

Punainen tupa ja maailmanmarkkinat

Omakotitalon nurkka-huone riittää tuotantotilaksi Savolaisten ohjelmistoyritykselle. Myös markkinointi toimii lähes ilmaiseksi - ja vienti vetää.

♦ "Me emme tyrkytä. Asiakas soittaa meille. Vieniissä uskomme nollapanokseen, toiminnan pitää kannattaa ensi hetkestä alkaen", Tapani Savolainen luettelelee vaimonsa johtaman ja omistaman yrityksen periaatteita.

CAC Researchin puhe-miehenä toimiva Tapani on teollisuusautomaatiosta väitellyt tohtori ja tutkija Teknillisessä korkeakoulussa.

Yritys toimii Savolaisten punaisen omakotitalon pienessä nurkka-huoneessa Helsingin Pitäjänmäellä. Koko firman voi tarvittaessa pakata hetkessä pariin matkalaukkuun ja viedä mukanaan. Tärkein omaisuus eli myytävät ohjelmatuotteet mahtuvat kahteen taskukokoiseen datakasettiin.

Lisää kaista-levyettä

Savolaisten päätuote on Iden++ -niminen tietokone-ohjelma. Kysymyksessä on

ideointiohjelma kaikille toimialoille ja mihin tahansa ongelmiin. Kanadalainen tv-yhtiö teki uutisen ohjelman käytöstä kouluissa, mutta Savolaisten varsinainen kohderyhmä on yritysjohto.

"Ohjelma on keskustelukumppani, joka auttaa käyttäjää haravoimaan ja nostamaan esiin parhaat ideat. Tarkoitus on leventää tietokoneen ja ihmisen välisen yhteyden kaistaleveyttä", Tapani Savolainen sanoo.

Savolaiset ostivat ohjelman idean Kone Oy:n nyt eläkkeellä olevalta tutkimusjohtajalta Vilko Virkkalalta kolmisen vuotta sitten. He tekivät ohjelmasta versiot ensin HP:n taskulaskimelle ja sitten macille ja pc:lle. Uusin tuote on windows-versio.

CAC Research järjestää ohjelmien myynnin ohella yritysjohtajien seminaareja.

"Vientiin lähdimme kotimaan laman seurauksena. Ensimmäinen edustajamme oli toimitusjohtajan Sveitsissä naimisissa oleva sisar", kertoo Tapani Savolainen.

Yhtiön Kanadan, USA:n, Belgian ja Englannin edustajat ottivat ensikontaktit ohjelmasta ulkomailla julkaistujen lehtijuttujen perusteella.

Yhden agentin Savolaiset

pestasivat Aeroflotin koneesta matkallaan Intiasta Moskovaan.

Savolaiset ovat myyneet ohjelmaansa kaikkiaan 700 kappaletta, joista 200 ulkomaille. Suomen 50 suurimmasta yrityksestä heidän asiakkaitaan on yli 30.

Ohjelman hinta yksin

kappalein on Suomessa 3 900 markkaa. Muualla markkinat määräävät hinnan. Esimerkiksi lupaavasti auenneilla jenkkimarkkinoilla kampanjahinta on nyt 295 dollaria.

JUHA-PEKKA
KERVINEN



Toimitusjohtaja Ulla-Markkulan tyksen tuotantoon tarv...

HP näytti PC:n hi...

