkävijyys



Tuotteen
ominaisuudet



Tiimin
osaaminen

RAHOITUSTARVE

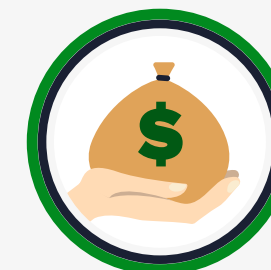
tarve yhteensä 32 315 000 €



65 %
Sijoituksia



88 %
Yritystukia



41 %
Lainaa

TERVEYS-, HYVINVOINTI- & SOSIAALIALA

OSAAMINEN, TOP 3

- 
1. **ASIAKASPALVELU**
 2. **TUOTEKEHITYS**
 3. **JOHTAMINEN**

OSAAMINEN, BOT 3

- 
1. **LOGISTIIKKA**
 2. **KANSAINVÄLISTYMINEN**
 3. **MARKKINOINTI**



MUUTOKSET KASVUSSA

Veturitoimialoilla tapahtuneet muutokset 2020-2022

1 LIIKEVAIHTO JA TIIMIN KOKO VETURITOIMIALOILLA

Pk-yritysten kasvutavoitteen keskiarvo on 4,1 miljoona euroa per yritys seuraavan kolmen vuoden aikana.

Liikevaihdon kasvutavoitteet ovat nousseet terveys-, hyvinvointi- ja sosiaalialalla sekä tukku- ja vähittäiskaupan toimialalla. ICT- ja viestintäalalla sekä teollisuuden toimialalla keskimääräiset kasvutavoitteet ovat pienentyneet edellisvuodesta reilusti, kun taas asiantuntijapalvelu- ja koulutuslalla tavoitteet ovat pysyneet samana.

Liikevaihdon kasvutavoitteet ovat suurimmat terveys-, hyvinvointi- ja sosiaalialalla. Viime vuonna alan yritysten tavoitteena on keskimäärin 35 -kertaistaa liikevaihto seuraavan kolmen vuoden aikana. Terveys-, hyvinvointi- ja sosiaalialalla liikevaihdon

lähtötaso tosin on pieni. Vertailun vuoksi esimerkiksi teollisuuden toimialalla, jossa on maltillisempi kasvutahti, tavoitteena keskimäärin on 2,3-kertaistaa liikevaihto seuraavan kolmen vuoden aikana.

Yritysten koko on pysynyt keskimäärin samana verrattuna vuosiin 2020 ja 2021. Veturitoimialoilla yritysten keskimääräinen liikevaihto on kuitenkin pienentynyt aiempiin vuosiin verrattuna sparraukseen valituilla yrityksillä. Poikkeuksena tukku- ja vähittäiskaupan toimiala, jossa yrityskoko keskimäärin on pysynyt samanlaisena.

Pk-yritysten tiimin koon kasvutavoite on 18 henkilöä per yritys.

Veturitoimialoilla tiimien koon vaihtelu on suurta, ja tiimien koon kasvutavoitteissa on muutoksia.

1. ICT- ja viestintäalalla sekä asiantuntijapalvelut ja koulutuslalla henkilöstön määrä ei kasva suhteessa liikevaihdon kasvuun, vaikka molemmat toimialat ovat perinteisesti olleet hyvin henkilöintensivisiä. Aiempina vuosina (2020-2021) tiimin koko on kasvanut samassa suhteessa liikevaihdon kanssa.
2. Teollisuuslalla, terveys-, hyvinvointi- ja sosiaalialalla sekä tukku- ja vähittäiskaupan toimialalla tiimin koko suhteessa liikevaihtoon edelleen pienin.

2020 + 2 732 713 €

2021 + 4 581 773 €

2022 + 4 171 345 €

Veturitoimialojen liikevaihdon kasvutavoitteiden kehitys per yritys, ka. 2020-2022

2020 + 10 hlö

2021 + 14 hlö

2022 + 18 hlö

Veturirytysten tiimin koon kehityksen tavoite per yritys, ka. 2020-2022

2

ASIAKASRYHMÄT VETURITOIMIALOILLA

Pk-yritysten suurin asiakaskohderyhmä on yritykset (B2B).

Asiakasryhmät ovat monipuolistuneet kaikilla veturitoimialoilla. Yrityksillä on asiakkuuksia tasaisesti eri sektoreilta: yritykset, kuluttajat (toisen yrittäjän kautta / toisen asiakkaan kautta), julkinen sektori ja kolmas sektori.

Asiakasryhmissä kasvua on tapahtunut erityisesti kolmannella sektorilla. Julkisen sektorin asiakkuudet ovat pysyviä kaikilla muilla toimialoilla paitsi teollisuusalalla, jossa julkisen sektorin osuus on jatkanut kutistumista. Terveys-, hyvinvointi- ja sosiaalialalla kuluttajat (toisen yrityksen kautta)-asiakasryhmä on kasvanut merkittävästi.

Veturitoimialojen suurin asiakasryhmä on yritykset. B2B-asiakkaat ovat kuitenkin suhteessa pienemmässä roolissa kuin vuosina 2020-2021 kaikilla muilla toimialoilla paitsi teollisuusalalla.

Yritykset ovat veturitoimialojen suurin kohderyhmä

“Asiakkaitamme ovat muun muassa sairaalat ja klinikat, joilla on tarve tehdä eteivärinän seulontaa laajassa riskiryhmässä tai esimerkiksi seurata potilaan sydänterveyttä osana digitaalista hoitopolkua (telemedicine tai etäseuranta).

Teemme yhteistyötä myös muiden terveysteknologiayritysten, apteekkien tai diagnostiikka-alan yritysten kanssa, jotka haluavat tarjota pääsyn tai integroida teknologiamme osaksi heidän omaa palveluvalikoimaansa. Tällaisia yrityksiä on muun muassa Omron, jonka kanssa olemme tehneet integraation mobiilisovellusten välillä, tai Roche Diagnostics, jonka uudessa ammatiliskäyttöön tarkoitettu verensokerimittarissa on mahdollisuus käyttää CardioSignalin teknologiaa.”

Juuso Blomster (CardioSignal by Precordior, Vuoden kasvuyritys 2022 toimitusjohtaja) kommentoi asiakasryhmiä CardioSignal by Precordiorin näkökulmasta.



3 KILPAILUETU JA -TILANNE VETURITOIMIALOILLA

Kilpailutilanne vaihtelee kaikilla toimialoilla.

Asiantuntijapalvelut ja koulutus alalla on päästy "paljon kilpailijoita" tilanteesta "joitain kilpailijoita" tilanteeseen.

ICT- ja viestintä alalla kilpailu on kiristynyt. Yritykset eivät enää viesti ettei kilpailijoita ole. Vuonna 2022 yrityksistä 60 % ilmoittaa, että heillä on "joitakin kilpailijoita", tai että yritys on "ei täysin samaa, mutta korvaava ratkaisu" -tilanteessa. Vuosina 2020-2021 vastaavien kilpailutilanteiden prosenttiluku oli 49 %.

Teollisuus alalla kilpailutilanne on pysynyt samana vuosiin 2020-2021 verrattuna.

Terveys, - hyvinvointi- ja sosiaalialalla "ei kilpailua" -tilanne on lisääntynyt.

Tukku- ja vähittäiskaupan toimialalla kova kilpailutilanne on kiristynyt entisestään. Puolet toimialan yrityksistä toimii ympäristössä, jossa on paljon kilpailijoita.

Kilpailuedut ovat lähes samat kaikilla toimialoilla.

Kilpailutilanteen muutokset vaativat kehittymistä ja kilpailueduksi neljällä viidestä toimialalla nousevat uutuus ja edelläkävijyytiimin osaamisen ja tuotteen ominaisuuksien rinnalle. Aiempina vuosina uutuus ja edelläkävijyytiimi -kilpailuetu ei noussut yhdelläkään toimialalla TOP 3 -kilpailuettujen joukkoon.

Tukku- ja vähittäiskaupan toimialalla yhdeksi tärkeimmistä kilpailueduista nousee liiketoimintamallin ja tuotteen ominaisuuksien rinnalle myös maine ja tunnettuus.

Kilpailutilanne on kiristynyt ICT-alalla

"EVA Global on ensimmäinen yritys, joka tarjoaa tämän tyyppistä kokonaisuutta ja pystyy aidosti palvelemaan koko lataamisen arvoketjua. Siksi meillä ei ole suoraa kilpailua.

Tällä hetkellä suurin kilpailija on "tehdään itse"-vaihtoehto. Asiakaskunnassamme se kuitenkin muodostuu usein niin suureksi työksi, että palaamme asiaan, vaikkei ensimmäisissä keskusteluissa olisi kaan päädytty yhteistyöhön.

Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, ettei meidän tulisi varautua. Sitä mukaan, kun laajennamme toimintaa ja maineemme kasvaa, tulee myös liiketoimintamme kiinnostavammaksi mahdollisten kilpailijoiden silmissä.

Paras tapa varautua kilpailuun ja vaihtoehtoihin pysyä markkinoiden parhaana vaihtoehtona: Edelläkävijänä, josta muut ottavat mallia. Pidämme kiinni kilpailuedustamme panostamalla henkilöstöömme, omaan ohjelmistokehitykseen, sekä palvelumuotoiluun."

Niina Suuriniemi Hopper (EVA Global, Vuoden kasvuyritys 2022 toimitusjohtaja) kommentoi ICT-alan kilpailutilannetta EVA Globalin näkökulmasta.



4 RAHOITUSTARVE VETURITOIMIALOILLA

Pk-yritysten rahoitustarve vaihtelee voimakkaasti eri toimialoilla.

Pk-yritysten keskimääräinen rahoitustarve on noussut kaikilla toimialoilla vuosiin 2020 ja 2021 verrattuna. Talous ja kasvun rahoitus myös nousi vuonna 2022 yritysten suurimmaksi kehittämiskohteeksi.

Asiantuntijapalvelu- ja koulutuslalla rahoitustarve on kohtuullista. Yritystuet ovat rahoitusmuodoista suosituin.

ICT- ja viestintäalan ja terveys, - hyvinvointi- ja sosiaalialan rahoitustarpeet ovat hyvin samankaltaisia. Rahoitusta tarvitaan määrällisesti paljon. Rahoitusmuodoista yritystuet ja sijoitukset ovat tasavahvoja.

Teollisuuslalla rahoitustarve suhteessa liikevaihtoon on pienempi verrattuna muihin toimialoihin Erityisesti lainan osuus rahoitusmuotona on kasvanut verrattuna edellisiin vuosiin.

Tukku- ja vähittäiskaupan alalla rahoitustarve on pieni. Toimialan yrityksistä lähes puolet ei koe tarvitsevänsä ulkopuolista rahoitusta.

Hyvinvointialan yritysten rahoitustarve on muita toimialoja suurempi ja VC-sijoitukset sille hyvin potentiaalinen vaihtoehto

“Myös meille venture capital -sijoittajien rahoitus on tärkeä osa kykyä kasvaa kansainvälisesti ja laajentaa teknologiaa muihin sydänsairauksiin.

Akateemisen taustamme myötä merkittävää tukea on saatu myös tutkimusyhteistyöllä, jota on tehty muun muassa Euroopan unionin kanssa.”

Juuso Blomster (CardioSignal by Precordior, Vuoden kasvuyritys 2022 toimitusjohtaja) kommentoi hyvinvointialan rahoitustarvetta CardioSignal by Precordiorin näkökulmasta.



5 OSAAMINEN VETURITOIMIALOILLA

Markkinointi ja kansainvälistyminen koettelevat osaamista kaikilla toimialoilla.

Yritysten tulkinta omasta osaamisestaan on pysynyt samana monella veturitoimialalla. Merkittävä muutos on, että asiantuntija- ja koulutusosalalla sekä tukku- ja vähittäiskaupan toimialalla osaamisen TOP 3 -listalle ovat nousseet "IT-järjestelmät ja teknologiat". Muutoksesta voi tulkita näiden toimialojen kehityssuunnan digipainotteiseksi.

Yritysten osaamisessa tai osaamisen puutteessa on muutoksia eri toimialoilla (BOT 3). Kaikilla toimialoilla - pois lukien tukku- ja vähittäiskaupan toimiala - markkinoinnin osaaminen on heikointa. Osaamisen tason vertailussa nyt (2022) ja tulevaisuudessa suurin osaamistarve kaikilla toimialoilla on markkinoinnissa.

Toinen heikon osaamisen teema on kansainvälistyminen, joka tunnustetaan kaikilla toimialoilla – pois lukien ICT- ja viestintäalalla. Muut suurimmat BOT 3 -osaamispuutteita ovat myynti ja liiketoiminnan kehitys.

Markkinointi haastaa kasvavia yrityksiä


"Markkinoinnin kehittäminen korostuu kasvuyrityksessä, jossa toiminta päivittyy ja muotoutuu jatkuvalla syötöllä. Meillä oman lisämausteensa yhtälöön tuo kohdemarkkinoiden kypsyyt. Esimerkiksi: Olemme vakiinnuttaneet roolimme Euroopassa, kun taas Yhdysvalloissa ja Aasiassa rakennamme yrityksen näkyvyyttä samalla kun laajennamme.

EVA Globalilla on tällä hetkellä kompakti oma markkinointitiimi, jota tukevat kumppanit, kun tarvitsemme erikoisosaamista. Vuoden 2022 aikana päivitimme yrityksen ilmeen ja kärkiviestin. Se onnistui jalkauttamisineen hyvin, mutta osoitti myös seuraavat kehitysaskeleet, joihin keskitymme 2023.

Jatkossa laajentanemme maltillisesti tiimiä ja syvennämme yhteistyötä valittujen kumppanien kanssa leventääksemme omia hartioitamme menettämättä sitä joustavuutta, mitä kasvuyritys tarvitsee."

Niina Suuriniemi Hopper (EVA Global, Vuoden kasvuyritys 2022 toimitusjohtaja) kommentoi markkinoinnin haasteita EVA Globalin näkökulmasta.





MISSÄ KASVU SYNTYY?

Midcap-yritysten toimialat:
Mille toimialoille kasvutahto
keskittyy?

Kasvuryhmä kiihdyttää midcap-kasvuyritysten kasvua

Ne, jotka uskaltavat asettaa rohkean kasvutavoitteen, myös todennäköisemmin onnistuvat sen saavuttamisessa. Kasvu on seurausta uudistumisesta, ja uudistumiskyvyn varmistaminen ja ylläpitäminen on jokaisen kasvuyrityksen ytimessä.

Kasvuryhmässä ovat mukana kasvuhakuiset keskiuuret yritykset. He vaihtavat yhteensä 36 mrd€ liikevaihtoa, ja Kasvuryhmässä he ovat tuoneet Suomeen 10 mrd€ lisää liikevaihtoa. Yhteisön jaettu Törkee lupaus tuoda Suomeen 25 mrd€ lisää liikevaihtoa ja sitoutua kestäväan kasvuun vuoteen 2025 mennessä haastaa yrityksiä uudistumaan ja tekemään konkreettisia toimenpiteitä kasvun eteen. Kasvuryhmän yritykset etsivät koko ajan uudenlaisia kasvun lähteitä ja työstävät niistä tulevaisuuden kestäväan kasvun liiketoiminnan kivijalkoja.

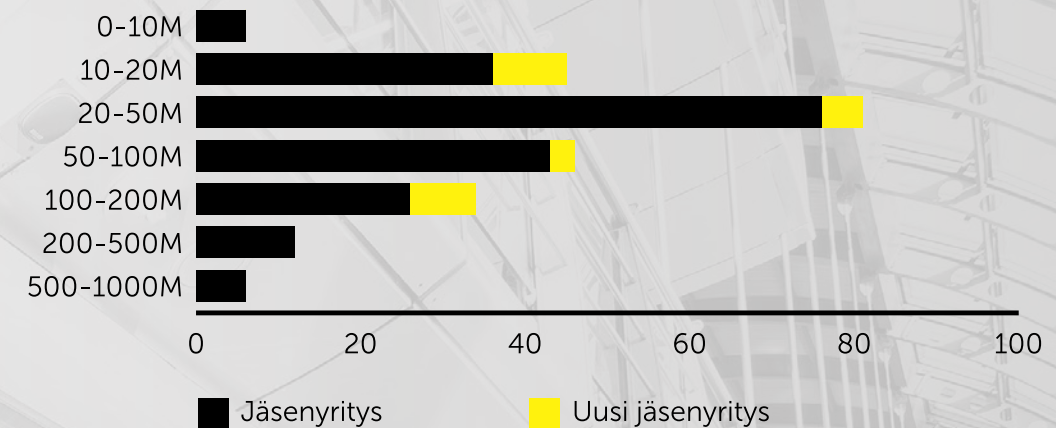
Vuonna 2022 Kasvuryhmän jäsenistössä oli eniten yrityksiä seuraavien toimialaluokituksen alle menevillä aloilla:

- 1. Teollisuus – 73 yritystä**
 - yritysten liikevaihdon kasvun keskiarvo 17,3%
 - ka. liikevaihto 87,5 Meur
- 2. Tukku- ja vähittäiskauppa – 28 yritystä**
 - yritysten liikevaihdon kasvun keskiarvo, 17,7%
 - ka. liikevaihto 75,8 Meur
- 3. Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta – 26 yritystä**
 - yritysten liikevaihdon kasvun keskiarvo 9,3%
 - ka. liikevaihto 87,7 Meur
- 4. Informaatio ja viestintä – 22 yritystä**
 - yritysten km. kasvu % 18
 - ka. liikevaihto 69,9 Meur
- 5. Rakentaminen – 21 yritystä**
 - yritysten liikevaihdon kasvun keskiarvo 11%
 - ka. liikevaihto 95,5 Meur

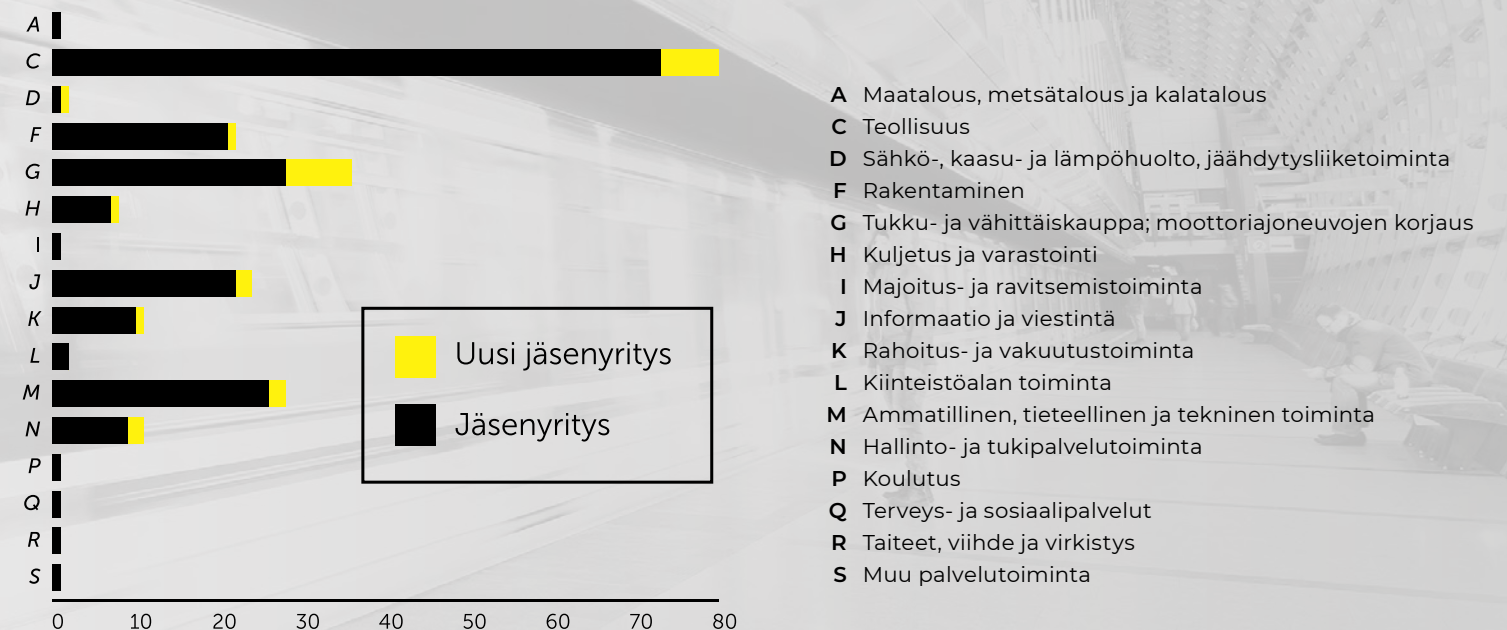
Kasvuryhmässä suurinta kasvua tehtiin vuonna 2022 toimialaluokituksen mukaan jaoteltuna kuitenkin sähkö- kaasu ja lämpöhuollon alalla, jossa keskiarvo jäsenyritysten liikevaihdon kasvussa oli 52,4%, ja yritysten ka. liikevaihto 66 Meur. Vihreä siirtymä vauhdittaa tämän alan yritysten kasvua ja tuo myös uusia liiketoimintamahdollisuuksia.

Kun katsotaan kaikkia Kasvuryhmän jäsenyrityksiä, yritysten liikevaihdon kasvun keskiarvo vuonna 2022 oli 18,66%, ka. liikevaihto 59 Meur.* Vuosi 2022 oli Kasvuryhmän midcap-yrityksille kokonaisuudessaan kasvun vuosi.

Kasvuryhmän yritykset kokoluokittain



Kasvuryhmän yritykset toimialoittain



*mukana 230 yrityksen tiedot

A young man and woman are standing on a train platform, looking towards a train. The man is wearing a red and black plaid shirt and blue jeans, and has a large yellow and black backpack. The woman is wearing a red and black plaid shirt and has a large grey and black backpack. The train is red with yellow and white stripes. The platform has a yellow safety line.

MITEN KASVU SYNTYY?

KASVUN TRENDIT:
Kasvuyritysten TOP 10

KASVUN TRENDIT



MIKRO- JA PK-YRITYKSET

Kasvu Openin valtakunnallisiin Kasvupolku-sparrausohjelmiin osallistuvat yritykset kisaavat halutessaan Vuoden kasvuyritys -tittelistä. Titteliä havitteli lähes 200 yritystä vuonna 2022. TOP 60 kasvukykyisintä yritystä valikoitui joukosta sparraajien arvioiden ja tuomariston tunnistaman kasvukyvyn perusteella. Sparraajien kommentit ovat sparrauksissa TOP60 -yritysten saamia kommentteja liittyen teemojen taltuttamiseen.

Tältä pohjalta TOP 60 -yritykset ovat suora näkymä teemoihin, joilla voimme edistää kotimaisten yritysten kasvua.

KASVU OPEN®

1. Brändin rakentaminen ja markkinoinnin toimenpiteiden kehittäminen

Lähes kolmasosalla yrityksistä kasvun avaimet liittyvät markkinoinnin kehittämiseen.

“Jos halua ja uskallusta riittää, keskittäkää huomio itseenne tekemällä jotain rohkeaa! Siinä olisi oiva keino erottautua tässä markkinassa ja mahdollisesti saada parempaa tuottoa oikeanlaisen tuotteistuksen kautta.”

Mia Pyykönen, Kiho Oy

2. Kasvun takana ovat ihmiset

Kasvuyritysten to-do -listalla on löytää oikeat pelaajat oikeille paikoille, eikä se työvoimapulan takia monella ole helppoa. Joillakin se tarkoittaa avainhenkilöiden löytämistä ja palkkaamista, joillain rekrytointikoulutusten järjestämistä.

“Voisi olla hyvä miettiä myös erilaisia henkilöstön sitouttamiskeinoja, jotka voivat olla kustannusvaikutuksiltaan pieniä mutta työntekijöiden kannalta kuitenkin merkittäviä. Samoin voi olla hyvä miettiä erilaisten trainee-polkujen rakentamista oppilaitosyhteistyön kautta, jossa yritys käy kertomassa itsestään potentiaalisille tulevaisuuden työntekijöille ja oppilaitos voi vastaavasti vinkata sopivan tuntuista henkilöstä jo opiskeluvaiheessa.”

Jani Suominen, Eezy

3. Kansainvälistymisen kautta rakentuu uusia kasvuväyliä

Monen yrityksen agendalla on markkinaselvitys, ja sen pohjalta valinta uusista markkina-alueista. Lisäksi kansainvälistymisen strategia on hiottava kuntoon.

“Liiketoimintamallin kirkastaminen, jossa pohdintaan niin kohdemarkkina kuin mitä tarjotaan; alusta vai alusta & palvelu. Eri kohdemarkkinoiden ymmärtäminen; kuka on maksaja, kellä voitettava. Mietittäväksi liiketoimintamalli; kumppanuudet osana ekosysteemiä.”

Jyrki Eklund, Aino Health Management

4. Onnistuessaan myynti tuottaa nopeinta kasvua

Myyntin kehittämisessä keskitytään muun muassa resurssien kuntoon laittamiseen ja myynnin seurannan tapoihin.

“Pohtisin, miten saadaan ratkaisu tukemaan asiakkaan liiketoimintaa (pois kuluroolista), jolloin myyntimahdollisuus, mutta myös asiakaspito, paranee. Kun myynnin pullonkaulat haasteena, ratkaisua voisi pohtia myös ulkopuolisen konsultin kautta (tietty toimiala, oven avaaja, toimiala-asiantuntemus), minkä jälkeen osaatte jatkaa palvelua itsenäisesti. Myyntiprosessi myös jälkimarkkinoinnin osalta pohdittavaksi.”

Hannu Hervos, AVIXON Services Finland Oy

5. Digitaalisuutta hyödynnetään lähes kaikkialla

Monella kasvuyrityksellä on menossa projekteja, joissa tehdään softakehitystä, luodaan toiminnan tai asiakashallinnan järjestelmiä, pystytetään nettikauppaa tai viillataan verkkosivuja kuntoon.

“Kasvun skaalaaminen eli vaikuttavuuden maksimointi edellyttää myös palveluainvestointia ja sen integrointia tilaajien järjestelmiin -> datan liikkuvuus ja läpinäkyvyys on "must" samoin kuin vaikuttavuuden online raportointi tilaajille. Palveluainvestointiin uskon, että saatte helposti julkista rahoitusta.”

Anna-Stiina Boström, hallitusammattilainen ja johdon sparraaja

KASVUN TRENDIT



MIDCAP-YRITYKSET

Vuonna 2022 kasvuryhmäläiset vertaisparrasivat noin 10 hengen sparraustiimeissä, jotka tapasivat yhteensä yli 200 kertaa. Lisäksi yhteisössä vertaisparrattiin koko yhteisön voimin ajankohtaisista kasvun teemoista, jotka näkyivät jäsenyritysten agendalla. Sparraustiimeissä keskityttiin Kasvukapteenien omien yritysten kasvustrategioiden tärkeimpiin teemoihin, joita he halusivat Kasvuryhmässä oman tiiminsä kanssa edistää. Muodostimme näkemyksen midcap-yritysten kasvun trendeistä näiden tietojen pohjalta.

Teemat, joihin Kasvuryhmän jäsenet sparrauksissa keskittyivät kuvastavat midcap-yritysten kasvun tärkeimpiä draivereita.



1. Kansainvälistyminen on kasvun edellytys

Kasvuryhmän jäsenistä 80% tekee kansainvälistä liiketoimintaa. Keskimääräinen kansainvälisen liikevaihdon osuus yrityksissä on noin 40%.

Kansainvälinen liiketoiminta ja kansainvälistyminen oli vuonna 2022 tärkein yksittäinen teema, josta yrityksissä vertaisparrattiin. Erityisesti uuden markkinan valintaan, toimitusketjujen rakentamiseen ja kansainvälisen johtamisjärjestelmän rakentamiseen liittyvät aiheet nousivat esiin vertaiskeskusteluissa. Markkinoista keski suurten yritysten katseet suuntautuvat jatkossa entistä enemmän USA:han ja Aasiaan, joista etsitään markkinamahdollisuuksia Euroopan rinnalle sekä korvaamaan Venäjän kauppaa ja pienentämään Kiinaan liittyviä riskejä.

“Meidän toiminta on vastuullista ja tuotantoketjut läpinäkyviä. Katson, että jo sen takia meillä on lähes velvollisuus viedä tuotteet maailmalle. Lisäksi meidän koneinvestoinnit ovat massiivisia. Olemme tarvinneet viientä niidenkin täyttöön.”

Sanna Karhu, Delipap

2. Ratkaisu- ja palveluliiketoiminnan kehittäminen

Ydinbisneksen kehittämisessä kokemuksia vaihdettiin eniten asiakasymmärryksen kehittämisestä, konseptien ketterästä testaamisesta sekä uuden bisneksen ja asiakkuuksien kannattavuudesta. Uutta bisnestä haetaan teknologiaa, dataa ja alustoja hyödyntämällä ja toimintamalleja, rakenteita ja niiden välistä vuorovaikutusta

uudistamalla. Myös tulevaisuuteen katsova yhteistyö ja yhteinen keskustelu asiakkaiden kanssa, erityisesti osaamisen ja toiminnan vastuullisen kehittämisen tarpeista, on yhä tärkeämpää turbulenssissa toimintaympäristössä.

“Kysymme ihan suoraan asiakkailtamme, mitä he odottavat meillä tapahtuvan viiden vuoden sisällä, jotta se, mitä me teemme, tukee myös heidän liiketoimintaansa.”

Jussi Ohlsson, Stera Technologies

3. Strategiatyö ja strategian läpivienti

Kasvuryhmän sparraustiimeissä vaihdettiin kolmanneksi eniten kokemuksia strategian fokuksista, markkinassa positioitumisesta ja kasvuliiketoimintojen resursoinnista ja mittaroinnista. Midcap-yrityksille on keskeistä hyödyntää rajattuja resursseja fiksusti. Strategian toteutumisen kannalta työkalut tukevat, mutta olennaisinta on saada ihmiset mukaan.

4. Kulttuuriin ja osaajiin panostaminen

Osaajakisa näkyy Kasvuryhmän jäsenyrityksissä vaikka toimialakohtaisia eroja on paljon. Kulttuuri, henkilöstön hyvinvointi, palkitseminen ja erilaiset osaavan henkilöstön pitovoimaa ja tulevaisuuden osaajia sitouttavat ja kasvua tukevat toimintamallit nousevat kokonaisuutena tärkeimpien kasvun sparrausteemojen joukkoon. Kasvu tarkoittaa yhä enemmän myös panostamista sosiaaliseen vastuullisuuteen.

“Erilaisuus on tärkeä arvo ja antaa meille pohjan ponnistaa eteenpäin. Arjen työssä on iso juttu, että saadaan vaikka kansainväliseen työvoimaan liittyviä ajatusmalleja ja asenteita muokattua, ja tämä koskee sekä asiakkaitamme että meitä itseämme. Me mietimme joka päivä asiakkaiden kanssa esimerkiksi, onko osaajapulan, todella suuren ongelman, pullonkaulana oikeasti kieli vai jotain muuta”

Lassi Määttä, Barona

5. Yrityskauppojen kautta laajentuminen tai osaamisen kasvattaminen

Monen Kasvuryhmän jäsenyrityksen kasvustrategiaan kuuluvat myös yrityskaupat, joiden kautta haetaan maantieteellistä laajentumista, strategista osaamista tai muuta vahvistusta valittuun kasvustrategiaan.

“Asiakkaiden tarpeet ovat muuttuneet laajemmiksi ja kokonaisvaltaisemmiksi. Organisaatioita on tiivistetty, ja yritykset keskittyvät yhä enemmän ydinosaamiseensa ja ydintuotteiden yhä tehokkaampaan tuotantoon. Teimme kaksi vuotta sitten M&A-strategian, joka pohjaa asiakastarpeen voimakkaaseen kasvuun, mutta samaan aikaan osaajien saamiseen. Nyt M&A prosessi on siinä vaiheessa, että siitä saadaan vuoden 2023 lopussa moottori seuraavaan kasvuloikkaan.”

Leif Backman, Elcoline Group



**Älypuhelimien sovellus
voi pelastaa hengen**



CardioSignal

CardioSignal mittaa sydäntä eteisvärinän varalta. Kardiologi ja Precordiorin toimitusjohtaja Juuso Blomster kertoo, että yleislääkärinkään ei pysty tutkimaan sydäntä yhtä tarkasti ilman sairaalassa toteutettavia mittavia laboratorio- ja laitetutkimuksia, kuten sydämen ultraäänitutkimusta.

Sydänsairaudet kehittyvät usein salakavalasti, koska niitä ei yleensä havaita riittävän ajoissa. Eteisvärinä on yksi tavallisimmista sydämen rytmihäiriöistä. Hoitamattomana se voi johtaa sydämen vajaatoimintaan, aivoinfarktiin tai jopa kuolemaan.

– Laitteemme toteaa sairauksia jo varhaisessa vaiheessa, jolloin ihminen voidaan ohjata edelleen erikoislääkärin vastaanotolle. Tavoitamme oikean potilaan oikeaan aikaan. Kun sairauksia ja komplikaatioita pystytään ennaltaehkäisemään, yksilön elämänlaatu paranee ja sairaanhoidon kustannukset laskevat, Blomster sanoo.

Yksilöt ja lääkärit ovat saaneet CardioSignalista seuranta- ja arviointityökalun, jota on helppoa ja nopeaa käyttää. Mittaukseen kuluu vain minuutti. Sovellus on oiva apu etenkin riskiryhmään kuuluville potilaille, joilla on alttiutta sydänsairauksiin.

– Jokainen on vastuussa omasta terveydestään. Sitä ei voi ulkoistaa lääkärille. Siksi näen, että teknologiamme tarjoaa avaimet kenelle tahansa huolehtia itsestään, Blomster vakuuttaa.

TKI-TOIMINNASTA KIVIJALKA KASVUYRITYKSEN BISNEKSELLE

Mutta kuinka ihan tavallinen älypuhelin voi toimia virallisena lääkekinnällisenä laitteena? Tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminta on ollut Precordiorin liiketoiminnan ytimessä alusta saakka ja hälventänyt monien epäilykset. Kasvuyrityksen teknologia on validoitu tieteellisissä tutkimuksissa, joten se on saanut muun muassa CE-merkinnän. Niinpä se täyttää lääkekinnällisenä laitteena EU-direktiivien ja muiden asetusten vaatimukset terveydestä ja turvallisuudesta.

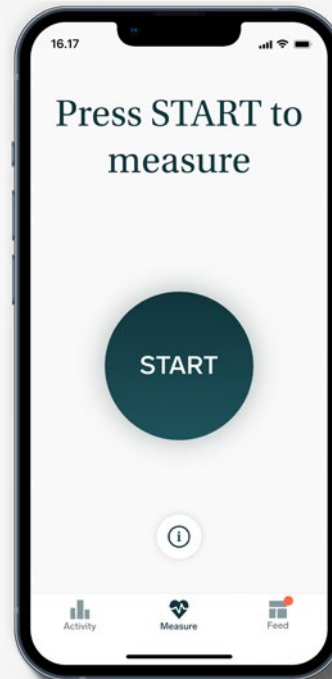
Koska länsimainen lääketiede perustuu jatkuvaan objektiiviseen tutkimusnäyttöön, Precordior toteuttaa uusia tutkimuksia

koko ajan. Tutkimusagendalla on ollut esimerkiksi se, miten sensoreilla voitaisiin tunnistaa myös sydämen vajaatoiminta ja sepelvaltimotauti.

– Tutkimuksemme ovat vahvistaneet sen, että teknologiamme on käytännössä merkittävin innovaatio kajoamattomassa sydämen toiminnan mittaamisessa sitten sydämen ultraäänitutkimuksen, joka kehitettiin noin 50 vuotta sitten, Blomster iloitsee.

Vaikka CardioSignal on lääkekinnällinen laite, yritys tekee käytännössä softaa. Ihmetystä on herättänyt se, miten Suomesta voi tulla markkinoille näinkin merkittävä älypuhelinsovellus. Blomsterin mukaan vastaus löytyy maamme laadukkaasta tutkimustoiminnasta. Turun yliopisto, Turun yliopistollinen keskussairaala sekä sen sydänkeskus ovat olleet avainasemassa innovaation kehitystyössä. Tutkimuksia on tehty myös muissa Suomen yliopistosairaalossa ja Yhdysvalloissa Stanfordin yliopistossa.

– Älypuhelin on sensoreineen siitä mielenkiintoinen laite, että meidän ei ole tarvinnut valmistaa lainkaan omaa laitetta. Kännykkä on käytännössä aina kaikilla mukana, mikä on hienoa paitsi ekologisuuden myös skaalautuvuuden kannalta.



i – Älypuhelin on sensoreineen siitä mielenkiintoinen laite, että meidän ei ole tarvinnut valmistaa lainkaan omaa laitetta. Kännykkä on käytännössä aina kaikilla mukana, mikä on hienoa paitsi ekologisuuden myös skaalautuvuuden kannalta.





**EVA Global vauhdittaa
vihreää siirtymää**



Niina Suuriniemi Hopper ja **Donald Hopper** perustivat EVA Globalin vuonna 2017. Suuriniemi Hopperin haaveena oli, että sähköiseen liikkumiseen satsaava kasvuyritys pystyisi vaikuttamaan ilmanlaadun parantumiseen globaalisti ja tuottamaan siten ihmisille hyvinvointia.

Viiden vuoden aikana on tapahtunut hurjaa edistystä sitten ensimmäisen pilottiversion, joka toteutettiin Englannissa. Tampereelta ponnistava yritys lähti tietoisesti hakemaan kasvua heti ulkomailta. Ensimmäinen tuote, EVA Assists, lanseerattiin vuonna 2018. Teknistä tukea ja asiakaspalvelua tarjoava tuote tehtiin sähköautoilijoita varten. Sen kautta kuka tahansa voi pyytää apua vaikkapa pulmatilanteissa. Yrityksen lähtökohtana on, että ketään ei jätetä tien poskeen.

Vuonna 2022 markkinoille saatiin toinen tuote, EVA Assures, joka palvelee bisnesasiakkaita. Nyt oman ohjelmistoalustan avulla pystytään hallitsemaan ja ylläpitämään asiakkaiden latausverkkoja ja ratkaisemaan mahdollisia teknisiä ongelmia.

– Koska olemme itse kasvuyritys, haluamme tukea myös muiden yritysten kasvua ja laajentumista. Rakentaessaan infraa yritysasiakkaamme saavat meistä luotettavan kumppanin, joka osaa auttaa heidän loppukäyttäjään, Suuriniemi Hopper vakuuttaa.

Vaikka pitkään jatkunut koronapandemia sekä parhaillaan jylläävä Ukrainan sota ovat heittäneet varjonsa EVAn liiketoimintaan, kasvuyritys on onnistunut raivaamaan pioneerin elkein jalansijaa sähköautoilun markkinassa.

– Koska vastaavaa ratkaisua ei ole ollut aiemmin olemassa, olemme kasvaneet vauhdilla, saavuttaneet vahvan markkina-aseman ja saaneet hienoja kumppaneita. Maineemme ja laatumme tunnetaan, mutta tulevaisuudessa alalle tulee varmasti lisää kilpailua.

Kasvuyrityksen jalanjälki näkyy globaalisti jo 32 maassa

Vastuullisten liikenneratkaisujen esiinmarssi on siivittänyt EVAn nousukiitoon. Vuosi 2022 on neljäs peräkkäinen vuosi, kun kasvuyritys on kolminkertaistanut liikevaihtonsa. Yritys on myös laajentunut viidessä vuodessa 32 maahan. Seuraava kiintopiste sijaitsee Yhdysvalloissa.

EVA on jalkauttanut sähköistä liikkumista teille menestyksekkäästi: yritys esimerkiksi hallinnoi yli 320 000 latausasemaa, on mahdollistanut yli 37 miljoonaa sähköistä ajokilometriä ja välttänyt 5,2 kilotonnia hiilidioksidipäästöjä.

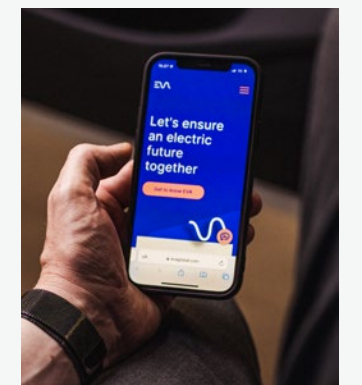
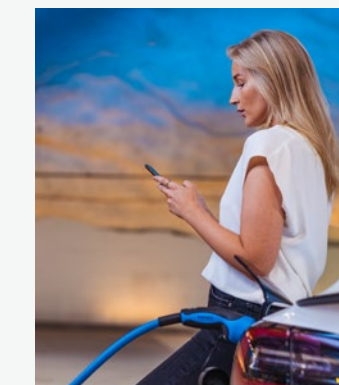
– Kasvumme on monimuotoisen ja innovatiivisen tiimin ansiota. Meillä on yhteensä 360 työntekijää ja kuusi tytäryhtiötä maailmalla. Olemme ylpeitä siitä, että olemme onnistuneet luomaan työyhteisöstämme tasavertaisen. Esimerkiksi puolet työntekijöistämme on naisia.

EVA on lähtenyt liikkeelle julkisella lataustoiminnalla, mutta matkan varrella se on laajentunut myös suljetumpiin toimijoihin. Esimerkiksi bussi- ja taksityhtiöt sähköistävät kulkuneuvojaan ja työpaikoilla sähköautojen latauspisteet yleistyvät.

– Skaalautuva teknologiamme avaa ovia massamarkkinoille. Tulevaisuudessa kasvua on nähtävissä yhtä lailla kotilatauspisteissä. Tällöin vaikkapa vihreää aurinkoenergiaa voisi varastoida auton akkuun ja tarvittaessa myydä ylijäämäenergiaa muille, Suuriniemi Hopper mainitsee.



Niina Suuriniemi Hopper ja Donald Hopper perustivat EVA Globalin vuonna 2017. Suuriniemi Hopperin haaveena oli, että sähköiseen liikkumiseen satsaava kasvuyritys pystyisi vaikuttamaan ilmanlaadun parantumiseen globaalisti ja tuottamaan siten ihmisille hyvinvointia.





Delipap

Amazon on hyvä paikka kansainvälisten markkinoiden validoimiseen ja testaamiseen

Vuonna 2018 Delipapissa lähdettiin kokeilemaan onlineen mahdollisuuksia kansainvälisen kasvun rakentamisessa. Samalla lähdettiin myös testaamaan myyntiä suoraan kuluttajille.

Delipapissa verkkokaupan ja onlineen mahdollisuudet on ymmärretty jo pitkään. Amazoniin lähdettiin testaamaan ennakkoluulottomasti vuonna 2018. Delipapin eCommerce Manager, Emilia Nordström kertoo, että aivan kivuttomasti Amazon-matka ei ole sujunut, mutta mukaan on tarttunut arvokasta oppia, jota hyödynnetään myös muissa kanavissa ja kansainvälisen kasvun rakentamisessa.

– Lähdimme Amazoniin vähän sillä asenteella, että mennään oppimaan, ja tehtiin ensin kaikki itse. Näimme, että kyllä tässä on potentiaalia. Olisimme kyllä varmasti saaneet nostetta enemmänkin, jos olisi ollut kumppani heti alusta saakka, mutta kannattavuus on aina haaste. Jos on kovat kumppanikulut, kovat Amazon-kulut, logistiset kulut ja inhouse-kulut, niin pitäisi myydä aika isolla volyymilla, että toiminnan saisi kannattavaksi. Silti vinkkinä on, että jos Amazoniin lähtee, kaikkea ei tarvitse itse osata eikä tehdä, Nordström sanoo.

Nordström toteaa, että monella on sellainen käsitys, että online-bisnes on helppoa ja tuottavaa, että tuotteet vaan myy itsensä.

– Sehän ei tosiaankaan ole näin missään platformissa, ja Amazonissa pätee vielä ihan omat säännöt. Amazon on todella haastava ja omavaltainen kumppani. Säännöt voivat muuttua yön yli, ja asiasta tulee joko tosi huonosti tai ei ollenkaan infoa. Botit tekevät töitä ennen kuin mikään siirtyy oikealle ihmisille, ja pohjalla on myös vanhaa tekniikka, mikä myös voi haitata Amazonissa myyntiä. Meillä kävi esimerkiksi kerran niin, että Amazon pisti tilin viideksi päiväksi kiinni, kun meidän yrityksen omistajista ei löytynyt riittävästi tietoa. Siinä meni viikon myynnit, Nordström sanoo, ja jatkaa:

– Tämä on tosi erilaista tekemistä kuin se, että myydään kumppanille tai keskusliikkeelle, joissa asiat menevät ennalta määrätyn syklin mukaan. Amazonissa voit käydä koko syklin yhdessä päivässä, ja seuraavana päivänä joudut aloittamaan uudestaan. Kate-rakenne on haasteellinen, rahan tekeminen ei ole ihan helppoa. Myynnin seuraaminen onkin tärkeää viikkotasolla, kuukausitasolla seuraaminen ei riitä. Siihen on pitänyt varautua, että mitkään prosessit eivät mene samalla lailla kuin omat perusliiketoiminnan prosessit, oli kyse sitten täytöistä varastoon tai vaikka markkinoinnista.”

Se, miten saat homman toimimaan, on jatkuvaa oppimista.

– Sitähän kaikki bisneksen tekeminen on, testaat, kokeilet ja huomaat, että joku toimii. Markkinointi on Amazonissa elinehto, ja Amazon tuo koko ajan myös uusia markkinointimahdollisuuksia. Saat myynnin flywheelin ajan kanssa pyörimään. Siksi kaikki se taustatyön, SEO-tekeminen, tuotenimiin panostaminen ja arvostelujen saaminen, on tärkeää ja nostaa näkyvyyttä. Arvostelujen perusteella tehdään tosi paljon ostopäätöksiä. Jos saat hyvän kumppanin, joka auttaa näissä, se voi olla kyllä kannattava investointi. Meillä on nyt resursoitu aika pitkälti minun työaika tähän, ja lisäksi hyödynnetään kumppaniapua.

Tällä hetkellä nämä resurssit riittävät Delipapille Amazonin osalta ainakin seuraavat pari vuotta. Emilia uskoo, että Amazonista saadun datan ja kokemusten perusteella on jo aika helppo sanoa, mihin markkinoihin paukut kannattaa seuraavaksi pistää.

– Amazon toimii hyvin myös markkinoiden validoimiseen. Meillä on käytössä Pan-European-malli. UK, Saksa, Italia, Ranska ja Espanja ovat meille niitä markkinoita, joihin keskityimme aktiivisesti. Parhaiten meille toimivat UK ja Saksa.



Suomi on pieni markkina. Jotta olemme pystyneet kattamaan valtavia koneinvestointeja, volyymia on saatava muualtakin kuin Suomessa, Delipapin eCommerce Manager Emilia Nordström kertoo.





STERA
TECHNOLOGIES

STERA TECHNOLOGIES KASVAA ASIAKKAIDEN JA OPPILAITOSTEN KANSSA YHTEISESTI KEHITTÄEN

Stera Technologies kasvaa vakaasti, ja kasvustrategian ytimessä on kasvattaa yrityksen arvoa ja osaamis-pääomaa. "Meillä on vahva kasvustrategia, johon kuuluu myös inorgaaninen kasvu", kertoo toimitus-johtaja Jussi Ohlsson.

– Teemme tiivistä ja avointa yhteistyötä suurimpien asiakkaidemme kanssa. Meillä on liiketoiminnan kehittämisohjelma, jossa on mukana asiakkaiden yritysjohtoa, tuotekehitystä, osto-organisaatiota, divisioonavetäjiä. Teemme heidän kanssaan yhteisen tiekartan 3-5 vuoden aikajänteellä siitä, miten yhteistyötä kehitetään. Siellä on tietysti asiaa investoinneista, mutta hyvin paljon puhutaan osaamisen kehittämisestä. Asiakkaat kertovat omien asiakkaidensa liiketoiminnan signaaleja, minkälaista osaamista heidän organisaationsa tarvitsee tulevan viiden vuoden aikana, ja mitä he odottavat meidän kaltaiselta toimijalta. Sieltä saamme siemeniä siihen, millaista osaamista me tarvitsemme, ja mitä meidän pitää huomioida omassa toiminnassamme.

Haluamme käydä asiakkaidemme kanssa meidän asiakasstrategia-prosessin läpi kerran vuodessa. Kysymme heiltä myös ihan suoraan, mitä he odottavat meillä tapahtuvan viiden vuoden sisään, jotta se, mitä me teemme, tukee myös heidän liiketoimintaansa. Olemme saaneet tästä poikkeuksetta hyvää palautetta, Jussi kertoo.

Sterassa panostetaan myös oppilaitosyhteistyöhön, koska tulevaisuuden osaamistarpeet ovat toimialariippumattomia.

– On tärkeää, että saamme oppilaitoksille yritysten näkemyksen

siitä, minkälaista osaamista meillä tarvitaan. Meidän omat osaamisen kehittämisen tarpeet kiteytyvät digitalisaatioon, vastuullisuuteen ja loppuasiakkaan liiketoiminnan parempaan ymmärtämiseen.

Kasvustrategiassa keskitytään kestäväan kasvuun - kasvuhankkeet ja yritysostot kasvun lähteinä

Steran kasvustrategia perustuu sekä orgaaniseen että inorgaaniseen kasvuun. Mahdollisilla yritysostoilla voidaan tukea kasvuhankkeita, jotka ovat tärkeä kestäväan kasvun lähde. Hankkeissa kehitetään sekä tulevaisuuden liiketoimintaa että osaamispääomaa.

– Tärkeintä tässä ei ole ollut se, että kaikki kasvuhankkeet onnistuvat tai se, mistä ja miten kasvu tulee. Meille on ollut selvää, että kävi kasvuhankkeille miten kävi, opimme niiden kautta varmasti paljon, ja oppeja voidaan hyödyntää monella tavalla myös jatkossa.

Meillä on tulevaisuuden varalle erilaisia skenaariota, joita koeponnistamme. Se on varmaa, että sota on kasvattanut resilienssin tärkeyttä. Jatkossa Sterassa on entistä tärkeämpää, etteivät asiakkaat ole auringonlaskun alalla, ja siihen liittyy oleellisesti digitaalisuus, energia ja ESG.



Yhteystiedot

Kasvu Open
Leena Räisänen, kehitysjohtaja
leena.raisanen@kasvuopen.fi
050 469 9971
kasvuopen.fi

Kasvuryhmä
Joel Friman, CTO
jooel.friman@kasvuryhma.fi
040 962 9491
kasvuryhma.fi

Lähteet

- Kasvu Open (2022). Kasvuyritysanalyysi.
- Kasvuryhmä (2022).

Palkitut kasvuyrityskentän toimijat – Kasvu Open ja Kasvuryhmä

Kasvu Open on Suomen suurin yritysten kasvun sparraaja. Kasvu Openin visio on auttaa jokaista suomalaista kasvuhaluista yritystä tavoittamaan hullunrohkeat unelmansa. Kasvu Open sai Tasavallan presidentin kansainvälistymispalkinnon vuonna 2018. Kasvu Openilla on Suomalaisen Työn Liiton myöntämä Yhteiskunnallinen Yritys -merkki.

Kasvuryhmä on keskisuurten kasvuyritysten yhteisö, jossa lupaat törkeesti ja sparraat avoimesti vertaistesi kesken. Yhteisössä jaettu kasvutahto ja rohkeat teot edistävät koko Suomen kestäväää kasvua. Kasvuryhmä sai Tasavallan presidentin kansainvälistymispalkinnon vuonna 2022.