



Blue White Partners rakentaa kansainvälistymiskelpoisia yrityksiä

Anne Valta

Suomalaisyrittäjien kansainvälistymisstrategian yleisin kompastuskivi on teknologia-ajattelu. *"Suomessa ihannoidaan keksintöjä ja tuotetta lähdetään markkinoimaan "saanko näyttää demon?" -ajattelutavan pohjalta. Kansainvälisillä markkinoilla menestyminen vaatii kuitenkin vahvaa liiketoiminnallista näkökulmaa. Parhaimmastaakin ideasta tulee liiketoimintaa vasta, kun sillä on maksavia asiakkaita",* sanoo suomalaisten teknologiayritysten kannattavan kansainvälisen kasvun edellytyksiin erikoistuneen konsulttiyritys **Blue White Partnersin Sam Weintraub.**



Espoossa ja Piilaaksossa majaansa pitävä Blue White Partners perustaa ammattitaitonsa partnerijoukkoon, joilla kaikilla on poikkeuksellisen vahva kokemus kansainvälisestä toiminnasta, yrittäjyydestä sekä kansainvälisen myynnin kehittämisestä. Leimallista Blue Whiten toiminnalle on, että se ei ainoastaan analysoi ja neuvo, vaan on mukana tekemässä ruohonjuuritason työtä yhdessä laadittujen suunnitelmien toteuttamiseksi. Tarkan myyntimahdollisuuksien arvioinnin avulla yritys saa todellista ja ajan tasalla olevaa tietoa muun muassa potentiaalisista asiakkaista, myyntikanavista ja erilaisten tuotteiden menestymismahdollisuuksista tietyllä kohdealueella. Kaiken taustalla on asiakkaan liikevaihdon kasvattaminen.

"Me emme tee teoreettisia markkina-analyyskejä kauniissa kansissa ja jätä yritystä miettimään, miten sen avulla kasvatetaan liiketoimintaa. Me käärimme hihamme ja lähdemme etulinjaan taistelemaan. Tavoitteena on aina, että yrityksen panostaman investoinnin takaisinmaksun pitää näkyä vuoden sisällä, mieluummin jopa nopeammin", Weintraub lisää.

Weintraub vertaa Blue Whiten toiminta-ajatusta kokemuksen vuokraamiseen. Kasvuyritykset ovat täynnä nuoria osajia, joilla on visio ja vahva näkemys sen toteuttamisesta. Heiltä puuttuu kuitenkin usein juuri se kokemus ja verkostot, joita viime kädessä tarvitaan, jotta näkemykset saadaan muutettua todellisuudeksi astumatta matkalla vaaniviin sudenkuoppiin.



Call To Action - Puheista toimintaan!

"Kansainvälistyminen on parhaimmillaankin riskialtista ja kallista puuhaa. Verkostojemme ja partnereidemme 200 yhteenlasketusta miestyövuodesta kertyneen kokemuksen kautta Blue White pystyy tarjoamaan yritykselle ne palikat ja sen tiedon, jolla he voivat välttää ne virheet, joista me olemme jo oppirahat maksaneet. Me autamme asiakasta kehittämään myyntiprosessinsa mahdollisimman tehokkaaksi kyseiselle markkinalle", Weintraub summaa.

Blue Whiten toiminta lähtee ajatuksesta, että toimeksiantajan tavoitteet saavutetaan. Tähän päästään realistisen ja yksilöllisen toimintaohjelman ja sen kurinalaisen toteuttamisen kautta.

"Kansainvälisillä markkinoilla onnistuminen vaatii vankkaa kokemusta ja osaamista – ja paljon työtä. Menestyminen edellyttää myös kärsivällisyyttä: kestävä kasvu ei koskaan tapahdu yhdessä yössä. Varsinkin tällaisina heikon taloudellisen tilanteen aikoina yrityksen pitää tietää mitä se tekee, miten sen tekee, missä se kannattaa tehdä ja milloin. Yritys ja erehdys-menetelmä on liian hidas ja aivan liian kallis. Blue White Partnersin kokemuksen avulla pääset tavoitteisiisi nopeammin ja halvemmalla", lisää Petri Virsunen.