



Jaakko Salminen on toimitusjohtaja ja koulutukseltaan ohjelmistoliiketoiminnan DI TKK:lta. Ravensoft Oy

Tekeekö innovaatio menestyvän tuoteyrityksen?

Miten palveluja toimittava yritys muuttetaan innovaatiovetoiseksi tuoteyritykseksi? Ravensoft Oy lähti selvittämään tätä ja matka jatkuu edelleen.

Palveluyrityksen kultainen häkki

Palveluliiketoiminnalla on monia ylivoimaisen hyviä puolia varsinkin aloittavalle yritykselle. Se ei vaadi mitään merkittäviä investointeja käynnistettäessä ja laskutus on tasaista sekä suhteellisen varmaa kun hyvät asiakassuhteet on luotu. Liiketoiminta laajenee palkkaamalla lisää työntekijöitä, jotka usein saadaan sijoitettua nykyisten asiakkaiden hankkeisiin. Lisäksi talous on helppo pitää tasapainossa.

Toisaalta palveluliiketoiminnalla on myös vakavia rajoitteita. Sen nopea kasvattaminen on vaikeaa, koska se vaatii aina uusien henkilöiden mukaan ottamista. Vienti muihin maihin on käytännössä mahdotonta. Palveluyritykseen on vaikea saada kerääntymään IPR:ää, koska asiakkaat lähes aina vaativat ne kokonaan itselleen. Näin yrityksen arvo kasvaa vain laskutuksen suhteessa.

Ravensoft Oy päätti 2006 alussa murtautua ulos tästä kultaista häkistä ja hakea nopeaa kasvua laajentamalla tuoteliiketoimintaan. Tuote-innovaatioita yritykseen oli kerääntynyt yllin kyllin vuosien ja projektien varrelta, mutta mitä muuta tarvittiin menestykseen?

Päätöksiä

Kevään ja syksyn 2006 aikana keräsimme kaikki mahdolliset ja mahdottomatkin ideat, joita yritykseen oli kerääntynyt. Vaikka mietimme lopussa pitkään viiden idean välillä, valinta oli lopulta helppo. Green Snapper (silloin nimeltään Sandman eli nukkumatti..) täytti kaikki tuotteelle asettamamme tavoitteet:

- Kansainvälisyys. Tuote ei saa olla sidottu yhteen markkinaan.
- Skaalattavuus. Tuote on oltava käyttövalmis sellaisenaan, ilman asiakaskohtaista muokkaamista.
- Nopea kehitys. Ensimmäisen version tuotteesta täytyy olla tehtävissä alle vuodessa, jotta sitä päästään heti myymään.
- Innovatiivisuus. Tuotteen on oltava uutuus, ei ainoastaan kohennusta olemassa olevaan.

Green Snapper vastasi lisäksi merkittävään nousemassa olevaan trendiin, vihreään IT:hen. Teetimme 2006/2007 vuodenvaihteessa markkinatutkimuksen, joka vahvisti sekä asiakkaiden heräävän kiinnostuksen vihreää IT:tä kohtaan, sekä tuotteemme potentiaalin. Toisaalta tutkimus myös paljasti, että vihreä IT oli markkinasegmenttinä vasta käynnistysvaiheessa, ja joutuisimme tekemään merkittäviä markkinointiponnistuksia sen herättämiseksi.

Se toimii!

Green Snapperin ensimmäinen prototyyppi oli valmis huhtikuussa 2007 ja kuun lopussa se esiteltiin pilottiohjelmaan mukaan tulleille asiakkaille. Pilottiohjelma antoi meille arvokasta tietoa ohjelmiston käytöstä todellisissa asiakasympäristöissä ja ohjasi kehitystä jo varhain oikeaan suuntaan. Kehitystä jatkettiin aina elokuuhun asti, jolloin perusteelliset järjestelmätestaukset käynnistettiin. Ohjelmisto oli valmis täsmälleen suunniteltuna päivänä, 30.9.2007, kiitos tehokkaan ketterän kehityksen prosessimme ja hyvien teknisten kumppanimme.

Kehityshanke sinänsä oli meille tuttua kauraa, olimmekin tehneet vastaavia asiakkaillemme jo 10 vuoden ajan. Hankkeen tästä vaiheesta emme itse asiassa olleet missään vaiheessa huolestuneita, koska sen tiesimme osaavamme.

Uuden brändin luonti

Suuremmat haasteet olivat meillä edessä markkinoinnin ja myynnin parissa, koska tähän mennessä asiakkaamme olivat tuoneet kehittämämme tuotteet markkinoille. Lisäksi tiesimme, että uudenlainen tuote vaatii merkittävän panostuksen juuri markkinointiin. Luotimme jälleen ulkopuolisten yritysten apuun sekä brändin luomisessa, että tuotteen julkistuksessa.



Kuva 1 ja 2: Esimerkkejä tuotteille luoduista brändeistä.

Halusimme alusta asti luoda Green Snapperille vahvan brändin, koska sen oli tehokkaasti erottuttava muista ohjelmistotuotteista. Markkina oli uusi, ja matalan profiilin markkinointi ei olisi auttanut meitä.

Tuote julkistettiin 10.10.2007 näyttävässä tilaisuudessa Helsingin Tennispalatsissa. Paikalla oli yli 50 kiinnostunutta asiakasta ja lehdistön edustajaa, ja tilaisuus lehdistönäkyvyyksineen oli menestys.

Tilanne tällä hetkellä

Tuotteemme on herättänyt laajaa kiinnostusta, kuten markkinatutkimuksen perusteella ennakoimmekin. Samoin markkinointimme on ollut erittäin onnistunutta ja olemme onnistuneet saamaan tuotetta tunnetuksi. Myynti on lähtenyt hyvin liikkeelle, ja monet asiakkaat käyttävät jo Green Snapperia.

Missä olemme sitten onnistuneet vähemmän hyvin? Vaikka panostimme myyntiorganisaation rakentamiseen jo keväästä 2007 alkaen, kohtasimme yllättävän paljon vastoinkäymisiä ja selkeää huonoa tuuria juuri tässä kriittisessä osassa. Saimme myyntipäällikön palkattua maaliskuussa 2008, ja sen jälkeen myyntiprosessimme on kiihtynyt voimakkaasti. Alunperin suunnitelmamme oli saada myyntipäällikkö mukaan tiimiin jo lopukesällä 2007.

Mitä opimme?

Kuten ennakoimmekin, uuden tuotteen kehittäminen oli meille helppoa, mutta markkinoille tuominen vaativaa. Tiesimme ottavamme riskin tuomalla uuden tuotteen herääville markkinoille, ja tähän puoleen liiketoiminnan käynnistämiseksi liittyvät suurimmat haasteemme ja ahaa-elämyksemme. Lisäksi kahden hyvin erilaisen liiketoiminnan pyörittäminen samaan aikaan samassa yrityksessä on osoittautunut vaativaksi.

Hankkeemme jatkuu yhä, mutta tässä lopuksi joitakin asioita, joita olemme oppineet matkan varrella. Toivotan muutkin yritykset tälle samalle polulle, meistä kukaan ei kadu tästä hetkeäkään!

- Tuoteliiiketoiminta ja palveluliiketoiminta ovat hyvin erilaisia.
- Tuotteen hallinta pitää aloittaa heti alussa ja se jatkuu koko ajan.
- Kahden erilaisen liiketoiminnan pyörittäminen pienessä yrityksessä on hyvin haastavaa.
- Ketterä kehitys mahdollistaa nopean reagoinnin.
- Markkinointiin palaa enemmän rahaa kuin ennakkoon luulisi.
- Myyntiin on panostettava vahvasti jo ennen julkistusta.



MAKE IT BLOSSOM

Säästä energiaa, säästä ympäristöä, säästä rahaa



HANKI YLEMPI AMK-TUTKINTO TIETOJENKÄSITTELYN ALALTA!

Työn ohessa opiskelu irroittaa arjesta, verkottaa kollegat, antaa välineitä päivittäiseen työhön ja luo uusia mahdollisuuksia. 90 opintopisteen laajuinen ohjelma on suunniteltu suoritettavaksi kolmen vuoden aikana. Haku tammikuussa 2009 alkaviin opintoihin on 29.9. - 10.10.2008.

TIETOJÄRJESTELMÄOSAAMISEN KOULUTUSOHJELMA (ylempi AMK)

Helsingissä Pasilassa

Tutustu ohjelmaan:

www.haaga-helia.fi

Lisätietoja:

hakutoimisto@haaga-helia.fi

puh. (09) 2296 5221



HAAGA-HELIA
ammattikorkeakoulu