



MYyntiÄ YHDYSVALLOISTA 1.0

KUINKA SUOMALAINEN PK-YRITYS VOI LAAJENTUA
YHDYSVALTOIHIN HALLITUSTI JA TULOKSEKKAASTI?

Simo J. Lahtinen & Asko Ali-Marttila


FINANCIAL SUCCESS FROM THE US



MYyntIÄ YHDYSVALLOISTA 1.0

KUINKA SUOMALAINEN PK-YRITYS VOI LAAJENTUA
YHDYSVALTOIHIN HALLITUSTI JA TULOKSEKKAASTI?

Simo J. Lahtinen & Asko Ali-Marttila

Julkaisu pohjautuu Capteenin blogissa 2014-2016 julkaistuun materiaaliin,
joka puolestaan pohjautuu suurelta osin eri tiedotusvälineissä julkaistuihin artikkeleihin.
Artikkeleiden alkuperäislähteet mainitaan kunkin kappaleen jälkeen.



S I S Ä L L Y S L U E T T E L O

1. MIKSI YHDYSVALTOIHIN KANNATTAA LAAJENTUA?	4
2. AMERIKASSA PÄRJÄÄ KOVALLA ASEENTEELLA	8
3. MISTÄ OSAVALTIOSTA KANNATTAA ALOITTA?	13
4. KUINKA SAAN ENSIMMÄISET ASIAKASKONTAKTIT?	18
5. IT'S NOT PERSONAL, IT'S BUSINESS	20
6. YHDYSVALTOJEN MARKKINOIDEN UUSIA TRENDEJÄ	21
7. TOP VIISI VINKKIÄ JO AMERIKAN VALLOITTANEILTA	30
USEFUL WEBINARS	33
KIRJOITTAJISTA	35

1. MIKSI YHDYSVALTOIHIN KANNATTAA LAAJENTUA?

YHDYSVALTAIN MAARISKI VIENTIMARKKINOIDEN PIENIN

Nykyinen geopoliittinen epävarmuus vaikuttaa voimakkaasti myös suomalaisten yritysten laajentumissuunnitelmiin. Ukrainan sisällissota, Venäjää koskevat pakotteet, Lähi-idässä käynnissä olevat kaksi sotaa, Kreikan, Portugalin sekä Argentiinan maksuvaikeudet, Thaimaan vallankumous vaikuttavat kaikki myös tänne Suomeen. Maariskin arviointi nousee yhä tärkeämmäksi.

Yhdysvallat on poliittisesti vakaa, yritysmönteinen maa. Poliittinen vakaus on asia, jota pidetään itsestään selvänä, vaikka näin asia ei ole. Esimerkiksi Venäjä on ollut yksi suurimpia Suomen kauppakumppaneita. Venäjän yritysolosuhteita pidettiin yleisesti vakaina, kunnes tilanne muuttui aivan yllättäen ja nyt suomalaiset investoinnit ovat suuressa vaarassa ja ruplan kurssi romahti muutamassa viikossa.

Yhdysvallat on kyennyt pitämään yrityksille vakaat ja suotuisat olosuhteet jo yli 230 vuotta. Vaikka poliittinen valta maassa vaihtuisi, niin silti yrityksiä suosiva mönteinen ilmapiiri jatkuu. Tämä tosiasia usein unohtuu, kun yritykset suunnittelevat kansainvälistymistään. Suomalaisten katse suuntautuu yleensä lähialueelle Ruotsiin ja Venäjään tai hieman kauemmaksi Englantiin ja Saksaan. Koetaan, että on turvallisempaa ja helpompaa laajentua lähialueella. Mutta onko asia näin?

Yhdysvaltojen markkinat ovat maailman suurimmat, yhtenäiset markkinat. Bruttokansantuote on 67 kertaa suurempi kuin Suomen ja ostovoima henkilöä kohden on Yhdysvalloissa Suomeen nähden puolitoistakertainen. Yleisesti ottaen voidaan todeta, että markkinat ovat noin 100 kertaa suuremmat kuin kotimaassamme. Kun yritys Suomessa myy sadoilla tuhansilla, Yhdysvalloissa vastaava myynti on kymmeniä miljoonia. Markkinat ovat yhden kielen ja yhden oikeusjärjestelmän takana.

Jos yritys päättää laajentua ”turvallisesti” Ruotsiin, niin sielläkin on eri kieli, eri kulttuuri ja eri lainsäädäntö kuin Suomessa, jolloin riskit ovat vastaavat kuin Yhdysvalloissa. Ruotsinkin vaaditaan huolellinen, kunnollinen ja täysimittainen markkinoille menosuunnitelma ja sen toteuttaminen, muuten voi epäonnistua ja investointi on menetetty. Kun Ruotsin melko pienet markkinat on valloitettu, valitaan uusi kohdema ja kohdataan jälleen uusi kieli, uusi kulttuuri ja uusi lainsäädäntö.

Jos Euroopassa halutaan saada käyttöön Yhdysvaltojen kokoiset markkinat, on kohdattava lähes 40 eri kieltä, 40 eri kulttuuria ja 40 oikeusjärjestelmää.

Suuret markkinat kuten Kiina, Intia, Japani ja Brasilia ovat vaikeita, ison riskin laajentumiskohteita. Suuret kulttuurierot muodostavat lisähaasteen. Näissä maissa lainsäädäntö ja oikeuskäytännöt suosivat oman maan yrityksiä ja kansalaisia. Maariski on Yhdysvaltoihin verrattuna varsin suuri.

Maaailman suurimmat markkinat ja turvalliset, pitkään jatkuvat, ennustettavissa olevat, suotuisat olosuhteet yrityksille tekevät Yhdysvalloista jälleen kiinnostavan sijoituskohteen.

MIKSI YHDYSVALTOIHIN?

- Maaailman suurimmat markkinat
- Suuremmat kuin koko EU
- Yhdysvaltain bruttokansantuote on 67 kertaa Suomea suurempi
- BKT henkeä kohden on 1,5 kertaa suurempi kuin Suomessa
- Yhdysvaltain markkinapotentiaali on Suomeen verrattuna yleensä noin satakertainen
- Näin suurilla markkinoilla avautuu kymmeniä, jopa satoja kooltaan isoja mikromarkkinoita
- Poliittisesti vakaa yritysmyönteinen maa, jossa oikeusjärjestelmä kunnossa
- Toisin kuin monilla kehittyvillä markkinoilla Yhdysvalloissa oikeusjärjestelmä toimii ja patenteille saa oikein toimittaessa todellisen suojan
- Yrittämistä arvostetaan ja yrityksiä kohdellaan oikeudenmukaisesti
- Käytössä yksi kieli ja yksi lakijärjestelmä
- Yksi etabloituminen yhdellä kielellä ja yhden lakijärjestelmän alla ja käytössä maailman suurimmat markkinat Euroopassa vastaaville markkinoille tarvitaan 40 etabloitumista, 40 kieltä ja 40 erilaista oikeusjärjestelmää. Koko Eurooppaan laajentuminen voi ottaa myös 40 kertaa enemmän aikaa, jos toimitaan samoilla voimavaroilla

Nyrkkisääntö: Yhdysvallat on 100 x Suomi.

AMERIKKALAISET OVAT ÄVERIÄÄMPIÄ KUIN KOSKAAN

Amerikkalaisten varallisuus nousi ennätyslukemiin 2015 keväällä pääasiassa elpyvien asunto-markkinoiden ansiosta. Kaikki sitä eivät kuitenkaan huomaa, sillä peruserikkalaisten palkat ovat taantuneet viimeiset kolme vuotta. Tämä on jälleen yksi esimerkki talouden hieman vinoutuneesta palautumisesta entiselleen.

Vahvistuneet asuntomarkkinat ovat auttaneet Yhdysvaltain kokonaisvarallisuutta tavallista enemmän vuoden toisen kvartaalin aikana, kertoo Yhdysvaltain keskuspankin raportti. Omistusasuntojen ja omistuskiinteistöjen arvo nousi huimaan 21,5 triljoonan kokonaisarvoon. Nousua ensimmäisestä neljänneksestä on tullut yli 400 miljardia ja lähes 4,5 triljoonaa verrattuna markkinoiden pohjavuoteen 2011. Vielä ei kuitenkaan olla täydessä vauhdissa, vaan amerikkalaisten asuntovarallisuus on edelleen viisi triljoonaa alempi kuin ennätysvuonna 2006. Nämä tunnusluvut eivät ota huomioon asuntovelkoja. Suurin osa Yhdysvaltain keskiluokasta istuu kirjaimellisesti talonsa päällä.

Suurin osa kansakunnan ylemmästä tuloluokasta on sijoittanut varallisuutensa osakemarkkinoille ja he ovat hyötynet sen mukaisesti. Yhdysvaltain vaurauden palautuminen ei kuitenkaan heijasta peruserikkalaisen perheen vaurautta. Vuoden 2014 keskitulo perheelle oli 53 000 dollaria, mikä on vielä kaukana vuoden 1999 ennätyslukemista, raportoi Census Bureau.

(Lähde: 20.9.2015 money.cnn)

SUOMEN UUDEN YHDYSVALTAIN SUURLÄHETTILÄÄN KIRSTI KAUPIN MUKAAN TALOUSKASVU JA VAHVA DOLLARI AVAAVAT UUSIA VIENTIMAHDOLLISUUKSIA.

Suomen uusi USA:n suurlähtettiläs Kirsti Kauppi kehottaa suomalaisia yrityksiä hakeutumaan aktiivisesti Yhdysvaltain markkinoille.

”USA:n kasvava talous ja vahvistunut dollari avaavat uusia vientimahdollisuuksia, joita ei kannata jättää hyödyntämättä”, hän sanoo. Tilaisuus on osittain jo huomattukin, sillä vienti Yhdysvaltoihin on ollut tänä vuonna kovassa kasvussa ja USA on noussut Suomen kolmanneksi tärkeimmäksi vientimaaksi Saksan ja Ruotsin jälkeen. Kaupin mukaan edellytyksiä viennin kasvattamiseksi entisestään on kuitenkin yhä monilla aloilla.

”Cleantech, terveysteknologia, digitalisaatio, energianhuolto ja informaatioteknologia ovat aloja, joilla on USA:ssa vireillä isoja hankkeita ja joilla suomalaisilla yrityksillä olisi tarjottavaa”, hän vinkkaa. ”

Esimerkiksi terveydenhoitojärjestelmä on täällä erittäin monimutkainen ja raskas. Yhdysvaltalaisia kiinnostavat kaikki sellaiset ratkaisut, jotka tehostavat tätä järjestelmää. Tehokkuudella on kova kysyntä.”

Syyskuun alussa 2015 virkakautensa Washingtonissa aloittaneen Kaupin mukaan USA unohtui monelta suomalaiselta yritykseltä 1990-luvulla alkaneen EU-jäsenyyden myötä. Viime vuosina taas monet yritykset ovat keskittäneet panoksiaan Kiinaan ja Aasian muihin kasvaviin talouksiin. Nyt näiden kasvuvauhti on kuitenkin hidastumassa. Sen sijaan USA:ssa riittää virtaa.

”Ostovoiman lisäksi täällä on paljon tekijöitä, jotka helpottavat suomalaisen yrityksen markkinoille pääsyä. Kieli, kulttuuri ja kauppatavat ovat tuttuja. Lisäksi tämä on läpinäkyvä markkina.”

”Samalla tavalla kuin Kiina meni läpi suomalaisen vientiyrittäjänsä, pitäisi nyt myös USA:n tarjoamat mahdollisuudet saada esille.” Kaupin mukaan suomalaisyritysten pääsy USA:n markkinoille tasoittuu entisestään, kunhan transatlanttinen kauppa- ja investointisopimus TTIP saadaan maaliin.

”USA:n nykyinen sääntelyverkosto on monipolvinen ja sen hallitseminen voi olla hankalaa erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille. TTIP selkiyttäisi tätä byrokratiaa.”

Tyynenmeren valtioiden vastaava vapaakauppasopimus TTP saatiin juuri neuvoteltua valmiiksi ja sen uskotaan omalta osaltaan vauhdittavan myös transatlanttisen sopimuksen etenemistä. TTIP-neuvotteluissa on nyt käyty kymmenen kierrosta. EU:n tavoite on, että sopimus

saataisiin allekirjoituskuuntoon presidentti Barack Obaman hallintokaudella eli ensi vuoden marraskuussa järjestettäviin presidentinvaaleihin mennessä. Aikataulu on tiukka.

Yksi uuden suurlähettilään tehtävistä on huolehtia Suomen maabrändistä. Kaupin mukaan sillä on suuri merkitys kaupankäynnissä, investoinneissa sekä esimerkiksi kehitys- ja tutkimusyhteistyössä.

”Suomella on Yhdysvalloissa erinomainen brändi, vaikka teknologiamaine onkin hiipunut huipustaan. Tämän hetken tärkein valttimme on koulutus. Suomalaisen koulujärjestelmän maine on kiirinyt täällä USA:ssa uskomattoman laajalle.”

”Tätä mainetta pitäisi hyödyntää entistäkin tehokkaammin maabrändin vahvistamisessa. Koulutusosaamista voisi varmasti myös kaupallistaa nykyistä enemmän”, Kauppi pohtii. Hän korostaa myös pohjoismaisuuden tärkeyttä Suomen maabrändin kannalta.

”On tärkeää pitää huolta siitä, että meidät liitetään pohjoismaiseen kontekstiin, johon yhdistetään lukuisia positiivisia asioita. Pohjoismaat tekevät paljon arvokasta yhteistyötä Yhdysvalloissa.”

”Eikä pidä myöskään unohtaa Euroopan Unionia, jonka painoarvo on kasvanut USA:ssa merkittävästi. Vielä 1990-luvulla EU oli Washingtonin näkökulmasta melko etäinen, mutta nyt yhteisö mielletään itsestään selväksi kansainväliseksi toimijaksi. On tärkeää, että Suomi toimii aktiivisesti myös EU:n tasolla”, Kauppi sanoo.

(Lähde 20.10.2015 Kauppalehti)

2. AMERIKASSA PÄRJÄÄ KOVALLA ASENTEELLA

SUOMALAISEN HUIPPUMYYJÄN VINKIT USA:SSA PÄRJÄÄMISEEN

”Myyntiuralla menestytään lukujen kautta. Olen ollut kautta vuosien yhtiön myyjien kärkineljänneksessä”, kertoo Vesa Syrjäkari, joka on ollut kahdesti myös Microsoftin paras myyjä Euroopassa. Nykyään hän toimii Yhdysvaltojen Seattlen suurasiakasmyyntin päällikkönä. Suurasiakkaat ovat Microsoftille kymmenien miljardien bisnes. Yksikkö koordinoi tuhansien myyjien armeijaa ja maailmanlaajuisia myyntioperaatioita.

Miten maailmalla sitten menestyy?

”Käytä aikaa ihmisiin tutustumiseen”, Syrjäkari aloittaa.

”Opettele sellainen työskentelytapa, jossa uusien asioiden kehittäminen tapahtuu yhdessä toisten kanssa eikä omaan kopperoon suljettuna. Kysy aina itseltäsi, että miksi olet mukana jossain hankkeessa ja mitä lisäarvoa voit tuoda.” Oma etu pitää hänen mukaansa unohtaa ja ajatella sen sijaan yhteisön parasta sekä sitä, kuinka voi olla kollegoille avuksi. Monet hänen kollegoistaan ovat kotoisin pärjäämiskulttuureista, joissa kilpailu on todella kovaa.

”Helposti siinä pehmeä suomalainen jää toiseksi.” Yhdysvaltalainen työkuulttuuri on osoittautunut kovinkin erilaiseksi. Työpaikat ovat hierarkkisempia, poliittisia ja päätökset tehdään keskustelemalla palaverissa. Hiljakseen ei voi istua, muuten jää ulkopuolelle. Yhdysvalloissa vaihdetaan nopeasti työpaikkaa, jos puolin tai toisin ei viihdytä. Siinä on Syrjäkarin mukaan amerikkalaisen kulttuurin vahvuus.

”Vaikka epäonnistuisi, ihmiset eivät katso pahalla. Silloin lähdetään etsimään uutta.” Myönteisyys ja kannustavuus on kaikkialla.

”Me suomalaiset olemme hieman sinisilmäisiä, kun uskomme amerikkalaisten kehuja. Ylisanojen tärkein tarkoitus on saada myönteinen vire päälle eikä sen enempää.” Amerikkalainen ajattelee, että jokaisesta kohtaamisesta pitää jäädä vastapuolelle parempi olo, kuin hänellä oli ennen tapaamista. Suomalaiselle tämä ajattelu on vierasta.

Miten Suomen tilannetta sitten voitaisiin parantaa?

”Suomi elää vientimarkkinoista, joten nuorten pitäisi lähteä maailmalle rohkeasti”, hän kannustaa.

”Oppiminen tapahtuu arjessa ja myynnin pelisäännöt sisäistää ainoastaan olemalla paikalla.” Maailmalle lähdössä on monia haasteita, mutta on yksi, josta ei Syrjäkarin mielestä tarvitse kantaa huolta; lapset sopeutuvat erittäin nopeasti. Usein ulkomaankomennuksille lähtö pohjustuu kahden vuoden suunnittelulla.

”Kannattaa elää missä on, eikä ajatella, että on paikalla väliaikaisesti. Se on tärkeää nopean verkottumisen ja viihtymisen kannalta.”

Miten Syrjäkari näkee Suomen nyt oltuaan poissa kotimaasta?

Hän kantaa huolta etenkin nuorisotyöttömyydestä ja ilmapiirin kannustavuudesta.

”Pitäisi olla enemmän matalasti palkittuja töitä, joiden kautta pääsee työelämään. Mikäli nuorella ei ole työpaikkaa ja uskoa menestymiseen, on yhteiskuntaa hankala kehittää ja pysäyttää velanotto.” Kovin erilaisia ovat maat. Suomessa tehdään itse ja Yhdysvalloissa käytetään kaikkeen apua.

”Ei täällä kukaan pese itse ikkunoita tai hoida omaa puutarhaa. Kulttuuri rakentuu siihen, että ostetaan palveluita.”

(Lähde: 25.11.2015 Kauppalehti)

AMERIKKALAINEN UNELMA ON TOTTA

Yhdysvaltain kulttuurin keskeisiä tekijöitä on amerikkalainen unelma. Uskomus, että jokainen yksilö voi rikastua kovalla työllä, on levinnyt laajalle. Näin on luotu pohja sekä korkealle työmoraalille että tuloksiin perustuvalla järjestelmällä.

Amerikkalaisen unelman seurauksena yhdysvaltalaiset tekevät pitkää päivää ja paljon ylityötä. Vastaavasti johdon ja alaisten välinen ero on selkeä. Vahvan työmoraalin lisäksi Amerikkalainen liiketoimintakulttuuri kannustaa aloitteellisuutta ja tavoitteisiin pääsemistä.

Yksilösuorituksissa arvostetaan henkilökohtaista pätevyyttä, ammattimaisuutta ja vastuun kantamista. Nämä arvot ovat johtaneet yrityskulttuuriin, missä esimieheltä kysytään neuvoa vain äärimmäisessä tarpeessa. Työ on tehtävä itsenäisesti.

Yhdysvaltain liiketoimintakulttuurin yksi ominaispiirteistä on etunimien käyttö ja vähäinen painotus asemalle ja käyntikortille. Amerikkalainen saattaa tunkea japanilaisen huolellisesti antaman käyntikortin takataskuunsa lukematta sitä. Tämä käytös ei ole kuitenkaan amerikkalaisen mielestä yhtään epäkunnioittavaa. Etunimien käyttö ja rento seurustelutyyli on hyvin tavana-omaista. Hiljaisuus koetaan kiusalliseksi ja välillä jopa epäkohteliaaksi.

(Lähde: 1.4.2015 TC World)

KUINKA AMERIKASSA KANNATTAA KOMMUNIKOIDA

Yhdysvalloissa liiketoiminnassa käytetään hyvin suoraa tyyliä. Kommunikaation päätarkoitus on vaihtaa tietoja, tosiasioita ja mielipiteitä. Tyypillisiin ilmaisuihin kuuluu *”let’s get to the point”* tai *”what is the bottom line”*. Pääpaino on ilmaisun sisällössä enemmän kuin tyyliässä, kuinka se sanotaan. Riitatilanteet käsitellään avoimesti ja suorasti. Täsmällisen amerikkalaisen kommunikaation tyylin mukaisesti siellä kyetään sanomaan ei epäröimättä. Vastaavasti on sallittua kritisoida toista julkisesti.

Tämä suora kommunikaation tyyli voi aiheuttaa ongelmia niiden kulttuurien kanssa, joissa liiketoiminta perustuu henkilökohtaisiin suhteisiin ja joissa ristiriidat käsitellään epäsuorasti ja missä kasvojen säilyttäminen on tärkeää.

Amerikassakin on kuitenkin aiheita, joista ei puhuta suoraan. Esimerkiksi yritysten liikevaihtoon ja kannattavuuteen liittyvät numerot eivät ole siellä samoin julkisia kuin vaikkapa Suomessa. Näistä asioista ei myöskään suoraan kysytä tai keskustella. Ulkomaalaisen kannattaa välttää Yhdysvaltojen politiikkaan liittyviä aiheita sekä uskonnollisia kysymyksiä.

(Lähde: 2.5.2015 TC World)

AIKA ON RAHAA

Yhdysvalloissa ajankäytöllä on yhtä suuri arvo kuin suhteiden luomisella monissa muissa kulttuureissa. Aika koetaan konkreettisena varallisuutena, mitä voidaan säästää, hukata, pelastaa, kuluttaa, sijoittaa ja tuhjata. *”Time is money”* tarkoittaa kirjaimellisesti että hukattu aika on hukattua rahaa.

Epätasällisyyttä pidetään törkeänä ja tapaamisiin ei koskaan saa mennä myöhässä. Myös keskeytykset ja häiriöt koetaan loukkaavina. Tapaamisen aikana ei saisi häiritä tapaamisen harmoniaa. Aikatauluista ja määräajoista pidetään tiukasti kiinni.

Neuvotteluissa suurin painoarvo on tehokkaassa asian esittämisessä, jotta aikaa ei mene hukkaan. Tämä voi välillä vaikuttaa kiirehtimiseltä muiden kulttuurien edustajien silmissä, vaikka tosiasiaa seurataan vain Yhdysvaltain liiketoimintakulttuurin perusarvoja. Amerikkalaisen bisneskumppanin hermot saa riekaleiksi paitsi myöhästymällä ilmoittamatta asiasta myös roikkuen ja lörpötellen tapaamisissa kuin leirinuotiolla.

Kun suomalainen on päässyt jenkin kanssa neuvottelupöytään, kynnyskysymys ei niinkään ole small talkin osaaminen, vaan asioiden tehokas eteenpäin vieni.

(Lähde: 2.5.2015 TC World)

TERVEHDYKSET JA ELEKIELI

Tavatessa puristetaan kättä reippaasti ja katsotaan suoraan silmiin. Amerikkalaiset eivät pidä heikosta tai liian pitkään kestävästä kädenpuristuksesta. Tervehtiminen suoritetaan seisaaltaan. Kättelemättä jättämistä pidetään hyvin epäkohteliaana.

Tervehdykset ovat tyyliiltään epävirallisia kuten *”Hi”*, *”How are you?”* tai *”Hi there”*. Esitetyt kysymykset ovat vain tervehdyksiä ja niihin vastataan lyhyesti *”Fine”* tai *”Great”* ilman mitään

tarkoitusta tai kiinnostusta kuulla todellisia kuulumisia. Uusi tuttavasi kysyy usein myös tarkasti nimesi ja painaa sen mieleensä – ja arvostaa, jos sinä teet samoin.

Pois lähtiessä amerikkalaisella on tapana sanoa *”I’ll give you a call.”*, *”Let’s get together sometime.”* tai *”Let’s grab some lunch.”* Näitä lauseita ei kannata ottaa kirjaimellisesti, sillä ne ovat vain hyvästelyjä ilman mitään aikomusta soittaa myöhemmin tai mennä lounaalle.

Amerikassa arvostetaan hymyilemistä. Totista ilmettä voidaan pitää jopa epäkohteliaana. On kohteliasta pitää puhuessa 1-1,5 m etäisyys kanssakumppaniin.

Pohjois-amerikkalainen vuorovaikutus on suomalaisesta näkökulmasta katsoen hyvin avointa. Jalkojen tai käsivarsien ristiin laittamista pidetään epäkohteliaana, koska se on puolustava asento ja silloin viestitään, että henkilö ei ole tilanteessa täysillä mukana.

Varovasti saunaan

Amerikassa jotkut kokevat koskettamisen luontevana. Toisin kuin esim. Etelä-Euroopassa, useimmat eivät kuitenkaan hyväksy ollenkaan, että heitä otetaan kiinni olkapäästä tai käsivarresta keskustelun aikana.

Saunan kanssa kannattaa olla aika varovainen amerikkalaisten kanssa. Useimmat amerikkalaiset eivät tunne oloaan luontevaksi alastomana muiden seurassa. Alastomana lauteille meno voi olla suorastaan painajainen, joten pukuhuoneeseen kannattaa varata uimahousut kaikille.

Eräs amerikkalainen liikemies kertoi ystävälleen liikematkastaan Suomessa: *”Työpäivän jälkeen mentiin miesporukalla pukuhuoneeseen ja kaikki alkoivat riisuuntua. Jaaha, ajattelin, että täällä maassa on tällaiset tavat ja olin varautunut siihen, että varmasti seuraavaksi tulee naisia. Mutta kaikki menivätkin kuumaan huoneeseen ja alkoivat heittää vettä kuumien kivien päälle. Melko omituista, mutta suomalaiset rakastavat tätä perinnettä ja kutsuvat sitä saunaksi.”*

PELKKÄ SMALL TALKIN OSAAMINEN EI RIITÄ YHDYSVALLOISSA

Yhdysvaltojen yrityskulttuuri on ainutlaatuinen monella tapaa. Seuraaviin kappaleisiin on kerätty muutamia havaintoja, jotka helpottavat liiketoiminnan tekemistä amerikkalaisten kanssa.

Kuten jo todettiin, amerikkalaiset arvostavat suoraa puhetta. Neuvottelussa on ok mennä suomalaiseseen tyyliin suoraan asiaan. Varaudu myös itse suoriin kysymyksiin, jotka voivat joskus tuntua henkilökohtaisiltakin. Vastaavasti voit esittää suoria kysymyksiä vastapuolelle. Amerikkalaiset osaavat kyllä sanoa ei, jos he eivät halua vastata. Silti keskustelu käydään kohteliaasti ja asiallisesti.

Arvostus ansaitaan huomiota herättävillä saavutuksilla, iällä ja taustalla ei ole niin suurta vaikutusta. Amerikkalainen yrityskulttuuri on hyvin samankaltainen kuin amerikkalainen urheilukulttuuri. Vain voittaja muistetaan. Vaatimattomuus ja joskus reiluuskin tulkitaan heikkoudeksi. Amerikkalaiset rakastavat parhaita.

Don’t take it personal

Luonnollisesti Yhdysvalloissa arvostetaan jämakkyyttä sekä yritteliäisyyttä. Käytössä on useasti niin sanottu *”business-first”* lähestymistapa, mikä tarkoittaa että henkilökohtaisilla suhteilla on hyvin pieni painoarvo päätöksiä tehdessä. Tästä johtuvat myös sanonnat *”Business is business”* tai *”it’s just business, it’s not personal”*.

Amerikassa arvostetaan myös sinnikkyyttä. Uutta asiakasta hankittaessa voi joutua ottamaan yhteyttä 10-15 kertaa ennen kuin asiakas suostuu vastaamaan ensimmäisen kerran.

Amerikkalainen tietää, että aika on rahaa. Kokoukseen pitää saapua vähintään 5 minuuttia ennen alkamisaikaa. Myöhästyminen ei ole hyväksyttävää, mutta jos näin sattuu käymään niin napakalla anteeksipyyntöillä voi pelastaa vielä jotakin.

Amerikassa ei lahjota

Pukukoodi vaihtelee hyvin paljon. New Yorkissa lakimies tulee kokoukseen 2000 dollarin räätälin tekemässä tummassa puvussa silkkisolmion kanssa. Kaliforniassa IT-alan yrittäjä voi tulla kokoukseen T-paita päällä ja jalassa shortsit. On hyvä selvittää etukäteen ko. osavaltion ja alan tyypillinen pukeutumistyyli.

Pohjois-Amerikassa ei yleensä anneta bisneslahjoja. Useiden yritysten sisäiset ohjeet kieltävät kokonaan lahjojen vastaanottamisen.

Useat amerikkalaiset eivät ole koskaan käyneet ulkomailla. Varaudu siihen, että kaikki asiat nähdään *"America is the best"*-näkökulmasta. Ei myöskään kannata loukkaantua siitä, että he eivät tiedä mitään Suomesta. Monet eivät tiedä edes Euroopasta juuri mitään.

Kun esittelet tuotettasi olet voittaja ja maailman paras. Amerikkalaiset rakastavat numeroita, joten tue esitystäsi laskelmilla ja diagrammeilla. Näin onnistut vakuuttamaan heitä paremmin.

Ja lopuksi: kun teet amerikkalaisen kanssa sopimuksen, lue se kokonaan – tai paremminkin anna juristisi lukea se huolella. Amerikassa sopimukseen kirjataan asioita paljon – ja niillä kaikilla voi olla sinulle vielä merkitystä.

3. MISTÄ OSAVALTIOSTA KANNATTAA ALOITTA?

AMERIKAN MYYTIT MURTUMASSA

Yhdysvaltojen valtavat markkinat tarjoavat suomalaisyrityksille merkittäviä liiketoimintamahdollisuuksia. Myynti markkinoiden vaikeudesta on murtunut yhä useamman suomalaisyrityksen käsissä.

Yhdysvallat on suurin yhtenäinen markkina-alue maailmassa, missä onnistuminen saattaa avata tien vieläkin laajemmille apajille. Vuoden 2015 alkupuoliskolla Yhdysvallat nousi Suomen kolmanneksi suurimmaksi vientimaaksi ohi Venäjän. Tavaraviennin arvo Amerikkaan oli puolen vuoden aikana 1,9 miljardia euroa, mikä oli jo noin kahdeksan prosenttia Suomen kokonaisviennistä. Kauppa Yhdysvaltojen kanssa on perinteisesti ollut ylijäämäistä. Palveluiden vientikohteena Yhdysvallat oli jo vuonna 2014 Ruotsin jälkeen toiseksi suurin markkina.

Yhdysvaltain markkinat ovat perinteisesti haastavat, mutta onnistumisen mahdollisuudet ovat suomalaisten ulottuvilla. Aktiivisesti Yhdysvaltojen markkinoille pyrkivien suomalaisten kasvuyritysten määrä on ilahduttavasti lisääntymässä. Suomalaisten startup-yritysten määrä on muutamassa vuodessa kasvanut Piilaaksossa yli 40:een, kun niitä vielä neljä vuotta sitten oli 12.

Erityisen runsaasti startup-yrityksiä on syntynyt juuri ICT-sektorille, mutta myös muilla aloilla kehitys vaikuttaa lupaavalta. – Amerikkalaiset kuluttajat ovat kokeilunhaluisia ja nopeita päätöksissään. Kilpailu on kovaa, ja maan tavat sekä osavaltioiden lainsäädäntö on tunnettava, mutta muuten Yhdysvaltojen markkinat eivät ole sen vaikeammat kuin muutkaan markkinat, vakuuttaa Suomen Yhdysvaltojen-suurlähettiläs Ritva Koukku-Ronde.

Menestykseen tarvitaan innovatiivinen liikeidea, mutta myös yrityksen liiketoimintamallin on oltava sopiva USA:n markkinoille: nopealiikkeisen toiminnan lisäksi arvooverkot ovat monimuotoisia. Presidentti Barack Obaman lanseeraama terveydenhuollon uudistus, niin sanottu ObamaCare, on osaltaan siivittänyt Yhdysvaltain terveydenhuollon markkinat lähes 10 prosentin kasvuvauhtiin. Suomalaisten ulottuvilla on konkreettisia liiketoimintamahdollisuuksia tälläkin saralla, esimerkiksi terveydenhuollon laitteissa ja lääketeollisuudessa.

Mikäli EU:n ja Yhdysvaltojen väliset kumppanuusneuvottelut johtavat sopimuksen syntymiseen, suomalaisille tarjoutuisi lisää merkittäviä hyötyjä USA:n julkisten hankintojen markkinoiden avautuessa. Piilaakson alueella Big Data ja mobiili-teknologia ovat edelleen nousussa ja näihin etsitään uusia ratkaisuja.

Suurlähetystön mukaan Piilaakson lisäksi kannattaa myös seurata erityisesti seuraavia kasvukeskuksia: **New York, Boston, Seattle, San Francisco, Austin, Houston, Dallas, Chicago, Minneapolis ja Atlanta.**

(Lähde: 19.12.2013 Kauppapolitiikka)

UUSIA TEKNOLOGIAKESKUKSIA NOUSEMASSA USA:AAN

Nykyinen teknologiaboomi on leviämässä Piilaaksoa paljon kauemmas. Vanhastaan tutut teknologiakeskukset kuten San Francisco, New York City ja Austin Teksasissa ovat saamassa kilpailijoita uusilta alueilta.

Omaha, Nebraska; Dallas, St Louis, Washington DC ja Miami vetävät puoleensa teknologian startup-yrityksiä yhä kiihtyvässä määrin. Osassa näistä kaupungeista on halvat elinkustannukset, joka vetää puoleensa uusia yrityksiä. Osassa kaupungeista sijaitsee suuria yrityksiä ja valtion virastoja, jotka tarvitsevat paljon taitavia ITC-osaajia.

Omaha, Nebraska

Kaupunki on kotipaikkana viidelle Fortune 500-yritykselle kuten Berkshire Hathaway, Conagra ja Union Pacific. Nämä ovat kaikki suuria yrityksiä, jotka tarvitsevat valtavan määrään teknologian huippuosaajia. Osittain näistä syistä Omaha arvioitiin parhaaksi kaupungiksi työskennellä teknologia-alalla.

Dallas, Texas

Dallas on suosittu kaupunki sekä teknologia-alan yrityksille että työntekijöille. Kaupunki on kotipaikka suurille yrityksille kuten Texas Instruments ja ATT. Samalla siitä on muodostunut vuoden 2008 laman jälkeen kiinnostava paikka alkaville yritykselle. Siellä on myyty yli 30 teknologia-alan yritystä vuoden 2012 jälkeen, mm pilvialan yritys SoftLayer, joka myytiin kahdella miljardilla dollarilla vuonna 2013.

St. Louis, Missouri

St. Louis (STL) on kasvanut teknologia-alan start up puolella nopeasti, minkä todistavat pääomasijoittajien dollarit. Vuonna 2014 STL oli Yhdysvaltojen nopeimmin kasvava alue teknologia-alan startupeille. Lokakuusta 2013 – lokakuuhun 2014, STL:n startup-rahoitus teknologiaan nousi 1221% vuodessa. Vuoden 2014 aikana pääomasijoittajat sijoittivat noin 70 miljoonaa dollaria.

Washington DC

USA:n pääkaupunki on yksi nopeimmin kasvavista markkinoista, kun puhutaan teknologia teollisuuden start upeista. Marraskuun 2013 – Lokakuu 2014 välillä tehtyjen teknologia sopimusten määrä kasvoi 65% aikaisempaan vuoteen nähden. Washingtonin huomattavimpiin aloittajiin kuuluvat mm. LivingSocial ja TrackMaven. Washington on myös USA:n yhdeksänneksi suurin teknologia-alan rahoituskaupunki 77 rahoitussopimuksellaan, arvoltaan 456 miljoonaa dollaria, heinä-syyskuun aikana 2014. Washington on USA:n toiseksi suurin teknologia-alan työllistävä kaupunki.

Miami

Miamin rannat hehkuvat kuumuuttaan, mutta myös kaupungin teknologia-ala on kuumentunut viimeisten vuosien aikana. Miamissa on tehty parikymmentä teknologia-alan yritysostoa 2012 jälkeen, joista suurin oli CO Internetin myynti Neustarille 109 miljoonalla. Vuonna 2014 Miamilaiset startup-yritykset keräsivät sijoituksia noin 50 miljoonaa.

Virtuaalisen todellisuuden start up Magic Leap, noin 50 kilometriä Miamin pohjoispuolella keräsi yhden Yhdysvaltojen suurimmista rahoituskerroksista viime vuonna. Yritys keräsi noin 540 miljoonaa suurilta pääomasijoitusyrittäjiltä kuten Andreessen Horowitz, Kleiner Perkins Caufield & Byers sekä Google Ventures.

“Yksi syy Miamin vahvaan kasvuun start up -yritysten sektorilla on sen monikansallinen populaatio.”- toteaa Matt Haggman, Miami program director for the Knight Foundation. “Ideat ja ihmiset ympäri maailmaa tapaavat Miamissa. Miamissa ovat kaikki sellaiset elementit, mitä startup -yritykset tarvitsevat. Tulokset puhuvat puolestaan.”

Viimeisen kahden vuoden aikana, Knight Foundation on investoinut yli 90% Miamin start up sektorilla. Yksi alan tärkeimmistä tapahtumista, eMerge Americas, on säätiön tukema teknologia-alan konferenssi, jonka tarkoituksena on tehdä Miamista yksi teknologia-alan keskittymistä sekä yhdistää alan johtajia ja sijoittajia Latinalaisen Amerikan suurten yritysjohtajien kanssa.

(Lähde: 2.1.2015 CNBC)

USA:N INNOVATIIVISIMPIEN OSAVALTIOIDEN RANKING YLLÄTTÄÄ

Bloombergin innovatiivisimpien osavaltioiden listalla voittoon – ohi Piilaakson – päätyi Massachusetts. Voiton taustalla oleva Bostonin alue on hyvä esimerkki siitä, kuinka paljon yliopistojen läsnäolo voi virkistää paikallisia markkinoita. Massachusetts jälkeen hyväksi kakkoseksi tuli Kalifornia jättäen Washingtonin, New Jersey ja Connecticutin seuraaville sijoille. Vähiten innovatiivisten osavaltioiden listaa johtaa Mississippin osavaltio, Länsi-Virginian ja Etelä-Dakotan ollessa seuraavina.

“Täällä on suuria maailmalla arvostettuja instituutioita, joilla on tärkeä rooli älykkäiden, ansiotuneiden ihmisten yhteenkeräämisessä. Tämä ruokkii innovatiivista ilmapiiriä,” kertoo Nariman Behraves, HIS Inc.:in pääekonomisti Lexingtonista, Massachusettsista.

The Massachusetts Institute of Technology, mistä Behraves aikoinaan itsekkin valmistui, on yksi näistä arvostetuista oppilaitoksista. Pelkästään MIT:stä valmistuneet ovat tuottaneet yli 400 startup-yritystä kahden viimeisen vuosikymmenen aikana. Joukkoon kuuluu mm. Maringhamilainen Bose Corp, minkä ympärille on rakentunut yritysklusteri, joka houkuttelee ympärilleen toimijoita, jotka arvostavat vahvaa yrityskulttuuria. Kasvusta on seurannut lisää kasvua – lisää työpaikkoja ja lisää markkinoita.

“Innovaatiot johtavat yleensäkin paitsi työllisyyden kasvuun myös vaativien, arvostettujen työpaikkojen syntymiseen.” Behraves jatkaa.

“Lisääntyneet teknologia-alaan liittyvät työmahdollisuudet tuovat mukanaan muutakin kasvua. Tarvitaan partureita, pilvenpiirtäjiä ja kaikkea mahdollista – joten innovatiivisuudella on yhteys myös talouden muihin tekijöihin.” Massachusetts onnistui päihittämään Kalifornian 0.03 pisteellä ehkä osaksi siksi, että mittarina toimi high tech -yritysten lukumäärä eikä näiden tuottama liikevaihto. Tämän pisteytystavan johdosta maailman arvostetuin yhtiö, Apple Inc, ei kyennyt nostamaan osavaltiotaan innovaatiolistan kärkipaikalle.

Sen sijaan Pohjois-Dakota – joka jäi vertailussa sijalle 40 – havainnollistaa, mitä tapahtuu kun talouskasvu on keskittynyt vain yhteen teollisuudenalaan. “Öljyn hinnan romahtaminen on heikentänyt osavaltiota ja happamoittanut liiketoimintaympäristöä”, Behravesh kertoi. Kuitenkaan, listan heikoimpiakaan osavaltioita ei voi tuomita ikuisesti heikkoon kasvuun tai alaviereiseen talouteen.

Osavaltioiden hallinnolla on mahdollisuus vaikuttaa siihen, miten houkuttelevana niitä pidetään tutkimuksen ja tuotekehityksen osalta. Osavaltioissa voitaisiin huolellisesti pohtia, missä he ehkä ovat hieman muita edellä ja sitten panostaa tähän alueeseen esim. muodostamalla yliopistojen ympärille yritysklustereita. Behravesh toteaa, että myös tutkimukseen ja tuotekehittelyyn kohdistuvilla verotuskäytännöillä on mahdollista vaikuttaa asiaan.

Bloombergin US Innovaatioindeksi arvioi kaikki 50 osavaltiota asteikolla nolasta sataan kuuden tasavahvasti painotetun mittarin perusteella. Mittauksen kohteena olivat: tutkimus- ja tuotekehitysintensiivisyys, tuottavuus, korkean teknologian esiintyvyys, tiede- ja teknologia-ammattilaisten työllistyminen, teknisten alojen tutkimuksen suorittaneiden määrä sekä patentointiaktiivisuus.

Yhdysvaltain innovatiivisimpien osavaltioiden Top 5 oli seuraava:

1. Massachusetts 93.33
2. Kalifornia 93.30
3. Washington 90.40
4. New Jersey 80.42
5. Connecticut 77.18

(Lähde: 7.1.2016 Bloomberg)

MISTÄ RAUTAKOURAN KANNATTAA AMERIKASSA ALOITTA?

Useampikin metallialalla toimiva suomalaisyritys on tehnyt Yhdysvalloissa merkittävää liikevaihtoa. Suomalaista alan osaamista arvostetaan Amerikassa. Varsinkin, jos rautaan on vielä yhdistetty uutta teknologiaa.

Nyt kun valuuttakurssit ovat eurooppalaisille erityisen suosiolliset, suomalaisten rautakourien aikaansaannoksille on Amerikassa vahva kysyntä mm. Indianassa, Wisconsinissa ja Kentuckyssä.

Indiana on erikoistunut moottorilla kulkevien ajoneuvojen valmistukseen sekä kemian teollisuuteen. Se on Yhdysvaltojen johtava valmistavan teollisuuden osavaltio, jonka tuotannon arvo on vuositasolla yli 80 miljardia dollaria. Osavaltion työpaikkojen määrän kasvu on ollut useana vuonna kovempaa kuin missään muualla.

Wisconsin on johtava osavaltio paperinvalmistuksessa ja merkittävä tekijä mm. puu- ja metsäalan tuotannossa. Vuonna 2012 se oli Yhdysvaltain ykkönen kestokulutustavaroiden valmistuksessa.

Kentucky on mm. General Electrics –jättiyrityksen hurjassa kasvussa olevan Appliance Parkin sijaintipaikka. Osavaltio on erikoistunut elektronisten laitteiden valmistukseen sekä kodinkoneiden ja komponenttien valmistukseen.

MIHIN OSAVALTIOON KANNATTAA PERUSTAA TYTÄRYHTIÖ?

Elinkustannuksiltaan USA:n kalleimmat osavaltiot tai kaupungit

Listassa on mainittu paikkakunnan jälkeen mediaanihinta asunnolle, mediaanihinta vuokralle /kk, pienen asunnon kulut energialle ja puhtaalle vedelle kuukautta kohden.

1. Hawaiji,	525 000\$	2000\$	325\$
2. Washington DC,	517 000\$	asuntomarkkinat kuumana, nousua + 10% alle 2000\$	160\$
3. NYC,	525 000\$	asuntomarkkinat kuumana, nousua +8,5% 4000\$	160\$
4. Alaska,	250 000\$		
5. New Jersey,	275 000\$	1800\$	
6. Kalifornia,	425 000\$	1900\$	
7. Connecticut,	275 000\$	1500\$,	150\$

Elinkustannusten korkea taso heijastuu myös palkkoihin ja asiantuntijoiden veloituksiin eli liiketoiminnan pyörittäminen on kalliimpaa yllä olevilla alueilla.

Halvimmat osavaltiot

Osavaltiot ovat ilman tärkeysjärjestystä. Texas, Arkansas, Idaho, Iowa, Oklahoma, Tennessee, Kansas.

Suotuisat säännöt yritysverotukselle

Esimerkkinä voidaan mainita Delaware, Iowa ja Nevada. Yritys voi toimia missä osavaltiossa tahansa, vaikka se on rekisteröity yhteen em. osavaltioon.

Sijainti markkinoiden keskellä

Sijaintipaikka riippuu täysin, missä liiketoiminnassa yritys on mukana. NYC on rahoituskeskus. Iowan Des Moines on vakuutusalan keskus. Kalifornia on ICT-keskus. Houston on öljykeskus jne.

Hyvät lentoyhteydet

Ohessa 10 vilkkainta lentokenttää: Atlanta, Chicago, Los Angeles, Dallas, Denver, New York, San Francisco, Las Vegas, Phoenix, Houston

Riskit

Eri osavaltioissa löytyy erilaisia säädöksiä, jotka voivat luoda merkittäviä riskejä. Esim. New Yorkissa, jos omistaa yli 10% yrityksen osakkeista, osakkeenomistaja vastaa henkilökohtaisesti maksamattomista palkoista.

Osavaltion valinta

Jotta voit Yhdysvaltoihin mennessäsi huomioida kaikki yrityksellesi merkitykselliset seikat oikean osavaltion valinnassa, kannattaa ehdottomasti käyttää USA:ssa toimivien asiantuntijoiden apua.

(Lähde: 10.9.2014 MERRIC, 10.9.2014 AboutTravel)

4. KUINKA SAAN ENSIMMÄISET ASIAKASKONTAKTIT?

ASIAKASTAPAAMISTEN SOPIMINEN YHDYSVALTOIHIN HAASTAVAA MUTTA EI MAHDOTONTA

Monelle suomalaisyritykselle yksi Yhdysvaltain markkinoiden haastavimpia, mutta samalla tärkeimpiä virstanpylväitä on ensimmäisten tapaamisten sopiminen sikäläisten asiakkaiden, jälleenmyyjien tai yhteistyötahojen kanssa.

Ennestään tuntemattomalle soittaminen ei ole Euroopassakaan aina helppoa, mutta kiireistä amerikkalaisjohtajaa tavoiteltaessa vaikeuskerroin nousee entisestään. Usein kuulee arvioitavan, että Yhdysvaltoihin asiakastapaamisten sopiminen on vähintään viisi kertaa vaikeampaa kuin Euroopassa.

Jotta tapaamisen sopiminen merkittävän amerikkalaisyrittäjän kanssa onnistuu ja tuottaa tuloa, tulee soittajan vähintäänkin **a)** tietää tarkasti kohderyhmänsä ja se ketä pitää tavoittaa; **b)** puhua sujuvaa amerikanenglantia ja **c)** pystyä herättämään potentiaalisen asiakkaan tai yhteistyötahon kiinnostus jo ensi lauseissa. Amerikkalainen bisnesjohtaja ei jaarittelua kauaa kuuntele eikä liiemmin ole kiinnostunut asioimaan epäselvästi artikuloivien muukalaisten kanssa.

Nykyään löytyy hyviä palveluntarjoajia, jotka toimivat Suomessa ja kykenevät selvittämään perusteellisesti tarpeesi ja kirkastamaan, minkälainen jälleenmyyjä sopii parhaiten yrityksellesi ja tuotteellesi. Joillakin palveluntarjoajilla on jopa jenkeistä koostuva soittotiimi, joka toimii Yhdysvalloissa ja pystyy helposti järjestämään suomalaiselle yritykselle ensimmäiset asiakastapaamiset.

AIDOT JENKIT TUOVAT VOIMAA ASIAKASTAPAAMISIIN JA MESSUILLE

Mikäli et kykene tunnistamaan, minkälainen yritys sopisi tuotteittesi jälleenmyyjäksi, niin silloin kannattaa mennä messuille. Yhdysvalloissa on tuhansia messuja, joten kannattaa paneutua huolellisesti messujen valintaan. Yhdysvalloissa kaikki liiketoiminta on hyvin erikoistunutta, sama koskee messuja. Juuri täsmävalitulla messulla on ratkaiseva merkitys yrityksesi menestyksen ensi askeliin Yhdysvalloissa. Mikäli tuntuu vaikealta löytää sopivia messuja, kannattaa ottaa yhteyttä kokeneisiin asiantuntijoihin, jotka toimivat Yhdysvalloissa. Messuilla on usein mahdollista saada 100 – 200 hyödynnettävissä olevaa kontaktia, jos osaa toimia oikeilla voimavaroilla ja tehdä asiat oikealla tavalla.

Yhdysvaltain markkinoille on takavuosina mennyt muutamia suomalaisyrityksiä pelkällä rallienglannilla. Onpa muutama melkein kielitaidotonkin fennomaani onnistunut patentoimaan ja kaupallistamaan tuotteensa Amerikassa.

Lähtökohtana USA:n markkinoilla voi kuitenkin pitää sitä, että mieluiten amerikkalainen tekee kauppaa toisen amerikkalaisen kanssa ja yleensä amerikkalaisen liikemiehen kanssa pärjää parhaiten toinen amerikkalainen liikemies. Vähintäänkin sujuvaa amerikanenglantia liikekumppanilta nykyään odotetaan ja amerikkalaisen bisneskulttuurin tavat ovat eduksi nekin.

Eurooppalaiset yritykset ovatkin esim. messuilla yhä enemmän alkaneet käyttää messuesittelijöinä aitoja jenkkejä. Market entry –palveluihin erikoistuneet yritykset tarjoavat tällaisia palveluja.

5. IT'S NOT PERSONAL, IT'S BUSINESS

NEUVOTTELUT JA SOPIMUKSET YHDYSVALLOISSA

Yhdysvaltalainen neuvottelutyylillä on suoraviivainen, tehokas ja suoraan asioihin painottuva. Kaikki erimielisyydet haastetaan heti suoraan keskusteluun tai väittelyyn, lainkaan välittämättä tilanteen mahdollisista vaikutuksista henkilöiden välisiin suhteisiin.

Painotus on asioissa, sopimuksen tekstissä, ei tunnelmassa tai tunteissa. Amerikkalaiset eivät pidä tarpeellisena saada ensin kunnan kontaktia neuvottelukumppaniin ennen sopimusneuvottelua. Jotkut jopa pitävät tällaista ihmiskeskeistä neuvottelutyylillä epäammattillisena.

Sopimustekstin jokaisesta sanasta taistellaan, vaikka se olisi vähämerkityksellinen. Voittamisen kulttuuri tulee hyvin esille neuvottelutilanteissa. Suomessa hyvin toimiva reiluu ja joustavuus koetaan heikkoudeksi, mikä pikemminkin vaikuttaa vastapuolen vaatimusten lisääntymiseen.

Amerikkalainen asioihin keskittyvä, nopeasti etenevä, allekirjoitettuun sopimukseen tähtäävä neuvottelutyylillä saattaa olla järkytys suomalaiselle, jos on enimmäkseen neuvotellut skandinaavisissa yrityskulttuurissa, missä neuvottelun keskipisteenä on harmonia ja hyvät välit neuvottelijoiden kesken.

Useasti amerikkalaiset avaavat neuvottelun epärealistisilla vaatimuksilla, joita sitten voidaan muuttaa alaspäin keskustelun edetessä. Se sopimusosapuoli, joka tulee ensimmäiseksi alas vaatimuksistaan, joutuu yleensä liikkumaan enemmän. Amerikkalaiset ymmärtävät erittäin hyvin, kummalla osapuolella on vahvempi neuvotteluasema. Vahvaa asemaa käytetään voimakkaasti hyväksi.

Riitatilanteissa tulkitaan sanatarkasti allekirjoitetun sopimuksen tekstiä, joten kannattaa olla tarkkana. Jokainen lause sopimuksessa on ymmärrettävä, koska amerikkalaiset toimeenpanevat sopimuksen koko tekstin lainkaan välittämättä siitä, mikä on ollut sopimuksen alkuperäinen tarkoitus tai henki.

Luotettavan ja taitavan amerikkalaisen juristin käyttö sopimusten laadinnassa ja sopimusneuvotteluissa on erittäin tärkeää. Yhdysvalloissa ei saa koskaan allekirjoittaa mitään ilman paikallisen, ko. alaan erikoistuneen juristin tarkastusta.

Lainsäädäntö Yhdysvalloissa on erittäin kehittynyttä. Useimmille menettelytavoille tai käytännöille löytyy ohjeet tai säännöt, osavaltion tai liittovaltion laki, jota amerikkalaisen sopimus Kumppanin täytyy noudattaa liiketoimintaa tehdessä. Näistä säännöistä kuuluu myös suomalaisen sopimus Kumppanin pitää kiinni.

6. YHDYSVALTOJEN MARKKINOIDEN UUSIA TRENDEJÄ

DESIGN-KUNTOILUVAATTEILLA KASVAVA TRENDI AMERIKASSA

Äärimmilleen erikoistumalla pärjää Amerikassa. Hyvä esimerkki tästä on voimakkaasti kasvava design-kuntoiluvaatteiden markkinat, joita muutama vuosi sitten ei ollut edes olemassa. Kuntosalilla ja kuntosalin ulkopuolella pidettävien asujen kysyntä on kovassa nousussa. Urheiluvaatteiden merkeistä on tullut statussymboleita samoin kuin minkä tahansa kalliin suunnittelijan luoma vaatetus on ollut tähän asti.

Suuressa suosiossa olevat Lululemonin premium jooga-housut maksavat helposti 80-200 dollarin välillä. Taistelu brändien kesken tässä markkinasegmentissä alkaa sellaisilla merkeillä kuin Outdoor Voices, Michi, ja Vie Active, jotka ovat tuuppimassa kooltaan ylivoimaisia Nikea, Under Armouria ja Adidasta.

Naisille, jotka etsivät hyllyistä kalliimpia, korkealuokkaisia urheiluvaatteita, tarjontaa ei ole vielä paljoa. Luksusostajan ei tarvitse kuitenkaan huolestua, sillä tilanne on muuttumassa nopeasti. Uudet todellista luksusta sisältävät brändit ovat ilmestyneet markkinoille vaivihkaan toivoen, että varakkaat ostajat ovat halukkaita uhraamaan 300, 400 dollaria tai jopa enemmän housuista, jotka hieman joustavat.

Ajatelkaa tällä tavalla: Jos on luksusostaja, joka ostaa 1500 dollarilla kuuluisan suunnittelijan suunnitteleman mekon, ja joka maksaa 250 dollaria kuukaudessa Equinox kuntoklubin jäsenyydestä, kantaa 4000 dollarin Chanelin laukkua, niin miksi hän ei maksaisi yli sataa dollaria saadakseen leggingsit, joita voi pitää kuntosalilla, asioilla sekä viikonloppuna?

”Osa tulevista uusista urheiluvaatteiden brändeistä antaa kokonaan uuden statuksen, jota ei ole ennen tässä liiketoiminnassa nähty” sanoo Roseanne Morrison, muotijohtaja trendi-älykkyyteen erikoistuneessa yrityksessä nimeltä Doneger Group.

Todellakin, USA:n urheiluvaatteiden myynti on noussut 9% vuoden 2015 ensimmäisen neljänneksen aikana verrattuna viime vuoden vastaavaan aikaan. Koko markkina on tällä hetkellä noin 35 miljardia dollarin luokkaa.

(Lähde: 13.5.2015 Bloomberg)

ENERGIA EI OLE KOSKAAN OLLUT NÄIN KUUMANA SITTEEN TULEN KEKSIMISEN

Vallankumous on vasta alkamassa. Energiabisneksessä on yksi kuningas. Öljy. Mikään energia-alalla ei kykene kilpailemaan öljyn kanssa kun puhutaan hintavaihteluista, geopoliittisesta draamasta tai pelkämästä hyödyllisyydestä.

Entäs sitten tulevaisuus? Mitkä ovat tärkeimmät energia-alan muutostekijät? No tietysti kaikki muu; kaasu, hiili, aurinko, tuulivoima, akut, jopa autot. Kaikki energia-alalla taistelevat itsensä puolesta syöden toistensa markkinoita. Taistelun suurin häviö on hiili. Tähän ovat pitkälti vaikuttaneet suuret pankit vetäytymisellään uusien hiilivoimalaitosten rahoituksesta. Viimeksi näin teki Citigroup. Myös uudet lait, esimerkkinä Presidentti Obaman Clean Power Plan, sitouttavat vähemmän saastuttaviin polttoaineisiin. Kansainväliset ilmastoliikkeet yrittävät nollata hiilidioksidipäästöjä tulevina vuosikymmeninä. Hiiliteollisuuden odotetaan näkevän suurin kulutuspuodos ikinä.

Hiiliteollisuuden kärsimys on selvää, mutta sen lomasta on vaikea nähdä, mistä tulee voittaja. On helpompi todeta, mikä ei tule voittamaan. Ydinvoima. Oikeastaan ydinvoima junnaa paikallaan hyötyen matala-hiili -statuksestaan, mutta kärsien suurista kuluistaan sekä useimpien ihmisten vastahakoisuudesta saada uusi ydinvoimala lähipiiriinsä.

Luonnonkaasu on hiilentappaja halvemman hintansa takia. Yhdysvaltain omavaraisuus kaasuvoimassa pitää maailman markkinat täytettynä aina 2020 asti. Matalat hinnat ovat erinomaisen ase tuhot kilpailijat, vaikka sijoittajat siinä vähän siipeensä ottaisivatkin.

Uusiutuvat energialähteet eivät enää ole ”vaihtoehtoista energiaa”. Aurinkovoima kilpailee fossiilisähköä vastaan vuosi vuodelta enemmän ja enemmän, yhä useammassa paikoissa. Seuraa Kiinaa, Intiaa ja Chileä vuonna 2016. Auringon globaali kysyntä saavuttaa uuden katon tänä vuonna, ja aurinko sattuu olemaan se energiavaihtoehto, mitä kaikki osapuolet Yhdysvalloissa rakastavat. Se lämmittää niin liberaaleja kuin vapaakauppa-konservatiivejakin. Tuulivoima on halvempaa kuin hiilivoima sekä Saksassa että Iso-Britanniassa. Tämä voi johtaa kaikkien hiilivoimaloiden sulkemiseen vuoteen 2023 mennessä.

Tämä tuokin meidät takaisin öljyyn. Sen hinnat saattavat pysyä alhaisina, kiitos Yhdysvaltain sinnikkään tuotannon, Iranin uusioviennin ja Saudi-Arabian strategian myydä öljyä millä hinnalla tahansa pitääkseen markkinaosuutensa. Yksi hauska yksityiskohta öljystä on, että se ei itse asiassa niinkään kilpaile minkään muun varsinaisen energialähteen kanssa, vaan dominoi autojen, laivojen sekä lentokoneiden energiana. Muut energiavaihtoehdot tuottavat sähköä.

Todellinen arpa öljytaistelun kannalta heitetäänkin pian. Kuinka nopeasti autot käyttävät bensa sijaan sähköä? Jos sähköautot yhdistävät sähköntuotannon ja kuljettamisen, niin...

(Lähde: 11.12.2015 Bloomberg)

VERKKOKAUPPA PÄIHITTI KIVIJALKAKAUPAT BLACK FRIDAY -SESONKINA

Samaan aikaan, kun Black Friday on alkanut saada Suomessa jalansijaa, katse Amerikassa suunnataan nyt jo kohti Cyber Mondayta ja verkkokaupan tarjoamia mahdollisuuksia.

Marraskuun loppuun ajoittuneen Kiitospäivän jälkeisen Black Fridayn ja sitä seuraavan viikonlopun aikana Amerikassa asioi vuonna 2015 ensi kertaa useampi kuluttaja verkkokaupoissa kuin kivijalkamyymälöissä. Monet ostoksiaan tekevät sanoivat ruuhkille ja jonotuksille ”ei kiitos” ja yhä useammat haluavat tehdä ostoksensa perinteisen kivijalkashoppaamisen sijasta verkossa.

Black Friday, sitä seuraava viikonloppu ja Cyber Monday muodostivat yhdessä neljän vuorokauden mittaisen shoppailuallan. Mielipidetiedusteluiden pohjalta arvioitiin yhteensä yli 103 miljoonan ihmisen tehneen online-ostoksia torstain ja sunnuntain välisenä aikana. Samana aikana yhteensä 102 miljoonaa kuluttajaa kävi perinteisessä kivijalkakaupassa. National Retail Federationin (NRF) kysely perustui reilun neljäntuhannen henkilön otantaan. Kuluva vuosi on ensimmäinen, jolloin NRF tutki näin kattavasti tavallisen kivijalkashoppailun lisäksi myös ostajien online-käyttämistä Black Friday-sesongin ympärillä. Pelkästään Cyber Mondayn lukuja verrattaessa online ostaminen oli vuonna 2014 hieman vilkkaampaa kuin tänä vuonna.

Online-ostamisen kasvutrendi on kuitenkin selkeästi havaittavissa. Kaupantekko on siirtymässä verkkoon. Tieto online-kaupan noususta on sitä harjoittaville vähittäiskauppiaille tärkeä taustatieto myös joulukaupan osalta.

Traci Gregorskin, vähittäiskauppiaita hinnoittelussa ja mainosstrategioissa auttavan MarketTrack:n varatoimitusjohtajan mukaan kyselyt kertovat markkinoiden muutoksesta ja siitä, että koteihin kannetut printtimainokset eivät enää toimi. Syynä lisääntyneeseen internet-shoppailuun on todennäköisesti kuluttajien kasvava mukavuudenhalu. Kaikki eivät enää halua väkeä kuhiseviin kauppoihin ja suurten ihmismassojen keskelle edes vuoden suurimman ostosjuhlan aikaan.

(Lähde: 30.11.2015 USA Today)

USA:N TOP VIISI LAITETRENDIÄ VUODELLE 2016

Alkuvuoden suur tapahtuma, Consumer Electronics Show (CES) tarjoaa näkymää tulevaisuuteen. Suurimmalle osalle tapahtumassa esillä olleesta teknologiasta voi kestää vielä vuosikymmen ennen kun pääsemme niistä nauttimaan. Mutta kaikki innovaatiot eivät vaadi kymmentä vuotta, muutamat eivät vuottakaan...

Seuraavassa pieni katsaus 2016 ”tech toys”- valikoimasta.

Garmin Varia Rearview Bike Radar

CES:n innovaatiopalkinnon voittaja, Varia Rearview -tutka Garminilta kohentaa pyöräilijöiden tieturvallisuutta auttaen heitä huomaamaan takaa tulevat ajoneuvot jopa 150 metriin päältä. Laite näyttää tiedot pyörän kahvaan kiinnitetyllä näytöllä. Maailman ensimmäiseksi polkupyöräilijöiden tutkaksikin luonnehdittu Varia on saatavilla jo nyt alle 200 dollarin hintaan.

Chevy Bolt EV

Maailman ensiesittely tapahtuikin ennakkotiedoista poiketen CES:eillä Detroitin kuuluisan Auto Show:n sijasta, Vuoden 2017 Chevrolet Bolt EV on sähköauto yli 300 kilometrin käyttökapasiteetilla latausten välissä. Auton saa Yhdysvalloissa käyttöönsä noin 30 000 dollarin hinnalla.

UA HealthBox

Under Armour ja HTC liittyivät luodakseen UA HealthBoxin, ymmärtävän, integroidun terveydenseurantajärjestelmän, joka seuraa ja mittaa aktiivisuutta, kuntoa, unta ja ravintoa. Keksinä tuli saataville tammikuussa 2016. Healthbox- pakettiin kuuluu UA-rannekkeen lisäksi sykemittari sekä älyvaaka. Painon lisäksi myös kehon rasvaprosentti näkyy. Koko paketti yhdistyy langattomasti UA Record -sovellukseen, joka on saatavissa sekä Androidille että iOS:lle.

iNail Printer

3D tulostimet ovat jo menneen talven lumia. Entäs kynsidesignien tulostaminen suoraan kynsiin? iNail Printer on tarkoitettu enemmän ammattilaisille kuin kotikäyttöön ja hintakin on sen mukainen, 2800 dollaria. Kyseisellä tulostimella on mahdollista tulostaa kahdeksassa sekunnissa kuvio asiakkaan kynseen. Valintoja voi tehdä sadoista eri designeista tai sitten luoda omansa.

LEGO WeDo 2.0

Legon uusi tuotepaketti opettaa lapset koodaamaan ja rakentamaan. Tämä onnistuu seuraavan sukupolven S.T.E.M tarjonnan avulla. Lähinnä opettajille ja ohjaajille kehitetty WeDo 2.0 koostuu 280 LEGO palasta ja moottoriin kiinnitetystä Bluetooth-hubista. Kojetta ohjataan liike- ja kallistussensoreilla sekä drag-and-drop software liitännästä. Paketti toimii PC, Mac, Ipad, Android tableteilla sekä puhelimilla.

(Lähde: 10.1.2016 USA Today)

UBER-ILMIÖ TEKEE TULOAN KULJETUSALALLE

Useat kasvuyritykset Yhdysvalloissa kehittävät parhaillaan kyytipalvelu Uberin kaltaisia palveluita kuljetusalalle, Wall Street Journal kertoo.

Eri yritysten perusideana on yhdistää kuljetusta tarvitseva yritys ja esimerkiksi kuorma-auto käyttämällä kuljettajan älypuhelin. Ajatuksena on korvata kuljetusten välittäjä sovelluksella hieman samaan tapaan kuin kyytipalvelu Uber yhdistää suoraan kyydin tarvitsijan ja auton kuljettajan.

Yhdysvalloissa kuljetusala on pirstoutunut. Sekä kuljetusyrittäjät että tavarantoimittajat luottavat kolmannen osapuolen välittäjäpalveluihin saadakseen tavarankuljetusta.

Kuljetusalan liikevaihto on Yhdysvalloissa noin 700 miljardia dollaria. Yksi muutosta ajavista kasvuyrityksistä, Trucker Path, aikoo pyrkiä miljardin kokoluokkaan ensi vuonna.

Tuorein tulokas on Convoy, joka kertoi äskettäin saaneensa 2,5 miljoonan kasvurahoitusta. Siihen ovat sijoittaneet muun muassa Amazonin perustaja Jeff Bezos ja eBayn perustaja Pierre Omidyar. Muita kasvuyrityksiä ovat ainakin KeyChain Logistics, Cargomatic ja Transfix.

Murroksen tiellä on yhä useita esteitä. Moni yritys hakee kuljetuspalveluilta ennen kaikkea luotettavuutta, joten uusi teknologia pelottaa. Pelkoa on ilmassa myös amerikkalaisilla rekkakuskeilla, joista moni karttaa uutta teknologiaa.

(Lähde: 27.10.2015 Talousanomati - Wall Street Journal)

MITÄ HYÖDYMME TEOLLISESTA INTERNETISTÄ?

Taannoisia CES-messuja oli vaikea kävellä läpi kuulematta tai vahingossa törmäämättä tuotteisiin, mitkä ovat jollain tavalla liitännäisiä teolliseen internetiin, tai ainakin siihen liittyvän teknologiasektorin kömpelöön tapaan selittää, miten kaikki laitteet ovat yhteydessä toisiinsa.

Teemaan liittyy verkkoon kytketyt kodinkoneet, autot, puettava teknologia, älyfitness, turvakamerajärjestelmät, älytelevisiot, älyvaatteet ja älykaupungit – unohtamatta kaiken edellä mainitun päälle liitettynä palveluita. Jääkaappisi on älykäs, sänkyysi on älykäs, jopa naisen rintaliivit ovat älykkäitä. Onko jotain unohtunut?

Teollinen internet edustaa aitoa trendiä, mutta hype sen ympärillä ajaa ylikierroksilla.

Silti, jos et vielä elä kytketyneiden laitteiden maailmassa, on mahdollista että pienen ajan sisällä tilanteesi muuttuu. Sensoreita upotetaan joka paikkaan. Pilvestä on tulossa järkyttävien datamäärien koti. Kaiken tämän oletetaan olevan matka hyvää kohti, vaikka ei voida unohtaa mahdollisia tietoturvaongelmia. Ei todellakaan helppoa.

CES messuilta esitetyt viisi avainta auttavat ymmärtämään teollista internetiä sekä sen vaikutusta sinuun, yhteiskuntaan ja liiketoimintaan.

Markkinat ovat todella suuret.

Ennusteiden mukaan (Gartner) vuonna 2016 tulee olemaan käytössä jopa 6,5 miljardia verkkoon kytkettyä asiaa, mikä tarkoittaa 30 prosentin nousua vuodesta 2015. Vuoteen 2020 mennessä liikutaan yli 20 miljardin tasolla.

McKinsey arvioi teollisen internetin tuottaman potentiaalisen taloudellisen vaikutuksen huijaan 11.1 triljoonaan USA:n dollariin vuoteen 2025 mennessä. *“Näistä laitteista on tulossa suuri, suuri taloudellinen ilmiö.”* Kertoo Intelin teollisen internetin strategi, Bridget Karlin.

Turvallisuus ja hinnat vetävät kuluttajia.

“Näemme ihmisten aloittavan teollisen internetin hankinnan aika ennalta arvattavasti. Kodin seuranta ja monitorointijärjestelmät, turvallisuus yleensäkin tulevat takaamaan kotirauhan.” Kertoo Alex Hawkinson, SmartThingsin toimitusjohtaja. Samsung osti SmartThingsin vuonna 2014 kahdellasadalla miljoonalla dollarilla, Hawkinsonin mukaan on olemassa useita esimerkkejä, missä teollisen internetin laitteet voivat auttaa ihmisiä alentamaan energiakustannuksiaan. Sillä on myös suuri vaikutus terveydenhoitoon, etenkin kaukaa tapahtuvassa vanhustenhoidossa.

Viihde tulee myös olemaan keskeisessä asemassa. Samsung ilmoitti kaikkien 2016 TV-malliensa olevan kytkettynä SmartThings-alustaan mahdollistaen sen, että käyttäjät voivat kontrolloida tiettyjä TV-toimintoja SmartThings mobiilisovelluksen kautta samaan aikaan kuin Samsungin viimeisin premium luokan SUHD TV toimii SmartThingsin teollisen internetin hubina.

SmartThingsillä voi myös käyttää Samsungin uutta Family Hub -jääkaappia sekä digitaalisia pesukoneita, uuneja, ilmastointilaitteita sekä robottipölynimureita, näitä kaikkia voi siis nyt ohjata älypuhelinsovelluksen kautta.

Enää ei tarvitse tyytyä yhteen brändiin.

Jo olemassa olevien teollisuuden alan standardien ulkopuolella on edelleen paljon tekijöitä. Kuitenkin, eräs CES puuttuva suuri nimi, Apple, kehittää myös omaa kodin HomeKit -automaatiojärjestelmäänsä.

Samsung SDS:n toimitusjohtaja Won-Pyo Hong mukaan avoimuus, interoperoitavuus sekä moni-toimialainen yhteistyö toimivat parhaiten. *“Teemme tekniset speksit täysin avoimeksi kaikille teollisuudenalan partnereille.”*

Kuluttajien uusi ohjenuora.

Vähittäiskauppajätti Target avasi *“Avoimen Talon”*, vähittäiskauppatilan San Franciscossa viime vuonna kouluttaakseen ja dismystifoidakseen kuluttajien teollista internetiä. Kokonaisuuteen kuului esimerkki kodista, missä kaikki laitteet ovat asennettu oikeaan kontekstiin.

“Fokus ei ole pelkästään kuluttajatuotteissa, vaan myös muita palveluja sekä alustoja on käytetty.” kertoo Casey Carl, Targetin strategia- ja innovaatiojohtaja.

Panasonic työskentelee Xcel Energyn kanssa pilottiohjelmassa, minkä tarkoituksena on sijoittaa ohjelmistoja yli 2000 kotiin Yhdysvalloissa, jotta se kykenee aistimaan miten ihmiset kuluttavat energiansa.

“Tänään saadessasi sähkölaskun saatat miettiä mistä ihmeestä lukema oikein tulee?” kertoo Julie Bauer, Panasonicin kuluttajatuotteiden toimitusjohtaja. Panasonic luo erilaisia energiamalleja kotiin, jotka ottavat muun muassa huomioon, kuinka usein asukkaat ovat matkoilla. Yksi asia mikä on varma, on se että kuluttajien ei tulisi maksaa ylimääräistä sen takia että teknologia on rakennettu laitteen sisään.

Turvallisuus pitää vahvistaa.

Lisää ja lisää laitteita kytkeytyy Internetiin joka päivän, joka hetki. Tämä tarkoittaa sitä että myös uusia haavoittuvaisia alueita avautuu, sanoo Karlin Inteliltä.

“Me uskomme että teollisen internetin menestys tulee olemaan suuri ja markkinoiden sopeutuvuus on kiihtymässä. Tästä syystä integroimmekin turvallisuuden tason piilaakson tasolle.”

(Lähde: 8.1.2016 USA Today)

YHDYSVALTAIN PUU- JA HIRSITALOMARKKINAT VOIMAKKAASSA KASVUSSA

Puu- ja hirsitalojen kaupassa tapahtui Yhdysvalloissa merkittävä käänne, kun finanssikriisi vuosina 2007 ja 2008 romahdutti kysynnän. Seurauksena oli, että yli puolet hirsitalojen valmistajista lopetti toimintansa.

Kun kysyntä ennen finanssikriisiä oli vuositasolla reilusti yli 30 000 talon luokkaa, putosi se kriisin jälkeen tasolle 15 000. Nyt kysyntä on lähtenyt uudelleen nousuun ja on ennustettu, että jo lähivuosina päästään takaisin finanssikriisiä edeltäneelle tasolle. Tämä tarkoittaa käytännössä, että ala kasvaa jopa kymmenien prosenttien vuosivauhdilla, mutta vajaalla kapasiteetilla.

Markkinoilla pitäisi nyt jos koskaan olla tilaa yllin kyllin. Suomalaisten alan yritysten kannattaa huomata, että makoisan markkinatilanteen lisäksi myös valuuttakurssit ovat nyt heidän puolellaan euron heikennyttyä dollariin nähden voimakkaasti. Vuonna 2008 noin 100 000 dollarin hirsitoimitus maksoi yhdysvaltalaiselle asiakkaalle 160 000 dollaria. Tänään jenkki saa saman toimituksen 110 000 dollarilla – ilman että myyjän tarvitse tinkiä omasta hinnastaan yhtään.

Colorado on hirsitalo-osavaltioista ehkä perinteikkäin, mutta markkinoita on monessa muussakin osavaltiossa ja monen tasoille hirsitaloille.

AMERIKASSA SUURET MARKKINAT TERVEYSVIMPAIMILLE

Amerikkalaiset ovat energisiä ja tavoitteellisia. Terveystyöstä kiinnostuneet haluavat asettaa itselleen terveyteen liittyviä tavoitteita ja sitten mitata niitä. Suomessa on kehitetty lupaavia terveysvempaimia, joille avautuu USA:ssa suuret markkinat.

Suomessa oman terveyden mittaamiseen tarkoitettua mobiiliteknologiaa kehittävien yritysten liikevaihdon arvioidaan olevan yli 200 miljoonaa euroa vuodessa. Oman terveyden ja elintoimintojen mittaamisen suosio kasvaa hyvinvoinnin ja urheilun lisäksi terveydenhuollossa. Mahdollisuus vähentää lääkärikäyntejä kiinnostaa myös julkisella puolella.

”Hyvinvoinnin ja urheilun puolelta alkanut itsemittaus tulee yhä enemmän sairauksien hoitoon, diagnostiikkaan ja ennaltaehkäisyyn”, johtava asiantuntija Tuula Tiuhonen Sitrasta sanoo.

Terveysteknologia-alan etujärjestön Fihtan arvion mukaan Suomessa on noin sata yritystä, jotka kehittävät itsensä mittaamiseen tarkoitettuja mobiililaitteita, kuten sykemittareita ja rannekeita, mutta myös esimerkiksi korvatulehduksen tai verensokerin omatoimiseen tarkkailuun tarkoitettuja laitteita.

Yksi kasvuvaiheen ylittäneistä on vuonna 2006 perustettu Mendor, jonka uusin tuote on diabeetikoille verensokerin mittaamiseen tarkoitettu langaton laite, joka hyödyntää kännykkäverkkoa ja pilvipalvelua.

Toisin kuin urheilijan sykemittaria, terveydenhuoltoon tarkoitettua laitetta pitää testata usein sadoilla potilailla ja hankkia näyttöä data-analytiikan hyödyistä ennen markkinoille pääsyä. Mendorilla on alkamassa Tampereen kaupungin kanssa hanke, jossa yhtiön verensokerin mittaukseen tarkoitettun tuotteen tehokkuutta ja mahdollisia kustannussäästöjä arvioidaan satojen diabeetikoiden kanssa. Yritys neuvottelee tutkimus- ja testaushankkeista myös ulkomailla. Niiden käynnistäminen on tärkeää, jotta saadun näytön kautta laitetta voidaan tuoda laajemmin markkinoille Euroopassa ja myös Yhdysvalloissa.

(Lähde: 9.3.2015 Kauppalehti)

KALIFORNIA HALUAA LOPETTA TUNTEMAMME AUTOTEOLLISUUDEN

Kalifornian ilmastolakien valvoja Mary Nichols, joka tuli maailmanlaajuisesti tunnetuksi menestyksekkäänä saastesumun puhdistajana, vaatii nyt kaikkien autojen sähköistämistä.

Fiat konsernin Sergio Marchionnella oli hauskaa sanottavaa valmistamastaan 500€ sähköautosta: *”Toivon, että kukaan ei osta tätä autoa.”* Autoa markkinoidaan Kaliforniassa muotiautona, mutta Fiat tekee tappiota 14000\$ jokaisesta myymästään 500€ autosta. Niitä valmistetaan ainoastaan siksi, että säädökset pakottavat siihen. Marchionne, joka otti haltuunsa pelastajan tarpeessa olevan Chryslerin muodostaen siitä 2009 Fiat Chrysler Automobile -yhtiön, varoittikin, että jos hän saisi myydä pelkästään sähköautoja, hän joutuisi hyvin pian pyytämään hallitukselta uutta pelastuspakettia.

Kuka pakottaa Marchionnea ja muita suuria autovalmistajia myymään tappiota aiheuttavia sähköautoja? Enemmän kuin kukaan muu, Mary Nichols. Hän on johtanut Kalifornian ilmastolautakuntaa vuodesta 2007 ja taistellut osavaltioon kiintiön nollapäästöisille autoille. Hän ajaa

myös voimakkaasti presidentti Obaman hanketta puolittaa autojen polttoaineen kulutus vuoteen 2025 mennessä.

Nichols aikoo todella pakottaa kaikki autovalmistajat myymään pelkästään sähköautoja. Kesäkuussa Los Angelesissa tehdyssä haastattelussa käy selväksi, että 70-vuotias Nichols vaatii lakeja, jotka vielä tämän vuosisadan puoleen väliin mennessä poistavat kaikki polttomoottorit Kalifornian tunnetuilta valtateiltä.

”Jos aiomme saada kuljetusjärjestelmämme irti öljyriippuvuudesta, meidän täytyy saada ihmiset tottumaan nolla-päästöjen maailmaan, eikä vain vähän parannettuun versioon nykymaailmasta,” saarnaa Nichols

(Lähde: 2.8.2015 Bloomberg)

CLEANTECH MARKKINAT KASVAVAT RAJUSTI YHDYSVALLOISSA

USA:n cleantech-markkinoiden mullistus pitää sisällään monenlaisia tarinoita.

Syyskuussa 2013 Hawaiian Electric Co. (HECO) Ilmoitti tuhansille asiakkailleen isosta ongelmasta. Uudet aurinkopaneelit eivät kyenneet liittymään yhtiön jakeluverkkoon. HECO:n ilmoituksen mukaan aurinkovoimaa tuotettiin yksinkertaisesti liikaa ja ylijäämä tukki järjestelmän.

Aurinkovoiman käyttökeskeytys kesti kaiken kaikkiaan 13 kuukautta tehden Havaijista pienten yksityisten aurinkoenergia-alan yritysten taistelukentän. Tämä tuli yllätyksenä Robert Gouldille, joka juuri ennen keskeytystä päivitti talonsa energiatoiminnot uuteen aurinkoenergiaan perustuvaksi 53 000 dollarilla.

Gould ja muut HECO:n asiakkaat protestoivat keskeytystä kovaan ääneen osavaltion päättäjille. Apua tuli vihdoon ja viimein kun kalifornialaisen aurinkojätin, SolarCity:n, toimitusjohtaja Lyndon Rive saapui hätiin. SolarCity on markkinajohtaja aurinkopaneelien asennuksessa Yhdysvalloissa ja heillä on Havaijilla 10 000 asiakasta. Rive analysoi tilanteen ja kertoi, että HECO:n olisi ehdottomasti pitänyt mitata, paljonko heidän verkkonsa kestää aurinkoa, ennen projektin aloitusta. Kävi ilmi, että HECO perusti arvionsa tietokonesimulaatioiden tulosten varaan. *”Teknologian ollessa näin uutta, kukaan ei vielä ollut tehnyt tätä ennen meitä”* sanoo Colton Ching HECO:n varatoimitusjohtaja.

SolarCity ja HECO alkoivat tehdä kokeita ja tutkivat tilanteen perusteellisesti. Tutkimuksissa huomattiin, että korkeajännityspiirit kykenevät absorboimaan kaksinkertaisen määrän aurinkoenergiaa aiempaan oletukseen verrattuna. HECO pyysi tämän jälkeen asentajiaan ohjelmoimaan uudelleen kaikki paneelit. Tämän jälkeen verkko käynnistettiin. Myös Robert Gould käänsi virran päälle ja tuottaa nykyisin itse oman sähkönsä.

Tarina ei ole ainutlaatuinen, vaan uusiutuvan energian uusien ratkaisujen kehitys on yllättänyt positiivisesti monessa muussakin tapauksessa. Voiakin nähdä, että myös Suomen uuden hallituksen linjaukset cleantechiin panostamisen puolesta ovat varsin perusteltuja.

(Lähde: 14.4.2015 Bloomberg)

PUHTAAN ENERGIAN VALLANKUMOUS ON AIKATAULUAAN EDELLÄ

Energiantamalla tärkeintä ei ole öljyn hinnan vajoaminen vaan akkuteknologiassa tapahtunut kehitys. Uuden tutkimuksen mukaan sähköautojen akut ovat halventuneet odotettua nopeammin.

Vuosien 2007 ja 2011 välillä sähköautojen keskimääräinen akkukustannus putosi 14 prosenttia vuodessa. Johtavilla sähköautojen valmistajilla, Teslalla ja Nissanilla, kustannukset putosivat kahdeksan prosenttia vuodessa. Tämä hämmästyttävä kustannusten halpeneminen liikkuu tasolla, jonka International Energy Agency ennusti saavutettavan vasta vuonna 2020. Olemme kuusi vuotta ennustusta edellä.

Mutta myös bensiinin hinta on pudonnut viime vuosina jopa kalliilla markkinoilla. Tutkijat uskovat että Teslan uudet tehtaot kykenevät saavuttamaan 30%:n kustannussäästön. Tämä, yhdistettynä bensiinin hinnan nousuun, riittää tekemään sähköautoista taloudellisen vaihtoehdon bensiinikäyttöisille autoille useimmalla alueella.

Vastaava kehitys on tapahtumassa myös aurinkopaneelien suhteen. Aurinkopaneelien kustannukset ovat laskeneet radikaalisti. Lasku jatkuu aivan kuten akkuteknologiassa. Löytyy vielä lisää hyviä uutisia. Uusiutuvaan energiaan kohdistuvat investoinnit ovat voimistumassa.

YK:n Ympäristöohjelma julkaisi äskettäin raportin osoittaen, että maailmanlaajuiset investoinnit uusiutuvaan energiaan, jotka notkahtivat vuosien 2011 ja 2013 välillä, ovat nousseet vuonna 2014 takaisin ennätyslukuihin, 270 miljardiin dollariin. Raportin mukaan uusiutuvan energian kustannukset, erityisesti aurinkokennojen, putoavat erittäin nopeasti.

Asiat etenevät myös Suomessa. Cleantech Finlandin mukaan suomalaisen cleantechin eli ympäristöteknologian liikevaihto vuonna 2013 oli jo noin 26 mrd €. Samana vuonna Suomen metsäteollisuuden tuotannon vastaava luku oli noin 21 mrd €.

(Lähde: 8.4.2015 Bloomberg)

POHJOLAN EKSOTIIKKA PUREE AMERIKASSA: LUMIUKKOJA JOPA MIESTEN PUVUISSA

Suomen vahvin vientivaltti Yhdysvaltoihin on tavallinen elämämme. Uskokaa tai älkää, niin arkipäivämme näyttää Yhdysvalloista käsin katsottuna eksoottiselta. Koska yhdysvaltalaisilla on jo kaikkea, niin silloin haetaan jotain uutta, myyttistä, millä voi erottautua. Se voi olla vaikka lumiukko, lumihiihtale, joulukuusi ja poro. Näitä kuvioita on jopa miesten puvuissa.

Tavarataloketju Macy's tekee rohkeita vetoja ja tähtää kirkkaita värejä sisältävillä vaatevalikoimillaan nuorten huomion kohteeksi. Ketjun uudet tuotevalikoimat ovat Euroopasta haettu- ja, välillä myös pientenkin suunnittelijoiden malleja, teemana esim. Pohjolan luonto.

“Macy's etsii aina uusia keinoja yllättää ja ihastuttaa asiakkaita tarjoamalla heille uusimpia ja innovatiivisimpia trendejä,” kertoo Dulan Guion, yrityksen mallistosta vastaava varatoimitusjohtaja.

Tavaratalona Macy's brändiä voisi verrata Stockmanniin Suomessa. Ketjulla on tavarataloja lähes 900. Se tunnetaan maailman suurimpana muodin vähittäismyyjänä, joka toimii usein uusien suuntauksien edelläkävijänä.

Suomalaisille ideoille ja vaateinnovaatioille on Yhdysvalloissa nyt kysyntää. Tästä yhtenä esimerkkinä on älyvaatteita valmistavan kankaanpääläisen Clothing Plus -yrityksen myynti kesällä 2015 liikevaihdoltaan 17 miljardin kokoiselle pörssiyritykselle Jabil Circuitille.

(Lähde: Macy's uutinen 16.10.2015 USA Today ja yrityskauppa 16.6.2015 yle.fi)

7. TOP VIISI VINKKIÄ JO AMERIKAN VALLOITTANEELTA

BRITTIKONSULILTA OPPIA AMERIKAN MARKKINOILLE

Spencer Mahony on toiminut Ison-Britannian konsulina ja maan hallituksen itärannikon kaupallisena johtajana. Alla hänen viisi avainvinkkiään siitä, mitä yrityksen kannattaisi huomioida valmistautuessaan liiketoimintaan Yhdysvalloissa.

Vinkki 1: Jätä nöyryys ja kotimaan huumori jo lähtöportille. Huumori ei aina osu maaliinsa, kun kyseessä on uusi kulttuurialue, joten ota iisisti vitsien kanssa. Älä ole nöyrä, sen sijaan kehu tuotteesi kilpailukykyä muita vastaan.

Vinkki 2: Valitse USA:n alueista sopivin ja opettele sen alueen liiketoimintasanasto. Yhdysvalloissa on EU:n tapaan eri säädöksiä ja kulttuurivalintoja eri osavaltioissa. Mieti, missä asiakkaasi ovat, kuka on kilpailijasi ja paljonko alueen palveleminen maksaa.

Vinkki 3: Älä jää paikoillesi, vaan deittraile potentiaalisten yhteistyötahojesi kanssa, kunnes löydät täydellisen partnerin. Jos et ole suunnitellut paikallisen yrityksen ostamista, tulet todennäköisesti tarvitsemaan paikallista tukea, oli se sitten agentti, jakelija tai partneri. Käytä aikaa heidän taustojensa selvittämiseen ja ota selvää heidän tulevaisuuden visiostaan – haluavatko he toimia itsekseen vai onko heillä sudennälkä kasvaa.

Vinkki 4: Tuo itsesi vahvasti esiin tai myy paremmin kuin muut. Uudet tuotteet ja palvelut ovat tervetulleita, jos niillä on hintaa alentava vaikutus tai selvä arvoa lisäävä vaikutus ostajiin liiketoimintaan. Jos tuotteesi ei ole millään lailla puhutteleva, voi oikean jakelijan löytäminen olla vaikeaa. *”Minä myös”* tuotteet voivat menestyä, mutta ne vaativat parhaan mahdollisen myyntitiimin ja vahvan markkinointibudjetin.

Vinkki 5: Villi länsi ei kesyntyntynyt yhdessä yössä. Vaikka valitset pienen alueen Yhdysvalloissa, varmista että resurssisi on kohdennettu myyntimatkoihin, asiakastapaamisiin ja tavarantoinnattajiin, henkilökunnan palkkauksiin ja paikalliselle markkinalla sopeutumiseen. Menestyksesi avaintekijöitä ovat riittävän intensiivinen tarjonta ja kestävyys, stamina.

(Lähde: 15.1.2016 blogs.fco.gov.uk)

90-VUOTIAAN YRITTÄJÄKONKARIN VIIISI VINKKIÄ VIENTIYRITYKSILLE

Liki 90-vuotias Veikko Ilmasti on vientikonkari ja patenttirohmu. Hän on käynyt keksinnöllään ulkomaankauppaa yli 50 vuotta ja hänellä on hallussaan 40 patenttia erilaisille elektronisille laitteille. Ilmasti antaa Yrittäjäsanomissa viisi tärkeää vinkkiä vientiyrityksille.

Ensimmäinen vientikonkarin yrityksistä, Labko, sai alkunsa vuonna 1960. Ilmasti sanoo saaneensa oppinsa pääasiassa kantapään kautta. ”Olen mm. saanut Yhdysvalloissa metsästää poliisien kanssa laitteitani takaisin.” Hän antaa vientikauppaan aikoville viisi neuvoa.

1. Tee taustatutkimus hyvin.

”Tunsin aina tuotteeni ja kilpailijani tuotteet läpikotaisin, ennen kuin lähdin jotakin markkina-aluetta kokeilemaan. Taustatutkimus on siis tehtävä”, Ilmasti sanoo lehden haastattelussa.

2. Luota sanoja enemmän tekoihin.

Asiakkaalle on näytettävä konkreettisesti, mihin myytävät tuotteet pystyvät. Pelkkä myyntipuhe ei yksin riitä. ”Ruotsissa järjestettiin kerran jäteveden näytteenottolaitteiden kilpailu. Viikon kuluttua meidän laitteemme oli enää ainoa, joka toimi. Se oli paras näyttö asiakkaalle.”

3. Muista, että kauppaamallesi tuotteelle pitää löytyä tarve.

”Myymällesi tuotteelle täytyy aina olla tarve. Et voi myydä viljankosteusmittaria maahan, joka ei tuota viljaa.”

4. Varo epärehellisiä asiakkaita.

Heti, jos huomaat ostajapuolelta vilppiä, lopeta kaupankäynti. ”Olen saanut esimerkiksi Yhdysvalloissa metsästää poliisien kanssa laitteitani takaisin epärehelliseltä ostajalta. Jos olisin hiukan tarkemmin tarkastanut kyseisen yrityksen taustat, olisin säästynyt suurelta vaivalta”, Ilmasti sanoo.

5. Ole rehellinen itse.

”Jos ostaja saa sinut kerrankin kiinni liioittelusta, ei hän voi luottaa sinuun enää. Kaiken pitää olla faktaa ja vielä mielellään virallisista lähteistä. Lupauksistaan on myös aina pidettävä kiinni. Jos olet luvannut toimittaa tavarat tiettyyn aikaan, ne on myös toimitettava, ellei nyt ihan force majeure satu esteeksi.”

(Lähde: 2.3.2015 Kauppalehti- Yrittäjäsanomien)

AMERIKASSA PITÄÄ OLLA ROHKEA JA AHKERA

Nykyään Capteeni Oy:n hallituksen puheenjohtajana toimiva DI Timo Lahtinen on vienyt menestyksellisesti Suomesta Yhdysvaltoihin useita liiketoimintoja, joista vanhin on toiminut lähes 30 vuotta ja kattaa koko liittovaltion työllistäen yli 400 ihmistä.

Timo Lahtisen mukaan viisi tärkeintä asiaa Yhdysvaltoihin mentäessä ovat:

- 1.** Omistajan halu kasvaa. Kaikki lähtee liikkeelle yrityksen ylimmästä tasosta, mikä takaa, että hankkeelle annetaan kunnon prioriteetti ja riittävät voimavarat.
- 2.** Ymmärrä, että Yhdysvallat on suuri maa, joka vastaa kooltaan koko Eurooppaa. On virhe kohdella Yhdysvaltoja yhtenä maana, koska se on kooltaan 100 Suomea. Jos sinulla on Suomessa 10 jälleenmyyjän verkosto, niin Yhdysvalloissa tarvitset 1000 jälleenmyyjää. Se ei tapahdu yhdessä yössä. Ole kärsivällinen, ymmärrä työn laajuus ja toimi voimavarojesi mukaan. Iso palkinto odottaa ahkeroinnin jälkeen.
- 3.** Valitse yksi osavaltio, mistä aloitat. Tiedä, miksi aloitat sieltä.
- 4.** Suora hyökkäys on paras. Jos kykenet tunnistamaan potentiaalisia jälleenmyyjä, niin soita heille ja sovi tapaaminen. Tee yhden tai kahden viikon myyntimatka. Tapaamisia on helpompi saada, jos soittaja tuntee valitsemasi osavaltion ja puhuu tämän osavaltion aksentilla. Ymmärrä, että sadalla soitolla saat yhden tapaamisen.
- 5.** Käytä asiantuntijoita, jotka ovat itse vieneet yrityksiä Amerikkaan. Kokemus on näissä asioissa puhdasta kultaa. Kokenut ja luotettava asiantuntija ohjaa sinut hallitusti maaliin ja välttymöneltä karikolta.

USEFUL WEBINARS



1. “ESTABLISHING A SUITABLE LEGAL ENTITY FOR DOING BUSINESS IN THE U.S.”

Luennoitsija Juris Doctor Leonard A Goldman New Yorkista.
Webinaari on englanniksi ja kestää 60 min.

www.capteeni.com/kirjasto

2. “HOW TO HANDLE PRODUCT LIABILITY IN MARKET ENTRY TO THE US”

Luennoitsija Juris Doctor Leonard A Goldman New Yorkista.
Webinaari on englanniksi ja kestää 60 min.

www.capteeni.com/kirjasto



3. "HOW TO SPEAK AMERICAN BUSINESS, CULTURE AND GETTING THE DEAL"

Luennoitsija on kulttuuriasiantuntija MA Michele Rutledge Missourista.
Webinaari on englanniksi ja kestää 60 min.

www.capteeni.com/kirjasto

KIRJOITTAJISTA

SIMO J. LAHTINEN

Founder and President, USA

Capteeni Oy:n ja Capteeni LLC:n perustaja, omistaja ja toimitusjohtaja. Toimisto Fairfieldissä, Iowassa sekä aluetoimisto St. Louisissa, Missouriissa sekä Tampereella. Asunut 6 vuotta USA:ssa New Yorkissa, Tennesseeessä ja Floridassa. Asuu nykyisin Iowassa. Toisen polven yrittäjä. Työskennellyt aiemmin kansainvälisessä rakennusalan yrityksessä projektinjohtotehtävissä. Paljon kontakteja USA:ssa, myös Kiinassa. Tuo ammatikseen yrityksiä Yhdysvaltojen markkinoille.

ASKO ALI-MARTTILA

Market Entry Specialist, Suomi

Yli 20 vuoden kokemus markkinoinnista ja myynnistä sekä 15 vuoden kokemus johtotehtävistä pienissä kasvuyrityksissä ja keskisuurissa organisaatioissa. Asko on opiskellut tai työskennellyt Suomen ohella mm. Norjassa, Sveitsissä, Saksassa ja Yhdysvalloissa. Kouluttautunut kansainvälisissä yliopistoissa mm. psykologian ja liikkeenjohdon aloilla. Koulutus- ja konsulttitoössään Asko on luennoinut tuhansille ihmisille. Hän on toteuttanut lukuisan määrän markkinoiden avaamiseen liittyviä projekteja. Auttaa ammatikseen yrityksiä Yhdysvaltojen markkinoille.