



Tähtäimessä Kiina – ilmiömäinen markkina *Targeting China – a phenomenal market place*



Workshop

To 27.9.2012 klo 9:30-16

Kiinasta on muodostunut maailman nopeimmin kasvava markkina. Aiemmin Kiina antoi nimen ilmiölle, jolla viitattiin halpatuotantoon länsimaisia kuluttajia varten. Nyt **Kiina on ilmiömäisesti kehittyvä markkina-alue, jonka vaurastuva keskiluokka kuluttaa – mielellään myös länsimaisia tuotteita.**

Suomen vahvistuva maine korkean elämänlaadun, puhtaan luonnon ja korkealaatuisen koulutuksen maana tarjoavat hyvät lähtökohdat luoda Kiinassa yrityksellenne oma menestystarina. ”**Kiinassa on 1,3 miljardia mahdollisuutta**”.



Oman markkinaraon löytäminen vaatii kuitenkin *tietoa, taitoa, kulttuuriosaamista ja yhteistyötä* eri toimialojen kesken. Tässä workshopissa saat rautaisannoksen tutkimukseen sekä käytännön kokemukseen perustuvaa tietoa ja voit esittää workshopin Kiina-asiantuntijoille **Johanna Heikkinen, Kirsi Kommonen ja Rami Normaja** omia kysymyksiäsi jo etukäteen.

Mitä mahdollisuuksia Kiina tarjoaa suomalaisyrityksille?

Mitkä toimialat ovat suomalaisittain kilpailukykyisimpiä?

Millaisia kuluttajasegmenttejä Kiinassa on?

*Miten suomalaisyritykset ovat lokalisoineet toimintaansa Kiinassa ja miksi?
Mitä erityispiirteitä kiinalaisessa kulttuurissa kannattaa huomioida?
Miten suomalaisyritysten kansainvälistymistä mm. Kiinaan tuetaan?*



Workshop on tarkoitettu **suomalaisyrityksille, joita kiinnostaa Kiina liiketoiminta-alueena erityisesti kuluttajamarkkinoiden osalta**, sekä näitä yrityksiä palveleville konsulteille ja tutkijoille. Osa esityksistä on suomeksi ja osa englanniksi. Tarvittaessa sisältöä tulkitaan kieleltä toiselle.

Workshop-ympäristönä on *Värimatka Kiinaan* –näyttely. Matkaamme visuaalisesti keskelle nopean muutoksen kiinalaista kulttuuria, missä perinteet ja nykyaika kohtaavat hengästyttävällä tavalla. Näyttely oli aiemmin esillä Helsingissä Kulttuurien museossa, jossa siihen tutustui tuhansia kävijöitä.

Workshopin hinta on 120 € + alv 23 %, sisältäen luentomateriaalit, tervetuliaisten, lounaan sekä *Colour travels in China/Urban Home* –kirjan. Early bird –hinta 7.9. mennessä ilmoittautuneille on 90 € + alv 23 %. Seminaarimaksun lisäksi investoit omaa aikaasi, mille lupaamme antaa vastinetta.

Osallistumisen peruuntuessa 100 % hinnasta palautetaan, jos osallistuminen peruutetaan 20.9. mennessä, tämän jälkeen tapahtuneista etukäteisperuutuksista palautetaan 50 % osallistumismaksusta. Tilaisuuteen mahtuu 25 osallistujaa, ja tilaisuus toteutetaan, mikäli osallistujia on vähintään 10. Tilaisuuden järjestää Compassion Oy yhteistyössä Fortune Fallsin ja RN Internationalin kanssa.

Ilmoittaudu nyt sähköpostitse osoitteeseen seminars@compassion.fi. **Tervetuloa!**



Tähtäimessä Kiina – ilmiömäinen markkina *Targeting China – a phenomenal market place*

To 27.9.2012 klo 9:30-16

Karjalohjan Kirjasto, Keskustie 88, 09120 Karjalohja, [kartta](#).

OHJELMA

- Klo 9:30 Tervetuloa! ***Värimatka Kiinaan*** –näyttelyn esittely ja kupponen vihreää teetä (kahviakin on)
Kirsi Kommonen, Compassion Oy
Kiinalaista värisymboliikkaa bisnesnäkökulmasta
- Klo 10:00 ***Create a new Silk Way to China***
– from "made in China" to "sell in China"
Rami Normaja, RN International
Why the Chinese market? Why now? Which Finnish industries have the best potential? Probable problems you should avoid.
- Klo 11:00 ***Tuotteen tai palvelun lokalisointi Kiinan markkinoille***
– näkökulmia designista ja markkinoinnista
Kirsi Kommonen, Compassion Oy
Miksi lokalisoida? Miten lokalisoida? Case-esimerkkejä, mm. Angry Birds, Kone, Marja Kurki.
- Klo 12:00 LOUNAS ja verkostoitumista
- Klo 13:00 ***Hot or not - kyllä kiinalainen tietää.***
Johanna Heikkinen, Fortune Falls
Elintason nousu on ajanut Kiinan kulutushysterian partaalle. ICT-teknologian yleistyessä ostajat ovat liikkuneet toreilta nettiin ja tietoa tuotteista & palveluista on tarjolla runsaasti. Kiinalainen kuluttaja tekee ostopäätöksensä tuoteominaisuuksien ja arvojen pohjalta - ei puhtaasti hinnan perusteella. Mutta miten myyt kiinalaiselle?
- Klo 14:00 ***Kiinan "minäminä"-sukupolvi – kymmenen erityispiirrettä***
Kirsi Kommonen, Compassion Oy
Vuodesta 1979 kiinalaislapset ovat kasvaneet perheensä ainoina lapsina. Tällä on suuri vaikutus heihin ja heidän käyttäytymiseensä kuluttajina. Etenkin suurkaupungeissa asuvat, koulutetut "ainokaiset" ovat oleellinen ja erikoislaatuinen kuluttajasegmentti nyky-Kiinassa. Mistä tämä johtuu ja miten se näkyy?
- Klo 15:00 ***Panelikeskustelu:***
Liiketoimintakulttuuri Kiinassa - Business culture in China
Johanna Heikkinen, Kirsi Kommonen, Rami Normaja



Tähtäimessä Kiina – ilmiömäinen markkina *Targeting China – a phenomenal market place*

To 27.9.2012 klo 9:30-16

ASIAANTUNTIJAT



Johanna Heikkinen on Kiina-projektien ekspertti yli 10 vuoden monipuolisella Kiina-kokemuksellaan. Johanna auttaa yrityksiä Kiinan markkinoille, rakentamaan kestäviä yhteistyösuhteita ja toteuttamaan hankinnat kustannustehokkaasti. www.fortunefalls.fi



Kirsi Kommonen, KTM, viimeistelee Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulussa Kiinan ja Suomen visuaalista kulttuuria vertailevaa väitöstutkimustaan. Kirsi on toiminut vienninedistämisen, kansainvälisen viestinnän, markkinoinnin ja brändäyksen tehtävissä vuodesta 1990, nyt oman yrityksensä kautta. www.compassion.fi aukeaa syyskuussa, samoin Suomen suurin Kiina-aiheinen valokuvapankki.



Rami Normaja, immigrated to Finland from China in 1999. Born in 1976. Graduated from business college both in Finland and in China, established his first own business in 2003. Since then Rami has worked in business related with China: sourcing, production, sales, consulting etc. His company offers sourcing/production service and marketing service in Helsinki, and local personnel in Shenzhen city. www.rnfinland.com

