

Kasvunrakentaja- kilpailun voittajat 2014–2019



Pääomasijoittajat
Finnish Venture Capital Association

Tutkimme Kasvunrakentajien menestystä

- Pääomasijoittajien Kasvunrakenaja-kilpailu on jo vuodesta 2014 palkinnut menestyksekkäitä suomalaisia kasvutarinoita.
- Teimme tutkimuksen siitä, miten edellisten vuosien Kasvunrakenaja-kisan voittajat ovat pärjänneet voiton jälkeen.
- Tämä työ pohjautuu julkisiin lähteisiin ja tilinpäätöksiin.
- Lisäksi haastattelimme yritysten johtajia ja sijoittajia. Kysyimme heiltä kohokohtia matkan varrelta sekä neuvoja kaikille kasvua tavoitteleville yrityksille – näistä on myös julkaistu lyhyet videot, jotka ovat sekä Pääomasijoittajien verkkosivuilla että linkkeinä tässä raportissa.



Kasvunraken-
taja-

kilpailun

voittajat

2014



2015



2016



2017



2018

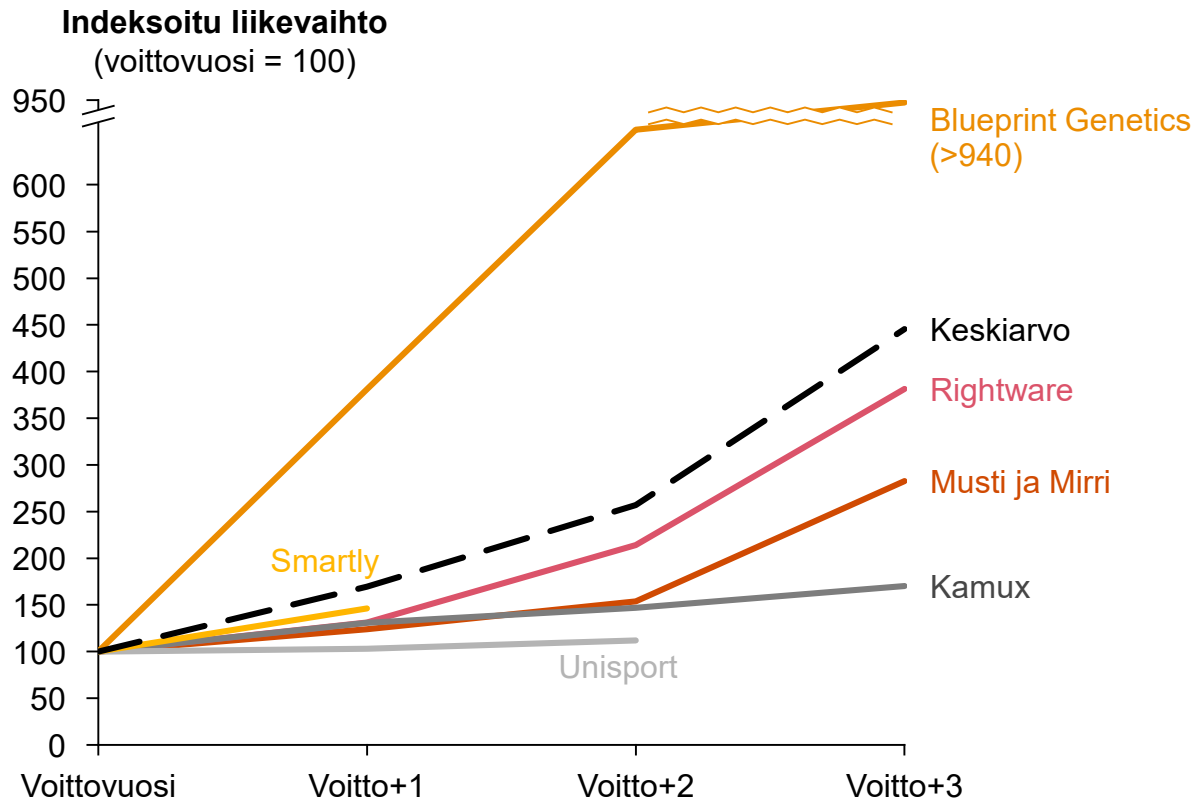


VAAKA PARTNERS

2019

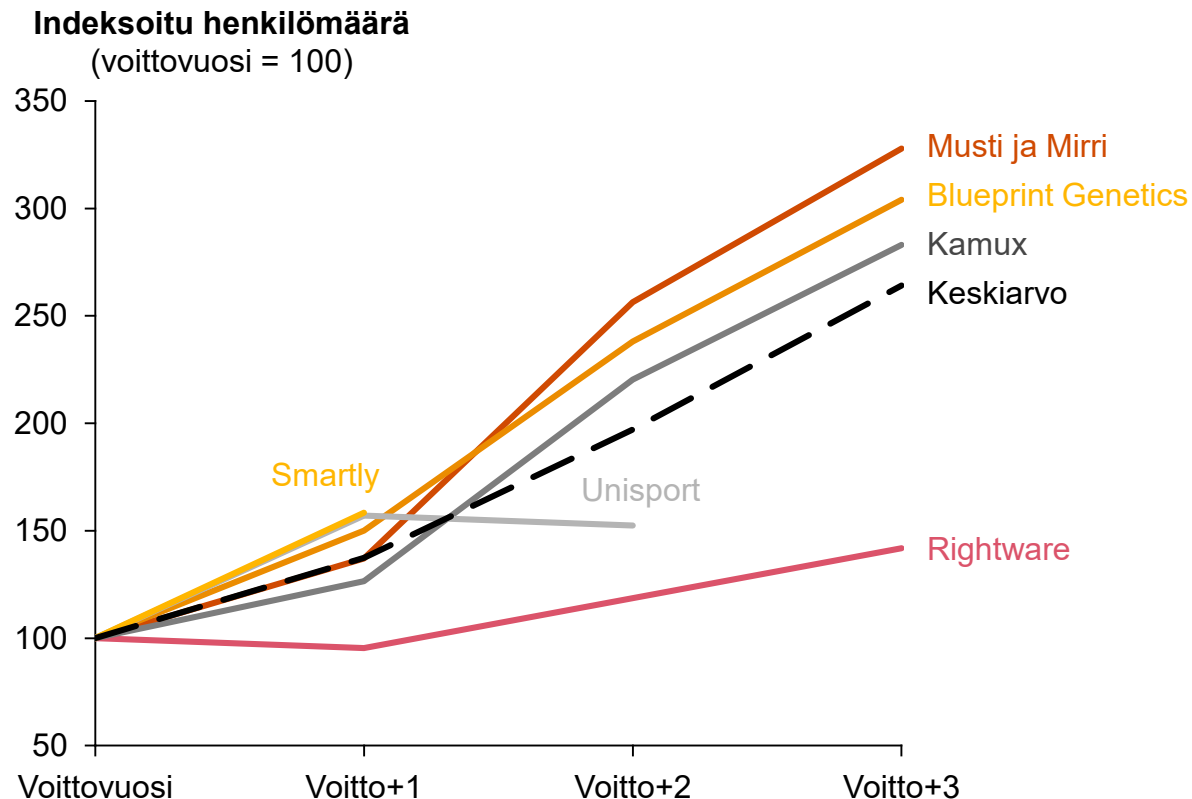


Voittajat ovat kasvattaneet liikevaihtonsa keskimäärin yli kolminkertaiseksi kolmessa vuodessa...



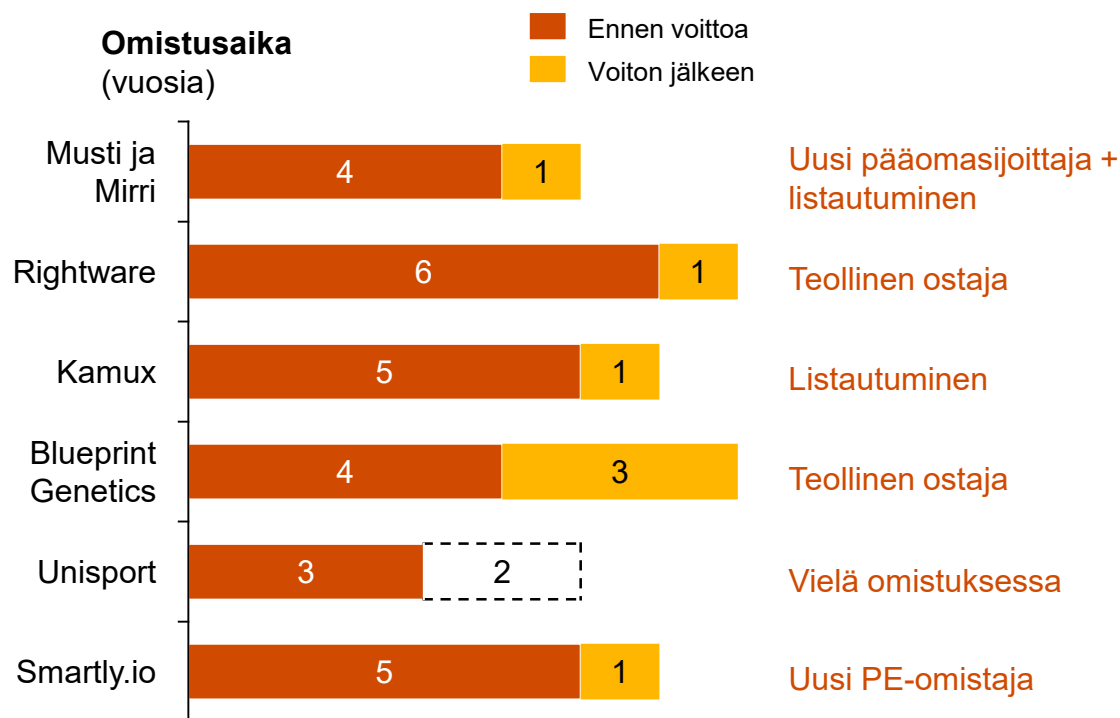
- Kaikkien voittajien liikevaihdot ovat kehittyneet voiton jälkeen positiivisesti **keskimäärin 47 % vuodessa (mediaani 44 %)**.
- Absoluuttista liikevaihtoa yhtiöt ovat kasvattaneet yhteensä **375 miljoonaa euroa** voittoa seuraavina kolmena vuotena (93 %).
- **Suurin osa kasvusta on tullut orgaanisesti**, joko laajentamalla uusiin maihin, uusilla asiakkailla tai tuote- tai palveluvalikoiman laajentamisella.
- Voittajayhtiöiden kasvu on kaksinkertainen FVCA:n jäsenten salkkuyhtiöille aikaisemmin laskettuun keskimäärin 23 %:n liikevaihdon kasvuun tai **yli kymmenkertainen laajalle suomalaiselle verrokkiryhmälle laskettuun 4 %:n kasvuun**.

... ja kasvattivat henkilömääränsä yli kaksinkertaiseksi – lähes 1 500 työpaikan lisäys kolmessa vuodessa



- Voittajayhtiöiden **henkilöstön määrä on lisääntynyt keskimäärin 38 % vuodessa (mediaani 43 %).**
- Kokonaisuutena henkilömäärä kasvoi kisavoittoa seuraavina kolmena vuotena yhteensä **1 462 henkilöä** (135 %:n kasvu), ml. ulkomaiset toiminnot.
- Voittajayhtiöiden kasvu on yli kaksinkertainen FVCA:n jäsenten salkkuyhtiöille aikaisemmin laskettuun keskiarvoon (17 %). Verrattuna suomalaisille verrokeille laskettuun 1 %:n kasvuun luku on yli kolmikymmenkertainen!

Suurin osa voittajista on exitoitu onnistuneesti vuoden sisään voitosta



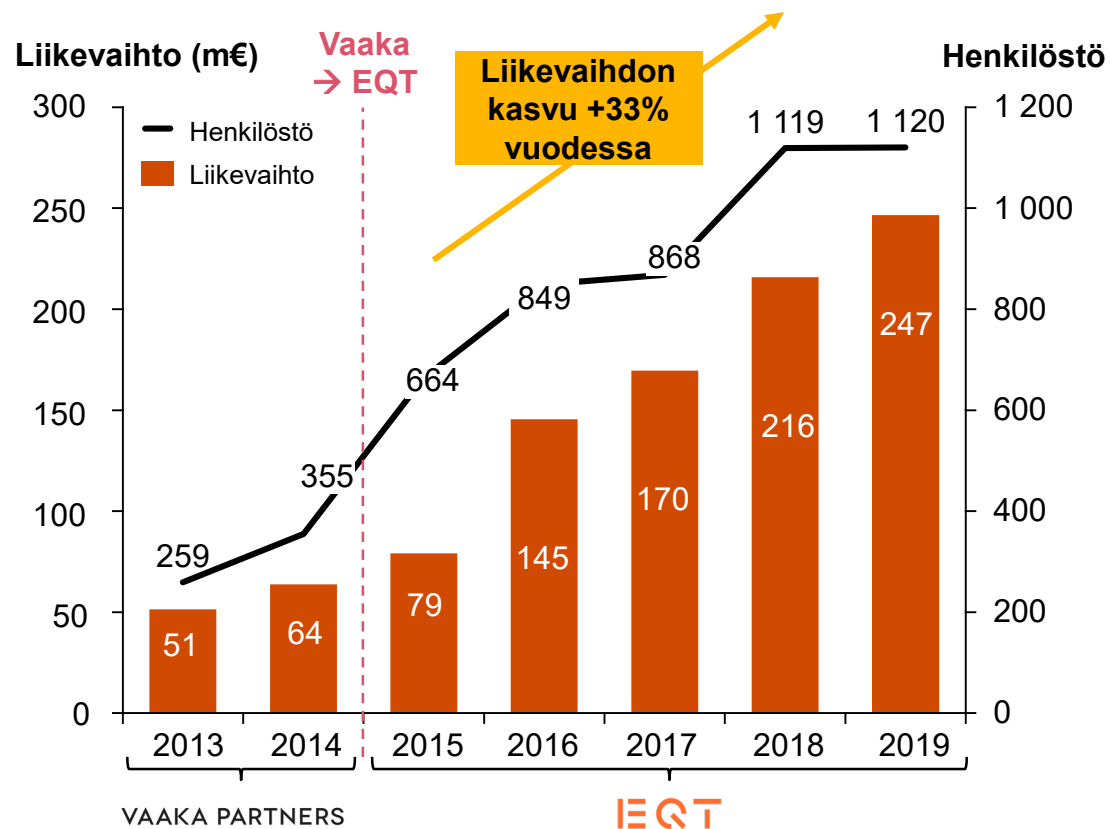
- Ennen voittoa yritykset olivat ehtineet kehittyä pääomasijoittajien omistuksessa useamman vuoden.
- Voiton jälkeen yhtiöiden keskimääräinen omistusaika on ollut vain reilun vuoden ennen exitiä. Yhtiöiden kokonaispitoaika on vaihdellut 5 ja 7 vuoden välillä. Voidaan myös todeta, että **Kasvunrakentaja-voitto on hyvä ennuste onnistuneelle exitille seuraavien 12 kuukauden aikana.**
- Viisi kuudesta tähänastisesta voittajasta on exitoitu osittain tai kokonaan. Nämä exitit ovat **luoneet erittäin paljon arvoa** omistajille, ja sijoitukset ovat olleet erittäin tuottoisia.
- Kaksi exiteistä on ollut myyntejä teolliselle ostajalle ("trade sale"), **kumpikin on kasvattanut Suomen liiketoimintaa ja luonut täällä lisää työpaikkoja** myynnin jälkeen.
- Kaksi yhtiöistä, Kamux sekä Musti ja Mirri, on listautunut. Molempien **osakekurssi on kehittynyt positiivisesti listautumisen jälkeen** – Kamuxin osakekurssi on 40 %* ja Musti Groupin 97 %* antihinnan yläpuolella.

*Päätöskurssit 20.8.2020

2014 voittaja Musti ja Mirri

Lemmikkikaupalla kansainväliseen menestykseen (1/2)

Musti ja Mirri 2013–2019



Yhtiön tarina

Tausta

Lemmikkieläintarvikkeiden erikoisliikeketju Musti Group (aikaisemmin Musti ja Mirri) perustettiin vuonna 1988. Kun Vaaka Partners osti yrityksen enemmistön vuonna 2010, yhtiöllä oli 90 myymälää ja sen liikevaihto oli 25 miljoonaa euroa. Yhtiön perustaja jäi eläkkeelle kaupan yhteydessä ja uusi omistaja loi yhdessä uudeksi toimitusjohtajaksi nimitetyn Mika Sutisen kanssa uuden strategian.

Kasvunrakentaja ja uusi omistaja

Pääomasijoitusyhdistys järjesti vuonna 2014 ensimmäisen kerran Kasvunrakentaja-kilpailun. Mustin ja Mirrin ainutlaatuinen kasvutarina, jossa suomalaista brändi-, konsepti- ja vähittäiskauppaosaamista viedään ulkomaille, vakuutti tuomariston ja yritys valittiin vuoden Kasvunrakentajaksi.

Vaaka Partnersin partneri Panu Vuorela on tyytyväinen Vaakan omistuksessa aikaansaatuun kehitykseen: ”Me olemme aina määräaikainen omistaja, jolla on jokin strateginen tavoite. Mustin ja Mirrin kanssa pääsimme vähintäänkin alkuperäisiin tavoitteisiin. Valehtelisin, jos väittäisin, että vuoden 2010 tilanne oli vuonna 2015 selvä. Mutta matkan aikana selvisi, mitä toimenpiteitä piti tehdä, että yhtiö voisi jatkaa parhaalla tavalla. Sijoittajan näkökulmasta tämä oli erittäin hyvä tulos, joka ylitti asetetut tavoitteet.”

Vaakan omistusaikana Musti ja Mirri laajeni Ruotsiin yritysoston kautta, liikevaihto kolminkertaistui ja voitto viisinkertaistui. ”Elämä Vaakan kanssa oli hyvää ja debatti innostavaa. Kun omat ajatukset alkoivat olla solmussa, keskustelu Panun ja kumppaneiden kanssa auttoi kirkastamaan niitä”, Musti ja Mirrin toimitusjohtajana vuoteen 2017 saakka toiminut Sutinen toteaa.

Saman vuoden lopussa oli edessä omistajavaihdos. EQT oli tunnistanut lemmikkeihin liittyvän trendin ja tutkinut alalla toimivia yrityksiä. Se kiinnostui kansainvälisen laajentumisen jo tovi sitten aloittaneesta kotimaisesta menestystarinasta, ja joulukuussa 2014 osti enemmistön Musti & Mirristä. ”Lähdettiin tekemään Suomen mestarista Pohjoismaiden mestaria”, EQT:n Jarkko Murtoaro kuvaili.

Note: Liikevaihto ja henkilöstö Musti ja Mirri Oy:lle 2013–2014 ja sen jälkeen Musti Groupille.

2014 voittaja Musti ja Mirri

Lemmikkikaupalla kansainväliseen menestykseen (2/2)

Video: Yhtiön johto ja omistajat kertovat kokemuksistaan



Yhtiön tarina

Kasvu jatkuu

EQT:n omistuksessa Musti ja Mirri jatkoi kasvua Ruotsissa ja laajeni orgaanisesti Norjaan. Sutinen pitää EQT:lta saatua tukea kansainväliseen laajentumiseen ensiarvoisen tärkeänä. "Saimme hyödyntää EQT:n vahvaa verkostoa Ruotsissa ja sillä oli merkittävä arvo meidän tilanteessamme."

Vuonna 2017 ruotsalainen David Rönnerberg tuli Mustin toimitusjohtajaksi. Rönnerbergillä oli vahva tausta verkkokaupasta ja hän toi mukanaan nopean toteuttamisen kulttuurin. "Tahti on ollut avainasemassa – on saatu aikaan paljon lyhyessä ajassa. Konsepti oli jo valmiiksi hyvä, nyt siitä on tehty fantastinen", Rönnerberg toteaa.

Pohjoismaiden valloituksen kanssa samaan aikaan oli käynnissä lukuisia muita hankkeita: kehitettiin verkkokauppakyvykkyyttä ja investoitiin voimakkaasti muun muassa IT-järjestelmiin. Verkkokaupan osuus onkin nykyään yli viidesosa kokonaismyynnistä.

Kahden eri pääomasijoittajan omistusaikana Musti kasvoi pohjoismaiden suurimmaksi lemmikkialan ketjuksi, jolla on 290 myymälää ja yli miljoona kanta-asiakasta. Rönnerberg toteaa tämän vaatineen paljon: "Olemme johtaneet vähittäiskaupan yhtiötä datan avulla. Se on vaatinut aikaa, mutta tuo nyt myös tuloksia. Pitää koettaa nähdä, mitkä trendit ovat kestäviä ja hyödyntää niitä."

Listayhtiöksi

Musti listattiin Helsingin pörssiin keväällä 2020. EQT hoiti suurelta osalta IPO-prosessin ja Rönnerberg sai keskittyä liiketoiminnan johtamiseen. "Minun täytyi vain saapua paikalle tapaamisiin." Listautumisanti oli voimakkaasti ylimerkitty. "Korkea hinta aiheutti keskustelua, mutta kurssi nousi (+97 % listautumisesta¹) listautumisen jälkeen, joten kaikki ovat tyytyväisiä", Rönnerberg sanoo.

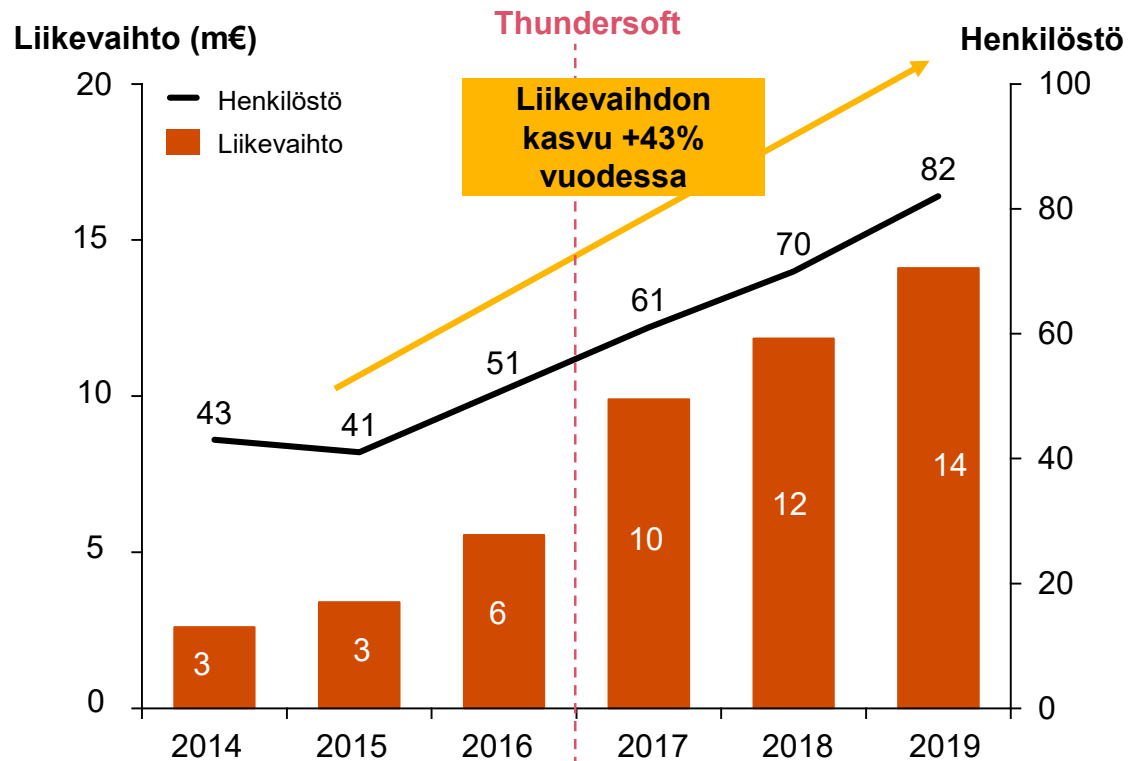
"Uskomme että Musti Groupilla on edessään erinomainen tulevaisuus ja EQT on innolla matkassa mukana listatussa yhtiössä", EQT:n partneri Vesa Koskinen kommentoi.

1) Päätöskurssi 20.8.

2015 voittaja Rightware

Edelläkävijä autojen käyttöliittymissä (1/2)

Rightware 2014–2019



Note: Liikevaihto ja henkilöstö Rightware Oy:lle 2014–2015 ja sen jälkeen Rightware Groupille.

Yhtiön tarina

Tausta

Rightware Oy perustettiin 2009, jolloin Futuremark Oy jakautui kolmeen osaan. Samassa yhteydessä Inventure ja Nexit Ventures sijoittivat yhtiöön. Alussa keskityttiin älypuhelimien ja tablettien käyttöliittymiin, mutta liiketoiminta ei lähtenyt lentoon. Rightwaren toimitusjohtajana toiminut Jonas Geust kuvaa, että kulutuselektronikkapuolella oltiin projektimoodissa, eikä onnistuttu saavuttamaan skaalaavuutta. Samaan aikaan kehitettiin autoille Kanzi-nimistä käyttöliittymäratkaisua, joka julkaistiin 2011. Tavoitteeksi asetettiin, että vuonna 2017 Rightware hallitsisi kolmasosaa autoteollisuuden digitaalinenäyttömarkkinasta.

”Siitä se ketsuppipullo lähti pursuamaan”

Yhtiön varsinainen kasvutarina sai alkunsa vuonna 2014, kun Audi ilmoitti, että sen oma Virtual Cockpit -mittaristo on luotu Rightwaren Kanzi-ohjelmistoa käyttäen. Rightwaren perustajajäsen Tero Sarkkinen muistelee tilannetta: ”Oltiin tavattu 30–40 suurinta autonvalmistajaa useaan otteeseen monen vuoden aikana. Kaikilla oli sama vastaus: ”Ihan kiva, mutta soitetaan sitten kun tarvitaan...” Kun Audi vihdoin julkisti mittariston, pidimme siitä samana päivänä lehdistötilaisuuden ja saimme siitä julkisen referenssin. Siitä se ketsuppipullo sitten lähti pursuamaan. Puhelin alkoi soida, kun kaikki 40 muuta autonvalmistajaa halusivat nopeasti mukaan. Bisneksen kannalta tilanne muuttui yön yli.”

Päätös keskittyä autoteollisuuteen tehtiin Geustin mukaan juuri oikeaan aikaan. ”Autoteollisuus oli tekemässä ”make or buy” -päättöksiä, ja Rightware pystyi tarjoamaan houkuttelevan tuotteen niille, jotka päättivät ostaa.” Kasvu oli täysin orgaanista ja myyntityö tehtiin omalla vällä. Kansainvälistä laajentumista varten kasvatettiin kansainvälistä myyntiorganisaatiota.

Voimakas kasvu vaati paljon yrittäjiltä ja henkilöstöltä, ja lisää oli palkattava nopeasti. Työhaastatteluja piti käydä jatkuvasti ja työtilanteet muuttuivat nopeasti. ”Eräälle lahjakkaalle designerille, joka Pietarista tuli Suomeen, piti heti ensimmäisellä työviikolla kertoa että menetkin muuten sitten sinne Ingolstadtin muutamaksi vuodeksi”, Sarkkinen muistelee.

2015 voittaja Rightware

Edelläkävijä autojen käyttöliittymissä (2/2)

Video: Yhtiön entinen johto ja omistajat kertovat kokemuksistaan



Yhtiön tarina

Exit-prosessi ja yllätykset

Kun Rightwaren omistajat aloittivat myyntiprosessin vuonna 2016, ei sopivia ostajia tahtonut aluksi löytyä. Puolen vuoden turhauttavan haun jälkeen myyntiprojektia oltiin jo melkein kuoppaamassa. Esiin nousi kiinalainen Thundersoft, jonka kanssa alkuvuoden bisneskeskustelut muuttuivat yllättäen yrityskauppapuheiksi. Tämä oli Thundersoftin ensimmäinen yritysosto Eurooppaan ja myös Tero Sarkkisen ensimmäinen kosketus myyntiprosessiin. ”Ei siitä ihan heti tullut kauppaa. Mukana oli noin 11 erilaista neuvonantajaa kehittämässä kauppaa – lakimiehiä, tilintarkastajia ja erotuomareina toimivia firmoja. Pidettiin sitä kovana lukuna”, Sarkkinen kertoo.

Yrityskauppaprosessi kiinalaisen yhtiön kanssa oli vaiherikas ja tuotti lukuisia yllätyksiä. Shanghain pörssistä esimerkiksi pyydettiin, että ostava yhtiö vahvistaa yhteenlasketut tuloslaskelmat kaupanjälkeisille vuosille. ”Sieltä pyydettiin joku takaamaan, miltä tulevaisuus näyttää. Ostajan pääomistaja joutui sitten henkilökohtaisesti takaamaan, että laskelmat pitivät paikkansa.”

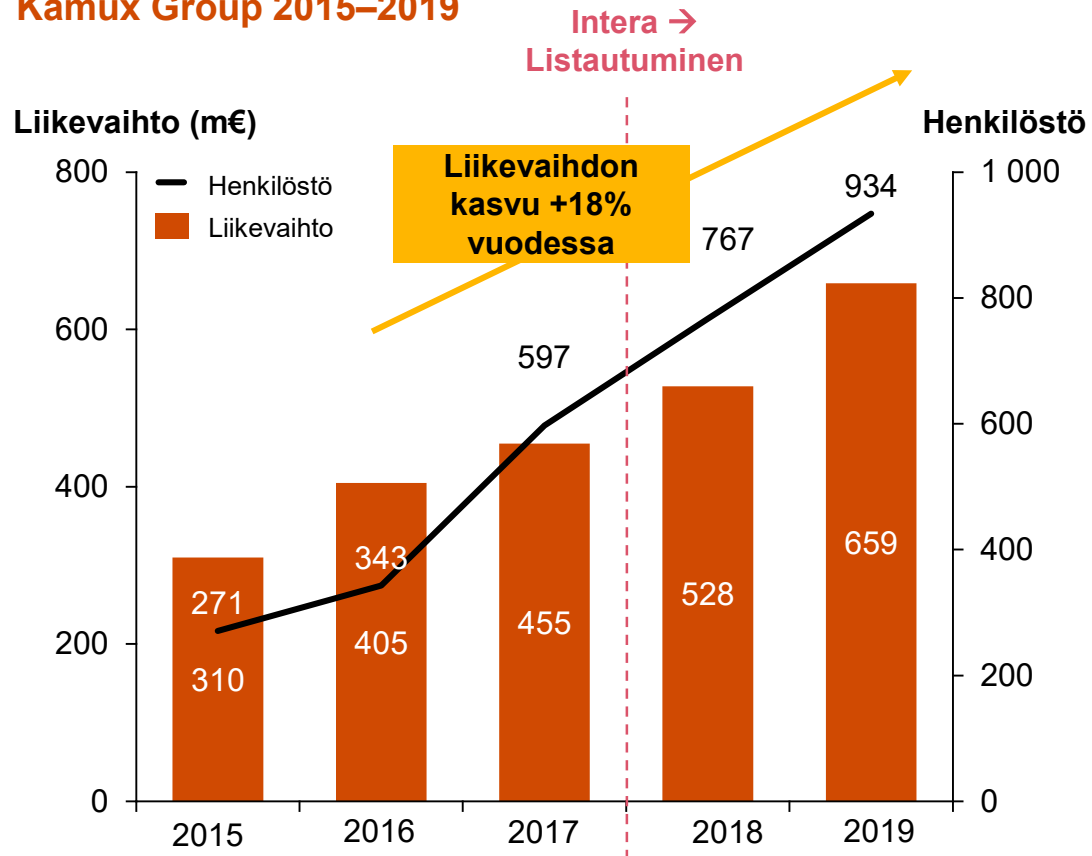
Kasvun jatkoa

Thundersoft haki Rightwaren ostolla läsnäoloa länsimarkkinoilla. Geustin mukaan tämä ei ole toteutunut Euroopassa odotusten mukaisesti, mutta USA:n markkinalla Rightware on auttanut uutta omistajaansa saamaan jalansijaa. Rightware on jatkanut tekemistä omalla brändillään ja omalla linjallaan, ja kasvu on jatkunut. Geust korostaa kristallinkirkkaan, kunnianhimoisen tavoitteen merkitystä. ”Strategia oli hyvin yksinkertainen: selkeä tavoite. Aina ei olla päästy tavoitteisiin, mutta välitavoitteet ja niiden juhliminen on tärkeää.” Geust kiittelee myös Inventurea, Nexit Venturesia ja Tesiä selkeästä ja yhtenäisestä linjasta. ”Sijoittajat olivat yksimielisiä - tai jos olikin erimielisyyksiä, niin ne eivät heijastuneet yhtiöön. On onnistumisen edellytys, että omistajat vetävät yhteen suuntaan.”

2016 voittaja Kamux

Edullisempaa autokauppaa (1/2)

Kamux Group 2015–2019



Yhtiön tarina

Tausta

Juha Kalliokosken perustama Kamux on uudistanut käytettyjen autojen kauppaa merkittävästi. Vuonna 2003 perustetun Kamuxin liiketoiminta keskittyi alusta asti käytettyjen autojen kauppaan. Ajatus ketjuuntumisesta syntyi nopeasti ja toimipisteitä avattiin nopeassa tahdissa ympäri Suomen. Kamuxin malli oli toimialalla uusi: kaikki myyjät myyvät myös muiden myyntipisteiden autoja, mikä mahdollistaa varaston kierron optimoinnin ja tehokkuuden.

Intera Partners vakuuttui Kalliokosken luomasta mallista ja osti enemmistöosuuden Kamuxista vuonna 2011, jolloin liikevaihto oli 74 miljoonaa euroa ja henkilöstömäärä noin 50. Intera lähti ajamaan Kamuxin kansainvälistymistä. Vuonna 2012 avattiin ensimmäinen liike Ruotsiin ja vuonna 2015 Saksaan. Vuonna 2015 liikevaihto oli noussut 310 miljoonaan euroon ja henkilöstöä oli noin 270. Kamux valittiin voittajaksi Pääomasijoittajat ry:n Kasvunrakentaja-kilpailussa vuonna 2016.

Mikä on muuttunut voiton jälkeen?

Kamuxin liiketoiminnassa on tapahtunut merkittävä muutos digitaalisuuteen ja analytiikan käyttöön liittyen. "Voit ostaa autoja chatin kautta ja suoraan verkosta. Tämä on avannut uusia mahdollisuuksia siihen, miten asiakas tekee ostopäätöksiä", Kalliokoski toteaa.

Kansainvälisen laajentumisen myötä Kalliokoski on saanut huomata eri maiden toimintamallien ja kulttuurien väliset erot. Ruotsi on digitaalisuudessa vahva, kun taas Saksa digitaalisuudessa Ruotsia ja Suomea jäljessä. Toinen käytännössä koettu eroavaisuus liittyy luottamukseen – Kalliokosken mukaan Suomen ulkopuolella luottamusta ei voi ottaa itsestään selvyytenä. "Sovi kaikki kirjallisesti, järjestä itse riittävän hyvät kontrollit ja järjestelmät ja palkkaa riittävän kyvykkäät henkilöt vetämään liiketoimintaa." Kamux onkin palkannut vetäjät selkeästi isommista tehtävistä johtamaan Ruotsin ja Saksan liiketoimintoja. "On ollut tarpeellista löytää henkilöt, joilla on kyky skaalata meidän bisnestämme näissä maissa."

2016 voittaja Kamux

Edullisempaa autokauppaa (2/2)

Video: Yhtiön perustaja ja toimitusjohtaja kertoo kokemuksistaan



Yhtiön tarina

Mitkä ovat olleet tärkeimpiä oppeja?

Kamux oli listautumisprosessissa vuonna 2016, mutta juuri listautumisen kynnyksellä tuli ilmi puutteita yhtiön ennakkopidätysten ja sosiaalikulujen maksamisessa, jolloin vastuullinen teko oli keskeyttää listautumisprosessi. Kalliokosken mukaan listautumisen peruuntuminen ei vaikuttanut liiketoimintaan, mutta se oli kova tutkiskelun paikka. ”Se on tosiasia, että kontrolliprosessit eivät olleet nopeasti kasvavassa yrityksessä riittävän hyvällä tasolla, koska näin pääsi käymään.” Prosessit hoidettiin kuntoon ja listautuminen toteutettiin toukokuussa 2017. Kalliokosken mukaan listautumisen myötä Kamux on saanut lisää tunnettua erityisesti Suomen ulkopuolella, ja onnistunut listautuminen on lisännyt luottamista koko toimialaan. ”Erityisesti Saksassa ja Ruotsissa listautuminen on edesauttanut rekrytointia.” Listautumisen jälkeen yhtiön kurssi on kehittynyt positiivisesti ja se oli elokuun loppupuolella 2020 yli 40 % listautumishinnan yläpuolella.

Kamuxilla on nykyään 77 autoliikettä, näistä 20 Ruotsissa ja 7 Saksassa. Kasvu on ollut vahvaa, mutta myös kannattavaa, ja se on aikaansaatu orgaanisesti. Kalliokoski korostaa Kamuxin menestyksen avaimena systemaattista tekemistä. ”Kun on kasvusuunnitelma seuraaville vuosille, niin palastelkaa se riittävän yksityiskohtaisiin tekemisiin vuosille etukäteen. Mitä tapahtuu tänä vuonna, tässä kuussa, ensi kuussa, mitä osaamista tarvitaan ja niin edelleen. Se kasvu ei vaan tule sattumalta, vaan matkalla tarvitaan systemaattista tekemistä.”

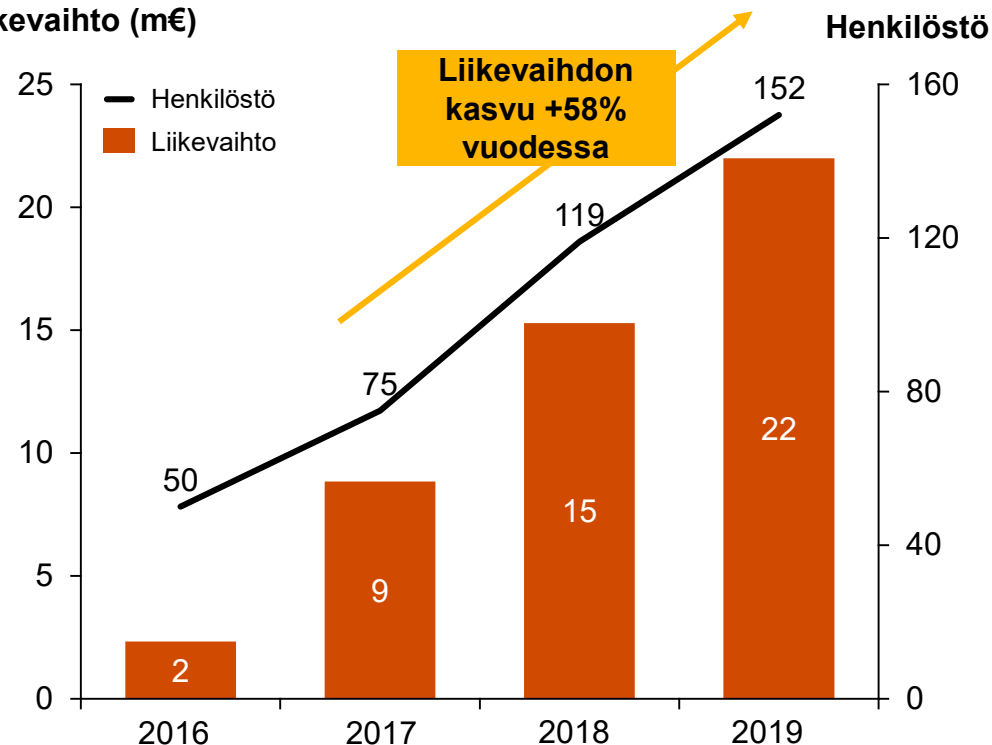
Kamuxin tavoitteena on jatkaa kasvu-uralla. ”Täytyy muistaa, että nämä kolme maata joissa ollaan, niiden käytettyjen autojen markkinan koko on noin 100 miljardia euroa. Markkinan koko ei siis aseta meille rajoitteita. Usein unohtuu, että Euroopan käytettyjen autojen markkina on noin kaksi kertaa niin suuri kuin uusien autojen kauppa. Lisäksi markkina on äärimmäisen fragmentoitunut.” Vuonna 2019 Kamux julkaisi historiansa ensimmäisen yrityskaupan, kun se osti Espoon Niittykummussa toimivan Autosillan liiketoiminnan. Tulevaisuuden visiona on olla ykkönen Euroopassa käytettyjen autojen vähittäiskaupassa.

2017 voittaja Blueprint Genetics

Kohti parempaa maailmaa testi kerrallaan (1/2)

Blueprint Genetics 2016–2019

Liikevaihto (m€)



Yhtiön tarina

Tausta

Blueprint Genetics perustettiin 2012 kehittämään harvinaisten tautien geenitestausta. Tavoitteena oli alentaa testauksen usein korkeaa hintaa ja nopeuttaa testausta huomattavasti hyödyntämällä uusinta teknologiaa. Yhtiön perustajilla oli vankka kokemus lääketieteestä ja biotieteistä. Alkuvuodet kuluivat laboratorion rakentamisessa ja tuotekehityksessä. Kesällä 2013 yritys sai myyntiin pilottituotteensa, testit vakaviin perinnöllisiin sydän- ja verisuonitauteihin. Näiden näyttöjen turvin yhtiö keräsi 3 miljoonan euron rahoituksen bisnesenkeleiltä, Botnia Scanilta, Inventurelta, Avohoidon tutkimussäätiöltä ja Tekesiltä.

Yhtiön alkutaipaleella kauppaa käytiin aktiivisesti alan konferensseissa, joihin perustajien kautta oli hyvä pääsy ja verkostot. Yhtiö oli myös alusta alkaen hyvin kansainvälinen ja jo 2016 perustettiin tytäryhtiöt Dubaihin ja Yhdysvaltoihin.

Kasvunrakennusta

2016 Blueprint Genetics oli kehittänyt tarjontaansa, joka kattoi jo yli 2 000 geeniä. Yhtiö myös keräsi lisärahoitusta tuotannon ja kehityksen laajentamiseen uusilta sijoittajilta kahdella eri kierroksella. Myös Kasvunrakentaja-raati oli vakuuttunut yhtiön tarinasta, ja se valittiin vuoden 2017 kilpailun voittajaksi.

Kasvaneet resurssit mahdollistivat voimakkaan kasvun ja palvelun laajentamisen myös kansainvälisesti, erityisesti Pohjois-Amerikassa, jonne perustettiin oma laboratorio 2019. ”Pohjois-Amerikan kasvu on ollut yksi meidän kohokohdista. Selvästi yli puolet volyymistamme on pitkään tullut Pohjois-Amerikasta”, toteaa Blueprint Geneticsin toimitusjohtaja Tommi Lehtonen.

2017 voittaja Blueprint Genetics

Kohti parempaa maailmaa testi kerrallaan (2/2)

Video: Yhtiön johto ja entiset omistajat kertovat kokemuksistaan



Yhtiön tarina

Kasvu jatkuu

Laajentumisen myötä yhtiö vahvisti myös hallitustaan laajemmalla osaamisella ja investoi uusiin laboratorioihin. Inventuren partneri Tuomas Kosonen antaa tähän liittyen vinkin tuleville kasvua hakeville yrityksille: "Katsokaa tarpeeksi pitkälle eteenpäin ja varmistakaa, että on tarpeeksi resursseja suureen muutokseen ja kasvuun. Olkaa myös tarpeeksi rohkeita käyttämään niitä resursseja, jotta saavutetaan mitä tavoitellaan."

Tommi Lehtonen on samaa mieltä. "Organisaation kasvattamisesta täytyy pitää huolta. Se on ollut meille todella tärkeää koko kasvu-uraa mietittäessä. Kasvoimme melkein kolminkertaiseksi voiton jälkeen ja on ollut positiivinen muutos nähdä, miten tiimit kehittyvät."

Tänä päivänä Blueprint Geneticsillä on yli 170 työntekijää Suomessa, Dubaissa ja Yhdysvalloissa. Yhtiön asiakaskunta koostuu yli 3 000 asiakkaasta yli 70 maassa. Merkittävimmät markkina-alueet ovat Pohjoismaissa, Yhdysvalloissa ja Kanadassa. Blueprint Genetics on laajentanut sydän- ja verisuonitaudeista 14 eri osa-alueeseen, joilla se tarjoaa yhteensä yli 200 testiä. Se on jatkanut innovointia ja yhtiön tuotteet perustuvat omaan ohjelmistokehitykseen ja lääketieteelliseen osaamiseen. Blueprintin menestyksen taustalla on ollut paitsi oikea ajoitus nopeasti kasvavalla alalla, myös kyky skaalata toimintaa. Menestystekijöitä ovat myös nopea toimitusaika, hyvä laatu, kilpailijoita halvempi hinta ja luotettava palvelu.

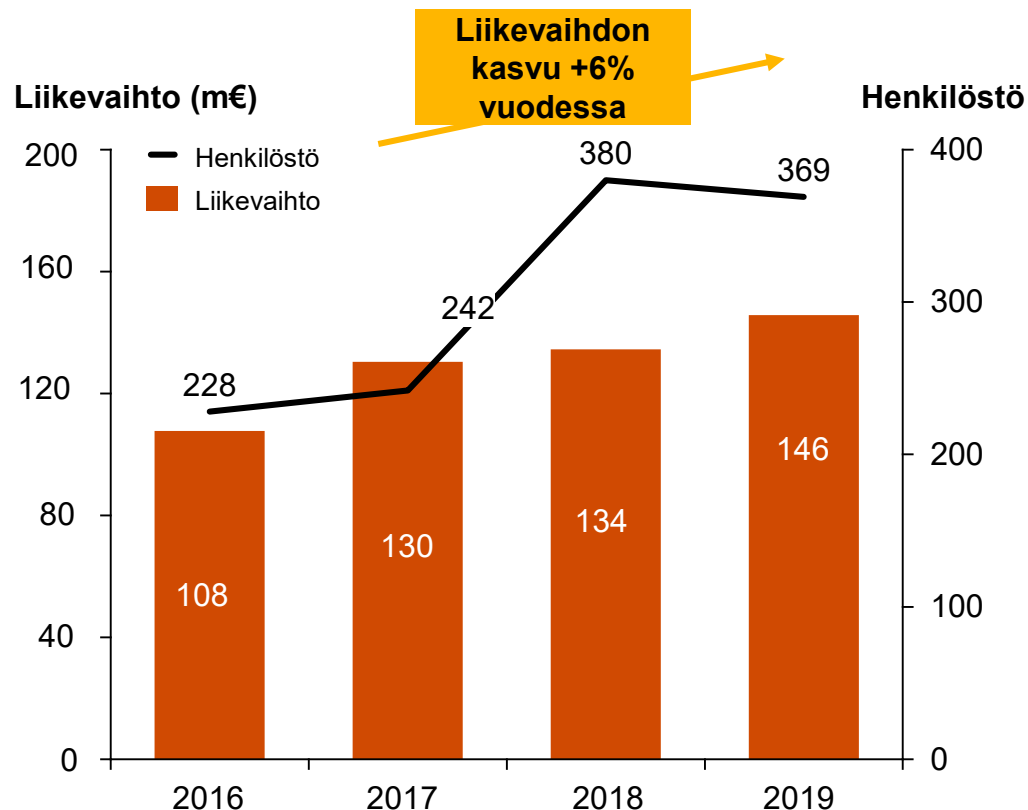
Uuteen omistukseen

Tammikuussa 2020 amerikkalainen diagnostiikkayhtiö Quest Diagnostics osti Blueprint Geneticsin koko osakekannan. Lehtonen näkee uudessa omistajassa paljon mahdollisuuksia. "Quest on yksi diagnostiikka-alan johtavia toimijoita. Hallituksessa mietittiin eri strategisia vaihtoehtoja ja todettiin, että tämä on yhtiön tässä kehitysvaiheessa paras ratkaisu."

2018 voittaja Unisport

Aktiivisempaa yhteiskuntaa (1/2)

Unisport 2016–2019



Yhtiön tarina

Tausta

Unisport syntyi vuonna 2015, kun Vaaka Partners osti suomalaisen tekonurmia valmistavan Saltex Oy:n ja ruotsalaisen urheilu- ja liikuntapaikkojen pinnotteiden ja varusteiden asennuksiin erikoistuneen Unisport Scandinavia Ab:n – ja muodosti pohjoismaisen markkinajohtajan. Vuonna 2016 kokonaisuuteen liitettiin sisäurheilupaikkojen sisustamiseen, varustamiseen ja huoltoon keskittynyt Kerko Group ja tämän jälkeen yrityskauppoja on jatkettu markkina-aseman vahvistamiseksi entisestään.

Nykyään Unisport on markkinajohtaja liikunta- ja urheilupaikkojen pinnoitteissa sekä varusteissa Pohjoismaissa. ”Haluttiin rakentaa sellainen kokonaisuus, jolla pystytään vastaamaan kokonaisvaltaisesti asiakastarpeeseen”, Vaaka Partnersin toimitusjohtaja Juha Peltola kuvaa.

One-stop-shopia rakentamassa

Pitkän uran muun muassa Rautaruukilla ja Elcoteqillä tehnyt Petteri Laaksomo aloitti operatiivisena johtajana 2017. Hänet nimitettiin toimitusjohtajaksi vuonna 2018, jolloin yrityskaupoin rakennettu kokonaisuus oli valmis. Laaksomo luotsaa liikuntapaikkarakentamisen One-stop-shopia pyrkien myymään asiakkaille yhä enemmän laajoja kokonaisratkaisuja. ”Lähtökohtaisesti pyritään olemaan asiakkaan luona ja hakemaan ratkaisuja. Ollaan konsultatiivisessa roolissa ja tehdään ostaminen helpoksi.”

Maan rajat ylittävän kokonaisuuden rakentamiseen on mahtunut myös operatiivisia haasteita. ”Joka yhtiössä oli omat toimintatapansa, jotka piti yhdenmukaistaa yhden järjestelmän alle”, Peltola sanoo. Korjaaviin toimenpiteisiin ryhdyttiin kuitenkin välittömästi. ”Viime vuonna kasvettiin vajaa 10 % ja uskomme hyvän kasvun jatkuvan tänä vuonna. Markkinalta saamme positiivista feedbackia.”

2018 voittaja Unisport

Aktiivisempaa yhteiskuntaa (2/2)

Video: Yhtiön entinen johto ja omistajat kertovat kokemuksistaan



Yhtiön tarina

Tärkeimmät opit

Henkilöstön korkea sitoutumisen aste on tullut Laaksomolle suurena positiivisena yllätyksenä. "Henkilökunnalle tämä on enemmän elämäntapa kuin työ. Sitä ei saa missään nimessä menettää, vaikka tulee ERP, prosessit ja niin edelleen – on tärkeää säilyttää arvojen mukainen kulttuuri."

Johdon ja pääomasijoittajan välinen yhteistyö on Laaksomon mukaan ollut aktiivista ja hän kokee saaneensa hallitukselta arvokasta sparrausta ja oppineensa paljon vielä "vanhoilla päivillään". "Ei perinteistä johto, hallitus, työntekijät, vaan ollaan yhdessä päätissä."

Kasvu jatkuu

Peltolan mukaan yrityskokonaisuus – tai platform – on valmis, ja nyt katse on kohdistettu kasvuun valituilla markkina-alueilla. Tulevaisuudessa nähdään paljon houkuttelevia kasvunmahdollisuuksia. "Olemme markkinajohtaja joka maassa, mutta tuote-/maamatriisissa markkinaosuudet eivät ole tasaiset. Sieltä löytyy luontevia paikkoja täyttää valkoisia tai harmaita kohtia. Tarjoamalla kokonaisratkaisuja pystytään myös ottamaan enemmän markkinaosuutta."

Unisport haluaa olla rakentamassa aktiivisempaa ja terveempää yhteiskuntaa tarjoamalla puitteet urheiluun, liikkumiseen ja leikkimiseen. Ympäristöystävällisyys ohjaa vahvasti tuotekehitystä. Ruotsissa ollaan ympäristöasioissa Suomea edellä, ja "miljö" on kaiken keskiössä. Unisport toi vuonna 2018 markkinoille ensimmäisenä maailmassa luonnonmukaisen ja biohajoavan tekonurmien täyttöaineen. Innovatiivinen tuote on saanut Kansainvälisen jalkapalloliiton FIFA:n hyväksynnän ja sen myötä tuotteelle aukeaa kansainväliset markkinat. "Ollaan tehty oikeita valintoja", Laaksomo toteaa.

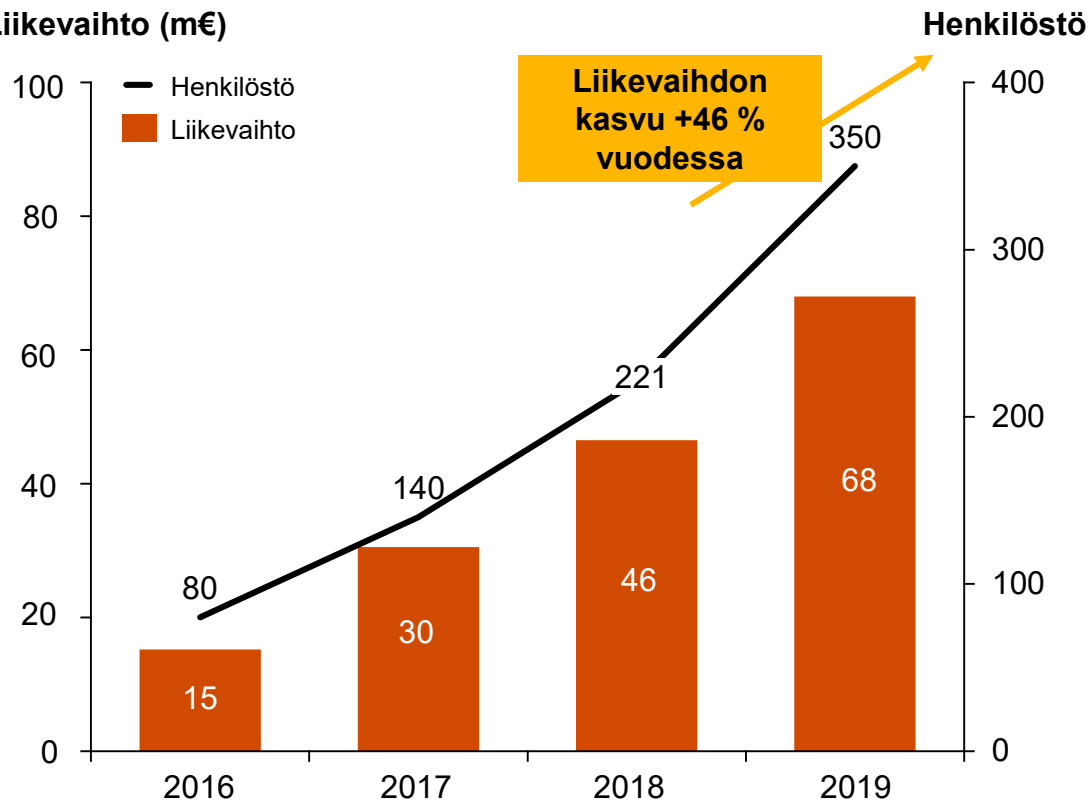
Vuonna 2018 pitkän linjan suomalainen teollisuuskonkari Jan Lång tuli mukaan yhtiön hallitukseen, ja elokuussa 2020 hän otti myös vt. toimitusjohtajan roolin Unisportissa.

2019 voittaja Smartly.io

Luovalla mainonnalla maailmalle (1/2)

Smartly 2016–2019

Liikevaihto (m€)



Yhtiön tarina

Tausta

Smartly.io on vuonna 2013 perustettu mainonnan prosessien automatisoija, joka tunnetaan erityisesti suuryritysten Facebook-mainonnan toteuttajana. Smartly.io yhdistää luovan mainonnan tuotannon, kampanjaostamisen ja optimoinnin. Tänä päivänä Smartly.io työllistää 350 henkeä 16:ssa toimistossa ympäri maailman. Asiakaskunta on laajentunut ja palveluja käyttävät Facebookin lisäksi tänä päivänä mm. Uber, Skyscanner, McDonalds, Walmart, eBay, Under Armour ja Samsonite.

Nopeaan kasvuun

Smartly.io aloitti Facebookin virallisena kumppanina vuoden 2014 alussa. Perustajat Kristo Ovaska ja Tuomo Riekkö olivat kehittäneet työkalun, jolla pystyi automatisoimaan, optimoimaan ja seuraamaan käyttäjille näkyviä mainoksia. "Emme olleet first movereitä. Ekan aallon toimijat olivat jo jonkin kokoisia kun aloitettiin, mutta on mahdollista tulla myös takaa", alusta asti mukana ollut COO Anssi Rusi kuvaa. Saman vuoden lopussa järjestettiin ensimmäinen rahoituskierros, jolloin Lifeline Ventures sekä joukko yksityissijoittajia sijoittivat yhtiöön.

Vuonna 2017 osuus yhtiöstä myytiin Highland Capitalille ja Matti Alahuhdalle. Vuonna 2018 Smartly.io aloitti laajentumisen Pinterestiin ja Googlen hakukone-alustalle hakusanaoptimointiin. Google-hakujen markkinapotentiaali on vielä Facebookiakin suurempi, joten se avaa valtavat kasvumahdollisuudet.

Smartly.io:n kansainvälinen menestys on huomattu laajasti Suomessa ja se voitti vuonna 2018 Kauppalehden Menestyjät-tapahtuman Vuoden Yritys -palkinnon ja vuonna 2019 Kasvunrakentaja-kilpailun. Vuoden 2019 lopussa tasavallan presidentti myönsi sille kansainvälistymispalkinnon vuoden tulokasyrityksenä.

2019 voittaja Smartly.io

Luovalla mainonnalla maailmalle (2/2)

Video: Operatiivinen johtaja Anssi Rusi kertoo kokemuksistaan



Yhtiön tarina

Uusi omistaja

Vuoden 2019 lopussa yhdysvaltalainen pääomasijoitusyhtiö Providence Equity osti enemmistön Smartlystä 200 miljoonalla eurolla. Työntekijöitä oli sitoutettu laajasti, joten yrityskaupan yhteydessä pystyttiin palkitsemaan ihmisiä tehdystä työstä. Yrityskaupan lopputulos oli kiistämättä erinomainen, mutta prosessin läpivieminen vei resursseja. "Aika on pois bisneksen tekemisestä, eli häiriötekijä. Se kannattaa tehdä siinä tapauksessa, että lopputulos mahdollistaa uudelle tasolle nousemisen. Uskomme, että sellainen taso löytyi tässä tapauksessa ja kuva on vahvistunut yrityskaupan jälkeen."

Seuraava askel

Providence tuo aikaisempaa merkittävästi suuremman investointikapasiteetin lisäksi Smartlyn käyttöön nimekkään verkoston ja vahvan osaamisen Yhdysvaltojen mediakentästä ja markkinoinnista. "USA ollut aina ykkös-target. Nyt entistä vahvemmin", Rusi kuvaa.

Rusin mukaan toimialaa leimaa jatkuva muutos. "Se on mindset-kysymys, onko muutos mahdollisuus vai uhka. Meille se on mahdollisuus. Markkina muuttuu niin paljon, että harvoin mikään yllättää – päinvastoin, yllättävää on se, jos ei tule yllätyksiä." Providencen vahva usko Suomeen on tullut kuitenkin positiivisena yllätyksenä smartlylaisille.

Uuden omistajan kanssa katse on vahvasti tulevaisuudessa. "Ollaan rakennettu seuraavaa kannattavan kasvun suunnitelmaa Providencen kanssa. Visiota ja strategiaa ei tarvinnut muuttaa." Seuraavassa kasvun vaiheessa fokusta kohdistetaan perinteisempiin isoihin yrityksiin ja tuotetta kehitetään modernin mainonnan pilviratkaisuksi. "Media ja creative ovat olleet aikanaan erillisiä toimintoja. Se toimi printtimaailmassa, mutta nyt halutaan räätälöityä markkinointia. Jos nämä kaksi ovat erikseen, ei kyetä tekemään kohdennettua mainontaa. Nyt muutetaan toimialan tapaa tehdä asioita."

5 vinkkiä Kasvunrakentaja- kilpailussa menestyneiltä yrityksiltä

1

Uskalla tavoitella korkealle

Määrittele päätavoitteeksi rakentaa hieno ja kannattava yritys. Ole kunnianhimoinen ja rohkea – miksi keskittyä vain Suomeen, jos markkina-alue voi olla koko maailma!

2

Varmista yhdenmukaiset tavoitteet

Pidä huoli, että visio ja korkealle asetetut tavoitteet ovat kristallinkirkkaita omistajille, hallitukselle, johdolle ja koko organisaatiolle ja että kaikki ovat sitoutuneita niihin.

3

Panosta rekrytointeihin

Katso pitkälle eteenpäin ja varmista riittävät resurssit suureen muutokseen ja kasvuun. Älä yritä tehdä kaikkea itse, vaan etsi parhaat tekijät ja luota heihin.

4

Varaudu yllätyksiin

Yllätyksiä tulee aina ja menestyksekkään yrityksen rakentaminen vaatii kestävyyttä. Seuraa tarkasti markkinan trendejä ja varmista, että sisäiset prosessit ovat kunnossa.

5

Nauti matkasta

Kun kasvu lähtee liikkeelle, uskalla painaa kaasua ja malta juhlia myös välisaavutuksia!

Lisätietoa selvityksestä:



Hannu Suonio
Markets Leader, Partner
hannu.suonio@pwc.com



Jussi Lehtinen
Deals Strategy Leader
jussi.lehtinen@pwc.com

pwc.fi

This publication has been prepared for general guidance on matters of interest only, and does not constitute professional advice. You should not act upon the information contained in this publication without obtaining specific professional advice.

© 2020 PricewaterhouseCoopers Oy. All rights reserved. Not for further distribution without the permission of PwC. "PwC" refers to the network of member firms of PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL), or, as the context requires, individual member firms of the PwC network.



Pääomasijoittajat
Finnish Venture Capital Association