

# POLKU KANNATTAVIIN JA KESTÄVIIN KUMPPANUUKSIIN

Paisto Oy + Qimtek Finland

*Toimintamalli — Valmistavan teollisuuden pk-yrityksille*

## Paisto Oy

Sisäinen kehitys & operatiivinen kirkastaminen

## Qimtek Finland

Ulkoinen kasvu & asiakashankinta

## 1. MIKSI — Tarve ja perustelut

### 1.1 Toimintaympäristö on muuttunut

Suomalainen valmistavan teollisuuden pk-yritys on kulkenut viime vuodet ristiaallokossa. Vuosi 2025 oli pk-sektorin työnantajille vaikea kysynnän, investointien ja viennin näkökulmasta — tilanne heikkeni lähes joka osa-alueella. Nyt merkkejä elpymisestä on näkyvissä, mutta ne ovat vielä hauraita. EK:n Pk-Pulssi-kyselyn (marraskuu 2025) mukaan noin 45 prosenttia pk-yrityksistä odottaa liikevaihtonsa kasvavan seuraavan puolen vuoden aikana — teollisuuden ja keskisuurten yritysten näkymät ovat selvästi plusmerkkisiä. Teknologiateollisuuden uudet tilaukset vahvistuivat laajasti vuoden 2025 lopulla, mikä luo vähitellen kysyntää alihankintaketjuihin. Samaan aikaan geopolitiittinen epävarmuus, korkea rahoituksen hinta ja investointihalukkuuden varovaisuus pitävät tunnelmat maltillisina. Odotettua kasvua on jo kaksi vuotta lykätty eteenpäin — nyt elpyminen vaikuttaa todennäköisemmältä, mutta se ei tule itsestään:

- Vuosi 2025 oli konkurssiennätys — lähes 4 000 yritystä hakeutui konkurssiin, synkin luku sitten 1990-luvun laman. Markkinoilta poistuminen luo tilaa jäljelle jääville, mutta myös paineita uusasiakashankintaan
- Elpyminen on alkamassa — mutta liikevaihto-odotukset lähtevät kasvuun selvästi ennen kuin tilaukset täyttävät kapasiteetin. Tämä välivaihe on otollisin hetki rakentaa uusia asiakassuhteita
- Pk-yritysten vientiodotukset vuodelle 2026 ovat kohonneet selvästi — viennin käänne voi olla käsillä. Pohjoismaiset markkinat ovat juuri nyt kiinnostavin kasvusuunta suomalaiselle alihankintayritykselle
- Investointihalukkuus on edelleen vaimeaa — vain 28 % pk-yrityksistä suunnittelee merkittäviä investointeja, kun historiallinen keskiarvo on 40 %. Kasvua haetaan ensin olemassa olevalla kapasiteetilla
- 

**EK:n Pk-Pulssi-kyselyn (marraskuu 2025, n=866) mukaan noin 45 % pk-yrityksistä odottaa liikevaihtonsa kasvavan seuraavan puolen vuoden aikana.**

**Teknologiateollisuuden talousnäkymät 1/2026: tilauskannat kääntyivät selvään nousuun Q4/2025 — isot yksittäistilaukset luovat vähitellen kysyntää laajoihin alihankintaverkostoihin.**

## 1.2 Kahden polun ongelma — molemmat pitää ratkaista yhtä aikaa

Pk-valmistajalla on tyypillisesti kaksi rinnakkaista, ratkaisematonta haastetta samaan aikaan. Useimmat palveluntarjoajat ratkaisevat vain toisen.

| Haaste 1: Sisäinen tehottomuus                      | Haaste 2: Asiakashankinnan puute                           |
|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Ei selkeää kuvaa omista vahvuuksista                | Ei systemaattista tapaa löytää uusia asiakkaita            |
| Hinnoittelu perustuu tottumukseen, ei analyysiin    | Myynti tapahtuu sattumalta tai vanhojen suhteiden kautta   |
| Tuotantotieto hajallaan, ei digitaalista näkyvyyttä | Asiakashankinta tuntuu etäiseltä ja vaikealta              |
| Kapasiteetti ei vastaa tilauksia optimaalisesti     | Tarjouspyyntöjä tulee liian vähän tai väärältä segmentiltä |

## 1.3 Miksi juuri tämä ratkaisu?

Paiston ja Qimtekin yhdistetty tarjoama on ainoa malli, joka ratkaisee molemmat haasteet samanaikaisesti — sisältä ulospäin:

- **Paisto** → Paisto kirkastaa sisältä, MITÄ yritys tekee parhaiten ja KENELLE se on kannattavaa
- **Qimtek** → Qimtek vie kirkastetun tarjoaman markkinalle ja tuo oikeat asiakkaat
- **Tulos** → Asiakassuhde syntyy suoraan — ei provisiokustannuksia per tilaus

**Ydinajatus:**

*Hankimme kiinnostuneita asiakasprospekteja yrityksen tietylle tarjoamalle joka on yhdistelmä erityisosaamista ja kapasiteettia jota yritys voi myydä kannattavasti mutta markkinahintaa nähden kilpailukykyisesti.*

## 2. MITÄ — Tarjoaman sisältö ja rakenne

### 2.1 Tarjoaman kaksivaiheinen rakenne

Tarjoama rakentuu kahdesta rinnakkaisesta, toisiaan ruokkivasta palvelusta. Ne eivät ole peräkkäisiä vaiheita — ne tapahtuvat limittäin ja vahvistavat toisiaan jatkuvasti.

| Paisto Oy — Sisäinen kirkastaminen                     | Qimtek Finland — Ulkoinen kasvu                                               |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Lähtötilanne-analyysi ja kapasiteettikartoitus         | Vahvuuksien kirkastaminen ja Qimtek-profiilin rakentaminen analyysin pohjalta |
| Vahvuuksien ja erikoisosaamisen tunnistaminen          | Kohderyhmän koostamien                                                        |
| Kannattavuusanalyysi; oikea hinta oikealle asiakkaalle | Henkilökohtaiset viestit kohderyhmälle                                        |
| Rivit.fi; tuotantodata järjestelmään                   | Asiantuntija artikkelit ja sisältömarkkinointi                                |
| Tarjoaman sanoittaminen myyntiviestiksi                | Puhelinkontaktointi vahvistaa kiinnostuneet liidit                            |

**Täydellinen silmukka: Paisto kirkastaa sen, MITÄ yritys tekee parhaiten. Qimtek löytää ne, KENELLE se kannattaa tehdä.**

### 2.2 Mitä konkreettisia hyötyjä asiakas saa?

| Hyöty                                    | Mikä sen tuottaa               | Mitä se tarkoittaa käytännössä                                             |
|------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Selkeä kilpailuetu tunnistettu           | Paisto / lähtötilanneanalyysi  | Yritys tietää, mitä se myy ja kenelle, ei enää 'teemme vähän kaikkea'      |
| Oikea hinta oikealle asiakkaalle         | Paisto / kannattavuusanalyysi  | Hinnoittelu perustuu dataan, katteet paranevat                             |
| Uusia asiakkaita                         | Qimtek / tarjouspyyntöverkosto | Pääsy Qimtek verkostoon ilman omaa myyntihenkilöstöä                       |
| Asiakkaiden laatu paranee                | Qimtek / kohdentaminen         | Tarjouspyynnöt tulevat juuri yrityksen osaamiseen sopivalta kohderyhmältä  |
| Kapasiteetti täyttyy suunnitelmallisesti | Paisto + Qimtek yhdessä        | Vapaata kapasiteettia ei myydä pois hätäalennuksella                       |
| Myynti ei vaadi omaa myyjää              | Qimtek / markkinapaikka        | Tarjouspyynnöt tulevat sisään, yrittäjä tekee tarjoukset, ei kylmäsoittoja |
| Asiakassuhde syntyy suoraan              | Qimtek / ei provisioita        | Ei välikäsiä, ei lisäkustannuksia per tilaus, asiakas on sinun             |
| Digitaalinen kehityspolku alkaa          | Paisto / Rivit.fi              | Tuotantodata kertyy järjestelmään, mahdollistaa jatkuvan kehittämisen      |

## 3. MITEN — Toimintamalli vaihe vaiheelta

### 3.1 Seitsemän vaiheen prosessi

Prosessi etenee tunnistamisesta ja analyysistä aktiiviseen asiakashankintaan. Vaiheet ovat osittain limittäisiä ja toistuvat jatkuvana syklinä.

#### 1. Lähtötilanne-analyysi

*Kartoitetaan nykytila rehellisesti, kapasiteetti, asiakkaat, kannattavuus, tavoitteet*

- Kapasiteettikartoitus: vapaana oleva tuotantoaika, konekanta, tuntihinta, toimitusvarmuus
- Asiakaskannan analyysi: asiakasrakenne, riippuvuudet, tyypilliset toimeksiantokoot
- Töiden kannattavuusanalyysi: mitkä tilaukset tuottavat eniten, missä marginaali on heikoin
- Yrittäjän/tiimin tavoitteet ja toiveet: millaisia töitä halutaan tehdä, millainen asiakas on ihanteellinen
- Vahvuuksien tunnistaminen: erikoisosaaminen, materiaalituntemus, toimialakokemus

#### 2. Kohderyhmän ja asiakasprofiilin määrittely

*Kapasiteetille optimaalisimmat työt, parantaa kaikkea muuta*

- Ihanteellisen asiakasprofiilin rakentaminen: toimiala, yrityskoko, ostoprosessi, sijaintipreferenssit
- Pohjoismaiset ostajasegmentit: mitkä maat, toimialat ja ostajatyypit etsivät juuri tätä osaamista
- Päätöksentekijöiden tunnistaminen: ostajat, toimitusjohtajat, tuotantopäälliköt, hankintajohtajat
- Segmentin koko ja potentiaali Qimtekin verkostossa

#### 3. Tarjoaman kirkastaminen ja sanoittaminen

*Muutetaan faktat ostajan ymmärtämäksi relevantiksi myyntiviestiksi*

- Erottautumistekijän tunnistaminen: hinta, laatu, toimitusaika, joustavuus, erikoisosaaminen
- Arvolupauksen muotoilu: mitä yritys lupaa, jonka se voi pitää
- Myyntiviestin rakentaminen ostajan näkökulmasta, ei tuotantokielellä vaan ostajan kielellä
- Konkreettiset esimerkit ja referenssit osana viestiä

#### 4. Profiilin rakentaminen Qimtek-markkinapaikalle

*Näkyvyys siellä, missä ostajat etsivät toimittajia*

- Kattava ja hakukoneoptimoitu profiili: vahvuudet, materiaalit, menetelmät, toleranssit, kapasiteetti, sertifikaatit
- Profiili rakentuu analyysistä — ei yleispätevistä lauseista vaan todellisista vahvuuksista
- Kohdentaminen oikeille ostajasegmenteille: yritys saa tarjouspyynnöt juuri sopivalta kohderyhmältä
- Profiilin hienosäätö seurantadatan perusteella — mikä toimii, mitä muutetaan

## 5. Henkilökohtaiset viestit kohderyhmän ostajille

*Aktiivinen tavoittaminen — ei odoteta, että ostajat ottavat yhteyttä itse*

- Kohderyhmän ostajille lähetetään tarjoaman asiakasetuja esille nostavia henkilökohtaisia viestejä
- Viestit räätälöidään vastaanottajan toimialan ja ostoprofiilin mukaan
- Seurantadataa hyödynnetään: kuka on avannut, kuka on klikannut, kuka on reagoinut
- Viestisarjat: ensikontakti, muistutus, syvempi arvo-ohjaus

## 6. Asiantuntija artikkelit ja sisältömarkkinointi

*Rakennetaan uskottavuutta ja hakukonenäkyvyyttä pitkällä aikavälillä*

- Kirjoitetaan asiantuntija artikkeleita yrityksestä tarjoaman näkökulmasta, ei mainostekstiä vaan aitoa osaamista
- Julkaisu Qimtek-profiilissa: tukee hakukonenäkyvyyttä ja ostajien luottamuksen rakentamista
- Tarjotaan alan ammattilehtiin: Eurometalli, Konekuriiri, Prometalli, toimialakohtaiset julkaisut
- LinkedIn-julkaisut: tavoittaa ostajat ja suunnittelijat heidän omassa ympäristössään
- Sisältö palvelee useita kanavia, tehdään kerran, hyödynnetään monessa paikassa

## 7. Puhelinkontaktointi — vahvistetaan kiinnostus ja avataan ovea

*Henkilökohtainen kontakti muuttaa kiinnostuksen konkreettiseksi*

- Ostajia kontaktoidaan puhelimitse, ei kylmäsoittona, vaan seurantana aikaisemmalle viestille
- Tavoite: lyhyt keskustelu, jolla kartoitetaan ostoaikomukset ja sovitaan seuraavat askeleet
- Kontaktoinnin prioriteetti perustuu seurantadataan, jatkona viesteille.
- Qimtek toimii kontaktoinnin tekijänä, valmistaja ei tarvitse omaa myyjää

***Prosessi on jatkuva silmukka  
jokainen vaihe tuottaa dataa,  
joka parantaa seuraavaa kierrosta.***

## 4. KENELLE — Ihanteellinen asiakasprofiili

### 4.1 Sopii parhaiten, kun nämä tekijät täyttyvät

| ☑ Sopii erityisen hyvin, jos...                        | ✗ Ei välttämättä sovi, jos...                                |
|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Vapaata kapasiteettia on yli 20 % normaalista          | Tilauskirja on täynnä vuodeksi eteenpäin                     |
| Myynti lepää 1–3 ison asiakkaan varassa                | Yritys tekee ainoastaan vakiotuotteita massatuotantona       |
| Uusasiakashankinta on epäsystemaattista tai olematonta | Yrityksellä ei ole kiinnostusta pohjoismaiseen yhteistyöhön  |
| Erikoisosaamista löytyy, mutta sitä ei osata sanoittaa | Minimitilauuskokovaatimukset estävät pk-asiakkaiden palvelun |
| Johto haluaa kasvaa ilman oman myyjän palkkaamista     | Toimitusvarmuus tai laadunhallinta on ratkaisematon ongelma  |

### 4.2 Toimialat, joihin tarjoama sopii erityisesti

|                                                                                                       |                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CNC-koneistus ja sorvaus</b><br>Erityisesti pienet ja keskisuuret sarjat, toleranssivaativat osat  | <b>Levytyö, särmäys ja hitsaus</b><br>Rakenteet, kokoonpanot, teräs ja ruostumattomat teräkset |
| <b>Pintakäsittely</b><br>Maalaus, pulverilakkaus, anodisointi ja elektropolimointi                    | <b>Muovit ja komposiitit</b><br>Ruiskuvalu, lämpömuovaus, komposiittirakenteet                 |
| <b>Kokoonpanopalvelut ja prototyypitys</b><br>Piensarjat, ensimmäiset nollasarjat, prototyypipalvelut | <b>Erikoismateriaalit</b><br>Titaani, erikoisteräkset, alumiiniseokset, supralegeeringit       |

*"Ensin selvitämme, mitä teette parhaiten.  
Sitten tuomme ne asiakkaat,  
joille se on tärkeintä."*

Paisto Oy + Qimtek Finland