YHDYSVALTOJEN VIENNIN KÄYNNISTÄMINEN

Simo J. Lahtinen

CAPTEENI
FINANCIAL SUCCESS FROM THE US

Sisällysluettelo

1. Yhdysvaltojen markkinat ovat maailman suurimmat 4

Amerikan suuruus yllättää 4
Amerikka on viisitoista Venäjää 5
Milloin on hyvä aika laajentua USA:aan? 5
Euro on isoin riskisi 6

2. Tietoa Amerikasta 7

Amerikan parhaiten maksavat yritykset 7
Keskiverto amerikkalainen maksaa useita veroja 12
Amerikan suosituimmat kaupungit startupeille 14
Valmistava teollisuus palaan näihin kaupunkeihin 17
USA:n venemarkkinat 5% kasvussa 2024 asti 23
Islantilaisella jugurtilla jättimenestys 24
USA:n venemyynnin kasvu jatkuu 25
Amerikan maatalouden kuusi muutostrendiä 32
Amerikan markkinoinnin neljä trendiä 34
Amerikan suosituimmat palveluyritykset 36
Amerikan jääkaappimarkkinat kasvussa 39
Amerikan 5 trendiä vähittäiskauppaan 40
USA:n puutavaran kulutus kohti ennätyslukuja 42

3. Neuvottelut ja sopimukset 43

Unohda vaatimattomuus ja tee kauppaa 43
Suomalaisen huippumyyjän vinkit USA:ssa pärjäämiseen 43
Amerikkalainen unelma on totta 44
Neuvottelutilanne Amerikassa saattaa yllättää 45
Kuinka Amerikassa kannattaa kommunikoida 45
Aika on rahaa 46
Neuvottelut ja sopimukset Yhdysvalloissa 46
Tervehdykset ja elekieli 47
Pelkkä small talkin osaaminen ei riitä Yhdysvalloissa 48

4. Vihjeitä jo Amerikan valloittaneelta 49

Brittikonsulilta oppia Amerikan markkinoille 49
90-vuotiaan yrittäjäkonkarin viisi vinkkiä vientiyrityksille 50
Amerikassa pitää olla rohkea ja ahkera 51

5. Kokemuksia viennin aloittamisesta Yhdysvaltoihin 52

Myyntimatka USA:aan tuottaa 52
Suomalaisyritykselle mahdollisuus miljoonatilauksiin USA:sta 52
Kevytruoppaaja 53
Ravintolisät 53
Polttopuukoneet 54
Direct Market Entry Yhdysvaltoihin 55
Kahden viikon myyntimatka Yhdysvalloissa oli menestys 55

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

Tietoa kirjoittajasta

SIMO J. LAHTINEN

Toimitusjohtaja ja perustaja, USA

Capteeni Oy:n ja Capteeni LLC:n perustaja ja omistaja, 82 maassa toimivan Uretek verkoston yrityksen Uretek Worldwide Oy:n hallituksen puheenjohtaja, Suomalais-amerikkalaisen kauppakamarin FACC Midwest:n hallituksen jäsen. Asunut 10 vuotta USA:ssa. Toisen polven yrittäjä USA:n markkinoilla. Työskennellyt kansainvälisessä rakennusalan yrityksessä projektien johdossa. Päämaja Chicagossa sekä aluetoimistot Melbournessa, Floridassa, Philadelphiassa, Pennsylvaniassa ja Helsingissä. Tehnyt myyntikonsultointia suomalaisyritysten kanssa 40 osavaltiossa. Kontakteja mm. Dronesegmentillä, rahoitusalalla, elintarvikkeissa, elektroniikassa, huonekaluissa, metsätalouden koneissa, energian tuotannossa, rautateillä, rakentamisessa, rakennustarvikkeissa, liikkuvien työkoneiden lisälaitteissa, pienkoneissa, puolustusvoimien tarvikkeissa, terveystuotteissa, IT-järjestelmissä, lemmikkieläinten tarvikkeissa sekä veneilyssä. Vienyt Suomesta useita yrityksiä Yhdysvaltoihin. Vahvuudet: Market Entry Yhdysvaltoihin, jälleenmyyntiverkoston rakentaminen, jälleenmyyntiverkoston johtaminen, maahantuojan löytäminen, myyntitapaamisten järjestäminen sekä myyntikonsultointi.

CAPTEENI
FINANCIAL SUCCESS FROM THE US

Julkaisu pohjautuu Capteenin blogissa 2014-2018 julkaistuun materiaaliin, joka puolestaan pohjautuu suurelta osin eri tiedotusvälineissä julkaistuihin artikkeleihin. Artikkeleiden alkuperäislähteet mainitaan kunkin kappaleen jälkeen.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

1. Yhdysvaltojen markkinat ovat maailman suurimmat

Amerikan suuruus yllättää

Yhdysvaltojen suuruutta ei voi kunnolla käsittää, ennen kuin vierailee muutamassa osavaltiossa. Ensiksi mennään jenkkeihin, sitten New Yorkiin ja lopulta päädytään Manhattanille. Manhattanista löytyy Suomen verran asukkaita, vaikka kyseessä on vain yksi kaupunginosa. Sitten kävijä löytää Manhattanilta Chinatownin, Harlemin, Upper West Siden ja Greenwich Villagen, joista kukin on kooltaan isompi kuin suuri suomalainen kaupunki. Tuntuu jopa tuskaiselta havaita, että Manhattan ei ole kuin pieni osa New Yorkia. NYC:stä löytyy lisää samankokoisia möhkäleitä nimiltään Bronx, Queens sekä pieni Staten Island. Ja ihan vierestä löytyvät Long Island – sekin reilusti Suomea suurempi – sekä New Jersey pikkuosavaltio, joka sisältää neljä Helsingin kokoista kaupunkia.

Kuvitellaan, että kävijällä on myytävänä tuotteena kaupunkien katujen alla kulkevien viemärien miesluukkujen korjaustekniikka. Kävijä on Suomessa tehnyt miljoonan verran liikevaihtoa 20 % markkinaosuudella eli koko Suomen markkinat ovat noin 5 miljoonaa euroa. Tekniikka on hieno, koska se toimii nopeasti eli liikenteelle tulee mahdollisimman vähän häiriötä. Pikaisella arviolla kävijä huomaa, että pelkästään nähdyillä alueilla on hänelle yli 20 miljoonan markkinat.

Kävijä hyppää junaan ja ajaa 60 km:n päähän Philadelphiaan, mikä on taas yksi uusi jättiläismäinen metropolialue. Markkinoiden koko nousee 30 miljoonaan. Kävijän kädet alkavat täristä, kun hän tajuaa, että pelkästään kahden metropolialueen markkinapotentiaali hänelle on kuusi kertaa suurempi kuin Suomi. Pian kävijä alkaa tajuta, että USA:ssa on itse asiassa 30 isoa metropolialuetta eli markkinat ovatkin yli 150 miljoonaa. Seuraavaksi kävijä ymmärtää, että maasta löytyy vielä 350 kaupunkia, joiden asukasluku 2 miljoonasta 100 000 asukkaaseen. Markkinat ovatkin 300 miljoonaa. Kävijän ajatus luo tyhjää bisnesmahdollisuuden suuruuden edessä. Uteliaisuuttaan kävijä jatkaa tutkimuksiaan ja huomaa, että Yhdysvalloissa on 20 000 muuta kaupunkia. Markkinoiden todellinen koko onkin 600 miljoonaa, mikä on 120 kertaa suurempi kuin Suomen markkinat.

Kävijä oli valmistellut laajentumista Ruotsiin, Norjaan ja Tanskaan. Ja ehkä vielä ennen eläkeikää Saksaan. Hän juo kupin kahvia ja heittää vanhat suunnitelmat roskiin. Miksi hän laajentuisi samoilla kustannuksilla Ruotsiin, missä markkinat ovat hänelle vain kaksi kertaa Suomea suuremmat. Hän menee Yhdysvaltoihin, missä markkinat ovat 120 kertaa suuremmat kuin Suomessa. Yhdysvalloilla yksi kieli, yksi lainsäädäntö ja vakiintuneet yhteiskunnalliset olosuhteet. Yhdellä market entryllä pääse käsiksi maailman isoimpiin markkinoihin. Kustannukset ovat samat kuin Ruotsiin mennessä. Kävijä tajuaa, että hänen

Copyright © 2019 by Capteeni Oy

konseptinsa on kehitetty Suomessa valmiiksi, joten se on skaalautuva Yhdysvalloissa. Hän tarvitsee ainoastaan sijoittajan ja ammattijohtajan, joka osaa kasvattaa yrityksen seuraavalle tasolle ja sitten satojen miljoonien kokoiseksi. Hän tekee hyvän bisnessuunnitelman ja toteuttaa suunnitelmansa.

Neljän vuoden päästä kävijän yrityksellä on Yhdysvalloissa 1000 työntekijää. Hän lepäilee Houstonin River Oaks –Country Clubilla. Ruotsi, Norja, Tanska ja Saksa ovat unohtuneet.

Amerikka on viisitoista Venäjää

Viime aikoina on paljon uutisoitu, miten Venäjän markkinat ovat taas kasvamassa. Todettakoon, että myös Kalifornian markkinat ovat kasvussa – ja ne ovat muuten noin kaksi kertaa suuremmat kuin Venäjän! New Yorkin ja Texasin markkinat ovat nekin kasvusuunnassa – ja molemmat Venäjää isompia.

Yhdysvaltain markkinoille tulossa oleva rakennustarvikkeita valmistava suomalaisyrittäjä totesi, että kaikille uusille markkinoille meno ”vaatii aina saman hääräämisen ja suurin piirtein samat panokset”. Hän on tehnyt Suomesta vientiä lähimarkkinoille niin itään, etelään kuin länteenkin.

”En ole suuruuden hullu, mutta Amerikkaan lähtiessä on oikeasti yhdellä onnistuneella markkinoille menolla mahdollista saavuttaa aika paljon enemmän. Ei siinä tänä päivänä muuta eroa ole kuin se, että istuu muutaman tunnin pidempään lentokoneessa. Amerikassa pärjää englannillakin paremmin kuin noissa lähimaissa.”

Jos on miettinyt markkinoille menoa Balttiaan – Viron, Liettuan ja Latvian markkinoille, niin todellisuudessa Mississippin tai Nebraskan osavaltiot, kumpikin erikseen tarjoavat sinulle suuremman mahdollisuuden kuin koko Balttia. Virginian tai Michiganin osavaltiot, kumpikin erikseen, tarjoaa Ruotsin kokoisen markkinat. Mene yhteen ja onnistu – sen jälkeen askel seuraaviin viiteenkymmeneen on jo puoliksi otettu. Yhdysvaltain bruttokansantuote on 15 kertaa suurempi kuin Venäjän, joten markkinoita riittää.

Milloin on hyvä aika laajentua USA:aan?

Asiaa voidaan tarkastella kahdesta näkökulmasta, USA:n yleisen tilanteen näkökulmasta tai yrityksen näkökulmasta. Yhdysvallat on maailman suurin ja vakain talous, joten maariski on pieni. Jotkut suomalaiset yrittäjät kuitenkin vierastavat uuden hallinnon värikkäästä menoa. USA:n nykyinen poliittinen elämä tähtää uudelleen valintaan ja suuriin otsikoihin joka päivä. Tällä menolla ei ole juurikaan yhtymäkohtia ruohonjuuritason liiketoimintaan. Presidentit ja kampanjat tulevat ja menevät, mutaa Yhdysvaltojen talous menee aina eteenpäin kuin veturi, joskus nopeammin ja joskus hitaammin. Tällä hetkellä kasvu- ja työllisyyslukemat ovat parhaita vuosikymmeniin. Dollari on edelleen maailman vakain valuutta. Käynnissä oleva kauppasota koskee Kiinaa ja EU:ssa teräksen vientiä, eli ei vaikuta suomalaisen yrittäjän arkeen millään tavalla. Parempi näkökulma viennin aloittamiseen on oman yrityksen näkökulma. Jos omistajilla ja johdolla on halu kasvaa, niin nyt on hyvä aika lähteä USA:aan.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

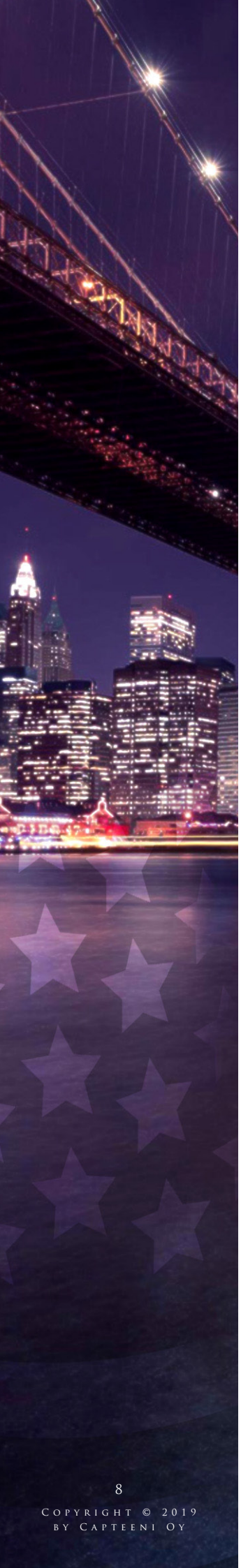
Pelkästään kotimarkkinoilla toimimisen riskit kasvavat, koska Italia luo painetta uuteen eurokriisiin. Italian kansantalous on kymmenen kertaa suurempi kuin Kreikan kansantalous, joten Italian kriisin paheneminen voi johtaa jopa euron hajoamiseen. Mikäli euro hajoaisi, niin silloin markka tulisi takaisin tuoden mukaan korkeat korot ja epävakaan valuutan. Tässä tilanteessa dollarituloja saava yrityksen tulos paranisi euron hajoamisen myötä.

Euro on isoin riskisi

Italian pankkijärjestelmän kunto, Italian uuden hallituksen talouspolitiikka sekä Italian kansantalouden suuri koko (10 x Kreikka) voivat aiheuttaa euron hajoamisen. Euron hajoaminen on suomalaisille yrityksille suuri kriisi, mihin yritys ei voi vaikuttaa. Euron hajottua on siirryttävä takaisin markkaan. Markkaan siirtyminen nostaa korkoja ja lisää heiluntaa muihin valuuttoihin nähden. Samalla inflaatio nousee ja ennen pitkää devalvaatio otetaan taas käyttöön.

Yritys ei voi vaikuttaa euron kohtaloon tai Suomen hallituksen toimiin, mutta se voi laajentua Yhdysvaltoihin ja hankkia itselleen dollarituloja. Dollari on maailman vakain valuutta ja Yhdysvaltain markkinat ovat maailman suurimmat. Uusi maailman poliittinen tilanne on kääntänyt asiat nurinniskoin. Nyt on suurin riski toimia pelkästään Suomessa ja pienin riski aloittaa vienti Yhdysvaltoihin. Mikäli haluat suojata yritystäsi mahdolliselta euron hajoamiselta, niin kannattaa aloittaa vienti USA:aan.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



2. Tietoa Amerikasta

Amerikan parhaiten maksavat yritykset

Päivittäin jopa melkein 112 miljoonaa amerikkalaista herää ja lähtee töihin. Valtava enemmistö tekee tämän saadakseen katon päänsä päälle, ruokaa lautaselle tai muuten vaan edistääkseen valitsemaansa elämäntyyliä. Yhdysvalloissa täyspäiväiset työntekijät työskentelevät vähintään 35 tuntia viikossa. Työntekijöiden ansioiden määrä riippuu paljon yrityksestä, joka palkan maksaa.

Liittovaltiohallitus on määrännyt minimi ansioituloksi 7,25 dollaria/tunti. Minimipalkkaa ansaitseva täyspäiväisesti työskentelevä henkilö ansaitsisi vain vähän yli 15,000 dollaria vuodessa. Monet suuret yritykset maksavat aloitteleville työntekijöilleen laillisesti vaaditun minimipalkan, minkä vuoksi yritysten keskivertopalkat ovat alle 40,000 dollaria. On myös kymmenittäin yrityksiä spektrin toisessa päässä, joissa sekä aloitteleville että pidempään olleille työntekijöille – työtehtävästä riippumatta – maksetaan enemmän palkkaa. Näissä yrityksissä keskivertopalkka kaikkien työtehtävien välillä ulottuu hyvinkin kuusinumeroisiin dollarimääriin.

24/7 Wall Street selvitti yli 1200:n Yhdysvalloissa toimivan organisaation keskipalkan listatakseen 31 eniten maksavaa yritystä Payscale-yhtiön välittämien maksusuoritusten perusteella. Suurimpia keskipalkkoja maksavat yritykset tulevat monilta aloilta: öljy- ja kaasuteollisuudesta, pankkialalta ja ohjelmistoalalta.

Oheisella listalla olevat yritykset tarjoavat runsaskätisesti palkkaa ja työsuhde-etuja hyvästä syystä. Yleisesti ottaen näiden yritysten tavalliset työtehtävät edellyttävät korkeakoulutettua henkilökuntaa, jolle on paljon kysyntää. Nämä yritykset voivat vetää puoleensa suuria lahjakkuuksia maksamalla korkeaa palkkaa.

Lisäksi moneen työhön korkeapalkkaisissa yrityksissä tarvittavien taitojen hankkiminen voi olla kallista. Applen ohjelmistokehittäjä, lääkeyhtiö Novartiksen tutkija, ExxonMobilen porausinsinööri… kaikilla tällä listalla olevilla työntekijöillä on tyypillisesti jokin jatkotutkinto alemman korkeakoulututkinnon lisäksi. Näiden yritysten korkeat palkat palkitsevat mahdollisten uusien työntekijöidensä sijoitukset omaan koulutukseensa.

Tämän listan yritykset maksavat hyvin, mutta niillä on myös töitä, joista maksetaan suhteellisen pientä palkkaa. Tällaiset työt vaativat matalampaa koulutusta eivätkä vastaa yrityksen yleistä palkkauslinjaa. Esimerkiksi Apple, jonka keskipalkka on 121,000 dollaria, maksaa myyntityöntekijöilleen noin 29,000 dollaria vuodessa. Samoin huoltoasemien johtajat, esimerkiksi Chevronilla tai Shellillä, joissa keskipalkka on noin 110,000 dollaria, ansaitsevat vuosittain alle 35,000 dollaria.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

31. ExxonMobil

Keskipalkka: $103,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Project control manager ($226,475)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Retail store manager ($35,884)
- Ala: Öljy- ja kaasuteollisuus

30. Lincoln Laboratory-MIT

Keskipalkka: $103,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Principal software engineer ($155,582)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Business systems analyst ($63,554)
- Ala: Puolustusteknologia

29. Cisco Systems

Keskipalkka: $104,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Business development director ($199,796)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Marketing coordinator ($44,300)
- Ala: Verkkolaitteet

28. Novartis

Keskipalkka: $104,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:VP of medical affairs ($283,580)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Quality control associate ($45,393)
- Ala: Lääketeollisuus

27. Sunpower

Keskipalkka: $104,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Engineering program manager ($157,779)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Sales operations analyst ($67,563)
- Ala: Aurinkoenergiateknologia

26. Bloomberg

Keskipalkka: $105,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Corporate counsel ($155,185)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Customer service representative ($44,711)
- Ala: Viestintä ja data-analytiikka

25. PG&E

Keskipalkka: $105,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Engineering supervisor ($139,470)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Welder ($47,983)
- Ala: Energiateknologia

24. Anadarko Petroleum

Keskipalkka: $105,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Geophysicist ($186,203)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Accountant ($56,692)
- Ala: Öljytuotanto

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

23. Oracle

Keskipalkka: $106,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Senior director, engineering ($196,137)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Facilities coordinator ($42,210)
- Ala: Yritysohjelmistot

22. Salesforce.com

Keskipalkka: $106,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:User experience director ($189,973)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Business development representative ($45,267)
- Ala: Asiakassuhteiden hallinta

21. MEDNAX

Keskipalkka: $107,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Anesthesiologist ($321,578)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Administrative assistant ($38,375)
- Ala: Erikoisterveyspalvelut

20. Amgen

Keskipalkka: $107,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Director of strategy ($171,477)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Manufacturing associate ($48,481)
- Ala: Bioteknologia

19. Chevron

Keskipalkka: $108,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Senior technical consultant ($158,190)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Retail store manager ($34,397)
- Ala: Öljy- ja kaasuteollisuus

18. Adobe Systems

Keskipalkka: $108,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Director of engineering ($183,976)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Associate account manager ($53,063)
- Ala: Ohjelmistot

17. Netflix

Keskipalkka: $108,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Senior software engineer ($185,588)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Content manager ($56,316)
- Ala: Viihde

16. Genentech

Keskipalkka: $108,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Pathologist ($215,457)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Manufacturing technician, bioprocessing ($59,653)
- Ala: Bioteknologia

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

15. Shell Oil

Keskipalkka: $109,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Project management director ($218,963)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Retail store manager ($32,062)
- Ala: Öljy- ja kaasuteollisuus

14. Workday

Keskipalkka: $109,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Software engineering manager ($167,152)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Sales development representative ($39,209)
- Ala: Hallinnon ohjelmistot

13. Visa

Keskipalkka: $109,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Senior product management director ($193,792)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Facilities coordinator ($46,533)
- Ala: Pankkiala

12. Paypal

Keskipalkka: $110,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Principal software engineer ($166,631)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Operations manager ($53,205)
- Ala: Pankkiala

11. Intuit

Keskipalkka: $112,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Principal technical program manager ($180,000)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Technical support specialist ($44,518)
- Ala: Yritysohjelmistot

10. Qualcomm

Keskipalkka: $112,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Principal software engineer ($175,739)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Human resources assistant ($54,351)
- Ala: Telekommunikaatio

9. Google

Keskipalkka: $113,000

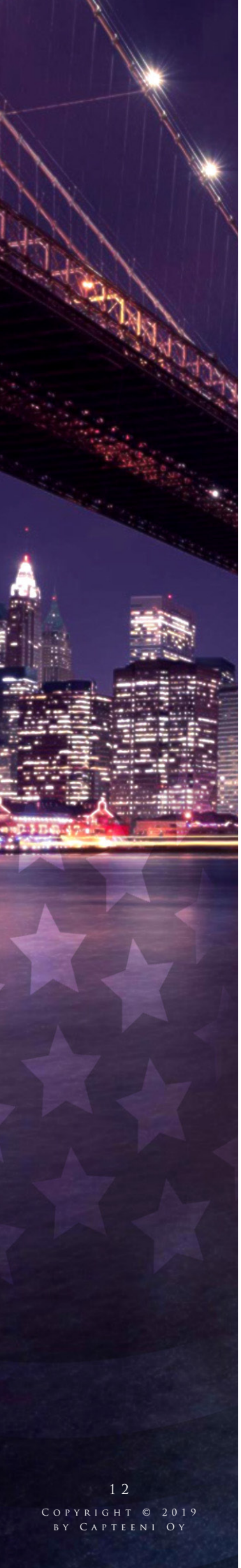
- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Group product manager ($223,843)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Security officer ($35,005)
- Ala: Verkkopalvelut

8. Yahoo!

Keskipalkka: $115,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Director of engineering ($186,748)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Network operations center engineer ($48,431)
- Ala: Verkkopalvelut

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



7. eBay

Keskipalkka: $117,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Senior director of strategy ($218,257)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Training supervisor ($37,767)
- Ala: Verkkokauppa

6. Microsoft

Keskipalkka: $117,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Chief information officer ($237,449)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Non-profit program coordinator ($38,812)
- Ala: Ohjelmistot ja laitteistot

5. Facebook

Keskipalkka: $117,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Software engineering/development director ($171,207)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Accountant ($44,563)
- Ala: Sosiaalinen media

4. LinkedIn

Keskipalkka: $120,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Information technology manager ($154,048)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Billing analyst ($45,022)
- Ala: Ammatillinen verkostoituminen

3. Apple

Keskipalkka: $121,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Senior engineering manager ($196,702)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Retail sales associate ($28,975)
- Ala: Ohjelmistot ja laitteistot

2. Twitter

Keskipalkka: $122,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Product marketing director ($174,159)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Web content specialist ($54,037)
- Ala: Sosiaalinen media

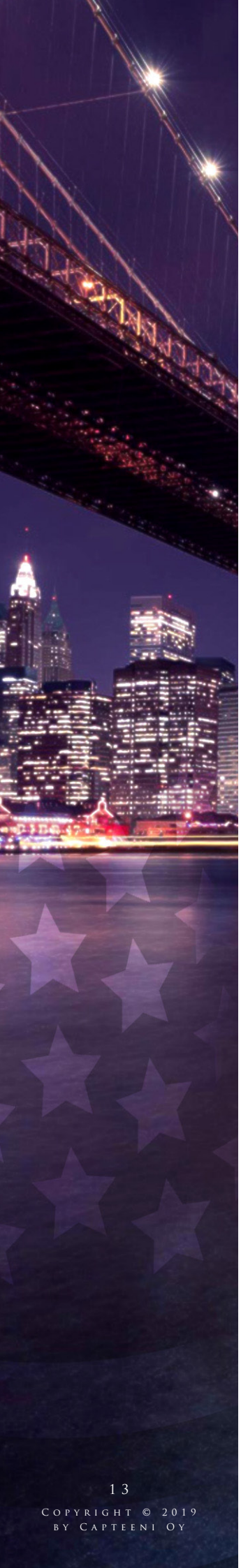
1. VMware

Keskipalkka: $126,000

- Työtehtävä, jossa korkein keskipalkka:Senior engineering manager ($172,465)
- Työtehtävä, jossa matalin keskipalkka Inside sales representative ($47,350)
- Ala: Ohjelmistot

Lähde: US Today

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



Keskiverto amerikkalainen maksaa useita veroja

Yhdysvaltalainen maksaa tuloistaan keskimäärin 30 prosenttia veroja. Yhdysvaltain verohallituksen tietojen mukaan vuonna 2015 Yhdysvalloissa perittiin tuloveroa kaikenkaikkiaan 1 454 miljardia dollaria. Tämä kertoo liittovaltion tuloveron olevan keskimäärin 13,5 prosenttia. Tämä ei kuitenkaan vielä ole koko totuus, koska useimmat yhdysvaltalaiset maksavat myös monia muita veroja. Seuraavassa esitämme kokonaiskuvan siitä, kuinka paljon yhdysvaltalaiset maksavat tuloistaan veroja.

Keskimääräinen liittovaltion tulovero

Vuonna 2015 Yhdysvaltain verohallitus peri tuloveroja 1 454 miljardia dollaria poislukien 150,6 miljoonan dollarin veronpalautukset. Keskimääräinen veronmaksaja maksoi siis 71 258 dollarin bruttotuloistaan 13,5 prosentin verran eli 9 655 dollaria tuloveroa.

Nämä luvut ovat kuitenkin hieman harhaanjohtavia, koska niihin sisältyy yli 50 miljoonan dollarin veronpalautukset muistakin kuin liittovaltion tuloveroista. Veronpalautuksista vain 99,2 miljoonaa dollaria perustui tuloveroihin, joten kun oikaisut, vähennykset, verovapautukset ja maksulykkäykset on huomioitu, keskimäärin veronmaksaja maksoi tuloveroa 14 654 dollaria.

Muut verot joita yhdysvaltalaiset maksavat

Liittovaltion tuloveron lisäksi on myös muitakin veroja joita yhdysvaltalaisten täytyy maksaa. Näistä osa on tuloveroja, kuten osavaltion tulovero ja osa taas on kulutukseen perustuvia, kuten liikevaihtoverot.

Osavaltiolliset ja paikalliset tuloverot

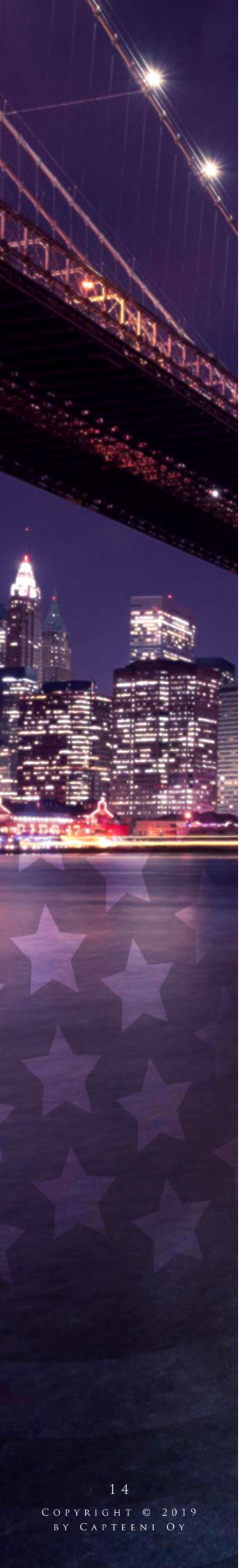
On hankalaa sanoa, mikä osavaltiollinen tuloveroaste on keskimäärin, koska tuloverot vaihtelevat valtavasti osavaltioittain. Joissain osavaltioissa, kuten Floridassa, osavaltion tuloveroaste on pyöreä nolla. Koska kaikki osavaltiot eivät peri tuloveroa ollenkaan. Yhdysvaltain väestönlaskentaviraston mukaan keskimääräinen osavaltiollinen ja paikallinen tuloveroaste on 9,9 prosenttia.

Sosiaaliturvamaksu (social security tax)

Sosiaaliturvamaksua kerätään yhteensä 6,2 prosentin verran työntekijöiltä sekä työnantajilta, mutta tänä vuonna maksun piiriin kuuluu vain ensimmäiset 127 200 dollaria palkasta. Useimmille yhdysvaltalaisille tämä tarkoittaa siis juuri 6,2 prosenttia heidän palkastaan. Sosiaaliturvamaksukaan ei silti ole aivan näin yksinkertainen. Itsensätyöllistäjät määritellään sekätyöntekijöiksi, että työnantajiksi, joten heidän on itse maksettava maksu kokonaisuudessaan. Sosiaaliturvamaksuja maksettiin yhteensä 679,5 miljardia dollaria vuonna 2015, mikä tarkoittaa 9,3 prosenttia yhdysvaltalaisten 7,3 tuhannen miljardin dollarin palkoista.

Koska työntekijät maksavat vain puolet maksusta, sosiaaliturvamaksujen todellinen taso on noin 4,7 prosenttia veronmaksajien palkasta (ja korkeatuloiset maksavat maksua vain osasta tuloistaan). Näissä luvuissa ole otettu huomioon noin 20 miljoonaa yhdysvaltalaista, jotka työllistävät itse itsensä.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



Sairausvakuutusmaksu (Medicare tax)

Myöskin "sairausvakuutusmaksu" peritään työntekijöiltä ja työnantajilta. Sen suuruus on 1,45 prosenttia ja se peritään kaikista tuloista. Suurituloisten täytyy myös maksaa lisämaksua. Itsensätyöllistäjät maksavat molemmat puoliskot myös tästäkin verosta, ja sen suuruus on keskimäärin 3,3 prosenttia (eli 1,66 prosenttia työntekijälle). Suurituloisten maksama lisävero nostaa "sairausvakuutusmaksun" asteen selvästi virallista totuutta korkeammaksi.

Omaisuuteen perustuvat verot

On myös veroja, jotka peritään omaisuudesta ja niistä tärkeimmät ovat kiinteistövero sekä ajoneuvovero. On kuitenkin miltei mahdotonta sanoa, paljonko keskivertoyhdysvaltalainen maksaa näitä veroja, koska ne vaihtelevat suuresti osavaltioittain eivätkä kaikki maksa niitä ollenkaan.

Liikevaihtovero

Myöskin tästä verosta puhuttaessa on harhaanjohtavaa laskea keskimääräistä veroastetta, koska liikevaihtovero vaihtelee suuresti osavaltioittain, eikä kaikkialla peritä tätä veroa ollenkaan. Thomson Reutersin mukaan keskimääräinen yhdysvaltalainen maksoi noin 8,45 prosentin verran liikevaihtoveroa vuonna 2015.

Yhdysvalloissa maksetaan myös muita liikevaihtoon perustuvia veroja. Esimerkiksi hotellissa yöpyjien täytyy useimmilla paikkakunnilla maksaa erityistä "turismiveroa" ja iso osa tupakka-askin hinnasta on haittaveroa, jonka suuruus vaihtelee alueittain. Myös bensan hintaan kuuluu erityinen vero, joka sekin vaihtelee suuresti paikasta riippuen.

Mikä sitten on keskimääräinen veroaste Yhdysvalloissa?

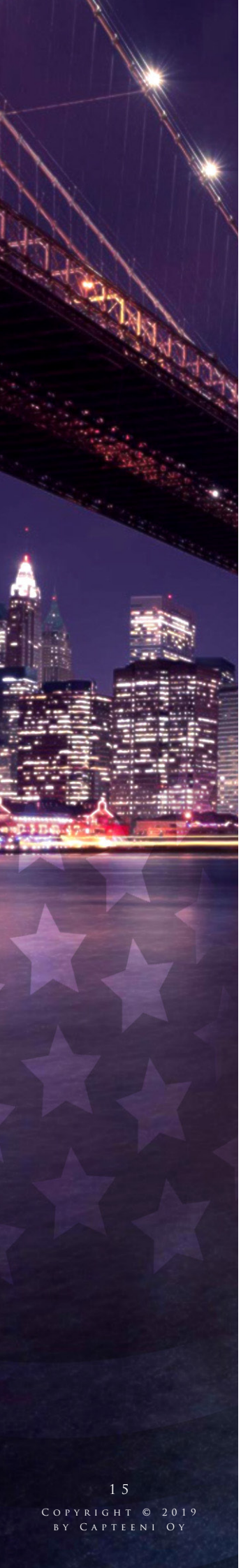
Jos kaikki neljä eri tuloveroa lasketaan yhteen (liittovaltion tulovero, osavaltiollinen/paikallinen tulovero, sosiaaliturvamaksu ja "sairausvakuutusmaksu"), saadaan keskimääräiseksi tuloveroasteeksi 29,8 prosenttia. Näiden lisäksi maksetaan luonnollisesti myös kulutukseen perustuvia veroja, kuten liikevaihtoveroa, omaisuuteen perustuvia veroja ja muita erityisiä veroja, kuten haittaveroa.

Miljoonat yhdysvaltalaiset sivuuttavat yli 6000 dollarin verovähennykset

Verotus on usein hämmentävää tai suorastaan raivostuttavaa, mutta kourallisella "verokikkoja" miljoonat yhdysvaltalaiset voisivat säästää tuhansia dollareita. Yhdysvaltain verohallinto esimerkiksi arvioi, että 20 prosenttia yhdysvaltalaisista veronmaksajista menettää hakematta jätettyjä verovähennyksiä yli 6000 dollaria, keskimäärin 6318 dollaria vuodessa!

Lähde: Motley Fool

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



Amerikan suosituimmat kaupungit startupeille

Oman yrityksen perustaminen on amerikkalaisen unelman ydin. Monet amerikkalaiset ovat aloittaneet köyhyydestä ja kovalla työllä, hyvillä ideoilla ja järkevällä toiminnalla tulleet menestyviksi yritysjohtajiksi.

Parin viime vuosikymmenen aikana on syntynyt uudenlainen startup-teknologiayritysten kulttuuri, ja monet niistä ovat kasvaneet miljardien dollarien arvoisiksi yrityksiksi. Monet uudet yrittäjät koettavat olla seuraava Facebook tai Uber. Viime vuoden aikana teknologia-startupien määrä kasvoi 47%.

Teknologia-startupien määrän kasvu johtuu erityisesti tarjolla olevista nopeista internetyhteyksistä. Internet on myös tehnyt mahdolliseksi aloittaa uusi yritystoiminta missäpäin tahansa USA:ssa, mutta joillakin alueilla startup-kulttuuri on aktiivisempaa kuin muualla.

Monet amerikkalaiset ajattelevat, että Piilaakso, joka sijaitsee San Jose-Sunnyvale-Santa Clara -alueella, olisi USA:n yritystoiminnan keskipiste. Tuoreen USA:n startup-yrityksiä koskevan selvityksen mukaan Piilaakso ei kuitenkaan pääse edes startup-alueiden kymmenen kärkeen, vaikka monet muut Kalifornian kaupungit pääsevät.

24/7 Wall Street käytti vuoden 2018 The Kauffman Index of Startup Activity -dataa selvittääkseen kaupunkialueet, joilla yritystoiminta on aktiivisinta. Data kertoo, kuinka iso osuus väestöstä aloittaa yritystoiminnan, mikä osuus yrityksistä on startupeja ja oman yritystoiminnan aloittavien henkilöiden työllisyystilanteen.

Näiden tärkeiden mittareiden lisäksi monet muutkin tekijät voivat vaikuttaa suotuisasti uuden yrityksen perustamiseen. Alueen elinkustannukset, korkeasti koulutettujen asukkaiden osuus, sijoittajien ja asiakkaiden läheisyys – kaikki nämä tekijät voivat tehdä startupista voittajan tai häviäjän.

The Kauffman Foundation's Index of Startup Activityn perusteella 24/7 Wall Street listasi viisi kaupunkialuetta, joilla startup-aktiviteetti oli korkeinta. Listauksessa on kolme näkökantaa: uusien yritysten suhteellinen määrä, palkkatyöstä tulleiden uusien yrittäjien osuus ja startupien tiheys.

Uusien yritysten suhteellinen määrä kertoo, kuinka suuri osa väestöstä ryhtyy yrittäjiksi yhden kuukauden aikana. Palkkatyöstä tulleiden uusien yrittäjien osuus kertoo, kuinka suuri osa uusista yrittäjistä jätti palkkatyön ryhtyäkseen yrittäjäksi. Startupien tiheys on määritelty startup-yritysten määränä kutakin tuhatta yritystä kohden. Startup on määritelty yrityksenä, joka on nuorempi kuin yksi vuosi ja jolla on omistajansa lisäksi ainakin yksi muu työntekijä.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

5. Las Vegas-Paradise

- Startupeja 1000 yritystä kohden: 120,7
- Uuden yrityksen perustaneiden osuus väestöstä kuukaudessa: 0,42 prosenttia
- Kuukausittaiset elinkustannukset: 2701 $

Vaikka Las Vegas tunnetaan Amerikan leikkikenttänä, siellä asuvat ihmiset osaavat työskennellä ahkerasti. Missään muulla alueella ei ole yhtä korkeaa startup-tiheyttä kuin Las Vegasissa. Yli 12 prosenttia Las Vegas-Paradise metropolialueen yrityksistä on alle vuoden ikäisiä ja työllistävät vähintään yhden henkilön omistajansa lisäksi.

Las Vegas on yksi halvimmista ja menestyneimmistä paikoista perustaa uusi yritys. Useimmilla 40 parhaasta startup-alueesta kuukausittaiset elinkustannukset henkeä kohden ylittävät 3000 $. Noin 2700 $:n kuukausikuluilla Las Vegasin yrittäjät ovat suojassa rahoitusongelmilta, jotka voisivat kaataa uuden yrityksen. Suurin osa uusien yritysten epäonnistumisista johtuu heikosta tulovirrasta.

Vegas tunnetaan myös lukuisista näyttelyistään ja messuistaan kuten Consumer Electronics Show. Näissä tapahtumissa pienyrityksetkin voivat esitellä tuotteitaan ja palveluitaan sijoittajille ja kuluttajille ympäri maailmaa.

4. San Diego-Carlsbad-San Marcos

- Startupeja 1000 yritystä kohden: 95,9
- Uuden yrityksen perustaneiden osuus väestöstä kuukaudessa: 0,49 prosenttia
- Kuukausittaiset elinkustannukset: 3903 $

Kauffmanin vuoden 2017 startup-aktiivisuuden tilastossa San Diegon alue paransi sijoitustaan startup-alueena enemmän kuin mikään muu alue USA:ssa. Vuonna 2016 alue ei ollut edes kymmenen parhaan joukossa uusille yrityksille. Kun työntekijät jättävät palkkatyön ryhtyäkseen yksityisyrittäjiksi, uuden yrityksen tarjoamien mahdollisuuksien täytyy olla tarpeeksi houkuttelevia verrattuna varmaan kuukausipalkkaan. Koko maan laajuisesti 86,3 prosenttia uusista yrittäjistä oli työllisiä, mutta San Diegossa vastaava luku oli 82,5 prosenttia, mikä tarkoittaa, että pienempi osuus väestöstä jätti palkkatyön ryhtyäkseen yrittäjiksi.

Monet ajattelevat Piilaakson olevan Kalifornian tärkein startup-alue. Viime aikoina kuitenkin sen naapurialue San Diegosta on tullut monien kasvavien ja uusien yritysten, kuten Taphunterin, kotiseutu. Taphunterin palvelu auttaa baareja ja ravintoloita ylläpitämään ajantasaisia juomalistoja kaikilla alustoilla, jotta kanta-asiakkaat pysyvät selvillä, mitä hanajuomia niillä kulloinkin on tarjolla.

3. Los Angeles-Long Beach-Santa Ana

- Startupeja 1000 yritystä kohden: 92,3
- Uuden yrityksen perustaneiden osuus väestöstä kuukaudessa: 0,56 prosenttia
- Kuukausittaiset elinkustannukset: 3569 $

Missään muussa merkittävässä Yhdysvaltojen kaupungissa ei suurempi osuus asukkaista perusta omaa yritystä kuin Los Angelesissa. Yhden kuukauden aikana noin 0,56 prosenttia

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

Los Angelesis aikuisväestöstä aloittaa oman yrityksen. Uusin yritysten osuus kaikista yrityksistä on jaetulla kärkipaikalla yhdessä Miamin kanssa.

Kustannukset voivat olla merkittävä este yrityksen kehittämiselle. Huippulahjakkaiden työntekijöiden houkutteleminen palkalla ja eduilla voi muodostua kohtuuttoman kalliiksi. Vaikka Los Angelesin alue onkin yksi kalleimmista suurkaupungeista startupeille, siellä terveydenhoitokulut ovat alhaisimpien joukossa. Terveydenhoito maksaa tyypillisessä yhdysvaltalaiskaupungissa lähes 400 $ kuukaudessa, mutta Los Angelesin alueella keskimääräiset terveydenhoitokulut ovat vain 262 $.

2. Austin-Round Rock-San Marcos

- Startupeja 1000 yritystä kohden: 104,5
- Uuden yrityksen perustaneiden osuus väestöstä kuukaudessa: 0,51 prosenttia
- Kuukausittaiset elinkustannukset: 3197 $

Austinin väestö on yksi parhaiten koulutetuista, kun verrataan kaupunkeja, joissa on paljon yritystoimintaa. Noin 44,8 prosentilla kaupungin aikuisista on vähintään alempi korkeakoulututkinto, kun kansallinen keskiarvo on 32,0 prosenttia. Koska Austinin väestö on hyvin koulutettua, startupeilla on mahdollisuuksia valita työntekijöitä moniin erilaisia taitoja vaativiin tehtäviin hyvien ehdokkaiden joukosta.

Ehkäpä juuri kaupungin korkeasti koulutetun työvoiman ansiosta Austinissa ei ole pulaa strtupeista. Yli 10 prosenttia kaupungin yrityksistä on alle vuoden ikäisiä ja työllistävät ainakin yhden ulkopuolisen työntekijän, mikä on neljänneksi korkein osuus koko maan suurkaupunkien joukossa.

1. Miami-Fort Lauderdale-Pompano Beach

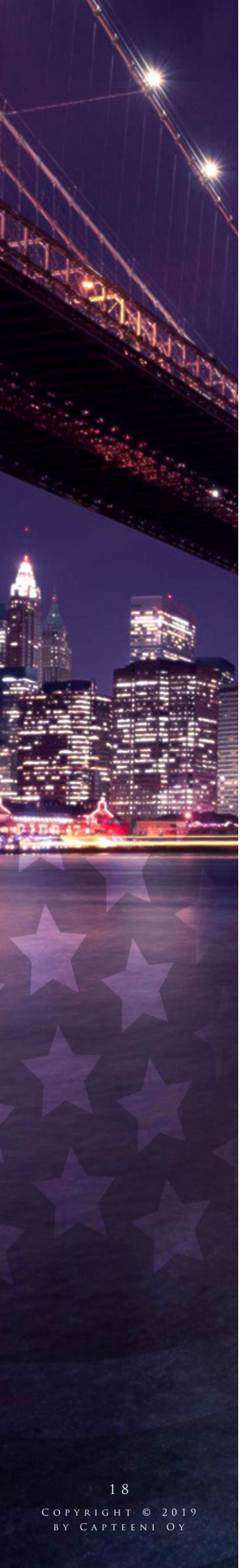
- Startupeja 1000 yritystä kohden: 107,8
- Uuden yrityksen perustaneiden osuus väestöstä kuukaudessa: 0,56 prosenttia
- Kuukausittaiset elinkustannukset: 3107 $

Kauffman Foundationin viimeisimmän raportin mukaan Miami-Fort Lauderdale-Pompano Beach -metropolialueella on USA:n korkein startup-aktiivisuus. Miamin alueen asukkaista 0,56 prosenttia ryhtyy yrittäjiksi joka kuukausi, mikä on yhdessä Los Angelesin alueen kanssa valtakunnan korkein tulos.

Miamin startup-tiheys on myös USA:n toiseksi korkein. Noin 10,8 prosenttia yrityksistä on alle vuoden ikäisiä ja työllistävät perustajansa lisäksi ainakin yhden työntekijän, mikä jää jälkeen vain Las Vegasin tuloksesta. Miamin mikroyritysten osuus on kasvanut merkittävästi muutaman viime vuosikymmenen aikana. Vuonna 1983 alueen pienyriyksistä 47,3 prosentilla oli vähemmän kuin viisi työntekijää. Vuonna 2014 Miamin alueen pienyrityksistä 64,7 prosentilla oli työntekijöitä neljä tai vähemmän.

Lähde: US Today

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



Valmistava teollisuus palaan näihin kaupunkeihin

USA:n valmistava teollisuus on vain varjo aiemmasta loistostaan. Halpa ulkomainen työvoima ja lisääntynyt automatisointi – yhdessä useiden lama-aikojen kanssa – ovat vähentäneet työntekijöiden tarvetta Yhdysvaltojen valmistavassa teollisuudessa jo vuosikymmenten ajan. Kaikkiaan amerikkalaisten valmistavan teollisuuden työntekijöiden lukumäärä oli alimmillaan 11,5 miljoonaa helmikuussa 2010, mikä merkitsi 41 prosentin laskua vuoden 1979 19,6 miljoonan huippumäärästä.

Teollisuuden alamäki iski enemmän kuin tusinan ennen niin merkittävän yhdysvaltalaiskaupungin talouden ytimeen. Näitä keskilänteen ja Atlantin keskirannikolle sijoittuvia kaupunkeja kutsutaan usein väheksyvästi ruostevyöhykkeeksi.

Ruostevyöhykkeen kaupunkeja ja Yhdysvaltojen teollisuuden alamäen symboleja ovat mm. Baltimore, Cleveland, Detroit ja Pittsburgh.

Vaikka valmistava teollisuus on lisännyt työpaikkojaan yli miljoonalla suuren laman jälkeisestä ajasta, teollisuuden kasvu ei ole pysynyt koko valtakunnan työllisyyden kasvun vauhdissa. Toivoa antavaa on, että monet USA:n kaupungit vastustavat tätä kehitystä. Joillakin maan alueilla valmistavat työpaikat lisääntyvät nopeasti, usein jopa kolminkertaisesti verrattuna alan kansalliseen keskiarvoon.

24/7 Wall Street tarkasteli prosentuaalisia muutoksia valmistavan teollisuuden työpaikoissa viimeisten viiden vuoden aikana USA:n suurkaupunkialueilla selvittääkseen, missä kaupungeissa valmistava teollisuus on tekemässä paluuta. Listan lyhentämiseksi tarkasteltiin vain alueita, joilla alan työllisyys oli keskimääräistä korkeampaa puoli vuosikymmentä sitten. Aikanaan niin ikonisten ja yleisten teräs- ja autoteollisuuden työpaikkojen lisäksi ruostevyöhykkeen kaupungeissa on myös monia muita valmistavan teollisuuden aloja ruokateollisuudesta lääketeollisuuteen. Monilla tämän päivän valmistavan teollisuuden töillä on vain vähän yhtäläisyyttä edellisen vuosikymmenen töiden kanssa.

28. Greenville-Anderson-Mauldin, Etelä-Carolina

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+14,8 % (+7,500)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:58,200 (14.0 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 50,700 (13.8 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 5.0 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 2.9 %

27. Savannah, Georgia

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+14.9 % (+2,200)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:17,000 (9.5 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 14,800 (9.5 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 2.3 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 3.4 %

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

26. Boise City, Idaho

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+15.0 % (+3,600)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:27,600 (8.7 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 24,000 (9.1 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 1.2 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 2.5 %

25. Jackson, Michigan

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+15.1 % (+1,300)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:9,900 (17.0 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 8,600 (15.9 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 984.8 miljoonaa $
- Työttömyys elokuussa: 3.5 %

24. Morristown, Tennessee

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+15.3 % (+1,500)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:11,300 (24.6 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 9,800 (23.1 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 908.4 miljoonaa $
- Työttömyys elokuussa: 4.0 %

23. Kalamazoo-Portage, Michigan

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+15.4 % (+2,900)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:21,700 (14.7 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 18,800 (13.8 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 1.7 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 3.3 %

22. Merced, Kalifornia

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+15.5 % (+1,300)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:9,700 (14.4 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 8,400 (14.2 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 458.9 miljoonaa $
- Työttömyys elokuussa: 8.1 %

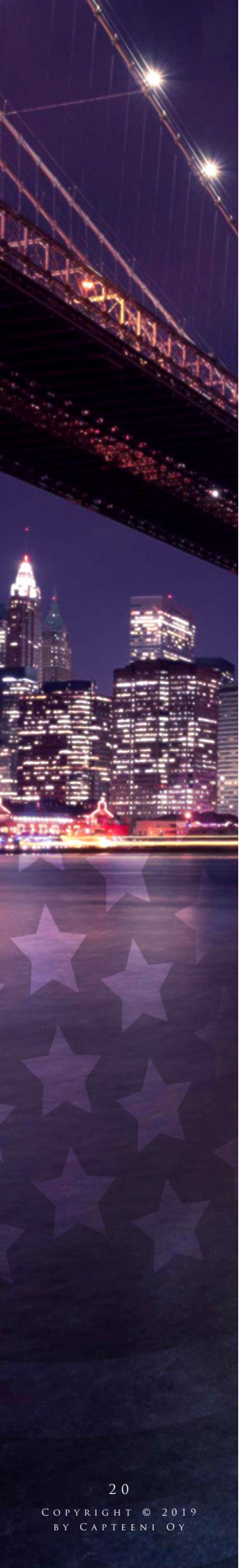
21. Vineland-Bridgeton, New Jersey

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+16.0 % (+1,300)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:9,400 (16.0 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 8,100 (14.1 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 354.7 miljoonaa $
- Työttömyys elokuussa: 6.6 %

20. Albany, Oregon

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+16.2 % (+1,100)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:7,900 (17.8 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 6,800 (17.4 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 722.0 miljoonaa $
- Työttömyys elokuussa: 4.3 %

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



19. Spartanburg, Etelä-Carolina

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+16.7 % (+4,400)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:30,800 (20.1 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 26,400 (20.0 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 2.8 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 3.0 %

18. Greeley, Colorado

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+16.7 % (+1,900)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:13,300 (12.7 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 11,400 (13.3 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 796.0 miljoonaa $
- Työttömyys elokuussa: 3.2 %

17. Clarksville, Tennessee-Kentucky

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+17.0 % (+1,700)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:11,700 (13.0 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 10,000 (12.0 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 826.5 miljoonaa $
- Työttömyys elokuussa: 4.5 %

16. Santa Rosa, Kalifornia

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+17.3 % (+3,400)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:23,100 (11.2 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 19,700 (11.4 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 1.4 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 2.5 %

15. Ogden-Clearfield, Utah

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+17.6 % (+4,900)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:32,700 (12.9 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 27,800 (12.7 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 3.2 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 3.3 %

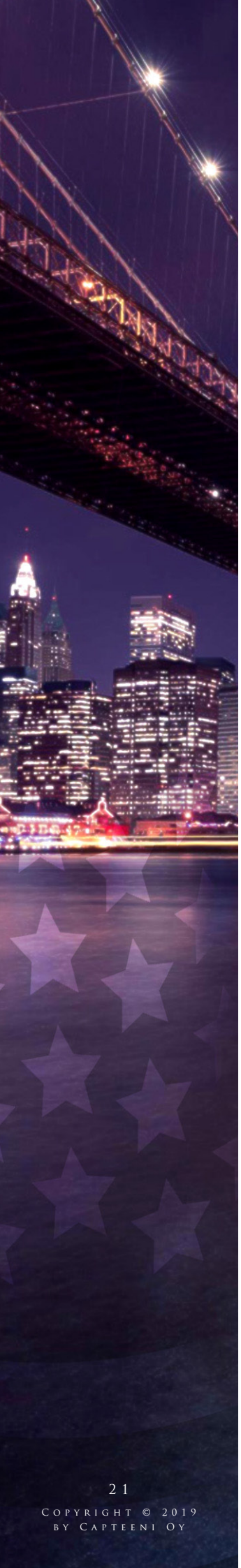
14. Lake Charles, Louisiana

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+18.2 % (+1,600)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:10,400 (9.0 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 8,800 (9.7 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 6.4 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 3.9 %

13. Norwich-New London, Connecticut

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+18.5 % (+2,700)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:17,300 (13.3 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 14,600 (11.3 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 1.9 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 3.7 %

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



12. Kankakee, Illinois

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+18.5 % (+1,000)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:6,400 (13.8 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 5,400 (12.3 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 572.4 miljoonaa $
- Työttömyys elokuussa: 4.8 %

11. Louisville/Jefferson County, Kentucky-Indiana

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+19.2 % (+13,200)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:81,900 (12.3 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 68,700 (11.5 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 7.0 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 3.9 %

10. Detroit-Warren-Dearborn, Michigan

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+19.6 % (+41,500)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:253,100 (12.6 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 211,600 (11.5 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 28.8 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 4.2 %

9. Grants Pass, Oregon

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+20.8 % (+500)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:2,900 (11.1 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 2,400 (10.5 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 180.2 miljoonaa $
- Työttömyys elokuussa: 5.4 %

8. Grand Rapids-Wyoming, Michigan

- **Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+21.8 % (+20,600)**
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:115,200 (20.8 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 94,600 (19.5 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 7.4 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 2.7 %

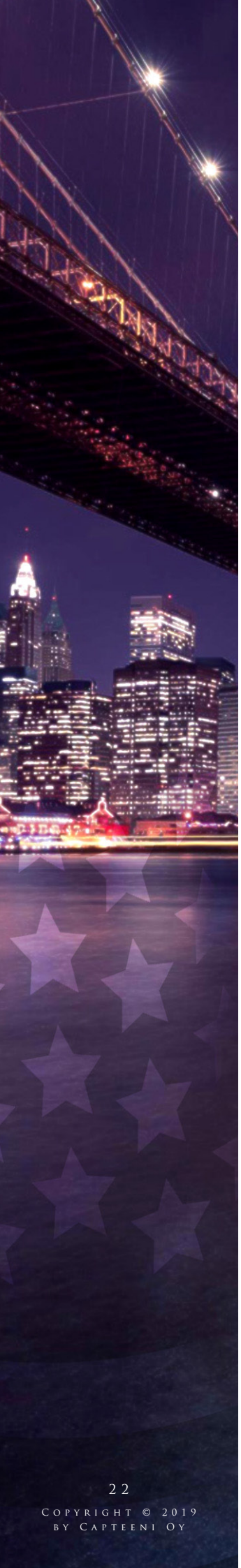
7. Tuscaloosa, Alabama

- Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+23.9 % (+3,200)
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:16,600 (15.4 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 13,400 (13.6 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 2.2 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 3.8 %

6. Auburn-Opelika, Alabama

- Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+25.0 % (+1,400)
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:7,000 (10.8 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 5,600 (10.3 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 588.1 miljoonaa $
- Työttömyys elokuussa: 3.6 %

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



5. Bowling Green, Kentucky

- Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+28.3 % (+2,800)
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:12,700 (16.7 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 9,900 (14.4 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 1.1 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 3.9 %

4. Elizabethtown-Fort Knox, Kentucky

- Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+28.6 % (+1,800)
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:8,100 (14.4 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 6,300 (12.0 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 696.7 miljoonaa $
- Työttömyys elokuussa: 4.2 %

3. Kokomo, Indiana

- Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+30.5 % (+2,900)
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:12,400 (29.7 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 9,500 (24.8 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 1.8 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 3.4 %

2. Elkhart-Goshen, Indiana

- Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+33.7 % (+17,100)
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:67,900 (49.3 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 50,800 (44.6 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 4.5 miljardia $
- Työttömyys elokuussa: 2.7 %

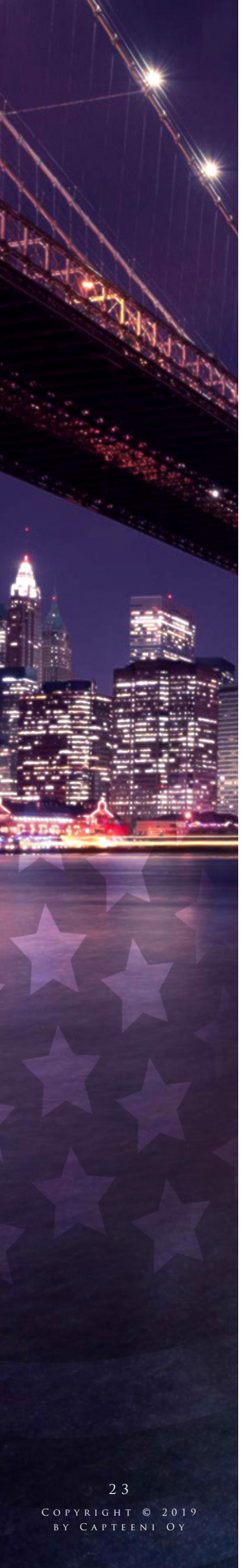
1. Lewiston, Idaho-Washington

- Valmistavan teollisuuden työpaikkojen muutos 5 v:ssa:+40.6 % (+1,300)
- 2017 valmistavan teoll. työpaikat:4,500 (15.6 % kaikista)
- 2012 valmistavan teoll. työpaikat: 3,200 (12.4 % kaikista)
- Valmistavan teoll. viennin arvo: 236.6 miljoonaa $
- Työttömyys elokuussa: 3.0 %

Tarkempia havaintoja

Listan kaupunkialueilla viiden vuoden kasvu valmistavan teollisuuden työpaikoissa vaihtelee Etelä-Carolinan Greenvillen 14.8 prosentista Idahon Lewistonin 40.6 prosenttiin. Vertailukohteena valmistusalan työpaikat kasvoivat samana aikana valtakunnallisesti 4.3 prosenttia. Lähes kaikilla listan kaupunkialueilla valmistavan teollisuuden työpaikkojen kasvu ylittää työpaikkojen kokonaiskasvun. 24:ssä listan 28 kaupungista valmistava teollisuus vastaa suurempaa osuutta kokonaistyöllisyydestä kuin viisi vuotta sitten. Valtakunnallisesti valmistava teollisuus vastaa 8.5 prosenttia kokonaistyöllisyydestä, missä on laskua vuoden 2012 8.9 prosentista.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



Valmistavan teollisuuden nousu joillakin USA:n alueilla on suurelta osin seurausta siitä, että Yhdysvalloista alun perin muihin maihin siirrettyä tuotantoa on alettu tuoda takaisin. Tuotannon pois vienti juuri aikoinaan aiheutti alan laskun. Yritykset päättävät enemmän ja enemmän avata tuotantolaitoksia Yhdysvalloissa, koska kasvavat työvoimakustannukset, kalliit kuljetuskustannukset ja pitemmät tilausajat ovat vähentäneet ulkomaille siirretyn tuotannon taloudellisia hyötyjä.

Yritykset voivat myös vähentää riskeille altistumista keskittämällä tuotantoaan kotimaahan. Ulkomaiseen valmistukseen liittyvät riskit muodostuvat mm. riittämättömästä laadunvarmistuksesta, kulttuurillisista ja kielellisistä muureista ja mainevahingoista.

Yksi valmistustaan takaisin tuonut yritys on autonosia valmistava Gentex. Yritys sulki laitoksensa Kiinassa ja Meksikossa ja keskitti tuotantonsa Michiganin Zeelandiin. Zeeland sijaitsee Grand Rapidsin alueella, missä valmistavan teollisuuden työpaikat ovat lisääntyneet 21.8 prosenttia viimeisen viiden vuoden aikana, mikä on viisinkertainen tulos verrattuna vastaavaan kansalliseen kasvuun.

Samalla tavalla monikansallinen monialayritys General Electric siirsi äskettäin kalliiden jääkaappimalliensa tuotannon Meksikosta Kentuckyn Louisvillessä sijaitsevaan Appliance Park -laitokseensa. Vielä sen jälkeen sama laitos kasvatti tiski- ja pyykinpesukoneiden tuotantokapasiteettiaan ja lisäsi 400 työpaikkaa. Osittain GE:n Appliance Park -laitoksen ansiosta Louisvillen alueen valmistavan teollisuuden työpaikat kasvoivat 13,200:lla viimeisten viiden vuoden aikana, mikä merkitsi 19.2 prosentin kasvua.

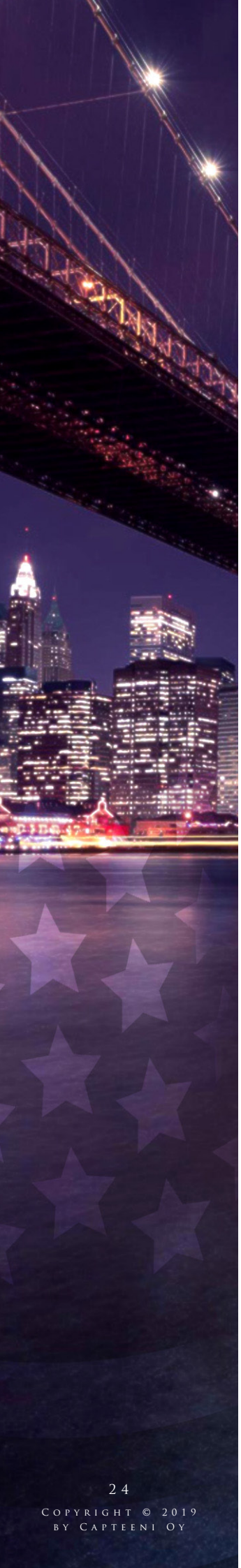
Muita esimerkkejä listan yritysten siirtymisistä ja kasvusta ovat 1 miljardin dollarin investointi Mercedes Benzin tuotantolaitoksella Alabaman Tuscaloosassa, Briggs & Strattonin uusi moottoritehdas Alabaman Auburnissa ja 1 miljardin dollarin Fiat Chrysler -tehdas Michiganin Warrenissa.

Kun valmistuksen työpaikat tulevat takaisin näihin kaupunkeihin, ne ovat muuttuneet huomattavasti 1900-luvun stereotyyppisestä liukuhihnatehdastyöstä. Viime vuosikymmenien teknologinen edistys on vaikuttanut tuotantoprosesseihin lukemattomissa tuotantotehtävissä, ja kouluttamattomat työntekijät on korvattu paljolti koneilla.

Koneiden huolto ja korjaus ja tuotannon valvonta vaativat tietynlaista osaamista. Vaatimukset vaihtelevat tehtävästä riippuen eikä ole poikkeuksellista, että valmistustöissä vaaditaan lupia ja pätevyystodistuksia tai jonkin tasoisia ammattikoulu- tai opistotutkintoja.

Lähde: US Today

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



USA:n venemarkkinat 5% kasvussa 2024 asti

Kuluttajien lisääntynyt rahankäyttö turismiin on lisännyt kysyntää USA:n huviveneiden markkinoilla. Veneiden kasvava käyttö vapaa-ajan ja vesiurheilun aktiviteeteissa, kuten koskenlaskussa, kajakkimelonnassa, kilpaveneilyssä ja purjehduksessa, lisää huviveneiden tuotantoa ja vahvistaa veneteollisuuden asemaa koko ennustekauden ajan.

Liittovaltion jatkuva tuki huviveneilyinfrastruktuurin kehittämiseen ja ylläpitämiseen tukee veneteollisuutta koko ennustekauden ajan. Esimerkiksi vuonna 2015 USA:n Kalastus- ja luonnonsuojeluvirasto jakoi yli 14 miljoonan dollarin arvosta tukia veneilyn infrastruktuuriohjelmassaan. Sen tavoitteena on ylläpitää ja kehittää veneilyn infrastruktuuria ja samalla tukea voimakkaasti veneiden valmistajia.

Floridan huviveneteollisuus kasvaa yli 6,5 %:n vuosivauhdilla ennustetulla ajanjaksolla. Kasvu selittyy hallituksen lisääntyneillä pyrkimyksillä kouluttaa ja kannustaa kuluttajia osallistumaan huviveneilyyn. Floridan Kalastus- ja luonnonsuojeluviraston asettamat vähimmäisvaatimukset veneiden turvavarusteille lisäävät teollisuuden kasvua entisestään. Venenäyttelyt ympäri osavaltiota, kuten Fort Myers Boat Show, Charlotte County Boat Show ja Bonita Springs Boat Show, tarjoavat teollisuuden edustajille mahdollisuuden esitellä uusinta veneteknologiaansa ja houkutella veneilijöitä, mikä kasvattaa USA:n huvivenemarkkinoiden kokoa.

Tietämättömyydestä ja esimerkiksi taitamattomuudesta pelastusliivien käytössä johtuvien onnettomuuksien lisääntyminen häiritsee USA:n huviveneilymarkkinoiden kehitystä. USA:n Rannikkovartioston mukaan esim. vuonna 2017 tapahtui 370 huviveneilyonnettomuutta, jotka johtuivat siitä, että pelastusliivejä ei ollut käytetty. Näiden ongelmien välttämiseksi teollisuuden edustajat ja hallitus työskentelevät yhdessä, jotta veneilijät ymmärtäisivät veneiden turvavarusteiden hyödyt.

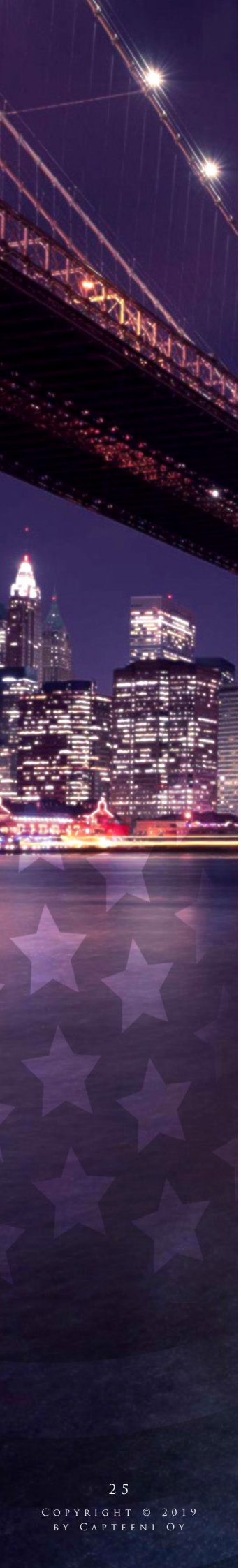
Ennustekaudella yli 70% USA:n huvivenemarkkinoiden volyymistä muodostuu perämoottoriveneistä ja niiden tarvikkeista. Kasvu johtuu uusien veneiden tilavammista ohjaamoista, kehittyneestä ylläpidosta, joka mahdollistaa perämoottorin aiempaa helpomman irrottamisen veneestä, ja paremmasta ohjattavuudesta. Myynnin kasvun odotetaan kasvattavan veneteollisuutta entisestään.

Moottoriveneiden markkinoiden odotetaan kasvavan vuosien 2018 ja 2024 välillä noin 4% vuosittain johtuen moottorien lisääntyvästä käytöstä useissa venemalleissa, kuten sisämoottoriveneissä, perämoottoriveneissä ja vesiskoottereissa. Vaihtoehtoiset polttoaineet, etanoli, bensa- ja dieselöljy, tuovat myös lisätuloja teollisuudelle. USA:n Ympäristönsuojeluviraston kiristyvät säännökset johtavat hybridi- ja sähköveneiden markkinoille tuloon ja takaavat venemyynnin kehityksen.

American Sail Inc., Azimut-Benetti Group, Bavaria Yachts, Groupe Beneteau, Brunswick Corporation ja Catalina Yachts ovat huviveneteollisuuden tärkeimpiä edustajia. Yritysostot ja sulautumiset ovat yritysten usein käyttämiä tapoja laajentaa tuotevalikoimaansa. Esimerkiksi kesäkuussa 2018 Brunswick Corporation ilmoitti ostaneensa Power Productsin 910 miljoonalla dollarilla saadakseen Power Productsin tuotteet osaksi omaa tuotevalikoimaansa.

Lähde: US today, US Census Bureau, Marketwatch

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



Islantilaisella jugurtilla jättimenestys

Siggi's Icelandic -jugurtin valmistaja etsii yhdessä investointipankki JP Morganin kanssa mahdollisuutta yrityksen myymiseen, kertovat asiasta perilla olevat lähteet. Ei ole kuitenkaan selvää, mikä Siggi'sin arvo on.

Siggi'sin omistaja, The Icelandic Milk and Skyr Corporation on yksi ensimmäisistä jugurttimerkeistä, joka keskittyy ainoastaan vähäsokerisiin tuotteisiin. Lähteiden mukaan sen liikevaihdoksi odotetaan ensi vuonna 200 miljoonaa dollaria ja kasvuksi 50% vuodessa. Tuotemerkin pelkistetty valkoinen paketointi, hapan maku sekä korkea proteiinipitoisuus ovat tuoneet sille uskollisen terveystietosen asiakaskunnan.

Lähteet halusivat pysytellä nimettöminä asian luottamuksellisuuden vuoksi. Siggi's ei vastannut välittömästi kommenttipyyntöihin. JP Morgan kieltäytyi kommentoimasta asiaa. Yhtiön perusti vuonna 2004 Siggi Hilmarsson, joka oli muuttanut Islannista Yhdysvaltoihin opiskelemaan Columbia Business Schoolissa.

Sen tuotteiden jälleenmyyjiä ovat mm. Kroger, Whole Foods Market ja Starbucks. Myynti suuremmalle yritykselle, kuten Dean Foodsille, General Millsille tai Pepsille voisi antaa jugurttibrändille mahdollisuuden kasvaa nopeammin. Ei ole varmaa, tuleeko mikään näistä yrityksistä tekemään tarjousta yrityksestä. Jugurtit ovat olleet 7,6 miljardin dollarin myynnillä ruokateollisuuden kasvava ala viimeisten muutamien vuosien aikana, kun kuluttajat ovat etsineet yhä enemmän proteiinipitoisia vaihtoehtoja aamumuroilleen.

Teollisuusalan räjähtävin kasvu on kuitenkin jo laantumassa. Jugurtin myynti laski Nielsenin mukaan 2,5% tänä vuonna. Kreikkalainen jugurtti, joka oli ennen meijerituottieden suosikki, menetti myynnistään 4,8% viime vuoden aikana.

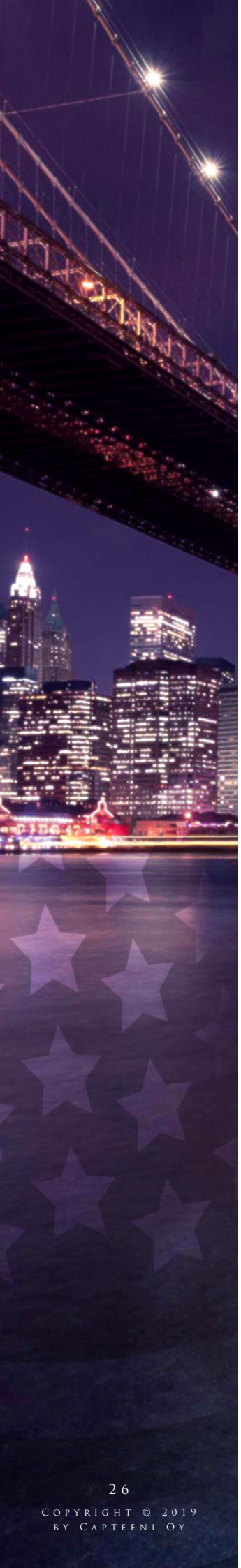
Einesjättiläinen General Mills koki kaksinumeroisen pudotuksen jugurttimyynnissään edellisellä kvartaalilla, koska Yoplait Greek ja Yoplait Light -tuotteiden kysyntä pysyi heikkona. Silti paljon pienemmät erikoisuudet kasvoivat, kuten islantilaiset jugurtit 73%:lla ja australialaiset 16%:lla.

Siggi's ei ole ensimmäinen jugurttimerkki, joka tänä vuonna etsii itselleen ostajaa. Danone myi Stonyfield -luomujugurttinsa ranskalaiselle perheyritykselle Lactaliselle 875 miljoonalla dollarilla huutokaupassa, jossa myös kiinalainen meijeriyritys Yili, Group Lala ja Dean Foods osoittivat kiinnostustaan.

Se ei ole myöskään ensimmäinen välipalamerkki, joka selvittää suurien ruokayritysten kiinnostusta tuotteidensa myynninkasvun hidastuessa. Conagra osti Boomchickapop popkornin emoyhtiön Angie`s Artisan Treatsin ja Kellogg osti RX Barin 600 miljoonalla dollarilla.

Lähde: CNBC, Siggi's

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



USA:n venemyynnin kasvu jatkuu

The National Marine Manufacturers Association (NMMA), joka edustaa Yhdysvaltojen vapaa-ajan veneiden, moottoreiden ja venetarvikkeiden valmistajia, julkisti tänään, että uusien pikaveneiden yksikkömyynnin odotetaan kasvavan 6% vuonna 2017. Tämä tarkoittaa, että viime vuonna on myyty 260 tuhatta uutta pikavenettä. Kun kuluttajien luottamus jatkaa kasvuaan, ja veneiden valmistajat esittelevät uusia tuotteita ja kokemuksia houkutellakseen yhä nuorempia veneilijöitä, voidaan odottaa, että vuonna 2018 uusien pikaveneiden myynti kasvaa toiset 5-6%.

"Vuoden 2017 loppu merkitsi kuudetta peräkkäistä kasvun vuotta uusien veneiden myynnissä ja huviveneilyyn kuluttamisessa, ja odotamme kasvun jatkuvan vuoden 2018 loppuun asti ja mahdollisesti pidemmällekin", sanoo Thom Dammrich, NMMA:n puheenjohtaja. "Tulevaisuudessa, jos taloudelliset mittarit pysyvät suotuisina huviveneilyn markkinoille ja vahvalle kuluttajien luottamukselle, terveille asuntomarkkinoille, kasvaville käytettävissä oleville tuloille ja kulutukselle sekä historiallisen alhaisille koroille, näkymä on hyvä venemyynnille."

Veneiden valmistajat ja jälleenmyyjät ympäri Yhdysvaltoja valmistautuvat kiireiseen talvivenenäyttelyiden kauteen, joka on alalla elintärkeä myyntikausi. Valmistajat esittelevät viimeisimmät innovaationsa ja tuotteensa venenäyttelyissä; tärkeissä myynti- ja markkinointitapahtumissa, jotka voivat tuttaaa valmistajille ja jälleenmyyjille 50% vuosittaisesta myynnistä. Ostajat voivat odottaa löytävänsä venenäyttelyistä uusia ideoita ja vuoden parhaita tarjouksia voiden samalla vertailla erilaisia venemalleja ja jälleenmyyjiä yhdessä paikassa.

Tässä muutamia ostajien trendejä ja ostokohteita talven venenäyttelyistä ensi vuodelle:

Monikäyttöiset perhehuviveneet:

Valmistajat jatkavat yhä helpompikäyttöisten ja monipuolisempien veneiden valmistamista houkutellakseen uusia ja nuorempia veneilijöitä ja tarjotakseen kokemuksen, jossa on kaikki yhdessä kalastuksesta risteilyyn ja vesiurheiluun. Myynnin odotetaan kasvavan vuonna 2017 vesilautailussa ja -hiihdossa 7%, ponttooneissa 7-8% ja vesijeteissä 5-6%.

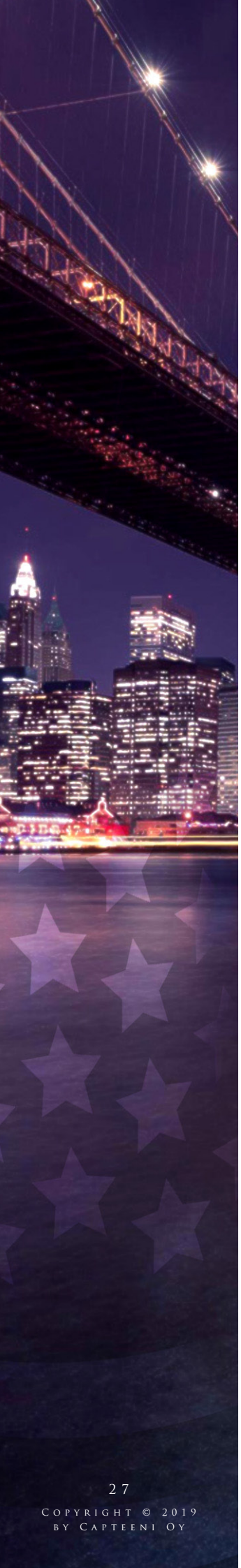
Kalastusveneet:

Kalastus on kaikista suosituin veneilyaktiviteetti, ja kalatusveneiden myynti takaa alan vakaan kasvun. Myynnin arvioidaan kasvavan vuonna 2017 merikalastusveneillä 4% ja makeanveden kalastusveneillä 2%.

Risteilyalukset:

7-10 metrin mittaiset veneet ovat suosittuja rentoutumiseen, viihtymiseen ja kruisailuun. Niiden myynti on arviolta 9-10% kasvussa vuonna 2017. Keskikokoisten pikaveneiden myynnin odotetaan jatkavan kasvua tulevana vuonna kuluttajien luottamuksen ja vahvan kulutuksen seurauksena.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



Enemmän kokemuksia uusille veneilijöille:

Venekerhot, vuokrattavat veneet ja veneiden yhteiskäyttö jatkavat kasvuaan kun, uudet veneilijät tutustuvat tapoihin päästä vesille. Veneilykokemukset tarjoavat reitin omistajuuteen ja yritykset kuten Boatsetter, Freedom Boat Club, SailTime ja Carefree Boat Club auttavat aloittelijoita löytämään keinoja veneilyyn.

Yhdysvaltojen huviveneily numeroin

- Yhdysvaltojen vuosittaisen kulutuksen kokonaismäärä veneisiin, merellisiin tuotteisiin ja palveluihin oli 36 miljardia dollaria vuonna 2016. Sen odotetaan kasvavan 3%:lla 37 miljardiin dollariin vuonna 2017.
- Uusien pikaveneiden myynnin on arvioitu vuonna 2017 ylittävän 260,000 yksikköä ja myynnin kasvun jatkuvan 5-6%:lla vuonna 2018.
- Yhdysvalloissa huviveneilyala tarjoaa 650,000 suoraa ja epäsuoraa työpaikkaa ja ylläpitää melkein 35,000 pienyritystä.
- Huviveneet ovat enimmäkseen Amerikassa valmistettuja, peräti 95% myydyistä huviveneistä on valmistettu Yhdysvalloissa.
- Uusien pikaveneiden, moottorien, peräkärryjen ja varusteiden myynnissä vuonna 2016 johdossa olivat seuraavat osavaltiot:

1. Florida: 2,5 miljardia dollaria, kasvua 5% vuodesta 2015
2. Texas: 1,4 miljardia dollaria, kasvua 5% vuodesta 2015
3. Michigan: 868 miljoonaa dollaria, kasvua 9% vuodesta 2015
4. Minnesota: 710 miljoonaa dollaria, kasvua 9% vuodesta 2015
5. Pohjois-Carolina: 689 miljoonaa dollaria, kasvua 11% vuodesta 2015
6. New York: 688 miljoonaa dollaria, kasvua 14% vuodesta 2015
7. Wisconsin: 622 miljoonaa dollaria, kasvua 9% vuodesta 2015
8. Kalifornia: 615 miljoonaa dollaria, kasvua 15% vuodesta 2015
9. Georgia: 551 miljoonaa dollaria, kasvua 11% vuodesta 2015
10. Etelä-Carolina: 544 miljoonaa dollaria, kasvua 10% vuodesta 2015

- Ei ole kyse vain uusista veneistä, joita amerikkalaiset ostavat, on arvioitu, että vuonna 2016 myytiin 981,600 käytettyä venettä tai vesikulkuneuvoa yhteensä 9,2 miljardin dollarin arvosta.
- Yhdysvalloissa oli vuonna 2016 arviolta 11,9 miljoonaa rekisteröityä venettä.
- 95% USA:n veneistä ja vesikulkuneuvoista on kooltaan pieniä, alle 8 metrin pituisia, jolloin ne voidaan kuljettaa peräkärryllä vesistöstä toiseen.

National Marine Manufacturers Association (NMMA) on Pohjois-Amerikan johtava huviveneilyn kauppaorganisaatio. NMMA:n jäsenyritykset tuottavat yli 80% veneistä, moottoreista, peräkärryistä ja venetarvikkeista, joita miljoonat pohjoisamerikkalaiset veneilijät käyttävät. Järjestö tarjoaa jäsenilleen apua markkinoinnin ja palveluverkostojen kehittämisellä sekä alan liiketoimintaympäristön parantamisella. Se pyrkii tarjoamaan kansallisia ja kansainvälisiä myynti- ja markkinointitilaisuuksia, vähentämään tarpeetonta viranomaissäätelyä, alentamaan liiketoiminnan kuluja ja tekemään veneilystä yhä suositumpaa. USA:n suurimpana vene- ja urheilumessujen järjestäjänä NMMA yhdistää huviveneteollisuuden ja veneiljät toisiinsa ympäri vuoden.

Lähde: NMMA

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

Amerikan 25 kalleinta kaupunkia

Työttömyys on alimmillaan yli vuosikymmeneen, palkat korkeammalla kuin koskaan ja työttömyys laskussa – voisi ajatella, että USA:n talous elää parasta aikaansa. Niiden amerikkalaisten, jotka kamppailevat taloudellisesti, voi olla vaikea innostua tuollaisista optimistisista uutisista. Sekä tavalliset amerikkalaiset että ekonomistit ovat yhtä mieltä siitä, että talouden mittarit usein kertovat enemmän koko valtion taloudesta kuin amerikkalaisten henkilökohtaisista kokemuksista.

Esimerkiksi kansallinen minimituntipalkka on 7,25 dollaria, mutta useimmat ajattelevat, että sillä ei kukaan tule toimeen. Economic Policy Institute eli EPI, on laskenut, millainen tulotaso takaa perheille vaatimattoman mutta riittävän elintason USA:n eri piirikunnissa ja suurkaupunkialueilla. Työuraansa aloittelevilla ja perhettä perustavilla amerikkalaisilla on tuhansia kaupunkeja, joista valita, ja jotkut niistä ovat kalliimpia kuin toiset.

Havainnollistaakseen, millaista on asua kaikkein kalleimmissa ja halvimmissa paikoissa, 24/7 Wall Street selvitti EPI:n perhebudjettilaskurilla kuukauden elinkustannukset niillä alueilla, jotka Bureau of Economic Analysisin tilastoissa näyttäytyvät kalleimpina. EPI:n mukaan sen perhebudjettilaskelma antaa tarkemman ja täydellisemmän kuvan taloudellisesta turvallisuudesta Amerikassa kuin liittovaltion köyhyysmittarit.

Viestissään 24/7 Wall Streetille EPI:n tutkimusavustaja Zane Mokhiber selitti, että kallis asuminen ja lastenhoito osuvat yksiin kalliiden kaupunkien kanssa ja päin vastoin. Toisaalta ruuan, liikenteen ja terveydenhuollon kustannukset ovat suhteellisen tasaisia kaikissa suurimmissa kaupungeissa koko liittovaltion alueella.

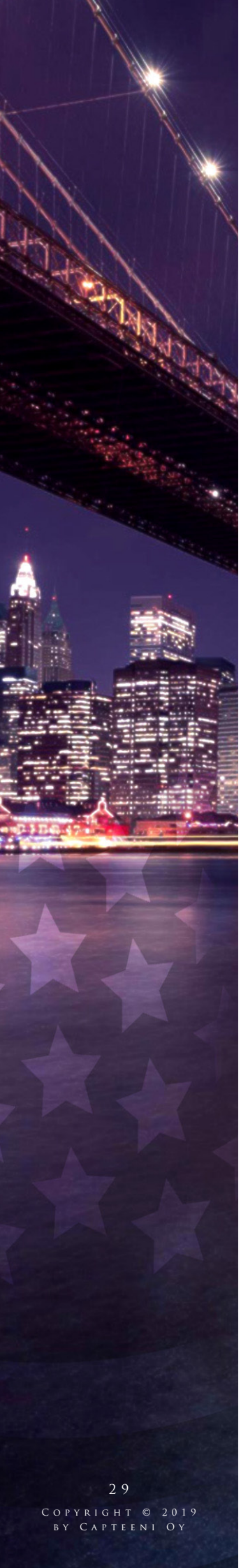
Kaikissa 25 kaupungissa, joissa tavarat ja palvelut ovat kaikkein kalleimpia, lukuun ottamatta Riversiden aluetta Kaliforniassa, kuukauden keskimääräiset asumiskustannukset perheelle ovat vähintään 1200 dollaria. Lastenhoito näissä kaupungeissa maksaa 1000:sta lähes 3000 dollariin. Kymmenessä listan kaupungissa kuukausittaiset lastenhoitokulut ylittävät asumiskulut.

Kuten Mokhiber selitti, yksin korkeat asumiskulut eivät tee alueesta liian kallista, vaan on tärkeää verrata elämisen kustannuksia tulotasoon. Usein, vaikkakaan ei aina, kalliimpien kaupunkien asukkailla on myös muita suuremmat tulot.

25. Baltimore-Columbia-Towson, Maryland

- BEA:n elinkustannusvertailu: 7.2 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $7,378
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,325
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $799
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 39.5 prosenttia
- Köyhyysaste: 10.4 prosenttia

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



24. Riverside-San Bernardino-Ontario, Kalifornia

- BEA:n elinkustannusvertailu: 7.4 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $6,528
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,156
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $757
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 21.0 prosenttia
- Köyhyysaste: 16.4 prosenttia

23. Miami-Fort Lauderdale-West Palm Beach, Florida

- BEA:n elinkustannusvertailu: 7.6 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $7,081
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,351
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $853
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 30.5 prosenttia
- Köyhyysaste: 15.4 prosenttia

22. Salinas, Kalifornia

- BEA:n elinkustannusvertailu: 8.1 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $8,083
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,433
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $802
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 24.8 prosenttia
- Köyhyysaste: 12.5 prosenttia

21. Manchester-Nashua, New Hampshire

- BEA:n elinkustannusvertailu: 8.5 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $6,977
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,218
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $817
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 37.3 prosenttia
- Köyhyysaste: 8.2 prosenttia

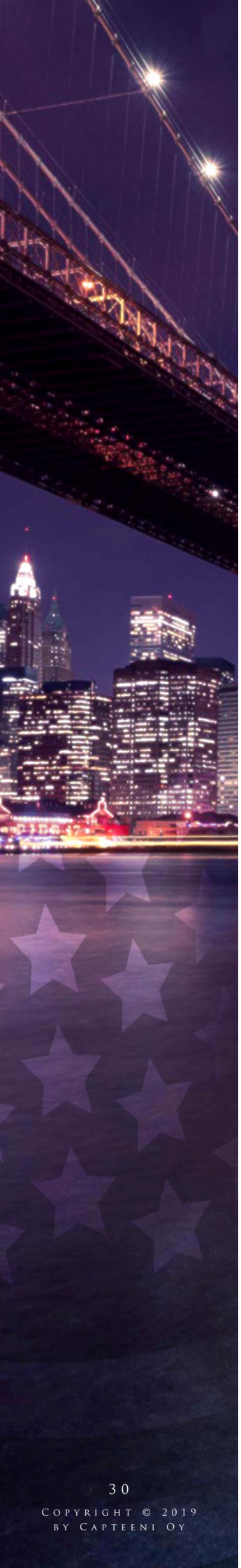
20. Boulder, Colorado

- BEA:n elinkustannusvertailu: 8.9 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $8,465
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,461
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $893
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 60.6 prosenttia
- Köyhyysaste: 11.0 prosenttia

19.Anchorage, Alaska

- BEA:n elinkustannusvertailu: 9.2 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $9,587
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,337
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $644
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 32.2 prosenttia
- Köyhyysaste: 7.2 prosenttia

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



18. Santa Maria-Santa Barbara, Kalifornia

- BEA:n elinkustannusvertailu: 9.5 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $8,034
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,520
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $817
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 32.4 prosenttia
- Köyhyysaste: 13.9 prosenttia

17. Seattle-Tacoma-Bellevue, Washington

- BEA:n elinkustannusvertailu: 10.5 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $8,095
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,527
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $854
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 42.0 prosenttia
- Köyhyysaste: 9.6 prosenttia

16. Boston-Cambridge-Newton, Massachusetts-New Hampshire

- BEA:n elinkustannusvertailu: 11.1 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $9,463
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,740
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $877
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 46.9 prosenttia
- Köyhyysaste: 9.6 prosenttia

15. Trenton, New Jersey

- BEA:n elinkustannusvertailu: 11.3 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $7,848
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,329
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $797
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 42.7 prosenttia
- Köyhyysaste: 11.1 prosenttia

14. New Haven-Milford, Connecticut

- BEA:n elinkustannusvertailu: 11.4 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $7,818
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,299
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $787
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 35.1 prosenttia
- Köyhyysaste: 11.2 prosenttia

13. San Diego-Carlsbad, Kalifornia

- BEA:n elinkustannusvertailu: 16.3 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $8,129
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,682
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $847
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 37.4 prosenttia
- Köyhyysaste: 12.3 prosenttia

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

12. Oxnard-Thousand Oaks-Ventura, Kalifornia

- BEA:n elinkustannusvertailu: 17.2 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $8,772
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,739
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $860
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 33.6 prosenttia
- Köyhyysaste: 9.5 prosenttia

11. Vallejo-Fairfield, Kalifornia

- BEA:n elinkustannusvertailu: 17.6 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $7,453
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,341
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $782
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 25.4 prosenttia
- Köyhyysaste: 11.6 prosenttia

10. Los Angeles-Long Beach-Anaheim, Kalifornia

- BEA:n elinkustannusvertailu: 17.7 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $7,691
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,663
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $830
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 33.5 prosenttia
- Köyhyysaste: 15.0 prosenttia

9. Washington-Arlington-Alexandria, D.C.-Virginia-Maryland-West Virginia

- BEA:n elinkustannusvertailu: 19.1 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $8,795
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,693
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $858
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 50.2 prosenttia
- Köyhyysaste: 8.4 prosenttia

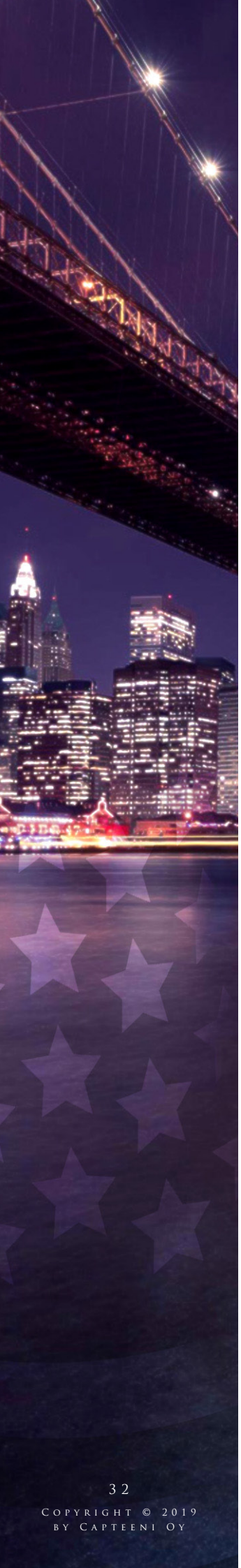
8. Bridgeport-Stamford-Norwalk, Connecticut

- BEA:n elinkustannusvertailu: 20.1 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $8,387
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,272
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $883
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 46.6 prosenttia
- Köyhyysaste: 8.6 prosenttia

7. Santa Rosa, Kalifornia

- BEA:n elinkustannusvertailu: 21.0 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $9,165
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,843
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $913
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 33.9 prosenttia
- Köyhyysaste: 9.2 prosenttia

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



6. Napa, California

- BEA:n elinkustannusvertailu: 21.9 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $8,565
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,575
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $982
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 35.1 prosenttia
- Köyhyysaste: 7.3 prosenttia

5. New York-Newark-Jersey City, New York-New Jersey-Pennsylvania

- BEA:n elinkustannusvertailu: 22.0 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $10,344
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,789
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $908
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 39.0 prosenttia
- Köyhyysaste: 13.5 prosenttia

4. Urban Honolulu, Hawaji

- BEA:n elinkustannusvertailu: 24.4 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $9,632
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,893
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $1,074
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 34.4 prosenttia
- Köyhyysaste: 8.5 prosenttia

3. San Francisco-Oakland-Hayward, California

- BEA:n elinkustannusvertailu: 24.7 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $12,370
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $3,121
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $998
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 48.5 prosenttia
- Köyhyysaste: 9.2 prosenttia

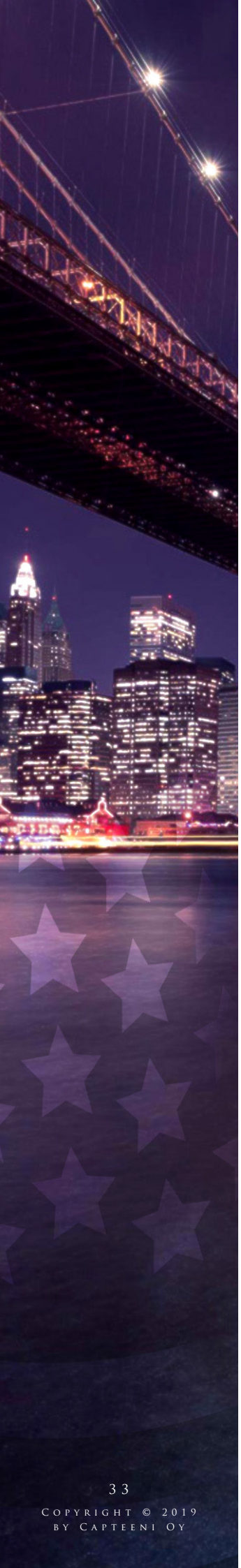
2. Santa Cruz-Watsonville, California

- BEA:n elinkustannusvertailu: 24.8 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $9,283
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $1,764
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $931
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 40.5 prosenttia
- Köyhyysaste: 13.7 prosenttia

1. San Jose-Sunnyvale-Santa Clara, California

- BEA:n elinkustannusvertailu: 27.1 prosenttia maan keskiarvoa kalliimpi
- Nelihenkisen perheen elämismenot kuukaudessa: $10,758
- Nelihenkisen perheen asumismenot kuukaudessa: $2,522
- Nelihenkisen perheen ruokamenot kuukaudessa: $896
- Korkeakoulututkinnon suorittaneiden osuus aikuisväestöstä: 50.1 prosenttia
- Köyhyysaste: 9.4 prosenttia

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



Menetelmä

Todellisten elinkustannusten selvittämiseksi Amerikan kalleimmissa kaupungeissa 24/7 Wall Street listasi ensin 25 suurkaupunkialuetta, jotka olivat kärjessä Bureau of Economic Analysisin eli BEA:n elinkustannusvertailussa. BEA:n tietoihin liitettiin kuukauden elämismenot nelihenkiselle kahden vanhemman ja kahden lapsen perheelle sekä muut Economic Policy Instituten eli EPI:n tilastoista ilmenevät kustannukset.

EPI on tilastojensa perusteella kehittänyt perhebudjettilaskurin, joka mittaa, millaisella tulotasolla perhe voi saavuttaa vaatimattoman mutta silti riittävän elintason. Laskuri tarjoaa budjetin kymmenelle eri perhetyypille (yksi tai kaksi aikuista ja nollasta neljään lasta) perustuen alueellisiin kustannuksiin kaikissa USA:n piirikunnissa ja suurkaupunkialueilla. Köyhyysaste ja koulutustasotiedot ovat peräisin Yhdysvaltain väestönlaskentaviraston vuoden 2016 tilastoista.

Lähde: Forbes, US Census bureau

Amerikan maatalouden kuusi muutostrendiä

Viimeisten vuosien aikana maatalouden teknologia on muuttunut nopeasti. Vuonna 2015 ala investoi teknologiaan huikeat 4,6 miljardia dollaria -ja se oli kolme vuotta sitten! Kuitenkin väestönkasvu jatkuu, millä voi olla vaikutusta resurssien saatavuuden kasvuun. Viimeaikaisissa tutkimuksissa selvisi, että alan tuotannon tulisi kasvaa 60% vuoteen 2030 mennessä. Kuinka me teemme sen? Alan toimijoiden -maanviljelijöiden ja ruoantuottajien- täytyy omaksua maatalouden digitalisoituminen. Pystymme pitämään maatalouden elossa ja viemään sen uudelle tasolle käyttämällä teknologiaa kestävänä ja skaalautuvana voimavarana.

IoT ja sensorit pellolla

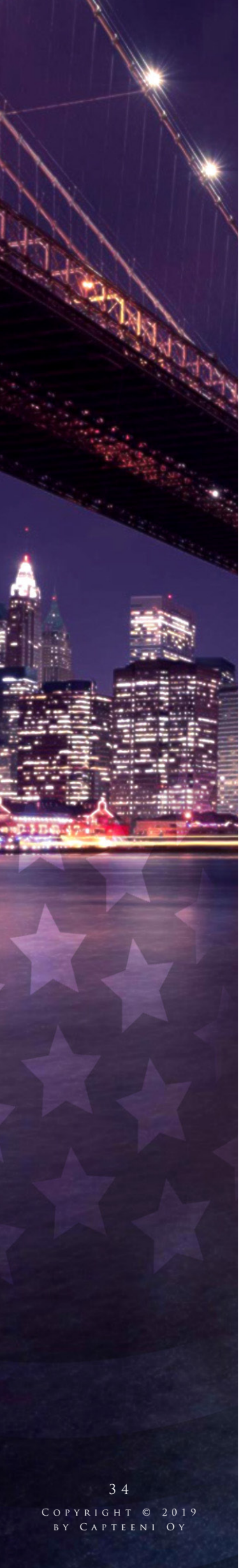
Esineiden internet eli IoT häiritsee maatalousalaa hyvällä tavalla. IoT:n käytössä on todella paljon potentiaalia ruoka-alalla. Ciscon raportin mukaan on arvioitu IoT:n tulemisen merkitsevän 14,4 tuhannen miljardin dollarin vaikutusta. IoT yksinkertaistaa ja tehostaa keräämistä, tarkastamista ja maatalouden resurssien käyttämistä välineissä ja materiaaleissa olevilla sensoreilla.

Strategisesti peltojen ympärillä sijaitsevat sensorit ja kuvantunnistustekniikat sallivat viljelijöiden katsoa viljelmiään mistä tahansa päin maailmaa. Nämä sensorit lähettävät maanviljelijöille reaaliaikaista ajan tasaista tietoa, joten korjaustoimenpiteitä voidaan tehdä heidän viljelmiinsä. En ole mikään viherpeukalo, mutta uskoisin pihakasvieni elävän pidempään, jos jokin sovellus voisi kertoa, milloin ne ovat vedentarpeessa. IoT-sensorit pelloilla tulevat tekemään näin maanviljelijöille, mutta tietysti pidemmällä tähtäimellä ne paitsi lisäävät ruuan tuotantoa, myös vähentävät jätteen syntymistä. Juuri tätä tämä ala tarvitseekin.

IoT-sensorit työvälineissä

Maataloustyövälineisiin asennetaan sensoreita peltoteknologisoitumisen tapaan. Sensorit seuraavat koneiden toimivuutta. Käyttämällä termiä ”täsmämaatalous” traktorit ja muut

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



välineet on varustettu navigaattoreilla ja erityyppisillä sensoreilla. Joihinkin näistä sensoreista on rakennettu kyky kompensoida epätasaista maastoa GPS:n avulla. Jotkut tuottavat kartoitusta ja satoanalyysejä suoraan laitteen ohjaamosta. Jotkut valvovat, milloin traktoreita täytyy huoltaa. Kaiken kaikkiaan nämä sensorit vähentävät laitteiden häiriöaikaa.

Dronet ja viljelyskasvien tarkkailu

Puuhastellessasi puutarhassa näet luultavasti kerralla kaikki kasvisi. Maanviljelijät työskentelevät pelloilla, jotka ulottuvat kymmenien hehtaarien päähän. Ainoastaan lentokoneesta näkee koko alueen, linnun näkökulmasta. Kuvitelkaa investoinnin tuottavuus, jos maanviljelijät pystyisivät visualisoimaan viljelmänsä käyttämällä ilmassa olevaa tietolähdettä, tarvitsematta vuokrata siihen lentokonetta. Droneja käytetään viljelysten tarkkailuun laajalti ympäri Yhdysvaltoja taistelemaan kuivuutta ja muita ympäristöön liittyviä tekijöitä vastaan. Dronet, jotka tuottavat 3D-kuvia, voivat ennustaa maaperän laatua analyyseillä ja suunnitella kylvöjä.

Droneja käytetään myös ruiskuttamaan kasveille kemikaaleja varoen kuitenkin niiden sekoittumista pohjaveteen. Viimeisimmät tutkimukset ovat osoittaneet, että dronet voivat lisätä ruikuttamisen nopeutta viisinkertaiseksi muunlaisiin koneisiin verrattuna.

Maanviljely ja robotiikka

Robotteja ja tekoälyä käytetään paljon muilla aloilla. Maataloudessa robotiikka voisi parantaa tuotantokykyä, lisätä ja nopeuttaa tuotantoa. John Deeren viime aikoina tuottamat robotit, jotka mm. ruiskuttavat ja kitkevät, voivat vähentää maatalouskemikaalien käyttöä jopa 90%. Muut start-up robottiyritykset kokeilevat laser- ja kameraohjausta rikkaruohojen poistoon ilman ihmistyötä. Nämä robotit voivat navigoida viljelysrivien väleissä vähentäen tarvittavaa ihmistyövoimaa. Toiset yritykset luovat kasvinsiirtorobotteja, jotka nostavat tehokkuuden uudelle tasolle perinteisistä tavoista. Lisäksi robotisointia testataan hedelmänpoimintaan ja pähkinänviljelyyn, jotka ovat ennen vaikuttaneet liian hienovaraisilta robotiikan käyttöön.

RFID-sensorit ja seuranta

Kun viljelmät on korjattu, RFID-sensoreilla voidaan seurata ruokaa pellolta kauppaan. Lopullinen käyttäjä, kuluttaja, voi seurata ruuan tarkkaa reittiä maatilalta ostospaikalle. Tällainen teknologia voisi lisätä valmistajien luotettavuutta ja vastuullisuutta tarjota tuoretta tavaraa. Ei ole todennäköistä, että tämä vähentäisi kolibakteerin tai muiden haitallisten bakteerien leviämistä, mutta jos bakteereita alkaisi levitä, pystyisi tuotteen helposti jäljittämään ja palauttamaan tilalle tai tehtaalle, jossa se on valmistettu. Miettikää muutama viikko sitten tapahtunutta salaattien takaisinvetoa. Bakteeri vaikutti potilaisiin 16 osavaltiossa, mutta CDC ei saanut sen alkuperää selville, joten he julkaisivat varoituksen koko maassa. En tiedä muista, mutta itse olen tällä hetkellä hieman säikky syömään salaattia. Jos kaikissa viljelmissä olisi RFID-sensorit, tällaisilta tilanteilta voitaisiin välttyä. Seurantamenetelmät voisivat vähentää kuluttajien pelkoa koskien allergioita ja terveysvaatimuksia. Maanviljelijöille tuo helpotusta tieto siitä, että heidät tuotteitaan seurataan. He voivat olla varmoja, että heidät tuotteensa pääsevät turvallisesti kuluttajan pöytään.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

Koneoppimista ja analytiikkaa
Ehkä yksi innovatiivisimmista asioista, mitä digitalisoituminen meille tuo, on kyky käyttää koneoppimista ja edistynyttä analytiikkaa trenditiedon louhintaan. Tämä voi alkaa paljon ennen kuin viljelijät kylvävät siemenet. Koneoppiminen voi ennustaa, mitkä piirteet ja geenit ovat parhaaksi sadon tuotolle. Tämä auttaa eri puolilla maailmaa asuvia maanviljelijöitä valitsemaan sopivat lajikkeet heidän sijaintiinsa ja ilmastoonsa nähden.

Koneoppimisen algoritmeja voidaan käyttää myös elintarviketeollisuuden näkökulmasta, kun kuluttajat hankkivat ostoksensa. Nämä algoritmit näyttävät, mitä tuotteita ostetaan eniten ja mitä vähiten. Siispä voidaan luoda päteviä ja vaikuttavia ennusteita maanviljelyn tulevaisuudesta.

Onkin todennäköistä, että maatalouden tulevaisuus riippuu digitalisoitumisesta. Maanviljelijät tulevat hyötymään näistä kaikista digitaalisista muutoksista. Muutokset esimerkiksi helpottavat ympäristöstä huolehtimista, paremman kasvintuoton ja kyvyn hoitaa kasveja uusilla ja tehokkailla menetelmillä. Väkilukumme kasvaa, joten maatalouden menetelmien täytyy kasvaa mukana. On aika ottaa hyöty irti teknologiasta, jotta saamme ruokaa pöytiimme ja maanviljelijöille mielenrauhan.

Lähde: Agtech, Cisco, Bloomberg

Amerikan markkinoinnin neljä trendiä

Se ei ole helppoa, mutta se on mahdollista, jos otat ruohonjuuritason lähestymistavan saadaksesi asiakkaiden huomion. Suurin osa pienyrityksistä kohtaa kilpailua paljon suuremmilta yrityksiltä, joilla on suuri markkinointibudjetti ja tunnistettavat tuotemerkit. Yrityksesi saattaa tarjota uniikkeja tuotteita tai palveluita, mutta on vaikeaa tulla huomatuksi, kun kilpailijoillasi on pitkä ansiolista, parempi sijainti ja suuremmat resurssit.
Vaikea ei kuitenkaan tarkoita mahdotonta. Voit saada yrityksellesi näkyvyyttä myös käyttämättä siihen suuria summia. Olemalla älykäs, tulemalla osaksi yhteisöä ja käyttämällä rahat viisaasti, voi pienyrityksesi saada näkyvyyttä.

1. Ole osa yhteisöä
Suurella osalla kaupungeista ja kunnista on yhteisötapahtumia, kuten itsenäisyyspäivän juhlia, markkinapäiviä ja erilaisia festivaaleja. Yleensä ei ole kovin kallista vuokrata omaa myyntikojua tällaiseen tapahtumaan.

Tee niin ja käytä tilaisuutta keinona esitellä yrityksesi toimintaa. Se tarkoittaa, että saatat joutua tarjoamaan ilmaisen näytteen palvelustasi, esittelemään kauppatavaraasi tai antamaan pieniä lahjatavaroita postituslistan kokoamiseksi. On myös tärkeää olla osana yhteisöä liittymällä erilasiin ryhmiin, kuten kauppakamariin. Löydä organisaatioita, joiden kautta voit olla vuorovaikutuksessa muiden pienyritysten ja mahdollisten asiakkaiden kanssa.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

2. Työskentele muiden pienyritysten kanssa

Pienyrityksillä ei yleensä ole samanlaista mainosbudjettia kuin suuremmilla kilpailijoilla. Tämä on vain yksi rahaongelmista, joita pienyritysten omistajat kohtaavat, mutta sellainen, johon voit itse vaikuttaa.

Tee yhteistyötä muiden yritysten kanssa kasvattaaksesi mainontaa. Tarjoa sopimuksia asiakkaille, jotka käyttävät monia yhdessä työskenteleviä yrityksiä. Harkitse järjestäväsi tapahtumaviikkoja tai -viikonloppuja muiden samalla alueella toimivien yritysten kanssa. Tällaisissa tapahtumissa yritykset voivat tarjota sopimuksia, erityisiä aktiviteetteja ja muita syitä kohdata asiakkaita.

3. Osallistu hyväntekeväisyyteen

Jos yrityksesi tuottaa palveluja, lahjoita aikaasi niin usein kuin pystyt. Jokainen voittoa tavoittelematon yhteisö voi ottaa vastaan apua kirjanpidosta verovalmisteluun ja oikeastaan missä vain asiassa, mitä yrityksesi saattaa tehdä.

Jos johdat vähittäiskauppaa harjoittavaa yritystä tai ravintolaa, harkitse päivää, jolloin lahjoitat osan tuloista voittoa tavoittelemattomille yrityksille. Kouluryhmät ja nuorison urheiluryhmät ovat hyviä mahdollisia yhteistyökumppaneita, joiden avulla voit saada uusia asiakkaita osoittamalla tuntevasi sosiaalista vastuuta.

4. Ole asiantuntija

Useilla yhteisöillä on paikallisia radio- ja tv-kanavia, jotka tarvitsevat paikallisia asiantuntijoita vieraaksi. Tarkastele omaa asiantuntevuuttasi ja mainosta itseäsi. Muista, ettet ole menossa radioon tai television mainostaaksesi yritystäsi. Jos esimerkiksi johdat vaatekauppaa, sinua saatetaan pyytää puhumaan back to school -muodista. Myy yritystäsi asiantuntevuudellasi, niin ohjelman juontaja kehuu yritystäsi kuin huomaamatta.

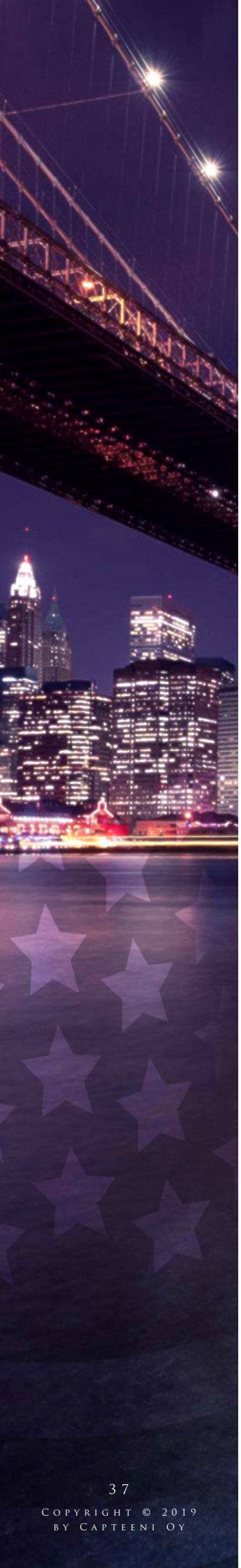
Ole älykäs

On helppoa käyttää paljon rahaa markkinointiin tai yrityksesi sijoittamiseen vilkasliikenteiselle alueelle. Jos et onnistu näissä molemmissa tai edes toisessa niistä, tulee sinun olla kilpailijoita älykkäämpi huomiota saadaksesi.

Omaksu yhteisösi ja tue sitä. Älä siis pelkästään mainosta omaa yritystäsi, vaan auta myös muita pienyritysten omistajia etenemään. Ota ruohonjuuritason lähestymistapa rakentaessasi asiakaspohjaasi. Mene ulos ja tapaa mahdollisia asiakkaitasi. Kättele heitä ja kutsu heidät katsomaan, mitä sinulla on tarjottavana.

Lähde: US Today

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



Amerikan suosituimmat palveluyritykset

Kulutus on ensisijainen tekijä Yhdysvaltojen talouden kasvamisessa. Kahdeksan peräkkäisen vuoden talouskasvun jälkeen vuonna 2017 USA:n kulutus oli kaikkien aikojen korkein: 13,4 miljardia dollaria.

Monien yritysten menestykseen vaikuttaa se, miten amerikkalaiset päättävät käyttää rahansa. Yrityksille, jotka kohtaavat asiakkaat kasvotusten, kuten liikkeet, pankit, kuntosalit ja ravintolat menestyksen ja epäonnistumisen ratkaisee se, saavatko ne asiakkaat ovilleen.

24/7 Wall Street tutki asiakkaiden kävelyreittejä Placed Insights -nimisen yhtiön keräämistä tiedoista. Tutkimuksessa laskettiin yli 13-vuotiaiden eri liikkeissä vierailleiden amerikkalaisten prosenttiosuus huhtikuussa 2018. Myös USA:n myyntiä ja liikkeiden lukumääriä yritysten tilinpäätöstiedoista tutkittiin.

Maan suosituimmilla liikkeillä on monia yhteisiä ominaisuuksia. Ne kaikki myyvät käytännöllisiä jokapäiväisiä tuotteita, kuten ruokaa, vaatteita tai lääkkeitä, eivätkä näin ollen ole rajoittuneita yhdenlaiseen asiakaskuntaan.

Kahdeksan 25:stä maan suosituimmasta liikkeestä on pikaruokaravintoloita. Hieman useampi on ruokakauppoja tai tavarataloja elintarvikeosastolla varustettuna, kuten Walmart, Kroger ja Target. Suosituimmilla ketjuilla on laaja asiakaskunta ja ne ovat läsnä lähes kaikkialla. Jokaisella tällä listalla olevalla yrityksellä on satoja, tuhansia, ellei jopa kymmeniä tuhansia liikkeitä ympäri Yhdysvaltoja.

25. Wells Fargo

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 11,1%
- Kaikista pankkiasiakkaista vieraili huhtikuussa: 19,0%
- Toimipisteitä USA:ssa: 8300 (maailmanlaajuisesti)
- Vuosittainen liikevaihto: 88,4 miljardia dollaria

24. Kroger

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 11,1%
- Kaikista ruoan ostajista vieraili huhtikuussa: 14.4%
- Toimipisteitä USA:ssa: 2782
- Vuosittainen liikevaihto: 122,7 miljardia dollaria

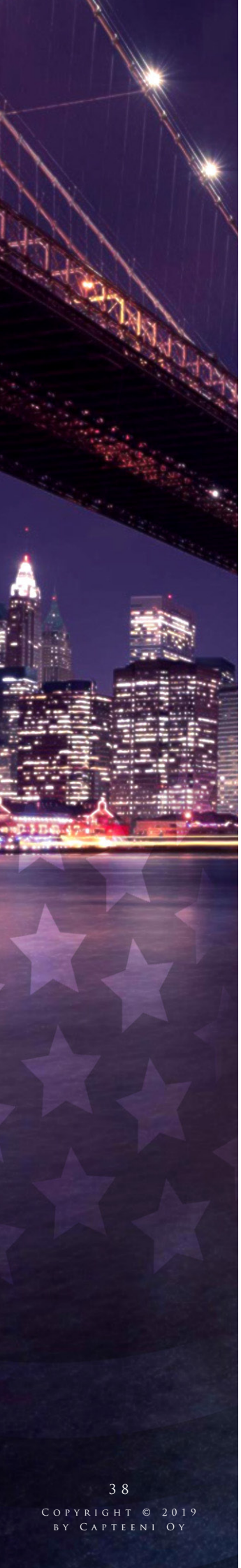
23. Chase

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 11,7%
- Kaikista pankkiasiakkaista vieraili huhtikuussa: 19,9%
- Toimipisteitä USA:ssa: 5130
- Vuosittainen liikevaihto: 99,6 miljardia dollaria

22. Applebee's

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 11,7%
- Kaikista ravintola-asiakkaista vieraili huhtikuussa: 12,4%
- Toimipisteitä USA:ssa: 1858
- Vuosittainen liikevaihto: 634,0 miljoonaa dollaria

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



21. Family Dollar

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 12,0%
- Kaikista halpahalliasiakkaista vieraili huhtikuussa: 20,5%
- Toimipisteitä USA:ssa: 8185
- Vuosittainen liikevaihto: 22,3 miljardia dollaria (emoythiö)

20. Best Buy

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 14.0%
- Kaikista tietokone- ja elektronikkaliikkeiden asiakkaista vieraili huhtikuussa: 32,3%
- Toimipisteitä USA:ssa: 1500 (maailmanlaajuisesti)
- Vuosittainen liikevaihto: 42,2 miljardia dollaria

19. Rite Aid

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 14,2%
- Kaikista apteekkiasiakkaista vieraili huhtikuussa: 24,3%
- Toimipisteitä USA:ssa: 4536
- Vuosittainen liikevaihto: 32,8 miljardia dollaria

18. Lowe's

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 14,2%
- Kaikista rautakauppa-asiakkaista vieraili huhtikuussa: 30,3%
- Toimipisteitä USA:ssa: 1839
- Vuosittainen liikevaihto: 68,6 miljardia dollaria

17. Dollar General

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 14,6%
- Kaikista halpahalliasiakkaista vieraili huhtikuussa: 25,0%
- Toimipisteitä USA:ssa: 14 609
- Vuosittainen liikevaihto: 23,5 miljardia dollaria

16. United States Postal Service

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 15,6%
- Kaikista postiasiakkaista vieraili huhtikuussa: 93,4%
- Toimipisteitä USA:ssa: 30 825
- Vuosittainen liikevaihto: 69,6 miljardia dollaria

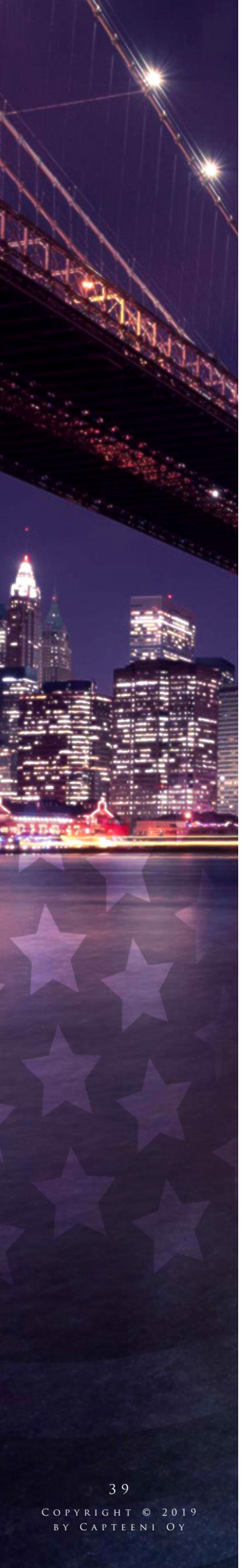
15. 7-Eleven

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 16,1%
- Kaikista huoltoasema- ja kioskiasiakkaista vieraili huhtikuussa: 23,4%
- Toimipisteitä USA:ssa: 7925
- Vuosittainen liikevaihto: 11,8 miljardia dollaria (emoyhtiö)

14. Dunkin' Donuts

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 16,2%
- Kaikista rinkeli- ja donitsiliikkeiden asiakkaista vieraili huhtikuussa: 70,1%
- Toimipisteitä USA:ssa: 9141
- Vuosittainen liikevaihto: 860,5 miljoonaa dollaria

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



13. The Home Depot

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 17,3%
- Kaikista rautakauppa-asiakkaista vieraili huhtikuussa: 36,8%
- Toimipisteitä USA:ssa: 1980
- Vuosittainen liikevaihto: 100,9 miljardia dollaria

12. Shell

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 18,9%
- Kaikista huoltoasema- ja kioskiasiakkaista vieraili huhtikuussa: 27,4%
- Toimipisteitä USA:ssa: 13 794
- Vuosittainen liikevaihto: 305,2 miljardia dollaria (emoyhtiö)

11. Wendy's

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 19,2%
- Kaikista ravintola-asiakkaista vieraili huhtikuussa: 20,4%
- Toimipisteitä USA:ssa: 6634
- Vuosittainen liikevaihto: 1,2 miljardia dollaria (emoyhtiö)

10. Burger King

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 20,5%
- Kaikista ravintola-asiakkaista vieraili huhtikuussa: 21,8%
- Toimipisteitä USA:ssa: 7212
- Vuosittainen liikevaihto: 4,6 miljardia dollaria (emoyhtiö)

9. Dollar Tree

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 21,2%
- Kaikista halpahalliasiakkaista vieraili huhtikuussa: 36,2%
- Toimipisteitä USA:ssa: 6425
- Vuosittainen liikevaihto: 22,2 miljardia dollaria

8. Taco Bell

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 21,5%
- Kaikista ravintola-asiakkaista vieraili huhtikuussa: 22,8%
- Toimipisteitä USA:ssa: 6446
- Vuosittainen liikevaihto: 1,8 miljardia dollaria

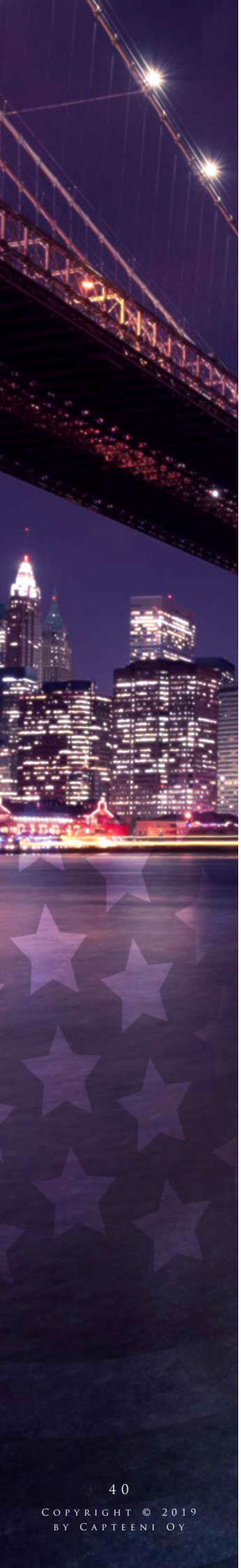
7. Target

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 24,3%
- Kaikista tavarataloasiakkaista vieraili huhtikuussa: 33,3%
- Toimipisteitä USA:ssa: 1829
- Vuosittainen liikevaihto: 71,9 miljardia dollaria

6. CVS

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 25,0%
- Kaikista apteekkiasiakkaista vieraili huhtikuussa: 42,7%
- Toimipisteitä USA:ssa: 9800+ (P- ja E-Amerikassa)
- Vuosittainen liikevaihto: 184,8 miljardia dollaria

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



5. Starbucks

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 33,0%
- Kaikista kahvila-asiakkaista vieraili huhtikuussa: 86,1%
- Toimipisteitä USA:ssa: 13 930
- Vuosittainen liikevaihto: 22,4 miljardia dollaria

4. Walgreens

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 33,1%
- Kaikista apteekkiasiakkaista vieraili huhtikuussa: 56,5%
- Toimipisteitä USA:ssa: 7979
- Vuosittainen liikevaihto: 118,2 miljardia dollaria (emoyhtiö)

3. Subway

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 37,1%
- Kaikista ravintola-asiakkaista vieraili huhtikuussa: 39,4%
- Toimipisteitä USA:ssa: 25 393
- Vuosittainen liikevaihto: ei tiedossa

2. Walmart

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 51,4%
- Kaikista tavarataloasiakkaista vieraili huhtikuussa: 70,4%
- Toimipisteitä USA:ssa: 4761
- Vuosittainen liikevaihto: 500,3 miljardia dollaria

1. McDonald's

- Kaikista ostajista vieraili liikkeissä huhtikuussa: 52,8%
- Kaikista ravintola-asiakkaista vieraili huhtikuussa: 56,1%
- Toimipisteitä USA:ssa: 14 036
- Vuosittainen liikevaihto: 22,8 miljardia dollaria

Lähde: US Today

Amerikan jääkaappimarkkinat kasvussa

Kysyntä kaupallisille jäädytyslaitteistoille on ennustettu nousevan 3.1% 2020 asti 11.3 mrd dollariin asti, kertoo Freedonia Group:n uusi tutkimus. Valmistajien odotetaan hyötyvän erityisesti R-22 kylmäaineen vähentymisestä 2020 mennessä mikä edesauttaa kaupallisien jäädytyslaitteistojen käyttäjien parantelemaan laitteistojaan hyödyntämällä vaihtoehtoisia kylmäaineita (kasvattaa suodattimien ja venttiilien kysyntää), tai korvaaman nykyisiä laitteistoja (kiihdyttää järjestelmien myyntiä). Useat vaihtoehtoiset kylmäaineet voidaan ottaa käyttöön R-22:n sijasta ja laitteistojen parantelu on niiden käyttäjille uuden ostamista halvempi vaihtoehto. Uusien järjestelmien asentaminen edesauttaa joka tapauksessa pitkäaikaisia kustannussäästöjä kasvaneen energiatehokkuuden ansiosta.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

Kaupallisien jäähdytyslaitteistojen myynnin kasvu tukeutuu myös kiristyneisiin energiatehokkuus standardeihin tietyille tuotteille, erityisesti reach-in ja walk-in jääkaapeille ja pakastimille. ”Nämä standardit tulevat olemaan tehokkaampia kaikissa reach- ja walk-in-malleissa jotka ovat valmistettu kesäkuun 2017 jälkeen ja edesauttavat useiden valmistajien pyrkimyksiä hyödyntäää korkeampiluokkaisia raaka-aineita mikä nostaa laitteistojen keskihintaa ja lisää 2020 kysyntää.” kertoo analyytikko Kyle Peters. Jatkuva kasvu ruoka- ja juomalähetyksissä lisää myös kysynnän kasvua lähes kaikille laitetyypeille.

Kuljetusjäähdytyslaitteistot muodostavat suurimman osan kaupallisten jäähdytyslaitteistojen kysynnästä, kaiken kaikkiaan 23% vuoden 2015 kokonaiskysynnästä. Kuitenkin nämä tuotteet kasvavat hitaimmin vuoteen 2020 asti mikä johtuu jäähdytettyjen kuorma-autojen sekä trailerien laivueiden laajennusten merkittävästä hidastumisesta 2010-2015 kovan kasvun jälkeen. Juomajäähdytyslaitteistot ja esittelykaapistot tulevat kokemaan nopeimman kasvun vuoteen 2020 mennessä. Juomajäädytyslaitteistomyynti tulee lisääntymään kasvavien food service bisnesten sekä ruoka- ja juomapalveluja tarjoavien tahojen toimesta. Esittelykaapistojen kysynnän kasvu syntyy pääasiassa R-22 vähenemisestä monien vanhempien kaapistojen järjestelmien edelleen hyödyntäessä R-22:ta kylmäaineena.

Lähde: Bloomberg, Freedonia Group, US Census Bureau

Amerikan 5 trendiä vähittäiskauppaan

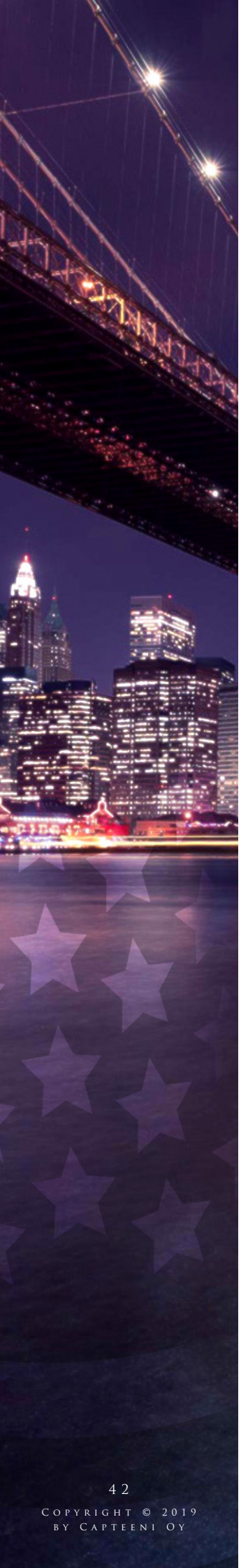
Jos harjoitat vähittäiskauppaa, olet luultavasti viimeisen vuoden aikana kuullut toistuvasti kaksi sanaa: ”ateriointi” ja ”viihde”. Vaikka nämä ovat selvästi muotitermejä, ne eivät ole samassa sarjassa kaikkein kamalimpien muotisanojen kanssa.

Totuus on, että erilaisia ruoka- ja viihdevaihtoehtoja kehitetään aktiivisesti koko vähittäiskauppa-alalla. Uudet ruokakonseptit ovat kauppakeskusten kiinnostavin kehitystrendi, minkä huomioiminen on erityisen tärkeää, koska amerikkalaiset käyttävät nykyään enemmän rahaa ateriointiin kuin elintarvikkeisiin.

Kreikkalaisen Agoran ajoista alkaen ostoskeskukset ovat olleet paikallisten alueiden sosiaalisia keskustoja. Ruoka on aina ollut tärkeä osa ostoskeskuksia, ja nykyään kun yhä useammat myyntikanavat kehittävät tavaroiden myyntiä, ostoskeskusten olisi viisasta keskittyä enemmän itse kokemukseen ja asiakkaiden viihtymiseen.

Jones Lang LaSallen julkaiseman tutkimuksen mukaan ostajat, jotka syövät ostosten lomassa, käyttävät 35 minuuttia ja 12% enemmän rahaa kuin ne, jotka eivät syö. Se on paljon rahaa, kun ostajia on tuhansia. Niille, jotka haluavat päästä osille tästä kehityksestä, tutkimus esitti viisi kuluttajuuden megatrendiä, jotka vaikuttavat ravintola- ja vähittäiskauppa-alaan.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



1. Kokemustalous

Minulla oli tapana keräillä baseballkortteja. Tänä päivänä ei enää kerätä tavaroita, vaan ennemminkin kokemuksia. Nämä kokemukset voivat vaihdella lumoavista matkoista yksinkertaiseen iltaan uudessa ravintolassa ystävien tai perheen kanssa. Yhdysvalloissa kokemuksiin kuluttaminen on kasvanut 70% verrattuna 30 vuotta sitten vallinneeseen tilanteeseen — miltei 80% vuosituhannen vaihteessa syntyneistä käyttäisi rahaa mieluummin kokemukseen kuin materiaan. Näin ollen voidaan odottaa, että ruokailu yhdistyy taiteen, pelaamisen, urheilun ja konserttien kanssa virtuaalisen ja lisätyn todellisuuden avulla.

2. Ketjuton tuotanto

Lähiruoan syönti on yksi aikamme mantra. Lähiruokatorien lukumäärä kasvoi 100% vuodesta 2007 vuoteen 2017, jolloin niitä oli 9,000. Kuluttajat haluavat yleisesti tietää tuotteiden alkuperän ja tämä koskee erityisesti elintarvikkeita. Kestävä kulutus, pienyritysten suosiminen ja tuotannon lähteille pääseminen ovat tärkeimpiä trendejä, jotka seuraavat yhteisöllisyyden ja luonnonsuojelun ideologiasta. Olipa kyse lähiruokatorista, ”tilalta pöytään” -ravintolasta tai ruokaosuuskunnasta, voit odottaa, että kestävä kehitys ja kestävät hankinnat ovat jotenkin mukana tuotantoketjussa.

3. Parempaa bisnestä

Tiedämme, että kuluttajat ovat yhä enemmän tietoisia kulutuksensa haitallisista vaikutuksista maapalloon ja yhteiskuntaan. Karkeasti ottaen yksi kolmannes ihmisille tuotetusta ruuasta menee hukkaan. Sen seurauksena sekä hallitukset, yritykset että kuluttajat haluavat muutosta siihen, kuinka käytämme ja hoidamme ruokaresurssejamme. Enemmän ja enemmän kuluttajat haluavat käyttää tuotemerkkejä, joilla on sosiaalisia ja ympäristöön liittyviä arvoja. 62% kuluttajista sanoo suosivansa tuotemerkkejä, jotka auttavat muuttamaan maailmaa. Pyrkimys vähentää ruoka-alan jätteiden haittavaikutuksia tulee jatkossakin olemaan hyvä bisnesidea ja tarjoamaan voittoja niille, jotka siinä menestyvät.

4. Sosiaalinen media

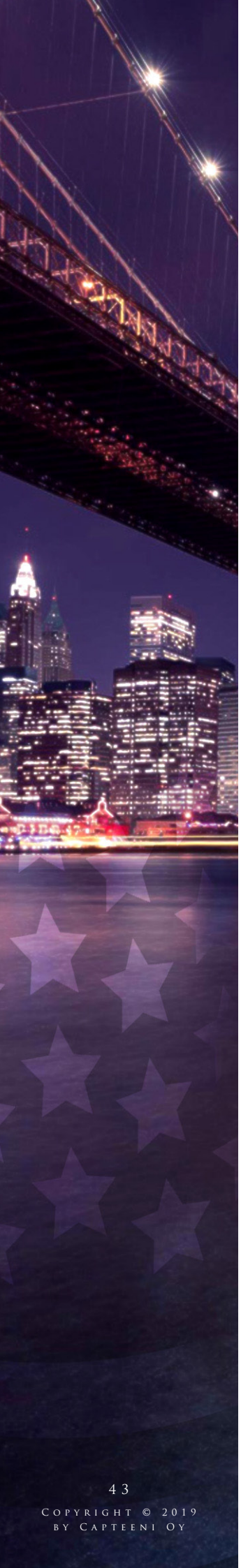
Sosiaalisen median ansiosta jokainen voi ryhtyä ruokakriitikoksi kännykällään. Blogeissa ei enää kirjoiteta vain muodista, vaan se mitä syöt tai missä syöt, on tullut tärkeäksi osaksi itseilmaisua. Ihmiset keräilevät Michelin-tähtiruokakokemuksia kuin baseballkortteja. Tulevaisuudessa ravintolat markkinoivat itseään yhä enemmän sosiaalisessa mediassa, ja kokit tarjoilevat Instagramissa esittelemiään aterioita.

5. Helppous

Läpi historian keksijät ovat pyrkineet tekemään elämästämme mukavampaa. Keksinnöt ovat aina muuttaneet odotuksiamme, ja sama pätee ruokateollisuuteen. Ateriankuljetuspalvelumarkkinoiden odotetaan kasvavan 15% vuodessa vuoteen 2020 asti. Voidaan olettaa, että helppo kuljetus, lyhytaikainen pysäköinti ja erityiset ruokalistat kuljetusta varten tulevat yleistymään sinunkin lempiruokapaikoissasi todella pian. Yksi trendi, jota ei vielä mainittu ja joka on vielä kehitysvaiheessa, on iso data. Ostoskeskusten omistajat pyrkivät hyödyntämään dataa samalla tavoin kuin nettikauppiaat jo tekevät. Kuten kaikessa vähittäiskaupassa, kuluttajan parempi ymmärtäminen on avain menestykseen myös ruokapalvelualalla.

Lähde: US Today

Copyright © 2019
by Capteeni Oy



USA:n puutavaran kulutus kohti ennätyslukuja

Yhdysvaltojen puutavaran kulutus on saavuttamassa ennätyslukemia vuoteen 2030 mennessä, kertoo ForestEdgen ja Wood Resources Internationalin uusi tutkimus. Tutkimus ennustaa puutavaran kysynnän kasvavan Yhdysvalloissa vuosittain noin 2,3% vuoteen 2030 asti. Bruttokansantuotteen kasvun arvioidaan olevan tänä aikana hitaampaa. Tutkimus esittää, että Yhdysvaltojen puutavaran tuotanto saavuttaa huippunsa vuonna 2030.

Puutavaraa käytetään mm. asuntorakentamiseen, korjauksiin ja remontointiin, muuhun kuin asuinrakentamiseen ja materiaalin käsittelyyn. ForestEdge ja Wood Resources arvioivat muun rakentamisen kasvavan asuntorakentamista nopeammin. Tutkimuksen mukaan nämä sektorit tulevat kasvamaan vuosien 2016 – 2030 välillä 11 prosentista 14 prosenttiin. Asuntorakentaminen (korjaukset ja remontoinnit mukaan lukien) tulee kuitenkin pysymään ylivoimaisesti suurimpana puutavaran käyttösektorina. Sen osuus on lähes 70%

Kanadalaisten puutavarantuottajien markkinaosuuden Yhdysvalloissa uskotaan pienentyvän tulevina vuosina, erityisesti vuosien 2017 ja 2025 välillä. Puutavaran tarjonnalla on myös erilaiset näkymät Kanadan kahdella tärkeimmällä tuotantoalueella,. Brittiläisen Kolumbian tuotantoluvut tulevat seuraavan kymmenen vuoden aikana laskemaan huomattavasti.

Puutavaran tuonnin ulkomailta ennustetaan kasvavan Yhdysvalloissa sekä markkinaosuudeltaan että absoluuttiselta määrältään vuoteen 2025 asti, minkä jälkeen tuonti laskenee ainakin vuoteen 2030. Tutkimuksen perusteella suurimpiin tuojiin kuuluvat Brasilia, Chile, Saksa ja Pohjoismaat. Korkeimmissa arvioissa tuonti tulee lähivuosina saavuttamaan jopa 10% markkinaosuuden.

Lähde: Wood Resources International, woodworkingnetwork.com

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

3. Neuvottelut ja sopimukset

Unohda vaatimattomuus ja tee kauppaa

Amerikassa hienosti menestyneen Reaktorin New Yorkin toimiston vetäjä Joonas Makkonen päivitteli Iltalehdessä suomalaisten vaatimattomuutta. Hänen mukaansa suomalaisten suurin ongelma on se, että he eivät tajua, miten hyviä he ovat.

– Meillä on helvetin kova osaaminen, josta voi pyytää täällä tupla- tai triplahinnan Suomeen verrattuna, toteaa Makkonen. Useita suomalaisyrityksiä Yhdysvaltojen markkinoille auttaneena voimme allekirjoittaa Makkosen näkemyksen hyvin pitkälle.

Olemme blogissamme kertoneet mm. suomalaisesta pumppualan toimijasta, jonka pienruopparille löytyi kysyntää heti, kun päästiin heidän potentiaalisten asiakkaidensa kanssa samaan pöytään. Vastaavia tarinoita on paljon.

Ei tuotteita silti nettisivujen perusteella Amerikasta asti kysellä. On mentävä asiakkaiden luo sekä potentiaalisia jälleenmyyjiä ja maahantuojia tapaamaan. Ja vaatimattomuus kannattaa jättää Suomeen.

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 suurasiakasmyynnin 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 työkulttuuri on osoittautunut kovinkin erilaiseksi. Työpaikat ovat hierarkkisempia, poliittisia ja päätökset tehdään keskustelemalla palavereissa. Hiljakseen ei voi istua, muuten jää ulkopuolelle. Yhdysvalloissa vaihdetaan nopeasti työpaikkaa, jos puolin tai toisin ei viihdytä. Siinä on Syrjäkarin

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

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”, Syrjäkari 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 perustuvalle järjestelmälle.

Amerikkalaisen unelman seurauksena yhdysvaltalaiset tekevät pitkää päivää ja paljon ylitöitä. 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 tavanomaista. Hiljaisuus koetaan kiusalliseksi ja välillä jopa epäkohteliaaksi.

(Lähde: 1.4.2015 TC World)

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

Neuvottelutilanne Amerikassa saattaa yllättää

Suomessa tyypillinen neuvottelutilanne tapahtuu neuvotteluhuoneessa tai lounaalla, mikä Amerikassa on harvinaisempaa, kun tavataan ensimmäistä kertaa uutta asiakasta tai potentiaalista jälleenmyyjää. Ohessa on kokemuksiamme muutamista neuvottelutilanteista, missä Capteeni on ollut asiakkaidensa kanssa.

Eräs suuryrityksen johtaja halusi välttämättä tavata lempikahvilassaan Starbucksissa kotitalonsa kupeessa. Huolimatta epävirallisesta ympäristöstä johtaja oli aidosti kiinnostunut suomalaisen yrityksen tuotteesta ja tapaaminen johti jatkoon.

Suomalainen konepaja haki maahantuojaa, joka hoitaisi myös jälleenmyynnin koko Yhdysvalloissa. Tapasimme hämärännäköisen vajan ulkopuolella likaisissa housuissa oleva miehen, joka osoittautui monimiljonääriksi. Tapaaminen johti jatkoon ja muutaman kuukauden kuluttua jakelusopimus allekirjoitettiin ja tähän mennessä on tilattu ja toimitettu useampi kontillinen suomalaisen konepajan tuotteita.

Yksi mielenkiintoinen tapaaminen tapahtui metsästysmajalla sorsajahdin jälkeen. Amerikkalaisilla johtajilla oli metsästysvaatteet päällä ja haulikot mukana. Siitä huolimatta he olivat kiinnostuneet suomalaisen yrityksen tuotteista. Tapaaminen johti jatkoon.

Jälleenmyyjiä hakiessa silloin tällöin tavataan pomon huoneessa, missä on toimistopöydän edessä pari kolme jakkaraa. Useammin tavataan eteisessä tai joillakin useista tiskeistä. Kahvia tai virvokkeita on Amerikassa turha odotella.

Riippumatta tilanteesta tai paikasta amerikkalainen ostaja haluaa aina tehdä bisnestä, käy suoraan asiaan ja haluaa saada neuvottelun nopeasti päätökseen, joten suomalaisen myyjän kannattaa valmistautua vastamaan nopeasti ja selvästi esitettyihin kysymyksiin. Kauppa on mahdollista saada jopa hyvin nopeastikin, mikäli amerikkalainen ostaja on kiinnostunut. Kaikkein tärkeimpään rooliin nousee myyjän aktiivisuus tapaamisen jälkeen.

Yhdysvalloissa parhaiten pärjäävät sellaiset suomalaiset yritykset jotka haluavat ensin perehtyä markkinaan, ja sen jälkeen tavata oikeanlaisten yritysten edustajia oikeissa paikoissa kahden viikon myyntimatkalla Yhdysvaltoihin.

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 tyylissä, kuinka se sanotaan. Riitatilanteet käsitellään avoimesti ja suorasti. Täsmällisen amerikkalaisen kommunikaatiotyylin mukaisesti siellä kyetään sanomaan ei epäröimättä. Vastaavasti on sallittua kritisoida toista julkisesti.

Tämä suora kommunikaationtyyli voi aiheuttaa ongelmia niiden kulttuurien kanssa, joissa liiketoiminta perustuu henkilökohtaisiin suhteisiin ja joissa ristiriidat käsitellään epäsuo-

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

rasti 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 tuhlata. ”Time is money” tarkoittaa kirjaimellisesti että hukattu aika on hukattua rahaa.

Epätäsmällisyyttä 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 tosiasiassa 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 vienti.

(Lähde: 2.5.2015 TC World)

Neuvottelut ja sopimukset Yhdysvalloissa

Yhdysvaltalainen neuvottelutyyli 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 kunnon kontaktia neuvottelukumppaniin ennen sopimusneuvottelua. Jotkut jopa pitävät tällaista ihmiskeskeistä neuvottelutyyliä epäammatillisena.

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

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

lisääntymiseen. Amerikkalainen asioihin keskittyvä, nopeasti etenevä, allekirjoitettuun sopimukseen tähtäävä neuvottelutyyli saattaa olla järkytys suomalaiselle, jos on enimmäkseen neuvotellut skandinaavisessa 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 sopimuskumppanin täytyy noudattaa liiketoimintaa tehdessä. Näistä säännöistä kuuluu myös suomalaisen sopimuskumppanin pitää kiinni.

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 tyyliltään 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.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

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. Kuten jo todettiin, amerikkalaiset arvostavat suoraa puhetta. Neuvottelussa on ok mennä suomalaiseen 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 jämäkkyyttä 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”.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

4. Vihjeitä 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 deittaile 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 ostajien 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 kesyyntynyt yhdessä yössä. Vaikka valitset pienen alueen Yhdysvalloissa, varmista että resurssisi on kohdennettu myyntimatkoihin, asiakastapaamisiin ja tavarantoimittajiin, henkilökunnan palkkauksiin ja paikalliselle markkinalla sopeutumiseen. Menestyksesi avaintekijöitä ovat riittävän intensiivinen tarjonta ja kestävyys, stamina.

(Lähde:15.1.2016 blogs.fco.gov.uk)

Copyright © 2019 by Capteeni Oy

90-VUOTIAAN YRITTÄJÄKONKARIN VIISI VINKKIÄ VIENTIYRITYKSILLE

Liki 90-vuotias Veikko Ilmasti on vientikonkari ja patenttirohmu. Hän on käynyt keksinnöillään 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- Yrittäjäsanomat)

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

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 jälleenmyyjiä, niin soita heille ja sovi tapaaminen. Tee 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 vältyt monelta karikolta.

Copyright © 2019
by Capteeni Oy

5. Kokemuksia viennin aloittamisesta Yhdysvaltoihin

Myyntimatka USA:aan tuottaa

Teimme jokin aika sitten intensiivisen myyntimatkan yhden itä-suomalaisen laitevalmistajan kanssa. Olimme etukäteen järjestäneet yritykselle 22 tapaamista ja valmistelleet myyntimatkan siten, että tiedossamme oli matkan varrella lisää valmiiksi pohjustettuja potentiaalisia isoja asiakkaita sekä diileri-ehdokkaita.

Teimme pitkää päivää ja ajoimme kahden osavaltion sisällä Keski-Lännessä reilut 5 500 kilometriä. Lopulta myyntitapaamisia oli yli 50. Iso tapaamismäärä ei heikentänyt niiden laatua, vaan tapaamisista kolmasosa johti jatkoon ja vaikuttaa siltä, että niiden seurauksena saatiin paitsi hyvä määrä laitekauppaa myös viisi hyvää jälleenmyyjää. Ei huono tulos, kun ajatellaan, että kyseessä oli oikeastaan tämän suomalaisyrityksen ensivierailu USA:n markkinoilla.

Käytimme nimittäin viikonloputkin täysillä myynnin edistämiseen. Vierailimme kaksilla alan messuilla ja lisäksi kävimme läpi Capteenin toimistotiimin matkan aikana asiakkaalle tekemän teollisuudenalan markkinakatsauksen sekä kilpailija-analyysin.

Oli taas mahtava nähdä, miten suomalainen laatu kiinnostaa amerikkalaisia, kun se vain tullaan esittelemään heille. Useammastakin etukäteen varsin koleasta asiakkaasta tuli tapaamisessa lämmin potentiaalinen ostaja jo ensimmäisen vartin aikana.

Suomessa on satoja yrityksiä, joiden osalta tilanne on täysin sama. Kun ne vain lähtevät USA:aan esittäytymään, kauppa lähtee liikkeelle ja hyvin.

Suomalaisyritykselle mahdollisuus miljoonatilauksiin USA:sta

Teimme hiljattain matkan New Englandin alueelle suomalaisen raaka-aine valmistajan edustajien kanssa. Viikon kestäneen matkan aikana ajettiin useita tuhansia maileja ja tavattiin 11 eri yrityksen edustajat kasvotusten ja kahden yrityksen edustajat online konferenssipuhelun välityksellä.

Matkan aikana koettiin mielenkiintoisia myyntineuvotteluja, opittiin uutta alan kustannusrakenteesta, maahantuonnista, vaadittavista luvista ja ennen kaikkea kaupallisesta potentiaalista suomalaisyrityksen tuotteille. Useimmissa tapaamisissa keskusteltiin konttien kaupoista, muutamissa jopa kymmenien konttien vuositilauksista. Yritys saavutti Captee-

Copyright © 2019 by Capteeni Oy

nin myyntimatkalta useiden mijoonien eurojen myyntipotentiaalin sekä erinomaisen suojan mahdollista eurokriisiä vastaan.

Kevytruoppaaja

Lohjalainen Mamec on tehnyt erilaisia pumppuja ja sekoittimia teollisuuteen ja mm. isoille risteilijöille jo vuosikymmeniä. Lisäksi Mamec valmistaa kevytruopparia, johon on ollut kiinnostusta myös Amerikasta. Mamec halusi selvittää tämän erikoistuotteen osalta USA:n mahdollisuuksiaan tarkemmin Capteenin kanssa.

Yrityksen toimitusjohtaja Tomi Taipale lähti tutustumaan Yhdysvaltain markkinoihin tiimimme avustamana tämän vuoden maaliskuussa. Markkinakatsaus antoi selviä viitteitä, että suurin kiinnostus laitetta kohtaan voisi löytyä tuhansien lampien Floridasta. Sinne tehtiinkin viikon kestänyt myyntimatka.

”Capteenin USA:n tiimi oli tehnyt kotiläksynsä ja löytänyt meille yllättävän mielenkiintoisia ja potentiaalisia kohteita. Monet olivat aidosti kiinnostuneita melko erikoisesta tuotteestamme”, sanoo Taipale ja jatkaa, että matkan jälkeen on jo sovittu ensimmäisestä tilauksesta uuden maahantuojan kanssa. Lisäksi jo maassa toimiva Mamecin jälleenmyyjä hyötyi herätetystä kiinnostuksesta.

Mamecin uutena omistajana Taipaleella on tarkoitus vahvistaa perinteikkään yrityksen vientitoimintaa lähivuosina monella tavoin. Yhdysvalloissakin mennään eteenpäin myös muiden tuotteiden kanssa, nyt kun markkina on avattu sopivalla kärkituotteella.
“Kulttuuri Amerikassa tuntuu olevan, että myyntitapaamisissa ei paljon turhia jaaritella, vaan asiaan mennään heti. Myyjällä pitää olla pihvi tarjottavana aika nopeasti. Suoraviivaista toimintaa.”
“Jos joku tulee minulta kysymään, miten Amerikkaan kannattaa mennä, voin kyllä rehellisesti sanoa, että ainakin sikäläinen kumppani kannattaa ensineuvotteluihin ottaa. Meidänkin matkallamme sanoisin, että Capteeni hoiti neuvottelut noin 80 prosenttisesti, itselleni jäi sitten se 20 prosenttia.”

“Kun neuvottelut etenivät sujuvasti, kävi hyvin selväksi, että Suomessa jo vuosia markkinoilla ollut kevytruopparimme on Yhdysvalloissa varsin ainutlaatuinen ja sille löytyy ostajia niin Floridasta kuin muualtakin.”

Ravintolisät

Ravintolisiä valmistava yritys otti Capteenin® avukseen Yhdysvaltain markkinoille menoaan tukemaan. Yrityksen sydänterveyteen myönteisesti vaikuttava ravintolisä on herättänyt Yhdysvalloissa todella vahvaa kiinnostusta ja ensimmäinen myyntisopimus tehtiin vain kuukauden ponnistelujen jälkeen viime viikolla.

Juuri solmittu myyntisopimus avaa yritykselle viisi osavaltiota Yhdysvaltain luoteisosassa eli Washingtonin osavaltion ympärillä. Lisäksi on jo sovittu kesäkuulle parikymmentä

Copyright © 2019 by Capteeni Oy

tapaamista muihin osiin Yhdysvaltoja. Yrityksen tuotteet kiinnostavat selvästi kaikkialla Amerikan mantereella.

Kun tuotteella on yksikin selkeä etu isoilla USA:n markkinoilla, silloin sillä on aina isot mahdollisuudet. Luontaistuote, lisäravinne- tai päivittäistavaramarkkinoilla ei tarvitse päästä heti isojen kauppaketjujen parhaille myyntipaikoille, vaan oleellista on löytää kumppaneita, jotka oikeasti oivaltavat tuotteen edut ja sitten oikeasti lähtevät aktiivisesti edistämään myyntiä. Kun erikoistuote hyväksytään ensin erikoisliikkeissä, se saa vähitellen jalansijaa laajemminkin.

Polttopuukoneet

”Suomalaiset konepajat ovat vähitellen heräämässä talviunestaan, johon ne tämän vuosikymmenen alussa vaipuivat”, kirjoittaa Turun Sanomat 28.9.2016. Lehti jatkaa: Yksi herääjistä on Laitilan Rautarakenne eli Japa, joka on… toimittanut Yhdysvaltoihin jo pari kontillista polttopuukoneita.

Japan toimitusjohtaja Henri Nurminen kertoo lehdessä, miten yritys on aktiivisesti lähtenyt hakemaan myyntiä ulkomailta, kun Suomessa kauppa on hiipunut. Yhdysvaltoihin yritys lähti Capteenin avustamana. Projekti aloitettiin viime keväänä suoraviivaisesti myyntimatkalla potentiaalisten jälleenmyyjäkandidaattien luokse.

Yritys valmistaa Japa-tuotemerkillä kulkevia polttopuukoneita aina tavallisen mökkikäyttäjän perusmallista ammattikäyttöön asti. Vuoden 2012 jälkeen markkinat ovat Euroopassa olleet aika hiljaiset.

Nurminen kertoo Turun Sanomien Timo Anttilan kirjoittamassa jutussa, että ensimatkalla Yhdysvaltoihin tehtiin 18 asiakaskäyntiä ja yksi näistä käynneistä tuotti nykyisen maahantuojan. Sopimusta ruuvattiin varsin innokkaaksi osoittautuneen maahantuojan kanssa yli kolme kuukautta, mutta silti kokonaisaika siitä, kun lähdettiin liikkeelle siihen, kun saatiin jo lähettää ensimmäinen lasku, jäi puoleksi vuodeksi.

Nurminen kertoo tällä hetkellä olevansa yrityksen tulevaisuuden suhteen optimistinen ja odottavansa, että sen liikevaihto kasvaa tällä tilikaudella jopa 20 prosenttia. Kotimarkkina ja markkinat Euroopassa antavat nyt positiivisia signaaleja. ”Asiakaskuntaa on nyt ostohousut päällä myös Euroopassa”, mutta suurimman toivonsa Nurminen laittaa Japan vetoon Yhdysvalloissa.

”Ensi talvi näyttää, miten meidän Yhdysvalloissa käy. Markkina on suurempi kuin Suomi ja meillä on mielestäni markkinoiden paras tuote. Polttopuukoneista 60 prosenttia myydään tammi-toukokuussa. Sitten se nähdään. Jos hyvin käy, saatamme pian tarvita jo uutta työvoimaa.”

Lähde: Turun Sanomat 28.9.2016/ Elina Malkamäki

Copyright © 2019 by Capteeni Oy

Direct Market Entry Yhdysvaltoihin

Capteenin Yhdysvaltoihin suunnattu Direct Market Entry -ohjelma on Suomen markkinajohtaja Yhdysvaltoihin kohdistuvissa vientiohjelmissa. Capteenin sopimista myyntitapaamisista 46 % on johtanut jatkoon. Capteenin Direct Market Entry -asiakkaista 76 % on jatkanut ohjelman johdosta Yhdysvalloissa.

Ohjelma on täysin räätälöity jokaiselle yritykselle erikseen. Jokaisen yrityksen USA:aan vietävän tuotteen markkinapotentiaali tutkitaan erikseen ja sen perusteella valitaan, mistä osavaltiosta Market Entry kannattaa aloittaa. Sitten sovitaan kahden viikon matkalle 20-30 myyntitapaamista. Capteenin matkalla tavataan pelkästään asiakkaita, potentiaalisia jälleenmyyjiä tai maahantuojia. Parhaat onnistumiset on saatu, kun Capteenin yhdysvaltalainen asiantuntija on ollut myyntimatkalla yrityksen mukana.

Ohjelmaan kuuluu myös perusteellinen kulttuurivalmennus ”How to Speak American Business, Culture and Getting the Deal” sekä ” How to get more revenues from my sales trip to the U.S.A?”. Myyntivalmennuksen tarkoitus on parantaa asiakkaan valmiuksia suorittaa onnistunut myyntimatka Yhdysvaltoihin. Koulutuksessa on 13 eri osaa sisältäen mm. matkajärjestelyissä esiintyneet yleisimmät ongelmat, pukeutumiskoodit, neuvottelutilanteet, muutosten kohtaaminen matkan aikana, myynnin osa-alueet, lähtöodotusten ja todellisuuden välinen ero, kokemuksia aikaisemmilta matkoilta.

Capteenin ohjelmassa on 46 % mahdollisuus saada tuloja heti ensimmäiseltä matkalta Yhdysvalloissa

Kahden viikon myyntimatka Yhdysvalloissa oli menestys

Capteenin asiakkaana oli teollisuuden automaation komponenttitoimittaja. Matkan tavoitteena oli jälleenmyyjän löytäminen. Ensimmäisenä vaiheena Capteeni teki oli 20 sivuisen markkinakatsauksen ja Market Entry –suunnitelman. Sen jälkeen Capteenin asiantuntijat sopivat 23 myyntitapaamista 16 päivän ajalle.

Matka suuntautui seuraaviin osavaltioihin: Pohjois- Carolina, Teksas, Florida, Massachusetts, Minnesota, Michigan, Kalifornia, Kansas, Nebraska ja Illinois. Matkalla oli mukana Capteenin asiantuntija. Matkan tuloksena löytyi useita jälleenmyyjäehdokkaita, jotka olivat heti halukkaita tilaamaan asiakkaan tuotteita 255 000 € edestä. Investoinnin takaisinmaksuaika jää reilusti alle vuoden. Normaalisti katsotaan kannattavaksi investoinniksi uuden vientimaan avaaminen, jos päästään kolmen vuoden takaisinmaksuaikaan

CAPTEENI
FINANCIAL SUCCESS FROM THE US

Copyright © 2019
by Capteeni Oy