



Tiedotustilaisuus 14.1.2020

Ilkka-Yhtymä Oyj:n tiedotustilaisuus Liana Technologies Oy:n yritysostoon liittyen

ilkka-yhtymä



Sisältö

- **Ilkka-Yhtymän strategia ja Liana Technologies yritysosto – Olli Pirhonen, toimitusjohtaja, Ilkka-Yhtymä Oy**
- **Markkinointiteknologian toimialakatsaus – Antti Halonen, osakas, Valor Partners Oy**
- **Liana Technologies Oy nyt ja tulevaisuudessa – Samuli Tursas, toimitusjohtaja, Liana Technologies Oy**



Tiedotustilaisuus 14.1.2020

Ilkka-Yhtymän strategia ja Liana Technologies yritysosto – Olli Pirhonen, toimitusjohtaja, Ilkka-Yhtymä Oyj

Strategia

Ilkka-Yhtymän strategiset päämäärät 2019–2021

Päivitetyn strategiamme seuraavat neljä painopistealuetta ohjaavat toimintaamme:

- **Investoimme tuottavaan kasvuun.**
Keskeinen tavoitteemme on kääntää liikevaihdon kehitys merkittävään kasvuun strategiakauden aikana.
- **Toimimme digitaalisesti ja johdamme tiedolla.**
Panostamme digitaalisiin tuote- ja palvelukanaviin. Kaikki sisällöt, tuotteet ja palvelut tuotetaan suoraan digitaaliseen muotoon ja ne julkaistaan maksaville tilaajille nopeasti. Analysoidun tiedon käyttöä tehostetaan ja nopeutetaan kaikessa päätöksenteossa.
- **Tuotamme asiakasodotuksia vastaavia sisältöjä, tuotteita ja palveluita.**
Tekemisemme perustuu analysoituun tietoon kysynnästä ja asiakasodotuksista. Uudistamme markkinoinnin tukemaan kysynnän kasvua ja myynnin tuloksentekokykyä.
- **Panostamme oikeaan osaamiseen ja prosessien tehokkuuteen.**
Panostamme strategisesti tärkeisiin osaamisalueisiin. Kaikkia prosesseja tehostetaan, karsitaan päällekkäisyyttä ja lisätään ketteryyttä.



Strategiset tavoitteet

- Liikevaihdon kasvattaminen sekä medialiiiketoiminnasta että sen ulkopuolelta.
- Oikaistu oman toiminnan liikevoitto 10 %
- Omavaraisuusaste vähintään 40 %

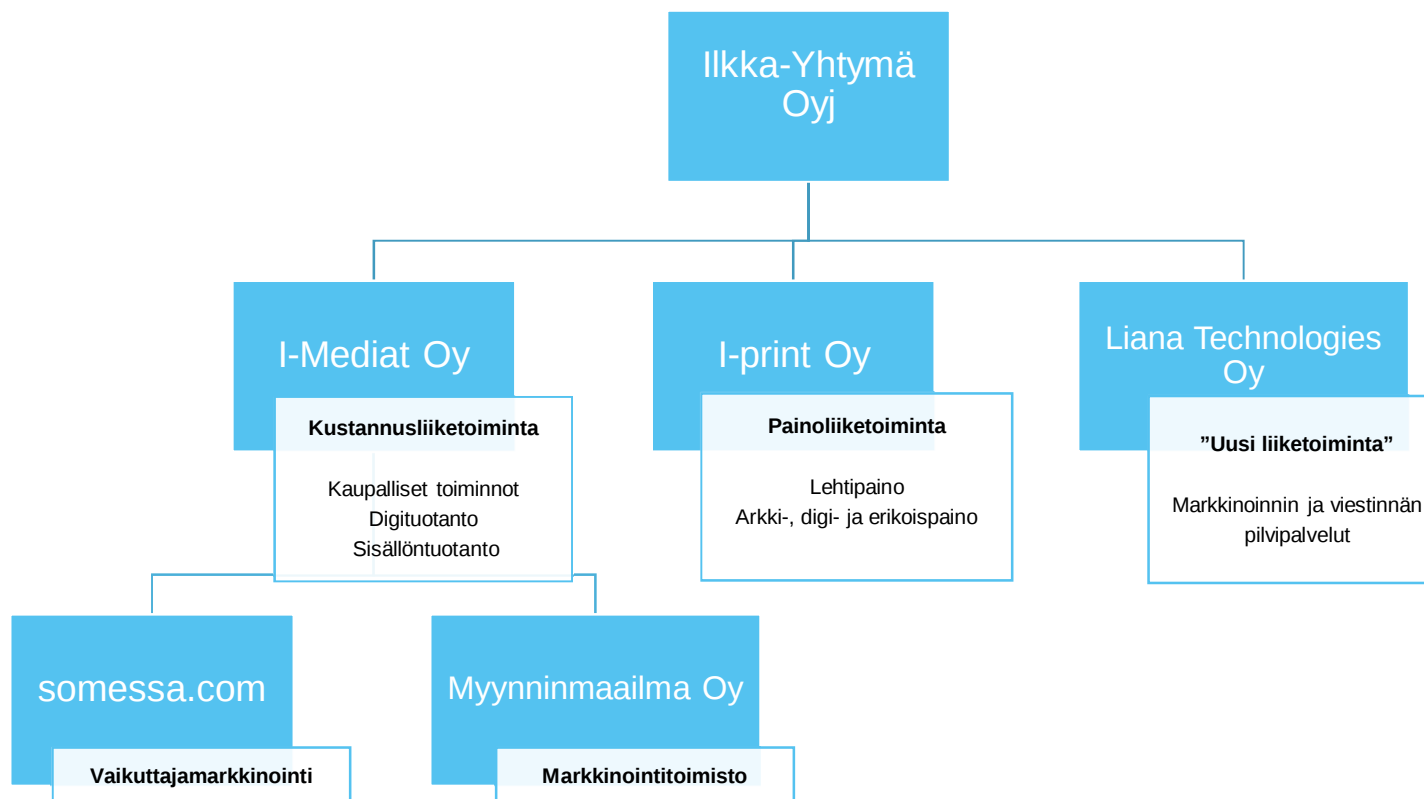
Liana Technologies yritysosto

- Ilkka-Yhtymä Oyj on hankkinut 8.1.2020 osake-enemmistön (67 %) Liana Technologies Oy:stä.
- Liana Technologies on Suomen suurin markkinoinnin ja viestinnän pilvipalveluja tuottava ohjelmistoyritys.
- Yhtiön perustajista Samuli Tursas ja Juha-Mikko Ahonen jatkavat yhtiön toiminnassa ja merkittävinä osakkaina.
- Ilkka-Yhtymä uutena pääomistajana tuo lisää resursseja Lianan toiminnan kehittämiseen ja kasvun edistämiseen.
- Yrityskauppa toteuttaa konsernin strategian mukaisia panostuksia kasvuun sekä digitaalisiin tuote- ja palvelukanaviin

Liana Technologies yritysosto

- Lianan tuotteet ja palvelut täydentävät Ilkka-Yhtymä-konsernin tarjoomaa ja sitä arvoketjua, jossa toimimme
- Laajennamme toimintaamme perinteiseltä media-alalta digitaaliseen markkinointi- ja viestintäteknologiaan.
- Lianalla on noin 3 500 pitkäaikaista yritysasiakasta eri maissa.
- Liana toimii SaaS-liiketoimintamallilla ja yli 75 % sen liikevaihdosta on jatkuvalaskutteista.
- Lianan kehittämät digitaalisen markkinoinnin ja viestinnän alustat mahdollistavat liiketoiminnan kasvun myötä merkittävän kannattavuuden parantumisen tulevaisuudessa.
- Saamme konserniimme ammattitaitoista henkilöstöä.
- Ilkka-Yhtymä-konsernin talousraportoinnissa Liana Technologies Oy tullaan raportoimaan omana segmenttinään.

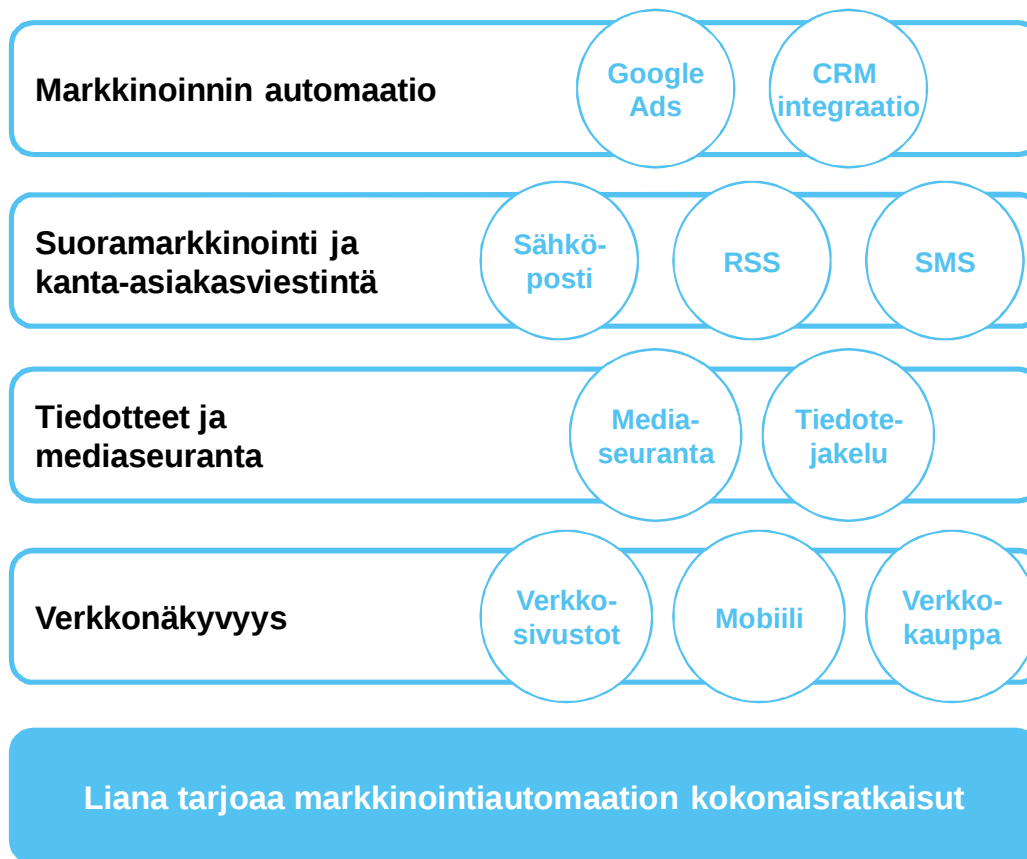
Ilkka-Yhtymä-konsernin rakenne 8.1.2020 alkaen



Osana Ilkka-Yhtymää Liana vahvistuu Suomessa ja saa resursseja kasvuun

- Ilkka-Yhtymän aiemmat ostot (somessa.com sekä Myynninmaailma) ovat vahvistaneet digitaalisen markkinoinnin osaamista konsernissa.
- Ilkka-Yhtymän nykyinen asiakaskunta sekä Lianan 3500 yritysasiakasta tarjoavat erinomaisen alustan laajentaa palvelutarjoomaa kummankin yhtiön asiakkaille.
- Ilkka-Yhtymän media- ja markkinointiviestintä-osaaminen (mainonta sanomalehdessä, digitaalinen mainonta, markkinointi- ja viestintäpalvelut sekä paino- ja jakelupalvelut) sekä vahvat sisällöntuotantoresurssit luovat Lianan kanssa markkinoiden vahvimman palvelutarjooman.
- Ilkka-Yhtymän resurssit tukevat Lianan pitkäjänteistä kasvua sekä mahdollistavat kasvun vauhdittamisen niin Suomessa kuin kansainvälisesti.

ilkka-yhtymä





Lianan tuloslaskelma ja tase 2018 sekä tunnusluvut

TULOSLASKELMA

2018

1000 EUR

Liikevaihto

14 161

Liiketoiminnan muut tuotot

230

Materiaalit ja palvelut

-806

Henkilöstökulut

-9 581

Liiketoiminnan muut kulut

-3 700

KÄYTTÖKATE

304

Poistot

-580

LIIKEVOITTO

-276

Rahoitustuotot ja -kulut

-86

Tuloverot

-7

TILIKAUDEN VOITTO (TAPPIO)

-369

TASE

2018

1000 EUR

VASTAAVAA

Pysyvät vastaavat

8 072

Vaihtuvat vastaavat

5 403

VASTAAVAA YHTEENSÄ

13 475

VASTATTAVAA

Oma pääoma

6 106

Pitkäaikainen vieras pääoma

1 375

Lyhytaikainen vieras pääoma

5 994

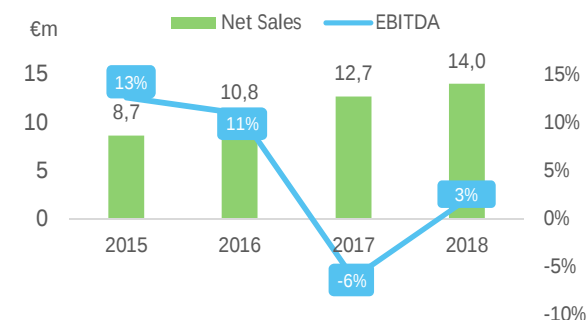
Vieras pääoma yhteensä

7 369

VASTATTAVAA YHTEENSÄ

13 475

Tunnusluvut ¹



¹ Pro forma: Lianan konsernirakenteen muutokset eliminoitu



Tiedotustilaisuus 14.1.2020

Markkinointiteknologian markkinakatsaus – Antti Halonen, osakas, VALOR Partners Oy

ilkka-yhtymä

Markkinointiteknologian markkina kasvaa vahvasti



Data ja teknologia nousevat markkinoinnin ydintekijöiksi - yhä suurempi osa markkinointibudjetista käytetään teknologiaan, joka mahdollistaa tehokkuuden parantamisen



Kuluttajien vaateet ylivermaisesta asiakaskokemuksesta kaikissa kosketuspisteissä ei onnistu ilman markkinointitekнологiaa – kohdennettu viestintä monissa kanavissa nykypäivää

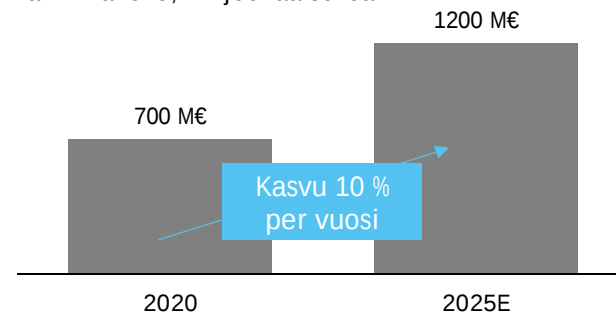


Markkinointi muuttuu yhä data- ja numerokeskeisemmäksi – teknologia on apuväline, joka mahdollistaa panos-tuotto ja kohderyhmä-analyysit sekä markkinoinnin automaation

ilkka-yhtymä

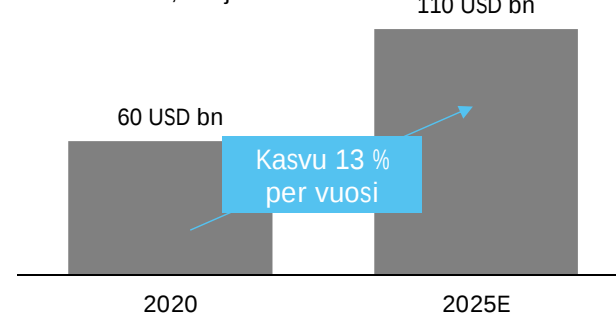
Suomen markkinointitekнологia⁽¹⁾

Markkinakoko, miljoonaa euroa



Globaali markkinointitekнологia⁽¹⁾

Markkinakoko, miljardia dollaria



1) Sisältää myös digipalvelut ja ostetut sisällöt, ei puhtaasti markkinointitekнологiaa
Lähteet: Avas Marketing Innovations, Grand View Research, VALOR-analyysi

Digitalisoituminen ja kilpailun muutos luo tarpeen tehokkaille markkinointiratkaisuille

- Digitalisaation mahdollistama markkinointi- viestinnän ja kanta-asiakasviestinnän kohdentaminen sekä työkalut markkinoinnin tehokkuuden mittaamiseen & optimointiin ovat lisänneet selvästi kilpailua perinteisilläkin toimialoilla
- Monissa segmenteissä osaaminen asiakkaan toimialasta on keskeinen valintakriteeri teknologiatoimittajalle
- Liana on markkinointiviestinnän automaation markkinajohtaja useissa B2C-markkinoinnin asiakassegmenteissä Suomessa, ja pystyy näin hyötymään markkinoinnin digitalisoitumisen myötä tapahtuvasta kasvusta

ilkka-yhtymä

Eräitä B2C-asiakassegmenttejä

	Murros	Markkinoinnin automaation tarpeita
Media & julkaisu-toiminta	• Digitalisoituminen • Tarjonnan määrän kasvu	• Kohdennetummat uutispalvelut & sähköinen asiakaskanava • Tehokkaampi myynti
Hotelli- ja majoitusala	• Kilpailun lisääntyminen • Digitaalinen palvelukanava	• Tehokkaampi suoramarkkinointi & kanta-asiakasviestintä • Sähköisen näkyvyyden optimointi
Julkinen sektori ja NGO	• Käyttäjien odotustason nousu • Digitalisaatio	• Modernit ja tehokkaat sähköiset työkalut viestintään • Markkinoinnin uudistaminen • Kohdennettu viestintä
Koulutus	• Käyttäjien odotustason nousu • Oppilaitosten kilpailu	• Kohdennettu opiskelijaviestintä • Markkinoinnin tehokkuuden seuranta & optimointi

Lianan teknologia kattaa useita viestinnän ja markkinoinnin alueita

- Lianan tuotetarjonta kattaa markkinointiviestinnän automaation arvoketjusta kanta-asiakasviestinnän ja suoramarkkinoinnin osa-alueita kattavasti
- Vain harvoilla kilpailijoilla on kattavaa tarjontaa markkinoinnin automaation koko ketjuun
- Kokonaismarkkina kasvaa yhä vahvasti ja markkinalla on tilaa useille toimijoille
- Pääasialliset kilpailijat ovat Apsis ja Hubspot, joilla on melko kattavat paketit pk-yrityksille markkinoinnin automaatioon
- Liana erottuu kilpailussa kattavilla toiminnallisuuksilla tiedote- ja mediaseurannassa sekä vahvalla osaamisella keskeisillä asiakastoimialoilla

Lianan kilpailukenttää eri palvelualueilla

Markkinoinnin automaatio

liana**cem**™

HubSpot
APSIS
Marketo

salesforce
Adobe Marketing Cloud

Suoramarkkinointi ja kanta-asiakasviestintä

liana**mailer**™

APSIS
HubSpot
CREAMAILER
mailchimp
@mailgun
paloma™

Tiedotteet ja mediaseuranta

liana**monitor**™
liana**press**™

my**newsdesk**
Retriever Communications
Meltwater
STT
CISION

Verkkonäkyvyys

liana**cms**™
liana**commerce**™

WordPress
HubSpot
APSIS
Magento
shopify
sitecore
Drupal™

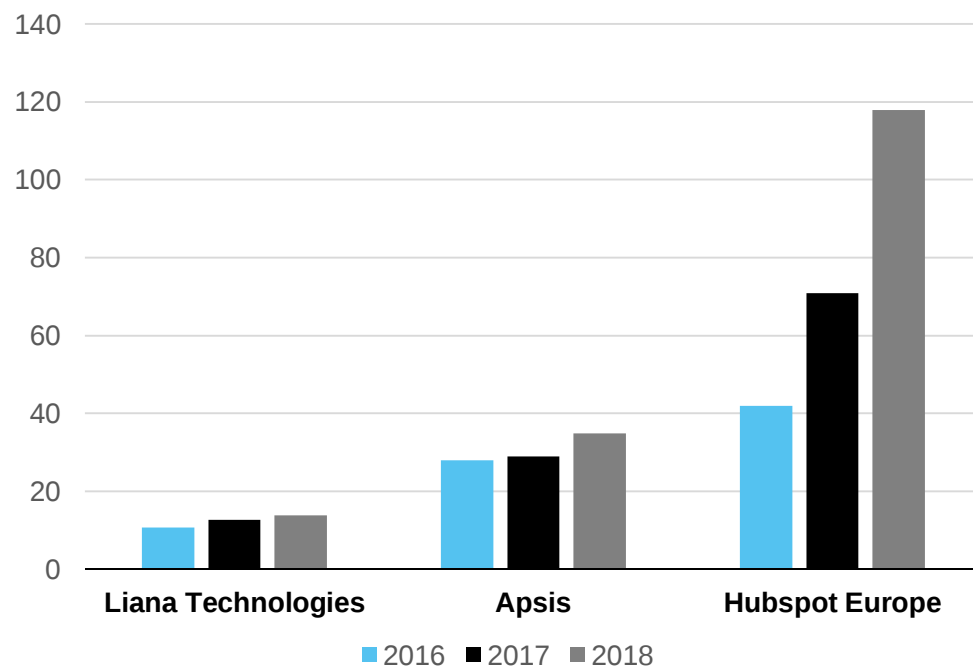
Lianalla on mahdollisuus nostaa kasvuvauhtia, markkinan parhaat yritykset voimakkaassa kasvussa

- Markkinoinnin automaation teknologiayhtiöiden kasvuvauhdit ovat olleet korkeita koko 2010-luvun ajan
- Nopeinta kasvua tekevät kansainväliset teknologiayhtiöt kasvavat liiketoiminta-alueella yli 50 % vuosivauhtia
- Liana Technologiesin kasvu on jatkunut vakaana vuosina 2016-2019, mutta melko paikallisena toimijana kasvu on jäänyt toimialan huippuyhtiöistä jälkeen
- Investoinnit kansainvälistymiseen mahdollistaisivat todennäköisesti huomattavasti nopeamman kasvuvauhdin

ilkka-yhtymä

Lianan kilpailijoita Euroopassa

Liikevaihto, miljoonaa euroa





Liana Technologies Oy nyt ja tulevaisuudessa – Samuli Tursas, toimitusjohtaja, Liana Technologies Oy

Liana Technologies



Liana Technologies lyhyesti



Liana on kansainvälinen markkinoinnin ja viestinnän pilvipalveluja tarjoava yritys. Liana tarjoaa kattavan teknologia-alustan skaalautuvalla SaaS –liiketoimintamallilla.



SaaS –liiketoimintamalli mahdollistaa nopean ja kannattavan kasvun.



Liiketoiminta perustuu toistuvastuutukseen pilvipalveluun, liikevaihdosta n. 75% on toistuvaa laskutusta

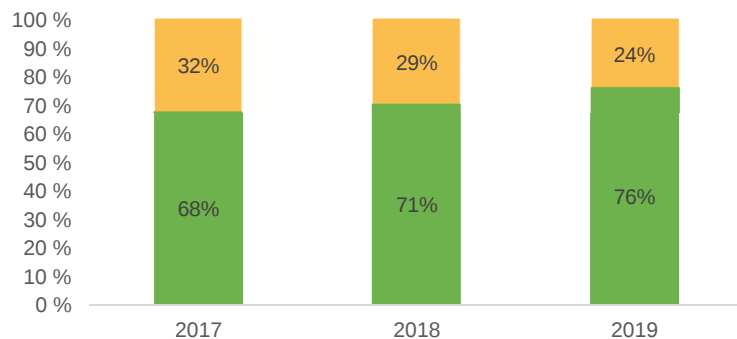


Pääkonttori Oulussa, jossa myös tuotekehitys ja tekninen tuki

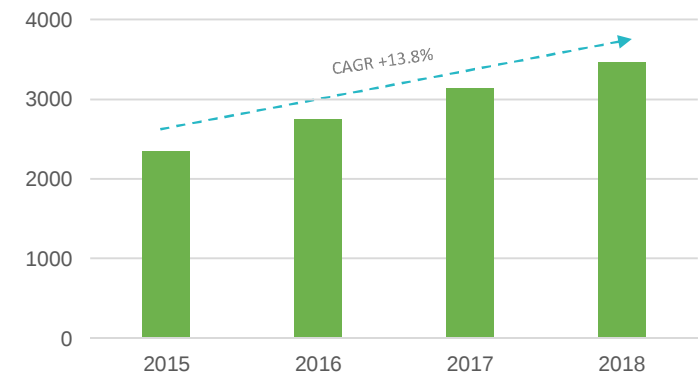


Toimistot Helsingissä, Tukholmassa, Pariisissa, Münchenissä, Dubaissa ja Hongkongissa. Asiakkaita 32 eri maassa.

Toistuvan laskutuksen osuus



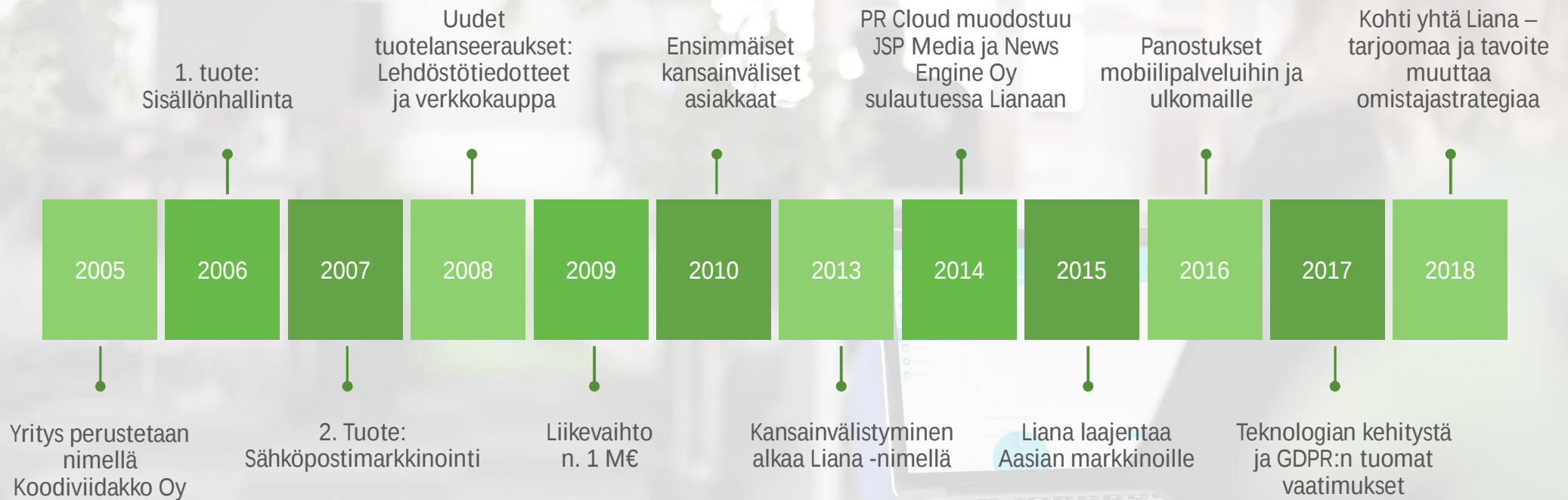
Asiakkaiden lukumäärä



Teknologia-alusta markkinoinnin ja viestinnän prosessin hallintaan



Yrityksen kasvutarina



Liana panostaa henkilöstöönsä ja yrityskulttuuriin



Talo täynnä nuoria osaajia
Lianan työntekijät ovat nuoria digitaalisen alan ammattilaisia. Keskimääräinen ikä yhtiössä on noin 30 vuotta ja yhtiön palveluksessa eri maissa työskentelee noin 20 eri kansalaisuutta.

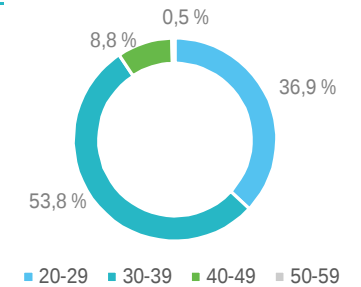


Tavoitteena löytää ja tunnistaa uusia osaajia
Liana on keskittynyt rekrytoimaan uusia osaajia ja sellaiseksi haluavia. Koulutamme Trainee -ohjelmassa jatkuvasti uusia osaajia, joilla valtaosalla on korkeakoulutusta.



Yrityskulttuuriin panostetaan
Hyvään ja hyviä työntekijöitä houkuttelevaan yrityskulttuuriin panostetaan voimakkaasti. Yhdessä tekemällä tiimi vahvistuu ja työntekijät kasvavat yhtiön mukana. Yhtiö seuraa työntekijöiden hyvinvointia ja ilmapiiriä kahdesti vuodessa tehtävillä Jungle Vibe -kyselyillä.

Työntekijöiden ikäjakauma 2018



Työntekijöiden sukupuolijakauma 2018



Liana Marketing Cloud markkinointiorganisaatiolle



Liana jokaiseen markkinoinnin kontaktipisteeseen



Tyypillinen asiakas – Yrityksen
Markkinointitiimi



Kokonainen teknologia-alusta
markkinoijille – Asiakkaat valitsevat
tarpeeseensa sopivat modulit



Alusta tarjoaa keskitetyn pääsyn (SSO)
järjestelmiin.

“The analytics LianaMailer provides is outstanding and helps us to measure the effectiveness of our campaigns in a reliable fashion.”

Bisher Yousfi
Marketing Manager
Volkswagen

“Developing our own websites requires that we’re constantly awake and anticipating what the future brings. With the help of LianaCMS, we now have a better chance to respond to the upcoming challenges and develop the websites even further.”

Elina Antila,
Head of Communications
FINE

Liana PR Cloud viestintäorganisaatioille



Lehdistötiedotteet



Mediaseuranta

Liana tukee markkinointiviestintää



Tyypillinen asiakas – Yrityksen viestintätiimi



Kokonainen teknologia-alusta digitaaliseen viestintään



Alusta tarjoaa keskitetyn pääsyn (SSO) järjestelmiin ja markkinoinnin ja viestinnän integraatioon

“LianaPress is our go-to solution for press outreach. Thanks to the tool, we have been featured on leading media in the MENA which significantly increases our brand visibility”

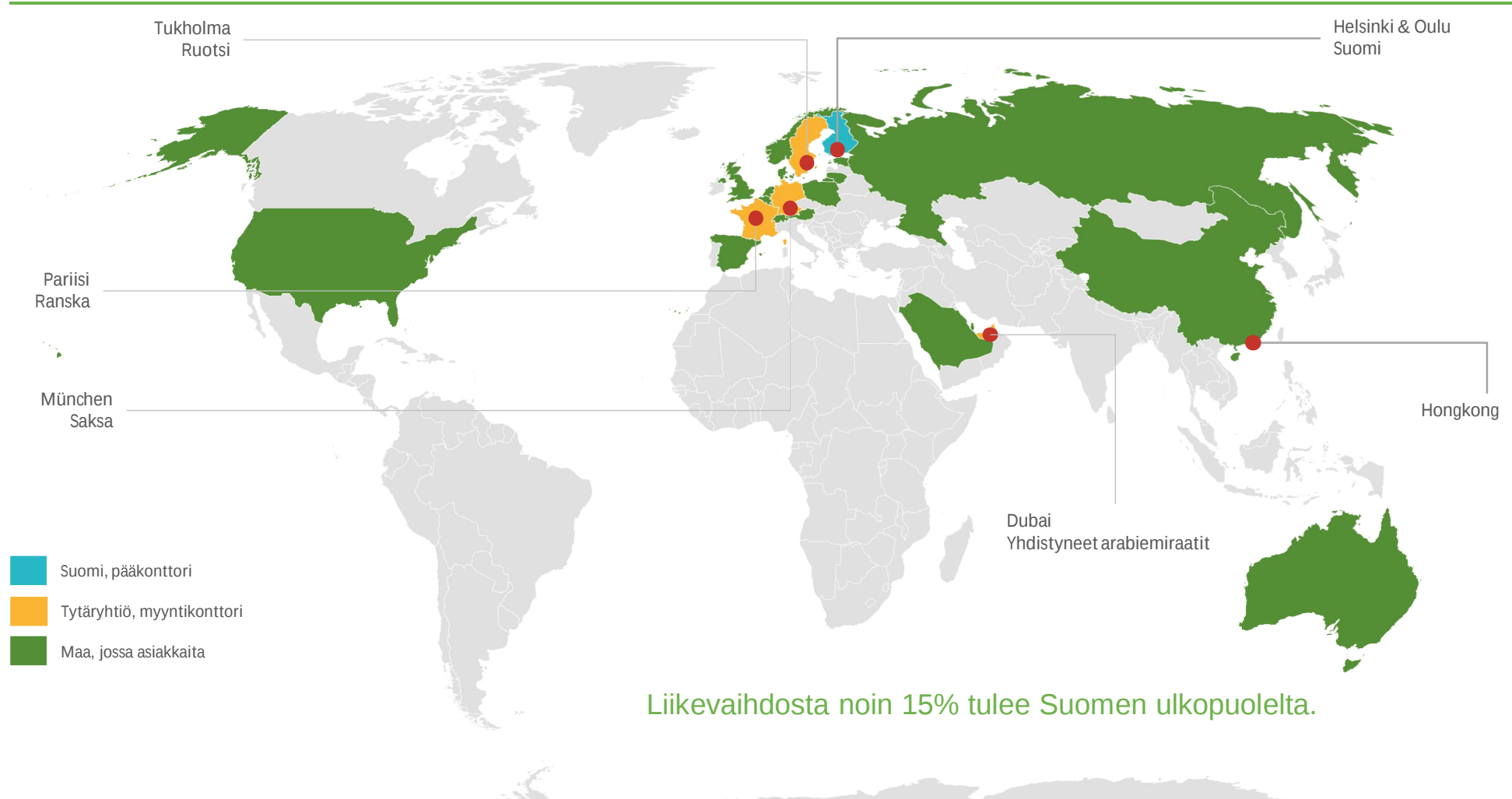
Mahmoud Abuwasel
Partner
Bin Nakhira & Partners

“At the beginning we just wanted to try how the press release works but now we really understand the purpose of the media communication as a cost-effective tool and the continuum, which is vital for maintaining the brand”

Jussi Holck
CEO
Kaira Clothing

Liana Technologies toimii kansainvälisesti

Yritys kehittää ja rakentaa kansainvälistä myyntiverkostoa



Tulevaisuuden strategia



Lianan aseointi markkinalla



Lianan kasvustrategia

Lianalla on useita kasvua tukevia osa-alueita, joihin yhtiö nyt panostaa:

- **Liana@Cloud –alustan kehitys**

Yhtiö hakee merkittävää kasvua erityisesti markkinoinnin ja viestinnän automaatiossa sekä tekoälyn integroinnissa osaksi datan käsittelyä.

- **Tuotealueen laajentaminen**

Yhtiö panostaa erilaisten digitaalisten mainonnan kanavien integrointiin osaksi Liana®Cloud –alustaa.

- **Panostaminen kansainväliseen kasvuun ja partnereihin**

Merkittävä kasvupotentiaali erityisesti lähimarkkinoilla Skandinaviassa.

- **Toimialakohtaisten ratkaisujen luominen**

Yrityksellä on useita vahvoja toimialoja, joihin se lanseeraa toimialakohtaisia ratkaisuja.



Tiedotustilaisuus 14.1.2020

KIITOKSIA

ilkka-yhtymä