

Kuinka Silkkitietä kuljetaan?



Jukka Lahtinen


Toimitusjohtaja, Avaintulos Oy

0400-622 878

jukka@avaintulos.fi

Arktista ruokaa Suomesta Kiinaan
Kiinalainen bisneskulttuuri

1.2.2018



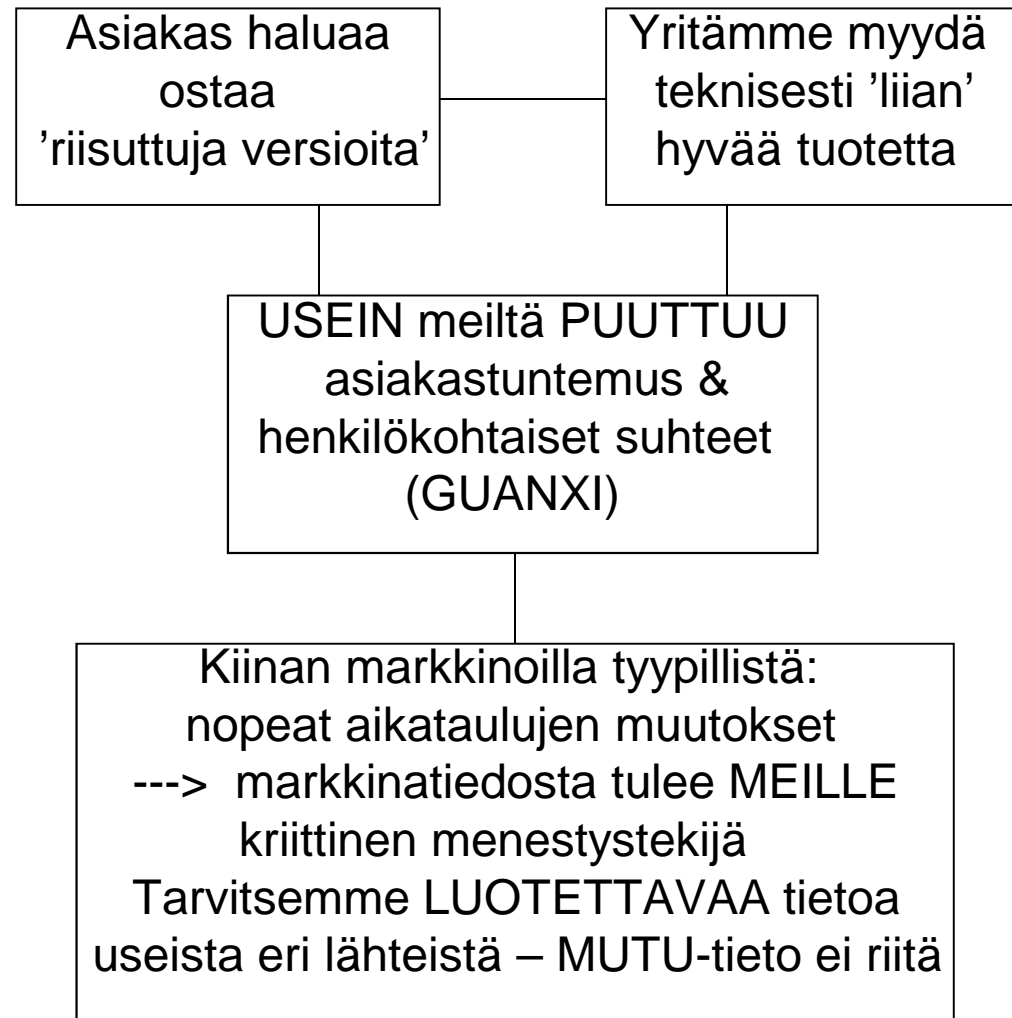
Mitä voimavaroja
Suomalaisyrittäjien on lisättävä
Kiinan-kauppansa
kasvattamiseksi?

ONGELMAN RATKAISU

Lisää läsnäoloa:
uusien suomalaisten vähintään
1000 lisää Aasiaan
vuoteen 2020 mennessä!



Markkinoille pääsyn esteet Kiinan markkinoilla



Suomalaisyrityksen '7 kuolemansyntiä' Kiinan markkinoilla

1. Uskomme tarjonnan riittävän
 - Työmme tarjousvaiheessa on teknisesti hyvää ja perusteellista
 - Turhaudumme, kun kiinalainen asiakas pyytääkin vaihtoehtoja jo tarjouta jättäessämme – **'Se oli sit siinä'**.
2. Myyntitilanteessa esittelemme usein VAIN teknistä etevyyttämme. Kiinalaista asiakasta kiinnostavat kuitenkin paljon enemmän:
 - Tuotekonseptimme kokonaishinta ja rahoitusjärjestelyjen epävarmuus
 - Jakelutievaihtoehtojen tuntemattomuus ja testaus
 - Asiakastuki ja joustavuus
 - kunnioittava käytös, 'kasvot'
 - Varmuus suhteen jatkuvuudesta – **'Sanasta miestä, sarvesta härkää'**.
3. 'Täällä Pohjantähden alla'...
 - Olemme liian sidoksissa Suomen päättäjien länsimaisiin näkemyksiin
 - ...Suomen toimijoiden sinänsä perusteltuihin aikatauluihin ja
 - ...suomalaisiin työtapoihin – **'I Did It My Way'**.



Suomalaisyrityksen '7 kuolemansyntiä' Kiinan markkinoilla

4. 'Kyllä se siitä -mentaliteetti...': Luotamme liiaksi vaistoomme, emmekä selvitä markkinoita ja kilpailuetujamme riittävästi
 - 70 % vaikeuksista Kiinassa johtuu markkinoiden heikosta tuntemisesta
 - Vain 30 % markkinatutkimuksen tehneistä kohtaa vaikeuksia
 - 70 % markkinatutkimuksen toiminnan alussa laiminlyöneistä on vaikeuksissa
 - Vaikeudet tulevat yleensä vasta 1–2 vuoden kuluttua, alku voi olla yhtä euforiaa: 'We Are the Champions'.
5. Kilpailijamme kuuluvat maailmanluokan valiosarjaan
 - Japani, Korea, Taiwan ja USA sekä EU:n tunnetut elintarvikkeiden tuottajamaat
 - Kiinalaisyriykset ovat solmineet noin >680 000 yhteistyösopimusta ulkomaisten yritysten kanssa – vuonna 1990 niitä oli 21 000 kappaletta!
 - Kilpailijoillamme on pitkäaikainen kokemus Kiinasta ja usein myös kielietu.
6. Suomalainen on 'Aasiassa-pistäytyjä'
 - Pitää etabloitua pysyvästi, antaa kuva jatkuvuudesta
 - GUANXI on kaiken A & O.
7. 'Kolmen konstin timpermannit': muita matkimalla menetämme uskottavuuden
 - Tietyn toimijan Kiina-konsepti ei sovellu kenellekään muulle!



'6 kultajyvää' Kiinaan aikoville suomalaisille

1. Enemmän suoria, säännöllisiä henkilökontakteja asiakasorganisaation ylimpään johtoon, hankintojen valmistelijoihin ja alueen viranomaisiin
 - Ylin johto Suomesta paikan päälle > - < Asiakkaan ylin johto
 - 'Sillä puhumalla avoimesti, kaikki tää selviää'.
2. Kunnolliset markkinatutkimukset heti alussa ammattilaisten voimin
 - Jyrkkä ei 'siemenperunoiden säästämislinjalle', vaikka se houkuttelisikin
 - 'Mä haavein tuhansin, luo lensin pilvien. Mä hiekkaan rakensin, kun vielä tiennyt en.'
3. Enemmän vieraanvaraisuutta, aikaa asiakkaalle + taito kiittää ja kunnioittaa:
 - 'Sosiaalinen hiljaisuus' ja tunneälyn puute ON myrkyä!
 - Guanxi ei pysy, vaan sitä on hoidettava. Guanxia ei voi myöskään testamentata!
 - 'I'll Get by with A Little Help from My Friends'.
4. Asteittainen investointi Kiinan markkinaan tyyliin 'hiljaa hyvä tulee'
 - Paikallisten resurssien käytön lisäys: markkinointi, guanxin rakentaminen, ostot...
 - Toimintavaihtoehtojen tutkiminen ja tulosten tarkka analysointi
5. Hintojen räätälöintitaito (1/300)
 - Kilpailijoiden hintojen tutkiminen ja oman konseptin sopeuttaminen markkinaan
6. Brändi, Brändi ja vielä kerran Brändi, muutoin olet vain yksi miljoonasta



Kiinan business-ympäristön kaksitasoisuus

JULKINEN SEKTORI	YKSITYINEN SEKTORI
<ul style="list-style-type: none">• Usein melko hidas• Byrokraattinen• Projektien pitkä valmisteluaika• Loppuvaiheessa kaupat sovitaan pienen sisäpiirin kesken (guanxi)• Erittäin tärkeä ja vaikutusvaltainen• Luultua ammattimaisempi ja osaavampi	<ul style="list-style-type: none">• Nopealiikkeinen• Dynaaminen• Pääasiassa kiinalaisten perheiden omistama (guanxi)• Projektit liikkeelle pienin kustannuksin, toteutus nopeasti• Liukasliikkeinen• Hyvin informoitu• Laatutietoinen



Kiinan business-ympäristön kaksitasoisuus

- Suomalaisyrietykset käyvät kauppaa lähinnä yksityisen sektorin kanssa – se voi olla joskus ongelmallista
 - Ymmärtämys julkisen sektorin 'isojen poikien' roolista Suomessa on heikkoa ja suhtautuminen vähättelevä.
 - Oikean tiedon saaminen markkinasta ja kilpailutilanteesta on erittäin työlästä.
- Kiinassa on vähän perhedynastian ulkopuolisia ammattijohtajia, perheenjäsenet hallitsevat avainpaikkoja.
 - Perheyrietykset nopeasti kasvavia
 - Nuori sukupolvi hyvin koulutettua ja laatu-tietoista
 - Tärkeisiin hankkeisiin on syytä kehittää oma yhtiö tai liittoutua vahvasti valittujen jakelijoiden kanssa
 - Kiinalaiset osaavat lukea meitä länsimaisia 'kuin avointa kirjaa'.

