

# Metsäteollisuus kilpailee itsensä hengiltä

KIMMO RAUATMAA

## W. Chan Kim luotsaa yrityksiä uusille markkinoille

Kimmo Rauatmaa

**SOTKAMO** Suomen metsäteollisuus kaipaa kipeästi uutta strategista ajattelua. Kilpailukyvyyn ja kustannustehokkuuden jatkuva kasvattaminen ovat vain kirstäneet taistelua markkinoista, sanoo Sininen meren strategian luoja, professori W. Chan Kim.

"Ympäristöajattelu, digitaaliset viestimet ja raaka-aineen riittävyys tuovat lisää haasteita alalle. Verisen kilpailun Punaisesta merestä täytyy navigoida uusien, kasvavien markkinoiden Siniselle merelle", Kim havainnollistaa tunnetun strategiansa perusajatusta.

Markkinointiguru W. Chan Kim haluaa nähdä ihmisten kasvavan huolen ympäristöstä uusiutuvaa raaka-ainetta käyttävän metsäteollisuuden suurena mahdollisuutena. Uusien markkinoiden avautumista voi edesauttaa öljytynnyrin hinnan kohtainen pilviin.

"Suomalaiset osaavat hoitaa metsää ja ovat puunjalostuksen ammattilaisia. Hyvä. Mutta Suomi voisi olla myös 2000-luvun Saudi-Arabia bioenergian tuottajana", Kim innostuu.

Pariisissa ja Bostonissa asuva, korealaislähtöinen Kim työskentelee professorina maailman toiseksi suurimmassa yritysopistossa antavassa korkeakoulussa Inseadissa. Hänen palveluksiaan ostavat monet kansainväliset yritykset ja jopa aasialainen valtio.

Myös Suomesta löytyyksi suuri asiakas, kansainvälinen metsäyhtiö. Yrityksen nimeä Kim ei paljasta sopimukseensa vedoten. Sininen meren strategiaa on

### FAKTA

#### W. Chan Kim

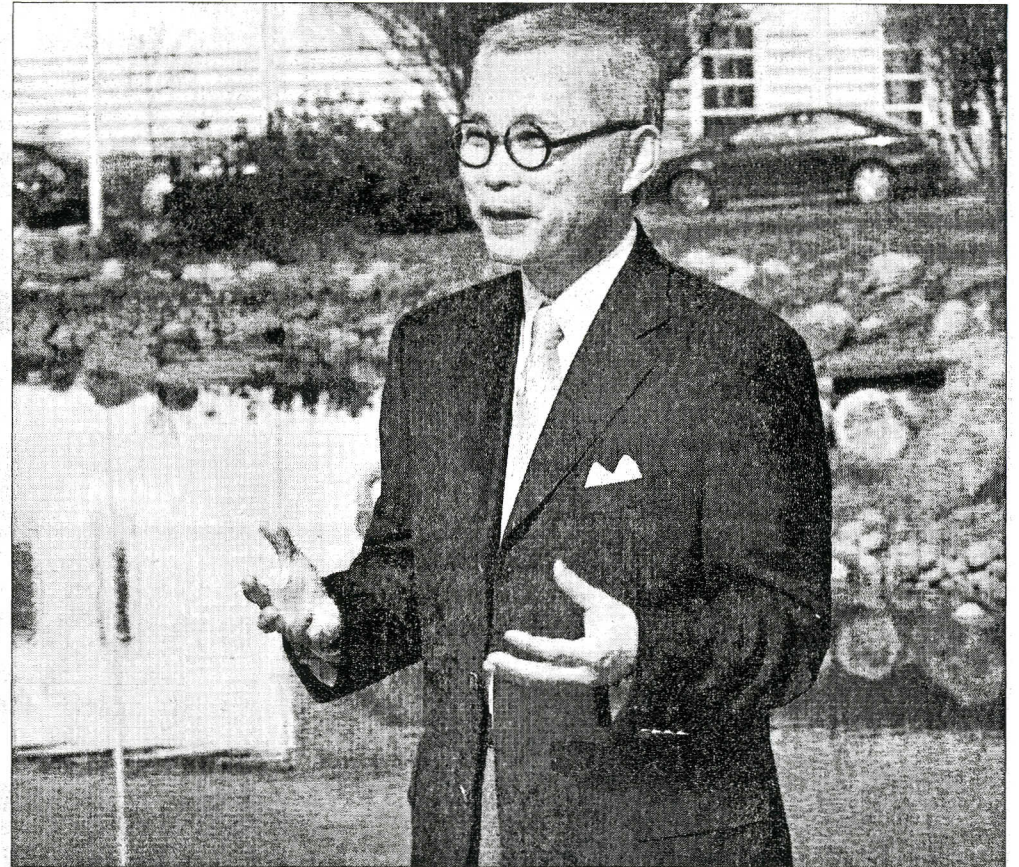
- ◆ Kirjoittanut Sinisen meren strategian yhdessä Rénee Mauborgneen kanssa.
- ◆ Kirja on käännetty 34 kielelle, ja sitä on myyty yli miljoona.
- ◆ Korkeakoulu Inseadin professori.
- ◆ Maailman talousfoorumin jäsen.
- ◆ Malesian valtion ja useiden kansainvälisten yritysten neuvonantaja.

hyödyntänyt liiketoiminnassaan muun muassa Nintendo, jonka uutta sukupolvea edustava Wii on kehitetty Kimin ohjauksessa.

Nintendo oli jämähtänyt konsolimarkkinoilla kauas Sony PlayStationin ja Microsoftin Xboxin taakse. Yritys halusi laajentaa markkinoita lapsista isovanhempiin. Pelaamisen vaikeus selätettiin uudella kapulaohjaimella, joka toimii pelissä vaikkapa golf tai tennismailan tavoin.

"Kun laitteet tulivat myyntiin New Yorkissa, niitä jonottivat nuorten lisäksi myös isoisät ja äidit. Pelaamisesta tuli koko perheen harrastus", Kim hymyilee.

**Pohjois-Suomessa** ensimmäistä kertaa vierailut Kim luennoiparille sadalle kuulijalle Spirit-markkinointiseminaarissa Vuok



Vuokatissa luennoinut professori W. Chan Kim ravistelee yritysjohtoa hakemaan vaurautta uusilta markkinoilta, Siniseltä mereltä.

katissa. Vaikka Kainuu on alueena professorille uusi tuttavuus, alueen yrityksistä hän tunnisti muutaman.

"Holiday Club -konsepti eli markkinoimalla loma-asuntoja osaomistuksella on hyvä esimerkki uusien markkinoiden etsimisestä kiinteistöyrittämisessä. Samaa konseptia on hyödynnetty liikelentokoneiden omistamisessa. Yritykset, joilla ei ole va-

raa ostaa omaa konetta, ostavat koneesta osuuden käyttötärpeen mukaan."

Pienten ja keskisuurten yritysten huomioiminen palveluita ja tuotteita räätälöidessä unohtuu W. Chan Kimin mielestä liian usein.

"Monella alalla tapellaan suorista asiakkaista, vaikka valtaosa yrityksistä on pieniä. Sieltä löytyy paljon markkinoita", Kim

vinkkaa.

Professori laskee, että oman Sinisen meren löytäminen kestää vuosia, ja siinäkin on riskinsä kuten kaikessa yrittämisessä. Johtoryhmän ja sijoittajien lisäksi myös henkilöstö on saatava uskomaan uusiin markkinoihin.

"Saavutettua etumatkaa ei ole helppo matkimalla kiria kiinni", Kim lohduttaa kivisen tien kulki-joita.