



NÄKYMÄ

PK-YRITYSTEN KASVUSTA

syksy 2024

Sisällysluettelo

1. Alkusanat.....	2
2. Aineisto	3
3. Tiivistelmä	4
4. Mitä on sparraus?	5
5. Mihin yritykset tarvitsevat sparrausta?	7
6. Miten sparraus vaikuttaa yritysten kasvuun?	9
7. Sparraus ohjaa käytännön toimenpiteisiin	12
<i>Myynnin skaalautuvuus ja kehittäminen</i>	<i>14</i>
<i>Kansainvälistyminen ja markkinointi</i>	<i>15</i>
<i>Verkostoituminen ja kumppanuudet</i>	<i>16</i>
<i>Kestävyyden huomiointi</i>	<i>17</i>
<i>Strategian ja johtamisen kehittäminen</i>	<i>18</i>
<i>Rahoitus kytkeytyy koko liiketoimintaan.....</i>	<i>19</i>
8. Lähdeluettelo ja yhteystiedot	20



Näkymiä pk-yritysten kasvusta, syksy 2024.
Julkaisupäivä 8.10. Julkaisija Kasvu Open.

1. Alkusanat

Näkymiä pk-yritysten kasvusta 2/2024

Suomen pääministeri **Petteri Orpo** kertoi syyskuussa 2024 Kasvuriihi-hankkeesta, jonka tavoitteena on löytää laajasti uusia keinoja kasvun vauhdittamiseksi. Orpo kutsuu koko yhteiskunnan mukaan työhön, jonka *“tavoitteena on löytää konkreettisia ja toimeenpantavissa olevia kasvutoimia. Hallitus on valmis toteuttamaan kaikki järkevät ehdotukset, tulevat ne sitten oikealta, vasemmalta tai politiikan ulkopuolelta.”*

Meillä on ehdotus: kuunnellaan, mitä yritykset oikeasti tarvitsevat. Etsitään ratkaisut, kannustetaan kasvuun.

Kasvu Open tuottaa vuosittain sadoille yrityksille maksutonta sparrausta. Sparraukseen osallistuneista yrittäjistä moni toteaa, että ”tämän pitäisi olla pakollista jokaiselle yritykselle”, sillä sparrauksella on niin merkittävä vaikutus yritysten kasvuun.

Tämä julkaisu kertoo miten yritykset ovat kokeneet sparrauksen, ja miten se on vaikuttanut liiketoimintaan. Samalla jaamme tietoa: miten tuemme yrityksiä oikein ja saamme aikaan Kasvuriihen peräänkuuluttamia kasvutoimia.

Me sparraamme yrityksiä kädet savessa.

Meillä on takataskussa 3450 sparrattua yritystä, 1600 huippusparraajan verkosto, ja peräti 30 000 järjestettyä

sparraustapaamista. Siksi väitän, että Kasvu Openilla on Suomen paras ymmärrys siitä, mitä kasvua tukevia toimenpiteitä yritykset tarvitsevat.

Me rakennamme kasvua ja tulevaisuuden kasvuyrityskenttää juuri siellä, missä kasvupäätökset saavat alkunsa. Talla pohjaan, Suomi! Nyt on aika kiihdyttää.

Jyväskylässä 8.10.2024



Jaana Seppälä, toimitusjohtaja, Kasvu Open

Nordea

BioBoosters
by jamk



TECHNOPOLIS



VARMA



YRITYSJURISTI

2. Aineisto

Näkymiä pk-yritysten kasvusta -selvitys perustuu 202 pienen ja keski-suuren yrityksen tietoihin. Kaikki tiedot on kerätty digitaalisen Kasvuyritysanalyysi-työkalun ja Kasvu Openin digitaalisen alustan kautta vuoden 2024 aikana.

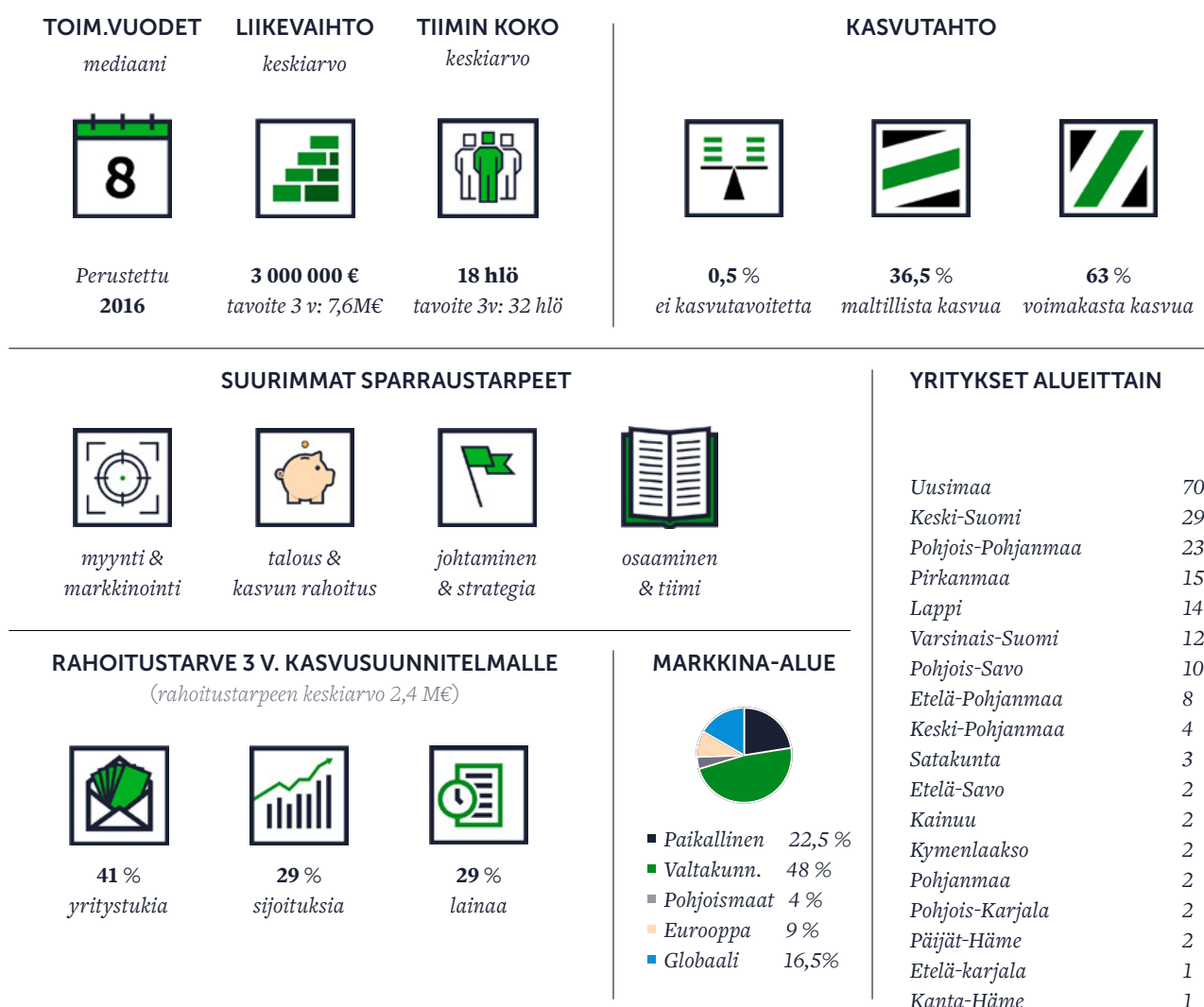
Kaikkien 202 yrityksen antamia tietoja käytetään lähteenä selvityksen "5. Mihin yritykset tarvitsevat sparrausta?" - ja "6. Miten sparraus vaikuttaa yritysten kasvuun?" -kappaleissa. Kappaleessa "7. Sparraus ohjaa käytännön toimenpiteisiin" paneudutaan rajattuun 60 yrityksen ryhmään, joka on valittu 202 yrityksen joukosta. Lähempään tarkasteluun valitut 60 yritystä ovat luoneet vakuuttavat kasvusuunnitelmat, ja niillä on heitä sparranneiden asiantuntijoiden arvioiden mukaan aitoa potentiaalia suunnitelmien toteuttamiseen.

Yritysten ja sparraajien digitaaliselle alustalle sparrauksen yhteydessä kirjattuja tietoja on koostettu alustan sisäisen tekoälyn avulla. Selvityksessä käytetyt tiedot ovat anonymoimattomia, ja niitä on käsitelty tietoturvasääntöjen mukaisesti. Selvitykseen liitetyt yrityskomentit on kerätty suoraan yrityksiltä ja niiden julkaisulla on lupa.

Luottavuuden tueksi julkaisun prosenttiluvut on pyöristetty kokonaisiksi pyöristyssääntöjen mukaan.

. . .

Kuva 1: Näkymiä pk-yritysten kasvusta -selvitys perustuu 202 pienen ja keski-suuren yrityksen tietoihin. Yritykset on valittu mukaan vuoden 2024 Kasvupolku® -ohjelmiin.



3. Tiivistelmä

SPARRAUS YHDISTÄÄ YRITTÄJÄT JA ASIAANTUNTIJAT, ELI SPARRAAJAT. Sparraustapaamisissa sparraajat haastavat yrityksiä katsomaan asioita uusista näkökulmista ja löytämään ratkaisuja kasvun haasteisiin. Kasvu Openin järjestämä sparraus on yrityksille maksutonta.

Sparraukseen osallistuu joka vuosi satoja kasvuyrityksiä. Yritysten suurimmat sparraustarpeet ovat myynti ja markkinointi, talous ja kasvun rahoitus sekä johtaminen ja strategia. Tapaamisissa käsitellään aina myös teemoja, joita yritykset eivät välttämättä tunnista merkityksellisiksi omalle liiketoiminnalle.

Vuonna 2024 sparraukseen osallistuneista yrityksistä ($n=202^*$) 94 prosenttia koki, että sparraukseen käytetty aika oli erittäin kannattavaa tai kannattavaa. Yritykset saivat sparrauksesta:

- ymmärrystä ottaa kasvusuunnitelma osaksi yrityksen strategiaa (70–77 %)
- uusia näkökulmia kasvun tueksi (66 %)
- ymmärrystä asenteeseen: positiivinen asenne on kasvun supervoima (61 %)
- verkostoja ja vahvistuksia kasvuun (2–26 %)

Sparraustapaamisissa käytyjen keskustelujen tärkeimmät teemat olivat:

1. myynnin skaalautuvuus ja kehittäminen
2. kansainvälistyminen ja markkinointi
3. verkostoituminen ja kumppanuudet
4. kestävyys huomioiminen
5. strategian ja johtamisen kehittäminen

Rahoitusta ei tunnistettu erilliseksi teemaksi, koska sen nähdään kytkeytyvän koko liiketoimintaan. Julkaisuun on koottu sparraajien antamia ratkaisuja eri teemoihin liittyviin haasteisiin.

. . .

★ Kasvu Openin 14 eri Kasvupolku-sparrausohjelmaan osallistuneiden yritysten määrä vuonna 2024.



4. Mitä on sparraus?

*Sparrauksen ideana on tuoda kasvua
tavoitteleville yrittäjille täsmäosaamista
yrityksen ulkopuolelta.*

KASVU OPEN JÄRJESTÄÄ SPARRAUSTA VUOSITTAIN SA-DOILLE YRITYKSILLE. Sparrauksen idea on apua tarvitsevien yrittäjien ja osaajien eli sparraajien kohtaaminen. Sparraus haastaa yritystä katsomaan asioita eri kulmista ja synnyttää uusia oivalluksia kasvun tueksi.

Kasvu Openin sparrausohjelmissa yritykset tapaavat 6–12 eri sparraajaa ohjelmasta riippuen. Sparraustapaamiset kestävät 45 minuuttia. Jokainen tapaaminen on suunniteltu niin, että se kohtauttaa yrityksen ilmoittaman kasvuhaasteen ja sparraajan asiantuntemuksen. Sparraustapaamiset ovat luottamuksellisia. Sparrauksen yhteydessä yritykset ja sparraajat kirjaavat digitaaliselle alustalle huomioitaan keskusteluista. Näitä kirjallisia keskusteluja käytetään anonymisti tämän selvityksen lähteenä.

Kasvu Openin tuottama sparraus on kehittynyt **Marko Sepän** kehittämästä Kasvun Kiitorata -metodista, joka

kirkastui Sepän kasvuyritystoiminnan kutsuprofessuurin aikana Jyväskylän yliopistossa vuosina 2007–2011.

Sparraajat

Sparraajat ovat liiketoiminnan eri alojen osaajia ja asiantuntijoita. Sparraajat haastavat ja kannustavat yrittäjiä kahdenkeskisissä tapaamisissa. Sparraajat tekevät luottamuksellista vapaaehtoistyötä. Heitä motivoi hyvän kierättäminen, verkostoituminen ja uuden oppiminen.

Kasvu Openin sparraajaverkostossa on noin 1700 (10/2024) sparraajaa. Vuonna 2024 sparrauksiin heistä osallistui lähes 350 eri asiantuntijaa, jotka tapasivat 202 yrityksen edustajia yli 1350 sparraustapaamisessa.



5.

Mihin yritykset tarvitsevat sparrausta?

| *Sparraus haastaa yritystä katsomaan asioita eri kulmista
ja synnyttää uusia oivalluksia kasvun tueksi.*

KASVUA TAVOITTELEVAT YRITYKSET TARVITSEVAT SPARRAUSTA SAMOIHIN TEEMOIHIN HUOLIMATTA TARKASTEL- TAVAN YRITYSRYHMÄN KOOSTA, YRITYSTEN KOKOLUOKASTA, TOIMIALASTA TAI ALUEELLISESTA SIJOITTUMISESTA.

Keväällä 2024 julkaistun Näkymiä pk-yritysten kasvusta -selvityksen (1/2024) mukaan myynnin ja markkinoinnin merkitys kasvun toteutumiselle on ollut yritysten tärkein yksittäinen kehittämiskohde jo vuodesta 2020 lähtien.

Sparrauksessa käsitellään aina myös teemoja, joita yritykset eivät tunnista merkityksellisiksi kasvun kannalta. Yritysten enemmistö (66 %) kokee, että sparrauksesta saa oivalluksia teemoihin, joita ei muuten tulisi ajatelleeksi. Näin sparrauksessa syntyy uusia kasvua tukevia ideoita.

Yritysten tärkeimmät kehittämiskohteet			
Yritykset n=202 (2024)		Yritykset n=60 (2024)	
Myynti ja markkinointi	2,87	Myynti ja markkinointi	2,43
Talous ja kasvun rahoitus	3,44	Johtaminen ja strategia	3,44
Johtaminen ja strategia	3,58	Talous ja kasvun rahoitus	3,77
Osaaminen ja tiimi	4,13	Osaaminen ja tiimi	4,26
Digitaalinen kehitys	5,65	Digitaalinen kehitys	5,59
Kansainvälistyminen	5,89	Kansainvälistyminen	5,70

Taulukko 1: Yritysten tärkeimmiksi ilmoittamat kehittämis-
kohteet ennen sparrausta (asteikko 1-9, jossa 1=tärkein ja
9=vähiten tärkeä). Lähde: Kasvuyritysanalyysi, Kasvu Open

Suurimmat sparraustarpeet valituilla yrityksillä					
	2020 n=320	2021 n=219	2022 n=232	2023 n=229	2024 n=202
1	Myynti ja markkin.	Myynti ja markkin.	Kasvun rahoitus	Myynti ja markkin.	Myynti ja markkin.
2	Kasvun rahoitus	Kasvun rahoitus	Myynti ja markkin.	Kasvun rahoitus	Kasvun rahoitus
3	Johtaminen ja strategia	Osaaminen ja tiimi	Osaaminen ja tiimi	Johtaminen ja strategia	Johtaminen ja strategia

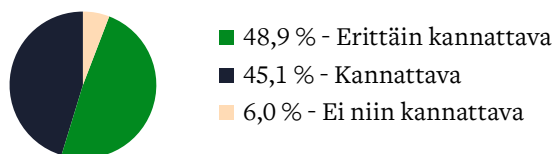
Taulukko 2: Yritysten tärkeimmät kehittämiskohteet ennen
sparrausta (asteikko 1-9, jossa 1=tärkein ja 9=vähiten tärkeä).
Lähde: Näkymiä pk-yritysten kasvusta (1/2024), Kasvu Open



6. Miten sparraus vaikuttaa yritysten kasvuun?

| *Kasvusuunnitelmat kirkastuvat ja into tekemiseen vahvistuu.*

SPARRAUKSEEN OSALLISTUNEET YRITYKSET (N=202) KOKEVAT, ETTÄ SPARRAUS ON KANNATTAVA AJALLISEN INVESTOINTI. Sparraukseen panostettu aika oli 94 prosentille sparraukseen osallistuneista yrityksistä erittäin kannattava tai kannattava.



Kuva 2: Miten yritykset ovat kokeneet sparrauksen kannattavan ajallisesti?

Kasvusuunnitelma osaksi yrityksen suunnitelmaa

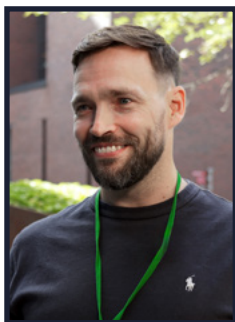
- 77 % yrityksistä sai kirkastusta kasvun edellyttämiin toimenpiteisiin.
- 70 % yrityksistä sai apua niihin teemoihin, joita haluttiin kehittää sparrauksen avulla.

Enemmistö sparraukseen osallistuneista yrityksistä kasvatti ymmärrystä, miten saavuttaa asetetut kasvutavoitteet. Kasvun vaatimien toimenpiteiden ymmärtäminen ja sanoittaminen osaksi yrityksen strategiaa on tärkeä kasvun johtamisen elementti.

Enemmistö yrityksistä sai sparrauksesta myös ns. kirkastusta jo tehdyille tai suunnitelmissa oleville kasvua tukeville toimenpiteille. Kun yrityksissä ymmärretään toimenpiteet, joita kasvu edellyttää, osataan karsia varmuuden vuoksi tehtyjä asioita ja keskittyä strategisesti valittuihin kasvua edistäviin toimenpiteisiin.

Tapaamiset on ollut tosi mielenkiintoisia. Olen saanut tosi hyödyllisiä vinkkejä just niihin kaivattuihin aiheisiin ja sitten on käyty myös hyviä, haastavia keskusteluja.

Toni Kemppinen, Talgraf



Uusia näkökulmia kasvun tueksi

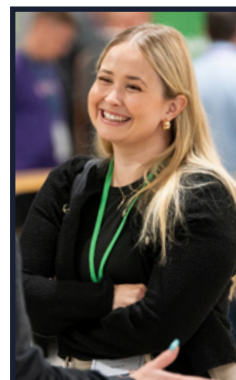
- 66 % yrityksistä sai oivalluksia teemoihin, joita ei ollut tullut ajatelleeksi

Sparraukseen osallistuneet yritykset tunnistavat usein kasvun edellyttämiä toimenpiteitä jo ennen sparrausta, puhummehan kasvutahtoisista yrityksistä. Kuitenkin enemmistö yrityksistä sai oivalluksia teemoihin, joita ei ollut aiemmin tunnistanut. Kaksi kolmesta sparraukseen osallistuneesta yrityksestä kokee, että sparrauksessa syntyi uusia ideoita ja oma näköala avartui.

Uusien näkökulmien avautuminen on mahdollista yritysten tapaamien sparraajien ansiosta. Yrityksen ulkopuoliset osaajat näkevät yrityksen kasvutoimenpiteet ja -valinnat eri valossa ja tuovat oman asiantuntemuksensa ja kokemuksen kautta uusia näkökulmia sparrattavan yrityksen liiketoimintaan.

Tulimme hakemaan uusia näkemyksiä laatikon ulkopuolelta. Sitä herkästi toimistolla katsoo jossain omassa tunnelissaan asioita tietyllä putkinäköllä. Kun pääsee tuulettamaan ajatuksia, voi tulla kaikkea yllättäviä havaintoja vastaan.

Rosa-Veera Koivisto, Pandia



Positiivinen asenne on kasvun supervoima

- 61 % yrityksistä sai inspiraatiota ja innostusta tekemiseen

Yli puolet sparraukseen osallistuneista yrityksistä sai uutta innostusta omaan tekemiseen. Mikä voi olla parempi edellytys kasvutavoitteiden saavuttamiseen kuin innostuminen omasta tekemisestä? Innostus on kehittämisen, uudistumisen ja kasvun polttoaine. Innostus lisää halua oppia, kokeilla uusia asioita ja tehdä muutoksia, lisää keskittymiskykyä, motivaatiota ja luovuutta.



No äsken kyllä pyörähti vähän sukat jalassa. Meillä oli tosi hyvä sparraussessio. Saatiin tosi hyviä vinkkejä ja uutta virtaa tekemiseen.

Jaana Hyrkäs ja Kristoffer Ekström, GoByBike

Verkostoja ja vahvistuksia kasvuun

- 26 % yrityksistä sai potentiaalisia yhteistyökumppaneita
- 26 % yrityksistä sai vertaisoppia ohjelman muilta yrityksiltä
- 11 % yrityksistä sai potentiaalisen uuden rahoituskanavan
- 4 % yrityksistä sai vahvistusta tiimiin (advisor, työntekijä, hallituksen jäsen)
- 2 % yrityksistä sai uusia asiakkauksia

Sparraus vahvistaa verkostoja, joita jokainen kasvuyritys tarvitsee. Lähes joka kolmas sparraukseen osallistunut yritys kokee, että sparraus kasvatti potentiaalisten yhteistyökumppaneiden verkostoa ja mahdollisti vertaisoppimisen.



Liiketoiminnan kasvattaminen uusille, kansainvälisille markkinoille vaatii verkostoja ja uusia kontakteja. Sparrauksessa saimme konkreettisia kontakteja mm. Business Finlandiin ja kauppakamariin sekä steppejä oman agenttiverkoston luomiseen. Avainsana kontaktit!

Tiina Ruuska, Fiber-X Finland

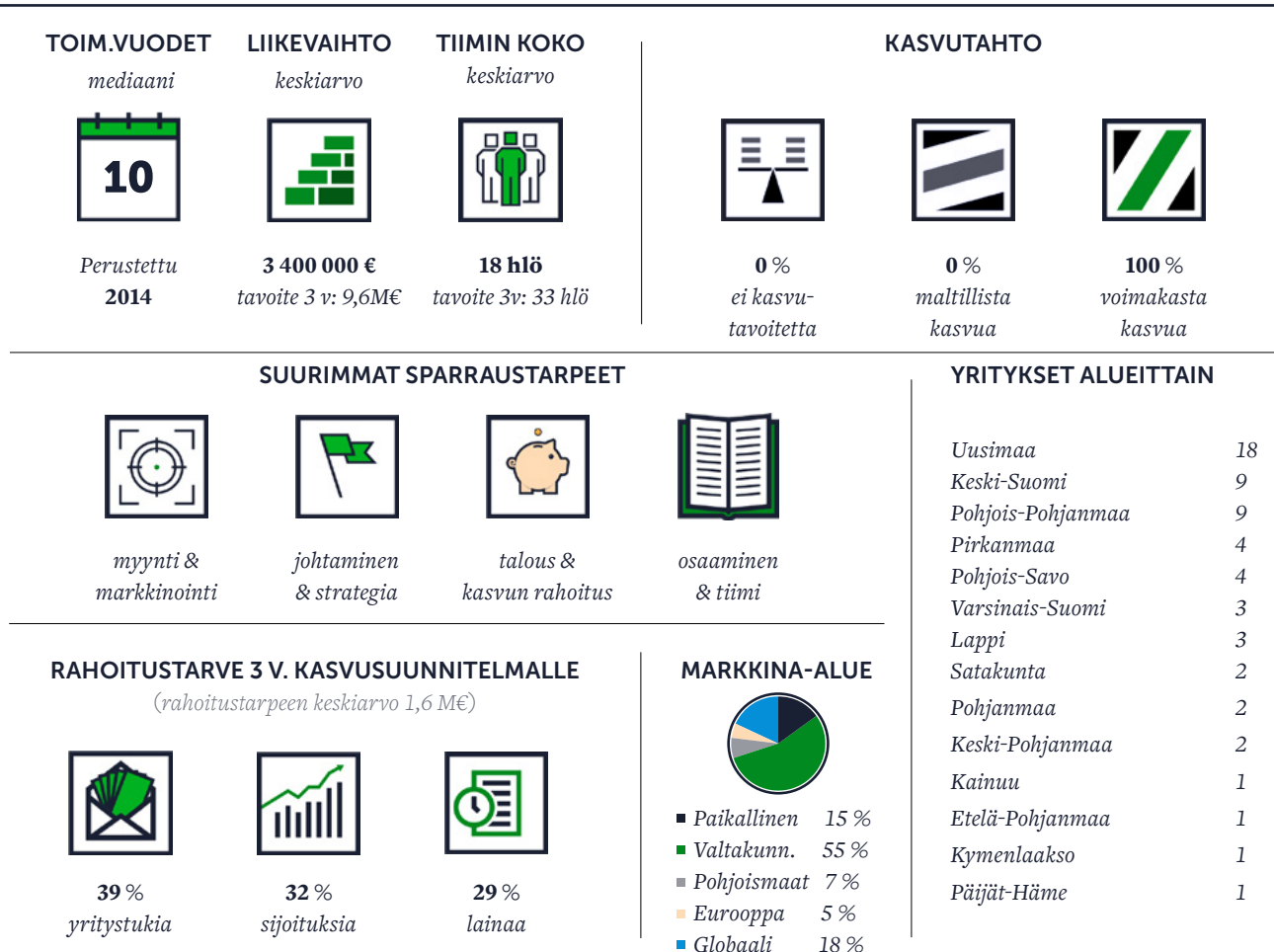


7.

Sparraus ohjaa käytännön toimenpiteisiin

| *Tärkeimmät teemat myynnin skaalautuvuus, kansainvälistyminen, markkinointi, verkostoituminen ja strategiset valinnat.*

KEVÄÄLLÄ 2024 JULKAISTUN NÄKYMIÄ PK-YRITYSTEN KASVUSTA -SELVITYKSEN (N=202) MUKAAN YLEISIMMÄT KASVUN VAATIMAT TOIMENPITEET LIITTYVÄT MYyntiin JA MARKKINOINTIIN (85 %). Sitä seuraavat uusien asiakkuuksien hankkiminen (82 %), henkilöresurssien lisääminen (71 %) ja uusien kumppanuuksien etsiminen (68 %). Samat kasvun vaatimat teemat ja toimenpiteet toistuvat, kun fokus asetetaan 60 yrityksen ryhmään.



Kuva 3: Sparraajien asiantuntija-arvioiden mukaan tarkasteluun valittujen 60 yrityksen kasvun mahdollisuudet ovat vahvat.

Tämä osio käsittelee kasvun vaatimia toimenpiteitä ja niihin liittyviä sparraajien ratkaisuja valitussa 60 yrityksen ryhmässä. Näiden yritysten sparrauksissa korostuneet teemat ovat:

- Myynnin skaalautuvuus ja kehittäminen
- Kansainvälistyminen ja markkinointi
- Verkostoituminen ja kumppanuudet
- Kestävyyden huomioiminen
- Strategian ja johtamisen kehittäminen

Teemat on tunnistettu digitaalisen alustan sisäisen tekoälyn avulla. Tekoäly on käynyt läpi satoja yritysten ja sparraajien välisiä, digitaalisessa ympäristössä tehtyjä

kirjallisia muistiinpanoja ja luokitellut ne aihepiireittäin. Teemojen arvotus (1–5) kertoo, mistä teemoista on keskusteltu eniten.

Teemat sopivat yhteen yritysten ennen sparrausta ilmoittamiin teemoihin, joihin ne tarvitsevat sparrausta (Taulukko 1):

- myynti ja markkinointi
- johtaminen ja strategia
- talous ja kasvun rahoitus
- osaaminen ja tiimi
- digitaalinen kehitys
- kansainvälistyminen

Myynnin skaalautuvuus ja kehittäminen

SELVITYKSEN PERUSTEELLA YRITYSTEN KASVUN VAA- TIMAT TOIMENPITEET LIITTYVÄT USEIMMIN MYYN- TIIN.

Yrityksissä ratkaistavia haasteita ovat esimerkiksi epäselvät myyntiprosessit, tehon asiakashankinta ja/tai myynnin motivaation puuttuminen. Sparrauksissa ratkaisuja on haettu kattavasti myynnin (ja markkinoinnin) teemoihin.

Ratkaisut myynnin skaalaamiseen ja kehittämiseen

1. Selkeyttä myynnin prosesseja ja tavoitteita sekä kehitä ja optimoi sisäiset prosessit kasvun tueksi. Tehosta esimerkiksi kanavamyynnin tukea.
2. Kirkasta yrityksen viestiä ylätasolla ja kohderyhmäkohtaisesti sekä kohdenna kustannustehokkaasti oikeisiin kanaviin.
3. Panosta asiakkuuksien hankintaan ja hoitamiseen, ja varmista että myyntiä ei jätetä pelkästään jakelijoiden vastuulle. Etsi uusia asiakassegmenttejä, kun yrityksen talous ja myynti on saatu kuntoon.

Tuotemalliston modularisointi ja volyyymimallien myynnin edistäminen helpottaa kannattavuushaastetta. Räättälöivät tuotteet pitää hinnoitella riskiä ja kustannuksia vastaavasti (paljon) reilummin.



Jari Laine
sparraaja

1. Live-chat -tuote rohkeasti ja räväkästikin lipunnokkaan myynnin ja markkinoinnin kärjeksi. Pohja kestää kyllä.
2. Live-chat -tuotteen bisneshyötyjen numeroiksi pukeminen terävästi ja sopivalla etunojallakin.
3. Pitkäjänteisyyttä, pitkäjänteisyyttä, pitkäjänteisyyttä!



Kari Hartikainen
sparraaja, Accelerando

Myynti ja markkinointi teollisuusalan yrityksissä

Teollisuusalan yrityksissä korostuu markkinointiosaimisen tarve. Markkinointi linkittyy vahvasti myynnin toimenpiteisiin, ja sparrausten perusteella yritykset puhuvat usein myynnistä ja markkinoinnista samana asiana.

Ratkaisut teollisuusalan yritysten myynnin skaalaamiseen ja kehittämiseen

1. Vahvista markkinointiosaimista ja suunnittele markkinointia strategisesti.
2. Kehitä digitaalista asiakaskokemusta ja hyödynnä järjestelmiä asiakkuudenhallinnassa.
3. Uudista myynnin prosesseja.

Kansainvälistyminen ja markkinointi

SELVITYKSEN 60 YRITYKSESTÄ NOIN KOLMANNEKSELLA ON LIIKETOIMINTAA SUOMEN ULKOPUOLELLA. Sparrauksessa kansainvälistymisen ja markkinoinnin teemat kulkevat pitkälti käsi kädessä myynnin skaalautuvuuden ja kehittämisen kanssa. Sparrauksissa ratkaisuja haetaan yleisesti kansainvälisen kasvustrategian luomiseen ja markkinoinnin tehon kasvattamiseen.

Ratkaisut kansainvälistymiseen ja markkinointiin

1. Ota lokalisointi kasvun tueksi. Analysoi, mitkä kielet ja markkinat tuovat teille eniten lisäarvoa ja priorisoi ne. Hyödynnä strategisia kumppanuuksia ja tarjoa paikallista tukea asiakkaille kustannustehokkaasti.
2. Kirkasta viestisi. Esiinny erottuvasti ja tuo selkeästi esiin asiakkaan hyödyt ja tulokset viestinnässä. Keskity viestimään, mitä asiakas saa yhteistyön tuloksena.
3. Tehosta inbound-markkinointia. Panosta sisällöntuotantoon ja varmista, että viestintä houkuttelee kohderyhmää. Hyödynnä eri markkinointikanavia ja kerää asiakassuosituksia.

Jos kansainvälistymisen resurssit ovat tiukoilla miten onnistuisi partneroituminen esim jakamalla yhteinen myyntiresurssi Euroopassa toisen yrityksen kanssa? Jos olette kiinnostuneita täältä voisi löytyä vertaiskeskustelua kestävyystavoitteiden ja handprintin sparrailuun: clcf.fi ja täältä lisätietoa handprintistä handprint.fi

Inka Orko
sparraaja, VTT



Digitaalisen asiakaskokemuksen kehittäminen (www-sivut, tilausportaali) yhdessä asiakasdatan ja sen hallinnoinnin kanssa. (Varmistetaan, että järjestelmät tuottavat asiakkuudenhallintaa ja myyntiä tukevaa dataa.)

Jussi Junikka
sparraaja, Fulmore Next Gen

Kansainvälinen kauppa vs. kotimarkkinat

Kun verrataan kansainvälistä kauppaa tekevien yritysten sparrauskeskustelujen teemoja kotimarkkinoilla toimivien yritysten keskusteluihin, havaitaan teemoissa selkeitä eroja.

Kansainvälisillä markkinoilla toimivien tai siellä toimintaansa laajentavien yritysten keskustelut painottuvat kansainvälisen markkinoinnin merkitykseen, asiakas-segmentointiin ja viestinnän kohdentamiseen eri markkinoille. Digitaalinen markkinointi ja kumppanuuksien sekä jakelukanavien hyödyntäminen ovat keskustelun ja neuvojen keskeisiä teemoja, samoin myynnin prosessien selkeyttäminen ja asiakaskokemuksen parantaminen kansainvälisillä markkinoilla.

Kotimarkkinoilla toimivissa yrityksissä painopiste on kansainvälistymisen valmistelussa ja markkinointistrategian terävöittämisessä. Näiden yritysten keskustelut korostavat oikean kohderyhmän valintaa kansainvälisillä markkinoilla, tuotteen ominaisuuksiin keskittymistä sekä viestinnän ja brändin vahvistamista kansainvälistymistä kestävään kuntoon.

Verkostoituminen ja kumppanuudet

SELVITYS PALJASTAA, ETTÄ YRITYSTEN UUSIASIAKASHANKINTA, OLEMASSA OLEVIEN ASIAKASSUHTEIDEN HYÖDYNTÄMINEN JA VERKOSTOITUMINEN OVAT MONESSA YRITYKSESSÄ RETUPERÄLLÄ. Yritykset menettävät kasvun mahdollisuuksia, koska verkostoitumista, kumppanuuksia ja asiakasreferenssejä ei hyödynnetä riittävästi myynnin tukena. Sparrauksissa yritykset hakevat ja saavat oppia muun muassa strategisten kumppanuuksien tunnistamiseen.

Ratkaisut verkostoitumiseen ja kumppanuuksien luomiseen

1. Etsi ja hyödynnä strategisia kumppanuuksia, jotka voivat tuoda lisää asiakkaita ja tarjota lisäarvoa nykyisille asiakkaille.
2. Rakenna verkostoja ja osallistu alan tapahtumiin, jossa potentiaalisia asiakkaita liikkuu. Tämä auttaa laajentamaan kontaktiverkostoa ja luomaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia.
3. Hyödynnä nykyisiä asiakassuhteita ja pyydä suosituksia ja referenssejä. Tyytyväiset asiakkaat voivat toimia arvokkaina suosittelijoina ja auttaa lisäämään luottamusta ja kiinnostusta yritystä kohtaan.

Puhuttiin myös kontaktien hyödyntämisestä: sen sijaan että tekisi kaiken itse ovien avaamisen eteen, kysyisi suoraan vaikka asiakkailta suositussoittoja tuttaville.

Henri Puruskainen
sparraaja, Varma

Liikevaihdon vaikutus kasvun toimenpiteisiin

Selvityksen perusteella liikevaihto vaikuttaa kasvun toimenpiteisiin, jotka liittyvät verkostoitumiseen ja kumppanuuksiin.

Sparrauksessa alle miljoonan euron liikevaihtoa tekevät yritykset (42 %) haluavat keskittyä muun muassa siihen, miten ne voivat kumppanuuksien avulla profiloitua tunnetuiksi ja vakiintuneiksi toimijoiksi sekä rakentaa uskottavuutta, joka auttaa markkinoille pääsyssä. Näiden yritysten tavoitteena on luoda strategisia kumppanuuksia ja laajentaa jakelukanaviaan yhteistyössä alan johtavien toimijoiden kanssa.

Yli miljoonan euron liikevaihtoa tekevissä yrityksissä (58 %) sparrauksessa pohditaan, miten hyödyntää kumppanuuksia kasvu- ja kehitysstrategian keskeisinä tukipilareina. Yritykset pohtivat muun muassa olemassa olevien kontaktien hyödyntämistä asiakashankinnan tehostamisessa ja kasvun suunnittelua yhdessä esimerkiksi *advisory boardin* (yrityksen ulkopuolinen neuvonantajaryhmä) kanssa.



Kestävyyden huomiointi

KESTÄVYYS, VASTUULLISUUS JA KESTÄVÄN KASVUN TEEMAT NOUSEVAT ESILLE YRITYSTEN JA SPARRAAJIEN VÄLISISSÄ KESKUSTELUISSA. Niissä hahmotetaan yrityksen kokonaiskuvaa ja kasvupotentiaalia, esimerkiksi kestävyyden ja vastuullisuuden hyödyntämistä myynnin, markkinoinnin ja brändin rakentamisen kulmasta. Irrallisia ja selkeitä neuvoja kestävyyden teemaan sparraajat eivät ole antaneet.

Kestävyys ICT-alan yrityksissä

ICT-alalla kestävyyden teemoista puhuttavat muun muassa turvallisuus, tietoturva ja tietosuojat - mutta myös vastuullisuus markkinoinnissa ja yrityksen koko liiketoiminnassa. ICT-alalla kestävyyteen liittyvät näkökulmat, kuten ympäristövaikutusten vähentäminen ja kestävä kehityksen periaatteiden noudattaminen, tunnistetaan tärkeäksi osaksi yrityksen strategiaa ja toimintaa.

Kestävyys teollisuusalan yrityksissä

Teollisuusalan yrityksiä kiinnostavat konkreettiset tavat, joilla voidaan viestiä kestävä kasvun (vastuullisuus) olevan osa yrityksen liiketoimintaa. Yrityksiä kiinnostavat muun muassa auditoinnit, raportointi ja ympäristömerkit. Kestävyys nousi esiin keskustelussa useissa eri näkökulmissa.



Vastuullinen liiketoiminta jokien muovijätteen poistamiseen keskittyneelle RiverRecyclelle toi Vastuullisuusteko 2023 -tunnustuksen Kasvu Open Karnevaalissa.

Strategian ja johtamisen kehittäminen

SPARRAAJIEN NEUVOT YRITYKSEN STRATEGIAN JA JOHTAMISEN KEHITTÄMISEEN liittyvät muun muassa myynnin prosessien ja tavoitteiden selkeyttämiseen, kanavamyynnin tehostamiseen sekä viestin kirkastamiseen ja kohdentamiseen. Monissa yrityksissä strategiset haasteet liittyvät myyntiin: myyntikulttuuriin, myynnin johtamiseen ja myyntiin sitoutumiseen.

Ratkaisut strategian ja johtamisen kehittämiseen

1. Selkeytä myynnin prosesseja ja tavoitteita: tee ryhtiliike myynnin, myyntikulttuurin ja myynnin johtamisen osalta. Tehosta kanavamyynnin tukea.
2. Kirkasta viesti ja kohdenna se oikein.
3. Huolehdi hallitustyöskentelystä ja resurssien optimaalisesta käytöstä.

Tuoteportfolio ja asiakaskunta ovat laajentuneet, ja ymmärrettävästi uusia ehdotuksia ja palautetta tulee jatkuvasti. Yritys on jo kehittänyt järjestelmän priorisoida vaihtoehtoja, mikä näkyy ainakin eri tiimien sitoutumisessa. Tämä toimintatapa kuulostaa erinomaiselta. On tärkeää jatkossakin tehdä selkeitä päätöksiä ja muistaa, että "ei" on usein yhtä tärkeä vastaus kuin "kyllä." Tämä estää päätöksenteon venymisen ja mahdollistaa nopean etenemisen.

Satu Niemelä
sparraaja, SEP Solutions Oy



Liikevaihdon vaikutus strategiaan ja johtamiseen

Selvityksen perusteella liikevaihto vaikuttaa kasvun toimenpiteisiin, jotka liittyvät strategiaan ja johtamiseen.

Sparrauksissa alle miljoonan euron liikevaihtoa tekevät yritykset (42 %) haluavat keskittyä muun muassa siihen, miten ne voivat selkeyttää perusstrategiaa ja johtamista kasvun tukena. Yritykset pohtivat esimerkiksi myyntistrategian, kilpailuetujen ja riskien määrittämistä sekä henkilöstöstrategian suunnittelua. Niiden tavoitteena on rakentaa selkeä visio ja strategia tulevaisuuden kasvuun sekä kehittää omaa roolia ja yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa.

Yli miljoonan euron liikevaihtoa tekevät yritykset (57 %) haluavat sparrauksessa kehittää strategista johtamistaan ja viestintäänsä, erityisesti isojen asiakkuuksien ja ostopäätäjien näkökulmasta. Näissä yrityksissä pohditaan, miten brändikonseptia ja markkinointistrategiaa voisi uudistaa sekä hyödyntää ulkopuolista asiantuntijuutta esimerkiksi advisory boardin tai hallituksen uusien jäsenten kautta. Tavoitteena on vahvistaa strategista johtamista ja tehdä selkeät linjaukset, jotka tukevat yrityksen kasvua ja kilpailukykyä.

Rahoitus kytkeytyy koko liiketoimintaan

RAHOITUS TEEMANA EI NOUSE ESILLE SPARRAUSTA-PAAMISISSA TEHDYISSÄ KIRJALLISISSA MUISTIINPANOISSA, vaikka Näkymiä pk-yritysten kasvusta -selvityksen (1/2024) mukaan kasvutahtoiset yritykset tarvitsevat merkittävän summan rahoitusta. Kasvuyritysten rahoitustarve on keskimäärin 2,4 miljoonaa euroa per yritys (vaihteluväli 0–300 miljoonaa euroa) kolmen seuraavan vuoden aikana. Samalla rahoitus on yksi suurin yritysten kasvua haastava tekijä.

Nordea Startup & Growth -kasvuyrityspankin johtaja **Vesa Riihimäki** selittää aukkoa rahoituksen piilossa olemisesta seuraavasti:

“Kasvun rahoitus ja siinä onnistuminen on yrityksille äärimmäisen tärkeää. Tässä yritysjoukossa on erityistä potentiaalia siinä onnistumisessa, sillä yrityksille tuleva sparraus mahdollistaa ulkopuolista osaamista liiketoiminnan sparraukseen ja rahoituksen suunnitteluun. Tästä näkökulmasta katsottuna on luonnollista, että mukaan on hakeutunut yrityksiä, joilla rahoituskierrosta suunnitellaan ja siihen halutaan hyödyntää mahdollisimman laajasti erilaista osaamista ja verkostoja.” (Näkymiä pk-yritysten kasvusta (1/2024))

Riihimäki ottaa kommentissaan huomioon viitekehyksen, jossa selvityksen yrityksiä tarkastellaan: yritykset hakevat sparrauksesta apua kasvun edellyttämiin toimenpiteisiin, joista yksi merkityksellisin on kasvun rahoitus.

Kasvuyrityksissä rahoitus liittyy lähes jokaiseen kasvun toimenpiteeseen, sillä yritysten näkökulmasta rahoitus ei ole yksittäinen tekijä, vaan kytkeytyy laajasti eri liiketoiminnan osa-alueisiin ja strategisiin valintoihin. Sparrauskeskusteluissa esiin nousivat esimerkiksi rahoituksen tarpeen arviointi, sopivien rahoituslähteiden kartoittaminen sekä investointien suunnittelu. Monet yritykset pohtivat myös kassavirran hallintaa ja oman pääoman riittävyyttä, koska ne vaikuttavat merkittävästi siihen, miten yritys voi toteuttaa kasvutavoitteitaan.

Rahoitus on myös keskeinen elementti, kun suunnitellaan myynnin ja markkinoinnin tehostamista, tuotantokapasiteetin laajentamista tai kansainvälistymistä. Merkittävien investointien rahoittaminen, kuten konekannan uusiminen tai laajentaminen leasing-ratkaisuilla, on kriittinen osa yritysten kasvuhankkeiden onnistumista. Yritykset tarvitsevat selkeän rahoitusstrategian ja kyvyn hyödyntää mahdollisimman tehokkaasti käytettävissä olevia resursseja.

Keskusteluissa rahoitus näyttäytyy myös resurssien optimaalisen käytön suunnitteluna ja erilaisten pääoman hankintavaihtoehtojen, kuten lainojen, sijoitusten tai julkisten tukien, harkitsemisena. Tärkeänä tavoitteena on löytää parhaiten toimiva rahoitusstrategia, joka tukee liiketoiminnan pitkäjänteistä kehittämistä ja yrityksen kasvusuunnitelmia.



Suomen eturivin pääomasijoittajat ovat mukana sparraamassa yritysten rahoitettavuutta mm. SUPERFINNS-ohjelmassa. Vasemmalta Inka Hyvönen, Vesa Riihimäki, Ali Omar, Eeva Kovanen, Mia Sirkiä, Mika Kukurainen, Hanna Henell ja Malla Karhunen.

8.

Lähdeluettelo ja yhteystiedot

Lähteet

Kasvuyritysanalyysi on Kasvu Openin digitaalinen työkalu liiketoiminnan kehityksen tueksi. Kasvuyritysanalyysin kysymykset kartoittavat yrityksen nykytilaa ja kasvusuunnitelmia. Yritysten luovuttamia tietoja ei käytetä yksittäisen yrityksen tunnistamiseen. Lue lisää: [Kasvuyritysanalyysi](#).

Kasvu Openin digitaalinen alusta on työtila, joka palvelee digitaalisen sparrauksen tarpeita. Ympäristö on tietoturvallinen ja sen käyttöoikeudet on rajoitettu.

Näkymiä pk-yritysten kasvusta -selvitys (kevät 2024) avaa pk-yritysten kehitystä, nykytilaa ja suunnitelmia seuraavan kolmen vuoden aikana. Lataa selvitys: [Näkymiä pk-yritysten kasvusta \(kevät 2024\)](#).



YHTEYDENOTOT JA LISÄTIEDOT

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

KASVU OPEN®