



# Google™

**PK-Yritysten digitaaliset kyvykkyudet ja kasvu / Antti Järvinen, Maajohtaja**

# Tausta ja tehty selvitys

Pienet ja keskisuuret yritykset ovat merkittävä työllistäjä Suomessa. Kuluvalle vuosituonnella työpaikkoja on syntynyt lähes yksinomaan pk-yrityksiin. Pk-yritysten kasvulle on olemassa huomattava lisäpotentiaali. Kuluttajien tiedonhankinta on siirtynyt verkkoon ja erityisesti mobiililaitteilla tapahtuvaksi mutta merkittävä osa pk-yrityksistä ei ole löydettävissä tai ei osaa hyödyntää tätä kysyntää.

Nyt julkaistava selvitys\* on toteutettu tuoreella datalla toukokuussa 2017 Googlen, Vainu.io Software Oy:n ja Suomen Yrittäjien kanssa ja siinä on selvitetty suomalaisten pk-yritysten kotisivujen toiminnallisuuksia ja online-markkinointiviestintäponnisteluja.

Selvityksen taustatietoina on hyödynnetty aiemmin vuosina 2015 ja 2016 julkaistuja tutkimustuloksia PK-yritysten digitaalisuudesta (mm. Digibarometri, Pk-yritysbarometrit ja Prior Konsultointi Oy:n toteuttamat Elisan ja Suomen Yrittäjien tilaamat selvitykset).

\*Yritykset joissa 1-249 hlöä ja joiden liikevaihto on yli 30 000€ / vuosi. N= 67 684 kpl

# Taustaa vuosilta 2015 ja 2016

- Vahvasti digitaalisesti suuntautuneita yrityksiä oli pk-yritysbarometrin (Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj sekä työ- ja elinkeinoministeriö) aineistossa yhteensä ainoastaan 8 prosenttia.
  - Digitaalisesti suuntautuneet yritykset lanseerasivat kaksi kertaa muita pk-yrityksiä yleisemmin uusia tuotteita tai palveluja markkinoille ja myös ottaneet käyttöön uutta teknologiaa.
  - Ahkerasti digitaalisia työkaluja käyttävät yritykset edustavat parhaimmillaan globaalia kärkeä ja osaamista.
  - Näiden yritysten painoarvo Suomen talouden kannalta ja suunnannäyttäjinä muille yrityksille on huomattava.
  - Digitaalisuus erottelee yritykset tehokkaasti toisistaan ja korostaa uusiutumisen ja uuden omaksumisen tärkeyttä.

Lähde: [Digitaalisesti suuntautuneet pk-yritykset, TEM](#)

- Elisan ja Suomen Yrittäjien syksyllä 2016 julkistaman selvityksen mukaan vain 10% pk-yrityksistä suunnittelee digitaalisia kasvuhankkeita (Lähde: Prior konsultointi Oy).

# Tuoreen selvityksen mukaan Pk-yritykset voidaan jakaa Suomessa neljään luokkaan

## “Digi-pudonneet”

**Pk-yritykset, joilla ei ole lainkaan verkkopresenssiä.**

35%:lla suomalaisista pk-yrityksistä ei ole laisinkaan verkkopresenssiä.

Mobiilipresenssiä (=mobiilioptimoitu kotisivu) ei ole 56% suomalaisista pk-yrityksistä.

## “Digi-eksyneet”

**Pk-yritykset, joilla on staattinen verkkosivu, mutta eivät tavoittele asiakkaita aktiivisesti verkko-ympäristössä.**

79% niistä pk-yrityksistä, joilla on tunnistettu nettisivu ei hanki asiakkaita verkkomainonnalla ja verkkosivu on toiminnallisuuksiltaan staattinen. 33%:lla tästä verkkosivut omaavasta joukosta yrityksiä verkkosivu ei ole mobiilioptimoitu.

## “Digi-mainostajat”

**Pk-yritykset, jotka tavoittelevat uusia ja nykyisiä asiakkaita aktiivisesti verkko-ympäristössä.**

Ainoastaan 14 % kaikista pk-yrityksistä tavoittelee asiakkaita aktiivisesti verkossa tapahtuvalla markkinointiviestinnällä ja seuraa markkinointiponnisteluja tuloksia siihen soveltuvalla seurantajärjestelmällä.

## “Digi-voittajat”

**Pk-yritykset, jotka pitävät digitaalista toimintaympäristöä oleellisena osana omaa liiketoimintaansa ja palvelevat asiakkaitaan aktiivisesti verkossa.**

19%:lla niistä pk-yrityksistä, joilla on tunnistetut nettisivut (n.12% kaikista) on aktiivisia liiketoiminnan arvoketjun osia verkko-ympäristössä l. aktiivisen markkinointiviestinnän lisäksi käytössä on erilaisia aktiivisia myynti- ja asiakaspalvelutoimintoja.

# PK-yritysten olemassaolo asiakkaille on uhattuna

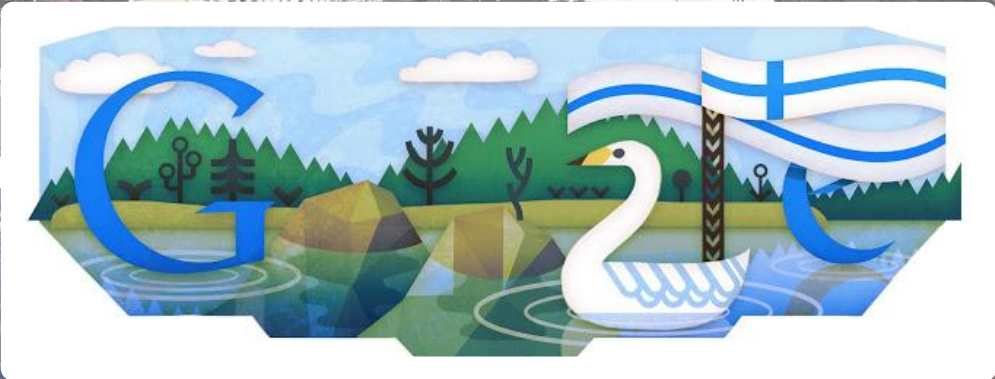
- Asiakaspuolella on jatkuvasti kasvava kysyntä
  - Yli puolet Suomessa päivittäin tehtävistä yli 30 miljoonasta Google-hausta tehdään mobiililaitteilla. Tämä noudattaa kansainvälistä trendiä.
  - Yli 80% suomalaisista älypuhelinien käyttäjistä etsii lähialueensa palveluja mobiilipäätelaitteella. Googlen kansainvälisen tutkimusaineiston\* mukaan näistä 50% vierailee haun jälkeen lähialueensa myymälässä tai toimipisteessä seuraavan vuorokauden aikana.
  - Yli 90% suomalaisista älypuhelimien käyttäjistä hakee netistä tietoja puhelimellaan.
  - Jos mobiiliverkkosivu kestää latautua yli 3s lähes 50% asiakkaista jättää sivun.  
(Lähde: Google)
- Kysyntä ja tarjonta asiakkaiden ja digipudonneiden sekä digieksyneiden pk-yritysten välillä ei kohtaa yritysten puutteellisen tietämyksen, puutteellisen osaamisen tai puutteellisten panostusten vuoksi.
- Edelläkävijäyritysten määrä kasvaa Suomessa huolestuttavan hitaasti suhteessa digitaalisen talouden kasvuun, jos peilaamme selvityksen tuloksia vuoden 2015 ja 2016 pk-yritysten digitaalisuutta kuvaavien selvitysten tuloksiin.

# Kotimaisten pk-yritysten kasvu luo hyvinvointia

- Boston Consulting Groupin ‘The Internet Economy in the G-20’ -selvityksen mukaan aktiivisesti verkkoa hyödyntävät pk-yritykset kasvavat jopa neljä kertaa nopeammin verrattuna yrityksiin, joilla ei ole aktiivista verkkopresenssiä.
- Isossa Britaniassa kyseisen BCG:n selvityksen mukaan “high web” -kategorian yritykset kasvoivat kuusinkertaisesti verrattuna yrityksiin, joilla ei ollut aktiivista verkkopresenssiä.
- Kasvu luo jatkuvuutta ja työpaikkoja. Kuten edellä mainitussa TEM:in ja Suomen Yrittäjien julkaisemassa selvityksessä todettiin digitaalisten edelläkävijäyritysten painoarvo on Suomen talouden kannalta huomattava.

# Verkko auttaa pk-yritystä menestymään

- **ASIAKASHANKINTA:** Digitalisoituvassa toimintaympäristössä asiakashankinta on kaiken a ja o. Kannattaa aloittaa verkon ilmaisista työkaluista ja muistaa, että mobiilimainonta\* tavoittaa suurimmat massat parhaiten.
- **LÖYDETTÄVYYS:** Toimiva kotisivu houkuttelee asiakkaita. Isomman asiakaspotentiaalin tavoittamisessa löytämisessä hakukoneoptimointi ja hakukonemainonta ovat teholtaan lyömättömiä.
- **ASIAKASPALVELU JA SUOSITTELU:** Online-asiakaskokemuksessa on menestyksen salaisuus nyt ja tulevaisuudessa - oli kyse sitten uusista liideistä, aktiivisista myyntitoimenpiteistä tai asiakaspalvelusta - tai jopa uusien palvelujen kehittämisestä - verkossa on mahdollisuus erottua kilpailussa ja saada osakseen suosittelua.
- **TUOTTAVUUDEN PARANTAMINEN:** Moderneilla työkaluilla pk-yrityksen työ tehostuu. Samalla teknologiakustannusten hallinta helpottuu. Pienet ja keskisuuret yritykset pääsevät nykyisin ketterästi erittäin kustannustehokkaiden pilvipalvelupohjaisten teknologiaratkaisujen pariin.
- **PAIKALLISUUS JA KANSAINVÄLISYYS SAMALLA KERTAA:** Maantieteellinen laajentuminen on helppoa.
- **JATKUVUUS JA KEHITTYMINEN:** Rekrytoinnissa, uusien kumppanuuksien löytämisessä ja pitkäaikaisten asiakassuhteiden vaalimisessa verkko on verraton väline.







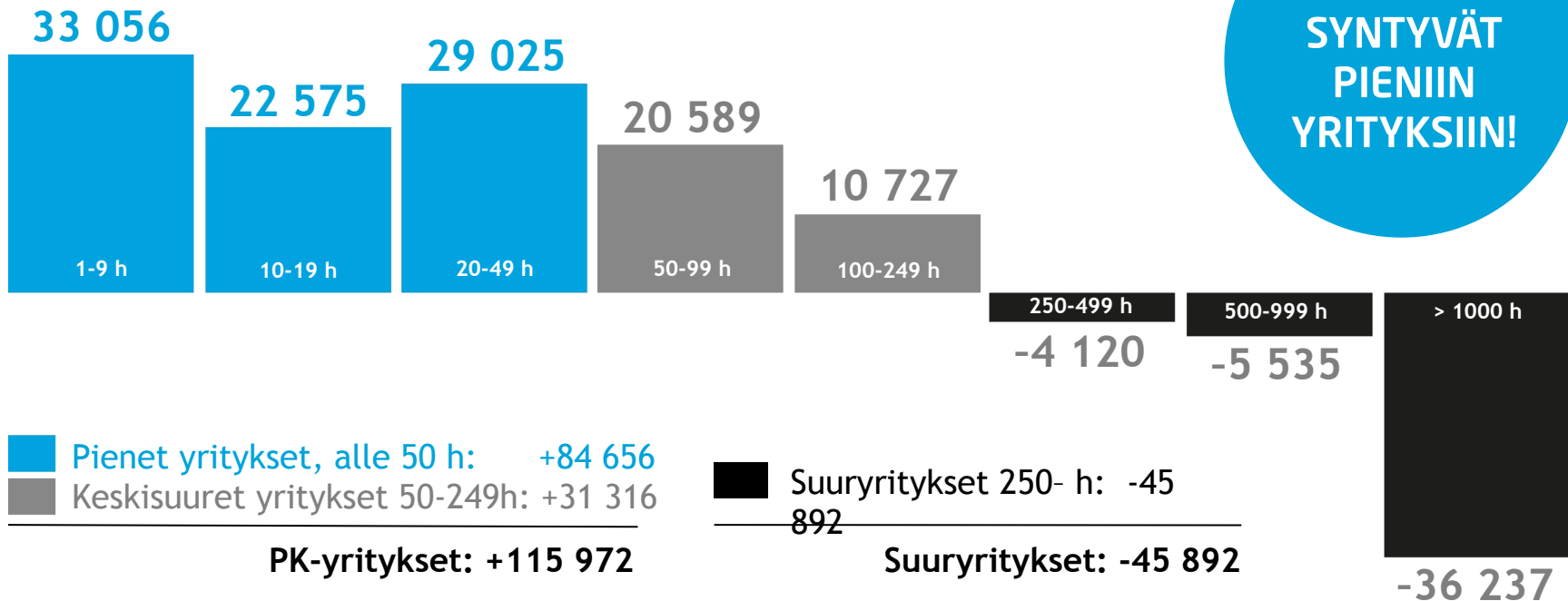
**YRITTÄJYYDEN  
PUOLESTA**

# SUOMEN UUDISTAMINEN EI ONNISTU ILMAN YRITYKSIÄ

Mikael Pentikäinen, Toimitusjohtaja

# TYÖLLISTEN MÄÄRÄN MUUTOS

erikokoisissa yrityksissä vuosina 2001-2015



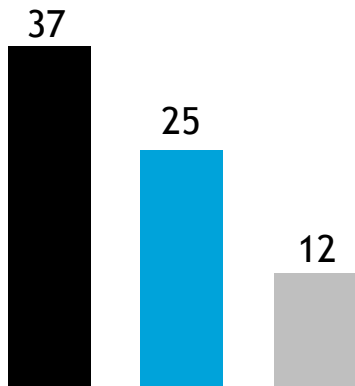
Lähde: Tilastokeskus (Henkilömäärät muunnettu kokopäiväisiksi työpaikoiksi, pl. maa-, metsä- ja metsätalous.)

# Yrittäjyyden trendejä Suomessa

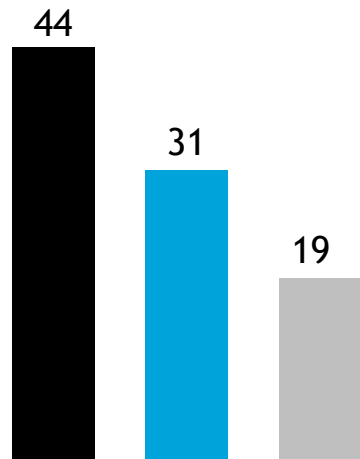
- Yksinyrittäjyyden kasvu
- Työnantajayrittäjien määrän lasku
- Verkostoitumisen kasvu
- Kansainvälistyvien pk-yrityksen määrän kasvu
- Yrittäjien koulutustason nousu
- Yrittäjän ja palkansaajan rajan hämärtyminen
- Nuorten yrittäjyysinnon vahva kasvu
- Startup -yrittäjyyden korostuminen
- Maahanmuuttajayrittäjien määrän kasvu
- Yrittäjien ikääntyminen

# Digitalisaatio vahvistaa pk-yritysten kasvua

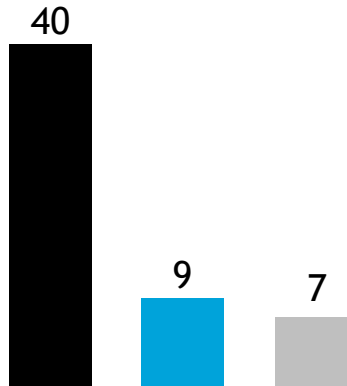
Kasvanut keskimäärin yli 10% viiden vuoden ajan (%)



Kasvoi yli 10 % viime vuonna (%)



Tavoitteena voimakas kasvu (+30 %) (%)



■ Liiketoiminta perustuu digitaalisuuteen ■ Digitaalisten työkalujen käyttö arkista ■ Kelkasta pudonneet

Elisa ja Suomen Yrittäjät teettivät syksyllä 2016 tutkimuksen, jossa selvitettiin pk-yritysten suhdetta digitaalisuuteen sekä millä tavoin erilaisia digitaalisia työvälineitä hyödynnetään yrityksissä. Tutkimukseen vastasi 730 yrittäjää, jotka työllistävät 1-50 henkeä.



Case: Verkon hyödyntäminen yrityksen toiminnassa

Rosa Repo

# Willitomaatti Catering verkossa:

- Verkkosivut, joilta löytyy selkeästi yrityksen yhteystiedot sekä yhteydenottolomake
- Nettisivuista myös mobiiliversio
- Sosiaalinen media: Facebook ja Instagram
- Google Adwords - päämarkkinointiväline yrityksen perustamisesta lähtien

# Google AdWords

- Ympärivuotisessa käytössä vuodesta 2012 lähtien
- Kohdistamme eri mainosryhmiä sesonkeihin ja valittuihin kohderyhmiin
- AdWords jatkuvassa seurannassa
- Vuonna 2014 mukaan koko Euroopan laajuiseen Googlen Growth Engine Ambassador projektiin -> koulutuskäynti Dublinissa Googlen Ambassador konferenssissa, sekä sen jälkeen useita verkkokonferensseja ja -koulutuksia.
- *”Kun kerran on opetellut miten AdWordsia käytetään kunnolla, niin tulokset puhuvat puolestaan”* - Jussi Peisa, Yrittäjä, Willitomaatti Catering Oy

# Saavutetut hyödyt:

- Yli 25 000 mainosnäyttöä kuukaudessa ja klikkauksia päälle tuhat
- Asiakkaista 95% verkkohaun pohjalta
- Vuonna 2015 mobiilioptimointi - osuus hauista 40%
- Vuotuiset kasvuluvut 40-70%
- Yrityksen liikevaihto kasvanut alkuvuosista yli viisinkertaiseksi