

**BUSINESS
FINLAND**

**VIENTIOPAS
PK-YRITYKSELLE**



1. JOHDANTO

Tämä pk-yrityksen kansainvälistymisen opas on tehty inspiroimaan ja antamaan vauhtia kansainvälisille markkinoille laajentumiseen. Tutustumalla oppaaseen saat konkreettisia askelmerkkejä yrityksesi kansainvälistymisen polulle.

Liiketoiminnan laajentaminen uusille markkinoille on aina strateginen päätös, jonka takana on oltava sekä kykyä että halua kansainvälistyä. Kansainvälistymisen tielle lähteminen on pitkäjänteistä ja systemaattista työtä. Se vaatii niin paikallisen liiketoiminnan tuntemusta, kontakteja, verkostoja, rahaa ja osaamista kuin myös kovaa jalkatyötä, jotta ovet maailmalle aukeaisivat. Mitä paremmin yrityksesi valmistautuu kansainvälistymiseen, sitä suurempi mahdollisuus on menestyä.

Kansainvälistyminen ja sen tuomat kasvumahdollisuudet suomalaisille yrityksille ovat Business Finlandin koko

strategian ja toiminnan ytimessä. Luomme Suomelle vaurautta ja hyvinvointia kiihdyttämällä asiakkaidemme kestävää kasvua globaalisti.

Me Business Finlandilla autamme sinua ja suomalaisia yrityksiä maailmalle sekä neuvomme kansainvälistymisen kaikissa vaiheissa. Tervetuloa inspiroitumaan kansainvälistymisestä – ja ottamaan yhteyttä meihin, kun kaipaatte tukea nopeaan kasvuun.



YRITYSTEN GLOBAALIIN
KASVUUN TARVITAAN LAAJA
YMMÄRRYS MARKKINOILLE PÄÄSYN
VAATIMUKSISTA.

SISÄLTÖ

1. JOHDANTO.....	2
2. KANSAINVÄLISEN KASVUN SUUNNITTELU	4
Kasvussa nopeus ja valmistautuminen on valttia	5
Markkinoi oikealla tavalla.....	6
Kartoita ja ennakoi riskit.....	7
3 ASIAANTUNTIJAT JA VERKOSTOT APUNASI	9
Hanki apua oikealta taholta	10
Verkostoista voimaa kasvuun	12
Vinkit vierailuihin	13
4 MENESTYMISEEN TARVITAAN MARKKINATIETOA.....	14
Ajankohtaista markkinatietoa päätöksiin	15
Mahdollisuudet maailmalla.....	16
5 LIIKETOIMINTAKULTTUURIN TUNTEMINEN AVAA OVIA	17
Asiantuntijoiden avulla sisään kulttuuriin	18



HALUAMME AUTTAA SINUA
LÖYTÄMÄÄN NOPEIMMAN
REITIN MAAILMALLE.

6 KESTÄVÄ KEHITYS JA VASTUULLISUUS OSANA KANSAIN- VÄLISTYMISTÄ	19
Kestävän kehityksen monet tasot	20
Mitä yksi yritys voi tehdä?	21
7 RAHOITUSTA KANSAINVÄLISTYMISEEN.....	23
Rahoitusta maailmalle lähtöön.....	24
Tukea kansainvälistymiseen.....	25
Kriteereitä rahoitukseen	26

2

KANSAINVÄLISEN KASVUN SUUNNITTELU

Kansainvälisille markkinoille laajentuminen on investointi, joten taustatyö on tehtävä huolella. Pandemia, Euroopassa syttynyt sota ja kestävän kehityksen vaatimukset ovat muuttaneet kilpailuympäristöä sekä päätöksentekijöiden ja kuluttajien toimintaa markkinoilla peruuttamattomalla tavalla. Muuttunut tilanne on uusi mahdollisuus suunnitella kestävä kasvua ja uusille markkinoille laajentumista.

“ KANSAINVÄLISTYMISEN SUUNNITTELUSSA ON SYYTÄ MIETTIÄ, MIKÄ ON YRITYKSESI LIIKETOIMINNAN NÄKÖKULMASTA PARAS TAPA HYÖDYNTÄÄ DIGITAALISIA TYÖKALUJA.



KASVUSSA NOPEUS JA VALMISTAUTUMINEN ON VALTTIA

Onnistunut kansainvälistyminen vaatii hyvää valmistautumista: suunnittelua, toteutusta ja jatkuvaa, ketterää suunnitelmien päivittämistä. Kansainvälinen menestyminen syntyy konkreettisista tavoitteista ja niihin tähtäävistä toimenpiteistä. Aloita kansainvälistymisprojektisi tai uusille markkinoille laajentumisesi strategisella suunnittelulla ja operatiivisilla toimenpiteillä.

1 MITKÄ OVAT POTENTIAALISET KOHDEMARKKINAT JA SEGMENTIT

Kohdemarkkinoihin ja niillä olevaan kysyntään perehtyminen on tärkeää. Sinun on tunnistettava kansainvälisillä markkinoilla juuri se asiakassegmentti, jolle tuote tuottaa eniten lisäarvoa sekä miettiä, mistä löytyy tuotteillesi tai palveluillesi todennettu tarve, suuri kasvupotentiaali ja selkeä kilpailuetu? Kohdenna sinne yrityksesi täydet panostukset. Asiantuntijamme voivat auttaa sinua kansainvälisen kasvun suunnittelussa, kuten täsmentämään tarjoamaasi ja asiakasluopustasi, auttamaan markkinavalidoinnissa tai markkinoille meno -suunnitelmissa.

Merkittävin bisnespotentiaali löytyy enenevässä määrin Afrikan ja Aasian maiden nopeasti muuttuvista yhteiskunnista ja talouksista. Myös kansainvälisten rahoitusinstituutioiden ja YK:n hankintasopimukset tarjoavat tuottoisia mahdollisuuksia, sillä niiden kautta kanavoidaan vuosittain yli 170 miljardia dollaria kehittyvien maiden infraprojekteihin.

2 MITEN LÖYDÄT OIKEAT KUMPPANIT?

Tärkeää on löytää juuri ne oikeat partnerit, jotka ovat kykeneviä ja sitoutuneita rakentamaan yrityksesi liiketoimintaa tavoitteiden mukaisesti. Etsi sellaisia kumppaneita, joilla on samat kohdeasiakkaat kuin yritykselläsi, hyvä maine, riittävät resurssit ja oikeanlainen toimiala- ja markkinaosaaminen panostaa yrityksesi. Isoilla kansainvälisillä markkinoilla harvemmin saavutetaan merkittävää jalansijaa ja menestystä ilman paikallista partnereita ja myyntikanavaa. Suhteiden luominen ja oman verkoston kasvattaminen on siis kaikki kaikessa. Asiantuntijamme Business Finlandissa voivat auttaa sinua esimerkiksi löytämään ja analysoimaan oikeat tahot, joiden kanssa tehdä yhteistyötä.

3 MILLAISIA MYYNTIKANAVIA TARVITSET JA MITEN NE RAKENNETAAN?

Paras vaihtoehto oikealle myyntikanavalle riippuu niin oman yrityksen ja toimialan tilanteesta, kuin myös kohdemarkkinasta, jolla halutaan menestystä. Tärkeää on rakentaa sellaiset myyntikanavat, jotka tavoittavat kohdesegmentin – ja se usein vie aikaa ja rahaa.

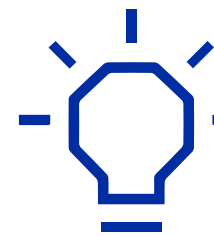
Sinun on kyettävä johtamaan ja tukemaan myyntikanavia niin, että ne pystyvät ja ovat motivoituneita kehittämään yrityksesi liiketoimintaa. Myyntikanavan johtaminen vastaa oman henkilökunnan johtamista: se vaatii selkeitä tavoitteita, kanavahallintamallia, kouluttamista, tukea ja seuraamista.

Jos myyntikanavat eivät tuota toivottua tulosta, on syytä analysoida tilannetta. Usein sinun kannattaakin palata myyntikanavan rakentamisen perusteisiin ja arvioida, oliko kumppanivalinta sittenkään oikea. Vai voisiko syynä olla puutteet myyntikanavan johtamisessa tai kulttuurisissa eroissa. Apua saat myös Business Finlandin asiantuntijoilta, jotka auttavat tehokkaiden myyntikanavien suunnittelussa.

MARKKINOI OIKEALLA TAVALLA

Kansainvälistymisen suunnittelussa on syytä miettiä, mikä on yrityksesi liiketoiminnan näkökulmasta paras tapa hyödyntää digitaalisia työkaluja myynnissä ja markkinoinnissa: toisiko oma verkkokauppa tai globaalit markkinapaikat omalle yrityksellesi kasvua? Entä ovatko yrityksesi nettisivut, hakukoneoptimointi ja uusimmat myynnin digitaaliset työkalut valjastettu tukemaan asiakastyötä parhaalla mahdollisella tavalla?

Parhaimmillaan verkkokauppa tarjoaa vähäriskisen ja kustannustehokkaan väylän kansainvälistymiseen. Sen avulla sinulla on mahdollisuus kasvattaa näkyvyyttä ja tunnustella ideoidesi kilpailukykyä kansainvälisesti. Varmista myös, että yrityksesi tuotteen tai palvelun markkinointiviestintä on kunnossa kohdemarkkinaa ajatellen. Tuotteen tulee olla paketoitu helposti myytäväksi, ja markkinointiviestit kuvattu niin, että asiakkaat ymmärtävät, mitä lisäarvoa tai hyötyä tuotteella tai palvelulla heille on.



Digitalisaatio on avannut aivan uusia väyliä kansainvälistymismahdollisuuksien selvittämiseen myös verkossa – ilman raskaita ja kalliita markkinatutkimuksia. Näiden työkalujen avulla voidaan selvittää mm. tuotteiden kysyntää tai markkinoita, joilla kilpailijat tai samankaltaiset yritykset toimivat.

KARTOITUSVAIHEESSA HYÖDYLLISIÄ TYÖKALUJA OVAT ESIMERKIKSI

- ✓ [Similarweb.com](https://www.similarweb.com) – verkkomarkkinoinnin alusta, josta löytyy muun muassa tutkimuksia, analyysseja ym. marketing-intelligence-tietoa
- ✓ Alexa, joka tarjoaa työkaluja sisällön ja hakusanojen optimointiin sekä verkkomarkkinoinnin strategiasuunnitteluun
- ✓ Kilpailija-analyysseihin, hakusanaoptimointiin, sisältömarkkinointiin löytyy paljon erilaisia työkaluja, kuten Hubspot, Moz jne.
- ✓ Googlen mainonnan avainsanojen suunnittelutyökalu



MACKINSEY & COMPANYN TUTKIMUKSEN MUKAAN JOPA 70-80 PROSENTTIA B2B-PÄÄTTÄJISTÄ PITÄÄ PAREMPANA ETÄYHTEYTTÄ TAI DIGITAALISTA ITSEPALVELUA KUIN KASVOKKAIN KOHTAAMISTA.

KARTOITA JA ENNAKOI RISKIT

Riskien kartoitus ja ennakointi ovat tärkeä osa kansainvälisille markkinoille laajentumisen suunnitelmaa. Yrityksen tulee arvioida ja analysoida millaisia riskejä markkinoille laajentumisessa on – ja mitkä riskit ovat hyväksyttäviä.

YLEISET MARKKINARISKIT pitävät sisällään kysymyksiä, kuten mille markkinoille yrityksesi tulisi mennä, toimivatko tuotteet / palvelut kyseisessä maassa, mikä on kilpailutilanne markkinoilla, ketkä ovat yrityksellesi oikeat kumppanit – ja mitkä ovat merkittävimmät kieli- ja kulttuurierot kohdemarkkinalla.

KAUPALLISET HAASTEET, kuten valuuttaan ja sopimukseen liittyvät ongelmat. Myös kohdemaan toimintojen läpinäkyvyys sekä kumppaneiden toimintatapojen ja luotettavuuden arvioiminen on tärkeää. Finnvera tukee luottoriskeissä suomalaisia yrityksiä.

POLIITTISET HAASTEET, kuten yleinen maan poliittinen tilanne ja vakaus, velkaantuneisuus, lainsäädäntö ja muu byrokratia, pakotteet, sota ja esimerkiksi vienti- ja tuontimääräysten äkilliset muutokset. Omaa tuotetta / palvelua koskevat kohdemaan viranomaisvaatimukset ja lainsäädäntö on tärkeää selvittää heti alkuun, jotta tiedetään onko vienti ylipäätään mahdollista.

YRITYSTEN OMAT, SISÄISET ESTEET voivat myös olla riskejä kansainvälistymisen tiellä – Kunnianhimo ja tavoitetaso voivat olla liian matalalla, tai yritys ei tiedä pitäisikö myydä myös digikanavien kautta. Tähdätäänkö vain maltilliseen kasvuun opettelun kautta eikä määrätietoiseen ja nopeaan kasvuun omia kyvykkyyksiä hyödyntäen? Yrityksen taloudelliset haasteet asettavat myös usein esteen kansainvälistymiselle, joka lisää aina kustannuksia. Entä onko osaaminen ja kielitaito talon sisällä kunnossa?

1 Kirkasta kilpailuetusi ja asiakaslupauksesi: mitä lisäarvoa tuotat asiakkaalle? Miten erottaudut, olet merkityksellinen ja uskottava?

2 Johda myyntiä myös viennissä säännöllisesti ja tavoitteellisesti.

3 Tunne asiakkaasi. Asiakas on kaiken keskiössä.

4 Hanki ymmärrystä eri markkinoista ja kulttuureista.

5 Kansainvälisyys on mielen tila. Menestys kansainvälisillä markkinoilla vaatii hellittämätöntä omistautumista päämäärälle.

CASE: TAIGA CHOCOLATE VALLOITTAÄ MAAILMAA PALA KERRALLAAN

Suklaata myyvä yritys Taiga Chocolate on perustettu Vaasassa kesällä 2018. Taigan suklaat valmistetaan alusta alkaen käsin. Tummaan suklaaseen ripotellaan joko marjoja tai erikoisempia vaihtoehtoja. Pakastekuivatut ja siten terveelliset marjat ovat puolukoita, mustikoita, tyrniä, vadelmaa ja karpaloita. Extreme-makuja ovat kala, poro ja sirkat!

Yrittäjille oli alusta lähtien selvää, että käsin tehty, korkealuokkainen tuote on vietävä maailmalle. Taiga on saanut apua kansainvälistymiseen Business Finlandilta: Tempo-rahoituksen avulla yritys laati kasvusuunnitelman ja selvitti kuluttajien mieltymyksiä. Yrittäjät ovat myös osallistuneet Business Finlandin seminaareihin, webinaareihin ja valmennuksiin. Jo kuukausi yrityksen perustamisen jälkeen se osallistui Food From Finlandin messuosastolle Hongkongissa.

Taiga Chocolate selvitti huolellisesti, millä markkinalla suklaalle voisi olla tilaa. Kävi ilmi, että Eurooppa on täynnä suklaata, ja Aasiassa puolestaan tuotteen kulutus on vielä pientä, mutta kovassa kasvussa.

Taigan maailmanvalloitus oli pahasti kesken, kun koronapandemia iski ja kuritti pahiten juuri Taigan vientimarkkinoita, kuten Hongkongia ja Italiaa. Vientiponnistelut kyseisillä markkinoilla aloitetaan nyt alusta. Pandemian aikana Taiga Chocolate keskittyi verkkokaupan kehittämiseen ja myi suklaata yrityksille. Tällä hetkellä suklaita myydään muun muassa maailman luksusjahdeille.

<https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/caset/2021/taiga-chocolaten-arktiset-maut-hurmaavat-maailmalla>

“ STARTUPILLE BUSINESS FINLAND ON KUIN APUPYÖRÄT PYÖRÄILEMÄÄN OPETTELEVALLE.

MIRJA PALOLA, TAIGA CHOCOLATE

AINEKSET MENESTYVÄN VIENTIBISNEKSEN RAKENTAMISEEN

- ✓ kilpailijoista erottuva ja viimeistelty tuote
- ✓ osaava tiimi
- ✓ rahoitusta
- ✓ markkinakartoitus ja -tuntemus
- ✓ verkostot



3

ASIAANTUNTIJAT JA VERKOSTOT APUNASI

Asiantuntemus on kansainvälisille markkinoille laajentuvan yrityksen paras ystävä. Kokeneiden, juuri yrityksesi tarpeisiin soveltuvien asiantuntijoiden ja verkostojen käyttäminen nopeuttaa yrityksen kansainvälistymistä ja uusille markkinoille laajentumista.



OIKEAN KONSULTIN AVULLA YRITYKSESI KANSAINVÄLISTYMINEN NOPEUTUU JA TULOKSET PARANEVAT. ON MYÖS ELINTÄRKEÄÄ LUODA OIKEITA KONTAKTEJA JA LAAJOJA VERKOSTOJA.



HANKI APUA OIKEALTA TAHOLTA

Kansainvälistymistä suunnitellessa on usein järkevää käyttää ulkopuolista konsulttia, jolla on sekä toimiala – että liiketoimintaosaamista sekä oikeanlaisia kontakteja kohdemarkkinalta. Ulkopuolista asiantuntijaa tai suurempaa konsulttiyhtiötä voit hyödyntää muun muassa markkinatiedon, oikeiden asiakkaiden ja kumppaneiden löytämisessä, rahoituksen hankinnassa, digitaalisen myynnin ja markkinoinnin kehittämisessä tai vaikka tuotannon ja logistiikan skaalauksessa.

Omalle yritykselle soveltuvan asiantuntijan etsiminen on kuitenkin tehtävä huolella ja systemaattisesti.

1 Aloita määrittämällä kansainvälistymisprojektin konkreettiset, mitattavat tavoitteet ja operatiiviset toimenpiteet aikatauluineen.

2 Mieti tarvitsetko projektiin markkinakonsulttia, johdon konsulttia vai kenties analyytikkoa? Entä mitä tarvittavaa osaamista ja miltä toimialalta konsultin tulee olla?

3 Kartoita tarjonta. Keskustele yrityksesi sidosryhmien kanssa sopivista konsulteista, hyödynnä muiden yritysten referenssejä tai analysoi yrityksesi aiemmin käytettyjä konsultteja. Myös Business Finland voi esitellä erilaisia vaihtoehtoja paikallisista konsulteista.

4 Sovi alustavat tapaamiset ainakin kahden potentiaalisen konsultin kanssa – mukaan voit pyytää Business Finlandin asiantuntijan. Millainen ensivaikutelma konsultista muodostuu? Kiinnitä huomiota siihen, ymmärtääkö hän tavoitteesi, osaako hän perustella mielipiteensä tai millaiset vuorovaikutustaidot konsultilla on.

“ KUN TAPAAT ULKOMAALAISTA KONSULTTIA ENSIMMÄISEN KERRAN, MYÖS YRITYKSESI ON HERÄTETTÄVÄ KIINNOSTUSTA.

5 Tarjous kannattaa pyytää mielellään kahdelta sopivimmalta vaikuttavalta konsultilta. On tärkeää vertailla tarjouksia ja huomioida niin suunnitelmat, hinta ja sopimusehdot kuin se, onko tarjous toimitettu ajallaan tai onko se laadukkaasti toteutettu.

6 Tee kirjallinen tilaus sopivimmalle konsultille ja allekirjoittakaa sopimus. Se voi olla esimerkiksi vahvistus tarjouksen hyväksymisestä, mikäli kaikki tarvittavat asiat on tarjouksessa esitetty hyväksyttävästi.

“ ASiantuntijamme Suomessa ja maailmalla auttavat analysoimaan ja löytämään oikeat tahot, joiden kanssa tehdä yhteistyötä kohdemarkkinalla.

Muista, että projektiin parhaiten soveltuvan konsultin valinta on aina yrityksesi vastuulla. Päätöksellä on suuri merkitys, ja se tulee tehdä arvioimalla analyttisesti konsultin osaamista, resursseja, vuorovaikutustaitoja, ymmärrystä kyseisistä markkinoista ja projektinne tavoitteita.

Asiantuntijamme Suomessa ja maailmalla auttavat analysoimaan ja löytämään oikeat tahot, joiden kanssa tehdä yhteistyötä kohdemarkkinalla. Voimme auttaa löytämään sopivan yhteistyökumppanin, jonka kanssa toteutate yri-

tykselle esimerkiksi räätälöidyn markkinatutkimuksen tai tarvittavien kontaktien haun. Asiantuntijamme eivät saa suositella yhtä tiettyä konsulttia, vaan voimme esitellä yrityksellenne erilaisia vaihtoehtoja.

Business Finlandin konsulttihaun (Expert Search) kautta löydät asiantuntija-apua kaikkiin kansainvälisen liiketoiminnan vaiheisiin niin lakiasioiden ja immateriaalioikeuden, viestinnän ja markkinoinnin kuin myynnin ja liiketoiminnan kehityksen konsulteilta.

ASiantuntijan valitseminen

- **Selvennä yrityksesi kansainvälistymisen konkreettiset, mitattavat tavoitteet.**
- **Pohdi millaista ulkopuolista osaamista tarvitset ja millainen henkilö siihen on paras.**
- **Etsi sopivia asiantuntijoita useista lähteistä.**
- **Valitse vähintään kaksi sopivinta tapaamiseen.**
- **Vertaile tarjouksia huolellisesti ennen sopimuksen allekirjoittamista.**



VERKOSTOISTA VOIMAA KASVUUN

Kontaktien luominen sekä hyvät ja laajat verkostot ovat yritykselle tärkeitä kasvun lähteitä. Sitä kautta löytyvät niin asiakkaat, kumppanit ja muut yhteistyötahot sekä elintärkeää vertaistukea vaikeissa hetkissä. Entä mistä verkostoja löytää ja miten niihin pääsee käsiksi?

Nykypäivän teknologiasta huolimatta yritysryhmille tarkoitetuilla vierailuilla on paikkansa. Ne avaavat ovia ja yhdistävät yrityksesi juuri sille sopiviin verkostoihin. Vierailut voivat merkittävästi myötävaikuttaa yrityksen kansainvälistymiseen, myyntiin tai tuotekehitykseen.

Team Finland -vierailuita johtavat usein ministerit ja korkeat virkamiehet, ja ne mahdollistavat pääsyn korkean tason tapaamisiin sekä suorat kontaktit kohdemaiden ministeriöihin ja julkisista hankinnoista vastaaviin viranomaisiin.

Verkottumismahdollisuudet tärkeiden yrityskontaktien kanssa ovat kullanarvoisia, ja usein yksittäisen suomalaisyrityksen vaikeasti tavoitettavissa. Vierailujen aikana toteutettavissa vientitapahtumassa yrityksesi pääsee tapaamaan mahdollisia avainkumppaneita ja loppuasiakkaita. Vierailuihin osallistuvat useimmiten erikokoiset yritykset, joiden tarjonnat täydentävät toisiaan.

Business Finlandin palvelu vierailuissa toteutetaan ns. ”avaimet käteen” -periaatteella, jolloin voit keskittyä täysin omien tavoitteiden saavuttamiseen. Muistathan, että vierailuihin on tärkeää panostaa: materiaalien ja myyntipuheiden on oltava huolellisesti valmisteltuja.





VINKIT VIERAILUIHIN



1 Vierailun tulee olla osa yrityksen vienti- ja kansainvälistymisstrategiaa, joten päätä, millä tuotteella ja/tai palvelulla lähdet liikkeelle ja mille markkinoille.

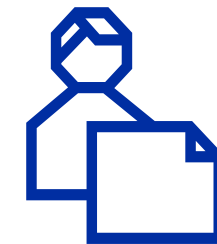
2 Ilmoittaudu vierailulle ja aloita valmistautuminen; aseta tavoite: mitä haluat saavuttaa vierailulla?



4 Ole aktiivinen ja valpas: voit tehdä ensivaikutelman vain kerran.



5 Pitch kuntoon! Osaa oma asiasi, vaikka unissasi ja muokkaa sitä tilanteen mukaan. Mieti tarkkaan, miten tuotteesi hyödyttää vastapuolta.



6 Jälkihoito on yhtä tärkeää kuin valmistautuminen: toimi kulttuurin mukaan. Esimerkiksi USA:ssa ja muuallakin maailmassa nopeus on valttia – kontaktoi tapaamasi henkilöt pian uudelleen, ellet jo olekin ehtinyt saada heiltä viestiä.



3 Tutustu hyvin kohdemarkkinan ja sen kulttuuriin.



7 Vierailuilla on osallistumismaksu, joka perustuu ainoastaan toteutuneisiin kuluihin. Osallistuja maksaa omat matkansa ja majoituksensa.

4 MENESTYMISEEN TARVITAAN MARKKINATIETOA

Jotta uusille markkinoille laajentuminen onnistuu ja pystyt tekemään turvallisempia päätöksiä yrityksen tulevaisuuden suhteen, tarvitaan neutraalia, puolueetonta tietoa markkinoista sekä eri liiketoimintamahdollisuuksia kohdemarkkinoilta. Markkinatiedon avulla saadaan ymmärrys siitä, kannattaako kansainvälistymisen suunnitellulle polulle lähteä. Aivan ensiksi kannattaakin kartoittaa, minkälaista valmista tutkimustietoa on saatavilla.

“ ERILAINEN
TUTKIMUSTIETO PALVELEE
SINUA YRITYKSESI
KANSAINVÄLISTYMISEN ERI
VAIHEISSA. KÄYTÄ OIKEAA
TIETOA OIKEAAN AIKAAN!

AJANKOHTAISTA MARKKINATIETOA PÄÄTÖKSIIN

Markkinatieto yleisemmällä tasolla auttaa yritystäsi suunnittelemaan kansainvälistymistä ja tekemään valintoja siitä, mihin oma seuraava tai ensimmäinen askel kohdistuu.

VARHAISEN VAIHEEN MARKKINATIETO

Varhaisen vaiheen markkinatietoa tarjoavat esimerkiksi Country Outlook ja Future Watch -raportit. Future Watch voi haastaa yrityksesi innovaatio- ja kansainvälistymissuunnitelmaa, ja Country Outlook puolestaan tarjoaa yleistietoa markkinasta. Business Finland voi tarjota myös osana henkilökohtaista palvelua toimialakohtaisia valmiita raportteja, jos sellainen on valmiiksi olemassa toimintaasi sopivalta alalta.

Digitalisaatio on avannut uusia väyliä kansainvälistymismahdollisuuksien selvittämiseen myös verkossa – ilman raskaita ja kalliita markkinatutkimuksia.

HUOLELLA TEHTY TARKKA MARKKINA-ANALYYSI

Yleiseltä tasolta siirrytään huolella kohdemarkkinasta tehtyyn omaan markkina-analyysiin, joka on yksi yrityksen strategisen päätöksenteon tärkeimmistä työkaluista. Markkina-analyysi (market study) auttaa yritystäsi ymmärtämään, millä markkinoilla on kysyntää tuotteille tai palveluille, ja mikä on esimerkiksi kohdemarkkinoiden hintataso. Markkinatutkimukset auttavat myös sen selvittämisessä, millaisia säädöksiä tai vaikkapa maahantuontimääräyksiä kyseisessä maassa on.

“ HANKI RIITTÄVÄSTI TIETOA YHTEISTYÖSSÄ ULKOPUOLISEN KONSULTIN KANSSA JA TEE PÄÄTÖKSET VAIN AJANKOHTAISEEN TIETOOON PERUSTUEN.

Analysoinnin tuloksena yrityksesi on entistä tietoisempi kaikista kohdemarkkinoilla olevista mahdollisista muutujista, kuten asiakkaista ja kilpailijoista sekä taloudellisista, kulttuurisista ja poliittisista tekijöistä, jotka voivat vaikuttaa yrityksen kansainvälistymiseen ja sitä kautta kohdemarkkinoilla menestymiseen.

Hanki siis riittävästi tietoa yhteistyössä ulkopuolisen konsultin kanssa ja tee päätökset vain ajankohtaiseen tietoon perustuen – ei mutu-tuntumalla.

MAHDOLLISUUDET MAAILMALLA

Yrityksesi kannattaa myös seurata valmiita myyntiliidejä ja liiketoimintamahdollisuuksia, jotka antavat suoran kuvan olemassa olevasta tarpeesta maailmalla. Myyntiliidit ovat konkreettisia ja tunnistettuja potentiaalisia ostajia tuotteille tai palveluille, ja liiketoimintamahdollisuudet puolestaan tunnistettuja tarpeita ja mahdollisuuksia suomalaisille yrityksille eri markkina-alueilla.

Team Finland -verkoston marketopportunities.fi -palvelusta löytyy tietoa uusista markkinoista ja mahdollisuuksista sekä suoria kontakteja uusiin kumppanuuksiin. Jokaisen markkinamahdollisuuden takaa löytyy aina Team Finland -yhteyshenkilö, joka auttaa sinua eteenpäin.

KOLME VINKKIÄ MARKKINOIDEN YMMÄRTÄMISEEN

1 Hyödynnä valmiina löytyviä erilaisia raportteja, joiden avulla saat laajemman ymmärryksen kohdemarkkinoista sekä mahdollisuuksia osallistua webinaareihin. Kartoita kohdemarkkinoiden maariskit, erilaiset säädökset ja tuontimääräykset tai ota yhteyttä Team Finland -verkoston asiantuntijaan. Tutustu viennin ja kansainvälistymisen digitaalisiin palveluihin.

[Digipalvelut - Team Finland](#)

2 Jos tarvitset juuri sinun yrityksellesi räätälöityjä markkinatutkimuksia, asiantuntijamme auttavat sinua löytämään sopivat asiantuntijat ja palveluntuottajat kohdemarkkinoilta. Näin saat tarpeisiisi oikeanlaisen ja personoidun markkinatutkimuksen.

3 Muista myös hyödyntää ja seurata konkreettisempia myyntiliidejä ja liiketoimintamahdollisuuksia, jotka löydät [marketopportunities.fi](#) -palvelustamme.



5 LIIKETOIMINTA- KULTTUURIN TUNTEMINEN AVAA OVIA

Erilaiset kulttuurit vaativat erilaisia lähestymistapoja – ja tämä pätee erityisesti liiketoiminnassa. Kohdemarkkinalla voi olla useita samankaltaisia tarjoajia, jolloin muiden tekijöiden vaikutus kasvaa yhä merkittävämmäksi. Jos haluaa menestyä kansainvälisesti, yrityksen tulee tuntea myös kohdemarkkinan bisneskulttuurin perusteet – ja mielellään vähän enemmänkin, jotta onnistumisen mahdollisuudet kasvavat.

“

BUSINESS FINLANDIN ERI
MARKKINOIDEN ASIANTUNTIJAT
AUTTAVAT SINUA VÄLTÄMÄÄN
PAHIMMAT SUDENKUOPAT, JA
TUOMAAN TARJOAMAASI
PAREMMIN ESILLE.



ASIAANTUNTIJOIDEN AVULLA SISÄÄN KULTTUURIIN

Paikallisen liiketoimintakulttuurin ymmärtäminen on usein ratkaisevassa asemassa tuotteen tai palvelun myynnissä kohdemarkkinalla. Voi olla yhtä vaarallista ottaa esille joitakin asioita – tai vastaavasti jättää joitakin huomioimatta. Viestit voidaan myös ymmärtää eri tavoin riippuen vastaanottajan kulttuuritaustasta. Myös ruokailutavat, alkoholin käyttö, ajan käsite tai lahjojen antamistavat on syytä tarkistaa ennen yhteisiä tapaamisia. Neuvottelutaktiikka voi olla täysin erilainen kuin mihin olet tottunut. Myös kielitaito voi hämätä, paras partnerisi ei ehkä olekaan hän, joka osaa parhaiten yhteistä kieltä. Sopimustilanteissa eri kulttuureissa on usein tiettyjä arvokkuustasoja, joita on tärkeää noudattaa. Tämä tarkoittaa sitä, että neuvottelijoiden on oltava titteleiltään vastavan tasoisia.

On tärkeää tiedostaa, ettei uusilla markkinoilla voi toimia samalla liiketoimintamallilla kuin esimerkiksi kotimaan tai vaikkapa lähialueen vientimarkkinalla. Kohdemarkkinoille laajentuessa on oltava valmis räätälöimään omaa liiketoimintamallia - kuten esimerkiksi jakelijoita ja kumppaneita – aina olemassa olevan kulttuurin ja markkinoiden suhteen. Kulttuurin vaikutus on suuri: jokainen meistä tarkastelee tuotteita ja palveluita omista, henkilökohtaisista ja kulttuurisista lähtökohdista käsin. Tämä tulee olla tarkasti mietittynä, kun suunnitellaan asiakastapaamisia.

TÄSTÄ VAUHTIA ALKUUN!

- ✓ Onko sinulla tietty kohdemarkkina mielessä? Löydät maakohtaiset oppaat [Business Finlandin](#) sivuilta. Voi hyödyntää oppaita valmistautuessa uusi markkinoille laajentumiseen,
- ✓ Seuraa [maakohtaisia infoja](#), joita Business Finland järjestää yhteistyössä muiden Team Finland -toimijoiden kanssa.
- ✓ Team Finland -vierailut eri alueille antavat sinulle mahdollisuuden verkostoitua suoraan kohdemaan toimijoiden kautta.

Olemme koonneet verkkoon yleisimpiä tilanteita eri kohdemarkkinoilta. Kaikista maista, joissa Business Finlandilla on toimisto, löytyy myös maakohtainen raportti, jossa kerrotaan laajasti kyseisen maan liiketoimintakulttuurista. Jos olet Business Finlandin asiakas, voit olla yhteydessä joko asiakasvastaavaasi tai sopia palaverin suoraan kohdemaan toimiston asiantuntijan kanssa.

6

KESTÄVÄ KEHITYS JA VASTUULLISUUS OSANA KANSAIN- VÄLISTYMISTÄ

Kestävän kehityksen mukainen ajattelu ja vastuullisuus ovat läpäisemässä kaiken liiketoiminnan toimialasta riippumatta. Yritysten entisestä tavasta tehdä tulosta siirrytään kohti uudenlaisia, kestäviä ja esimerkiksi kiertotalouden mukaisia liiketoimintamalleja. Kova ja entisestään kasvava paine kestävän kehityksen mukaiselle toiminnalle tulee niin asiakkailta, rahoittajilta kuin kuluttajien suunnalta.



“ KESTÄVÄN
KEHITYKSEN
HUOMIOIMINEN VOI
TUODA KESTÄVÄÄ
KILPAILUETUA
YRITYKSELLESI.

KESTÄVÄN KEHITYKSEN MONET TASOT

Kilpailuedun lisäksi kestävä kehitys avulla varmistetaan yritysten tulevaisuuden toimintaedellytyksiä. Kun suomalaisten yritysten toimintaa tutkitaan, lähes kaikki yritykset vastaavat näkevänsä kestävä kehitys tulevaisuuden kilpailukykyä. Itse asiassa, mikään yritys ei voi enää olla olemassa ilman kestävä kehitys huomiointia toiminnassa. Kansainvälisillä markkinoilla kestävien tuotteiden ja tuotantomenetelmien käyttö sekä valmistusosaaminen ovat entistä vahvempi kilpailuetu.

Kestävä kehitys ei ole vain ekologista kestävyttä, vaan siihen kuuluvat olennaisesti myös taloudellinen ja sosiaalinen kestävyys. Kestävästi toimivat yritykset huomioivat taloudelliset, ekologiset ja sosiaaliset vaikutukset omassa liiketoiminnassaan myös kansainvälisillä markkinoilla.

Tämä tarkoittaa muun muassa sitä, että yrityksissä tehdään asioita, jotka ottavat huomioon esimerkiksi luonnon monimuotoisuuden, tuottavat hyvää taloudellista tulosta

ja parantavat ihmisten hyvinvointia – ja liiketoiminnalla taataan hyvinvoinnin siirtyminen sukupolvelta toiselle.

Sosiaalisessa kestävydessä paneudutaan ihmisoikeuksiin, riskien hallintaan ja niiden tunnistamiseen. Ehdottoman tärkeää on myös varmistaa, että liiketoiminta kohdemarkkinalla on läpinäkyvää ja eettistä, ja että myös yrityksesi kumppaniverkoston toiminta on sellaista.

Yrityksesi kannattaa peilata omaa liiketoimintaa esimerkiksi YK:n kestävä kehitys toimintaohjelmassa määriteltyihin 17 globaaliin tavoitteeseen, jotka jäsenmaiden tulisi yhdessä saavuttaa vuoteen 2030 mennessä. Suomen valtion ohella myös suomalaisilla yrityksillä, organisaatioilla, tutkimuslaitoksilla ja kansalaisyhteiskunnan toimijoilla on merkittävä rooli näiden tavoitteiden saavuttamisessa.

MIKSI KESTÄVÄ KEHITYS ON TÄRKEÄÄ JOKAISELLE YRITYKSELLE?

- ✓ Se on elintärkeää maapallolle
- ✓ Se kiinnostaa asiakasta
- ✓ Se kiinnostaa rahoittajia
- ✓ Se kiinnostaa työntekijöitä
- ✓ Siitä voi kasvaa globaali kilpailuetu



MITÄ YKSI YRITYS VOI TEHDÄ?

Kestävän kehityksen mukaisen toiminnan harjoittaminen on yritykselle jatkuva prosessi ja sen harjoittamiseen ei ole vain yhtä tapaa. Omasta liiketoiminnasta tunnustetaan ekologiset, sosiaaliset ja taloudelliset vaikutukset, joiden avulla valitaan luontevat kestävän kehityksen tavoitteet, joihin sitoutua. Kestävän kehityksen tavoitteiden saavuttamiseksi voi tehdä pieniä tai suuria tekoja. Yritysten kyky ja halukkuus osallistua tavoitteiden saavuttamiseen on tärkeää maapallolle, ja se kiinnostaa niin rahoittajia, työntekijöitä kuin asiakkaita.

Ajattelavaa: On vastuullista maksaa työntekijöille uudella markkinalla kohtuullista palkkaa, vaikkei kohdemaan lainsäädäntö minimipalkkaa vaatisikaan. Elämiseen riittävä palkka on ihmisoikeus ja sen tulisi olla minimivaatimus.



Ymmärrä yrityksesi hiilijalanjälki ja pyri vähähiilisyteen

Vähähiilisyteen panostaminen tuo yrityksille nykypäivänä valtavan kilpailuedun. Vähähiilisyteen pyrkiminen yrityksen tuotteissa ja palveluissa on konkreettinen teko kestävän kehityksen hyväksi, ja erinomainen kilpailuetu kansainvälisillä markkinoilla.

On selvää, että tulevaisuudessa tietyt materiaalit tulevat väistämättä loppumaan, ja tarve kierrättää ja uusiokäyttää materiaaleja tulee kasvamaan. Mitä nopeammin yrityksesi omaksuu nämä toimenpiteet, sitä helpompi muutos tulee olemaan – ja sitä menestyksekkäämpi yrityksenne voi olla.

Tarkastelu kannattaa aloittaa yrityksesi hiilijalanjäljestä. Kun on ymmärrys, mistä kaikista tekijöistä se syntyy, yritys voit helposti ryhtyä konkreettisiin tekoihin oman toimintansa kehittämiseksi.

Hiilijalanjälkeä ja päästöjä laskettaessa tarkastellaan mm. seuraavia yrityksen asioita:

- 1** Suoria päästöjä eli energiantuotantoa tai polttoaineen kulutusta
- 2** Epäsuoria energiantuotannon päästöjä, kuten hankitun sähkö- ja lämpöenergian kulutusta
- 3** Välillisiä päästöjä, kuten lentomatkoja ja työmatkaliikennettä sekä ulkoistettujen toimintojen ja alihankkijoiden vaikutuksia

Hiilijalanjäljen suuruus riippuu valtavasti toimialasta, mutta yleensä aina voi tehdä jotakin eri tavalla entistä kestävämmän toiminnan hyväksi.

CASE KONECRANES: “MEILLÄ EI OLE TOISTA PLANEETTA.”

Suomalainen pörssiyhtiö Konecranes on maailman johtavia nostolaittevalmistajia, asiakkainaan koneenrakennus- ja prosessiteollisuuden toimijoita, telakoita, satamia ja terminaaleja – globaalille kaupankäynnille välttämättömiä aloja, jotka samalla aiheuttavat suuren osan kasvihuonepäästöistä.

KESTÄVÄ KEHITYS LEIKKAA LÄPI KOKO YRITYKSEN LIIKETOIMINNAN

Konecranes on nivonut kestävän kehityksen kiinteäksi osaksi liiketoimintaansa, sillä he eivät näe muuta vaihtoehtoa. Yrityksen ilmastotavoitteet tulevat olemaan linjassa Pariisin ilmastopimuksen kanssa, jossa sitoudutaan puolittamaan päästöt alle 10 vuodessa. Rima on korkealla, mutta siihen ollaan valmiita satsaamaan. Konecranesin vastuullisuusjohtaja **Anniina Virta-Toikan** sanoin, “meillä ei ole toista planeettaa”.

KESTÄVÄ LIIKETOIMINTA ON TÄRKEÄÄ KAIKILLE SIDOSRYHMILLE

Konecranesilla ymmärretään vastuullisuuden merkitys tänä päivänä niin yrityksen asiakkaille, työntekijöille kuin sijoittajille. Samalla he näkevät kehityksessä valtavasti mahdollisuuksia, ja haluavat auttaa asiakkaitaan pääsemään ympäristötavoitteisiinsa.

KONECRANESIN VASTUULLISUUSSTRATEGIAN OSAT:

- ✓ **Eko-optimoitu tarjooma ja kiertotalous**
- ✓ **Ilmastotoimet ja resurssitehokkuus**
- ✓ **Työturvallisuus ja turvalliset tuotteet**
- ✓ **Monimuotoinen, osallistava ja sitouttava työympäristö**
- ✓ **Vastuulliset liiketoimintakäytännöt**

OPIT JA INSPIIRAATIOTA KONECRANESILTA:

- ✓ Kestävän kehityksen strategiassa kannattaa tukeutua valmiisiin malleihin: hyödynnä globaaleja tavoitteita ja viitekehyksiä ja käytä niitä olennaisuuden arvioinnin tukena.
- ✓ Kestävyys on saatava osaksi yrityksen strategiaa.
- ✓ Kaikki yrityksen sidosryhmät ovat kiinnostuneita vastuullisuudesta – huomioi näiden ryhmien vaatimukset.
- ✓ Nosta tavoitteet tarpeeksi korkealle.

Konecranes on Business Finlandin yhteistyökumppani kestävän kehityksen teemassa. Business Finland tukee valmistavan teollisuuden uudistamista ja kilpailukyvyn lisäämistä niin, että Suomesta tulisi yksi johtavista kestävän valmistuksen maista.

7 RAHOITUSTA KANSAIN- VÄLISTYMISEEN

Kansainvälistyminen ja uusille markkinoille laajentuminen ei tule ilmaiseksi. Se vaatii paljon työtä ja taloudellista panostusta. Uusille markkinoille laajentuminen on aina yritykselle investointi – ja oman pääoman lisäksi tarvitaan myös ulkopuolista rahoitusta. Onneksi tarjolla on sekä yksityistä että julkista rahoitusta kansainvälistymisen valmisteluun ja toimeenpanoon.

“JULKISEN RAHOITUKSEN TAVOITTEENA ON SAADA PITKÄLLÄ AIKAVÄLILLÄ HYÖTYJÄ SUOMEEN.”



RAHOITUSTA MAAILMALLE LÄHTÖÖN

Rahoitusta on mahdollista hakea Team Finland -verkoston eli Business Finlandin, Finnveran ja ELY-keskusten kautta muun muassa liiketoiminnan laajentamiseen maailmalle tai kehittämään jo olemassa olevaa kansainvälistä liiketoimintaa.

Business Finland rahoittaa kansainvälistymisen valmisteluun, sisäiseen valmiuteen ja testaamiseen liittyviä toimenpiteitä, innovaatio-, tutkimus-, ja kehitystyötä sekä yritysten ja tutkimusorganisaatioiden yhteistyötä. Business Finland ei rahoita kaupallisia neuvotteluita, jakelukanavien rakentamista, markkinointia tai myyntiä, mutta näiden kartoitusta kyllä.

ELY-keskuksen palvelut soveltuvat parhaiten alkuvaiheen yrityksille. ELY-keskus rahoittaa pk-yritysten kehittä-

mishankkeita. Joissakin tapauksissa yritys voi kuitenkin täyttää samanaikaisesti sekä Business Finlandin että ELY-keskuksen rahoituskriteerit. ELY-keskus tarjoaa myös konsultti- ja neuvontapalveluita, kuten kehittämisavustusta, yrityksen kehittämiseen ja kansainvälistymiseen.

Finnvera myöntää rahoitusta alkuvaiheeseen, mutta myös kasvuun ja kansainvälistymiseen kattamaan esimerkiksi viennistä koituvaa käyttöpääoman tarvetta sekä erilaisilta viennin riskeiltä suojautumiseen. Finnveran palveluja hakevat myös kotimarkkinayritykset, jotka eivät edes harkitse kansainvälistymistä, kun taas kansainvälistyminen on tärkeä kriteeri Business Finland rahoitusta haettaessa.

“ RAHOITUSTA VOI
HAKEA TEAM FINLAND
-VERKOSTON KAUTTA.



TUKEA KANSAINVÄLISTYMISEEN

INNOVAATIOSETELI soveltuu alkuvaiheen ponnisteluja varten silloin, kun yrityksellä on innovatiivinen tuote- tai palveluidea, ja tarvitaan ulkopuolista apua idean jalostamiseen. Innovaatiosetelin avulla on mahdollista ostaa osaa-omista ja tietoa, kuten testaamista ja pilotointia idean jatko-kehitystä varten.

MARKET EXPLORER -RAHOITUS soveltuu alkuvaiheen kansainvälistyville yrityksille ja myös jo pidempään markkinoilla toimineille yrityksille. Rahoituksen avulla yrityksellä on mahdollisuus selvittää tietyn markkinan potentiaalia tai selvittää paikallisia kumppaneita.

TEMPO-RAHOITUS on kokonaisvaltainen tuki, jota voi hyödyntää kattamaan merkittävän kansainvälisen kasvun toimenpiteitä. Tempo-rahoitusta kannattaa hyödyntää muun muassa asiakaspalautteen hankkimiseen, IPR-selvitysten tekemiseen sekä yrityksen liiketoimintamallien kehittämiseen. Tempon osana voi myös olla markkinaselvitys. Tämä rahoitus on yksi Business Finlandin kilpailluimmista tuotteista, joten kriteereihin kannattaa tutustua huolella ennen hakemuksen tekemistä.

T&K-RAHOITUKSELLA yrityksesi voi rahoittaa kunnianhimoista tutkimus- ja kehitysprojekteja, joilla on huomattava kansainvälinen kilpailuetu. Rahoituksen avulla voi uudistaa tai kehittää kokonaan uusia tuotteita, palveluita, tuotantomenetelmiä tai liiketoimintamalleja. Yksi tärkeimmistä t&k-rahoituksen kriteereistä on viennin kasvu verrattuna julkisen rahan panostukseen. T&k-projektin vientipotentiaalin tulee olla vähintään 20-kertainen haettuun rahoitukseen nähden.

LISÄRAHOITUSTA YHTEISTYÖHÖN kehittyvillä markkinoilla (kuten esim. Saharan eteläpuolinen Afrikka tai Vietnam) on mahdollista hakea olemassa olevan tki-rahoituksen päälle. Tärkeitä kriteereitä lisärahoituksen saamiseen ovat muun muassa, että kehittyviltä markkinoilta on tunnistettu markkinamahdollisuus ja paikalliset kumppanit, ja hankkeen tavoitteet ovat YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden mukaisia. Tähän rahoitukseen yritys tarvitsee aina ns. tki-emohankkeen, jonka päälle voi hakea lisärahoitusta kehittyvillä markkinoilla toimimiseen.

RAHOITUSTA KANSAINVÄLISEEN TKI-YHTEISTYÖHÖN voi hakea EU:lta. EU-projektit voivat avata väylän kansainvälisille markkinoille, kun yritykset pääsevät projektikonsortioissa kehittämään ratkaisuja yhdessä asiakkaidensa kanssa. EU:lla on useita eri ohjelmia, kuten Horisontti Eurooppa, joista yritykset voivat saada rahoitusta tutkimukseen, kehitykseen ja innovointiin. Horisontti Euroopan rahoitushaut ovat avoimia kaikenkokoisille ja -ikäisille yrityksille ja rahoitusta voi käyttää laajempiin tarkoituksiin kuin kansallista Business Finlandin rahoitusta.

ASKARRUTTAAKO EU-RAHOITUS? [EU-rahoitusneuvontapalvelu](#) kokoaa yhteen tietoa Euroopan unionin avustuksista, lainoista, takauksista, pääomasijoituksista, tuista ja julkisista hankinnoista, sekä ohjaa ja neuvoo niiden käytössä.

ELY:N KEHITTÄMISAVUSTUKSELLA yrityksesi voi kehittää esimerkiksi omia kansainvälistymisen valmiuksia, kartoittaa potentiaalisia markkinoita tai hakea kumppaneita. Rahoitettavalla hankkeella tulee olla selkeä tavoite, kuten kansainvälistymismahdollisuuksien parantaminen tai kasvun hakeminen. Rahoitusta voidaan käyttää uusien tuotteiden, palvelujen tai tuotantomenetelmien kehittämiseen.

KRITEEREITÄ RAHOITUKSEEN



Julkisen rahoituksen tavoitteena on saada pitkällä aikavälillä hyötyjä Suomeen. Tämän takia myös Business Finland rahoittaa kunnianhimoisia innovaatioita, jotka johtavat vientiin – ja joilla on vaikuttavuutta pidemmällä aikavälillä.

Julkinen rahoitus on hyvin kilpailtua ja aina harkinnanvaraista. Rahoitusta hakiessa on syytä tutustua tarkoin rahoituksen ehtoihin. Jokaisella rahoitusinstrumentilla on omat tiukat reunaehdot, jotka selviävät Business Finlandin, Finnveran ja ELY:n tarjoamien rahoituspalveluiden verkkosivustolta.

MUISTITILISTA RAHOITUKSEN HAKEMISEEN

Kun yrityksesi hakee rahoitusta skaalautuessaan kansainvälisille markkinoille, on hyvä käydä läpi seuraava muistilista ja varmistaa, että asiat on huolella mietitty ennen hakemuksen jättämistä.

- ✓ Yrityksen nykytila
- ✓ Käytettävät resurssit, kuten henkilöstö / tiimi
- ✓ Yrityksen kasvuvision
- ✓ Projektisuunnitelma tavoitteineen ja kustannusarvioineen kasvuvision toteuttamiseen.
- ✓ Tunnistettu ja selvitetty asiakaskunta
- ✓ Massasta erottuva, innovatiivinen tuote / palvelu, jolla on kysyntää ja jolla pärjääte markkinoilla jatkossakin
- ✓ Tieto siitä, millä hinnalla asiakas on valmis ostamaan - ja millainen kate yritykselle jää

BUSINESS FINLAND

www.businessfinland.fi

Follow us on social media



Porkkalankatu 1 | FI-00180 Helsinki, Finland | Tel. +358 29 50 55000