



# Kaleidoscope

HELSINKI

SURE - Myynti ja kansainvälistäminen

01.2021

# SUREn missio – Smooth and Safe

## Keskeiset kumpanuudet

Business Tampere  
Tampereen Yliopisto  
TAMK  
Securitas  
Nokia  
Insta  
Suomen Itämeri-Instituutti  
Markkinointioy i2  
Kaleidoscope Helsinki

Potentiaaliset:  
Ucity/Allas  
Uros Live Areena

## Keskeiset toimenpiteet

Älykkäät opasteet  
IoT valaistus  
Dronet  
Harjoittelu  
Verkoston yhteistoiminta  
SROI:n mittaaminen  
PoC ja kaupallistaminen  
kv-jakeluun

## Keskeiset resurssit

SURE -verkosto  
Tilannekuvajärjestelmä  
Simulointijärjestelmä  
Tietopankki  
Harjoitteet (kokonaiskuva)  
Ohjausjärjestelmä

## Palvelulupaukset

SURE rakentaa turvallisuuden ja tunnelman saumatonta yhteispeliä.

Asukkaille  
Liikkuminen on sujuvaa tapahtumien aikanakin. Seuranta ei häiritse.

Tapahtumatuottajille  
Ennakointia ja tiivistä yhteistyötä kävijöiden parhaaksi

Alueen yrityksille  
Lisää liiketoimintaa ja häiriöttömiä tapahtumia

Viranomaisille  
Harjoittelu ja verkoston yhteistyö tuo varmuutta.

## Omaksuminen ja tuki (buy-in)

Arkiturvallisuuden säilymisen perusta

Konkreettisia välineitä, parempaa ennakointia

### Käyttöönotto

Skaalautuvat mallit meille ja maailmalle

Teknologia-kumppanit

Turvalliset tapahtumat tuo ostavia asiakkaita

Turvallisuus luo pohjan onnistuneelle ja sujuvalle tapahtumalle

Muut kaupungit maailmalla

Muut kaupungit Suomessa

## Etua/hyötyä saavat

Asukkaat

Alueen yritykset

Viranomaiset

Tapahtuma-kävijät

Tapahtuma-järjestäjät

Kv-toimijat

## Mission budjetti / kustannukset

Merkittävimmät kulut ja kustannukset (säännölliset)

## Aikaansaannokset / vaikutukset

Merkittävimmät muutokset / tulokset (tarkentuu osittain SROI-mittareiden myötä)

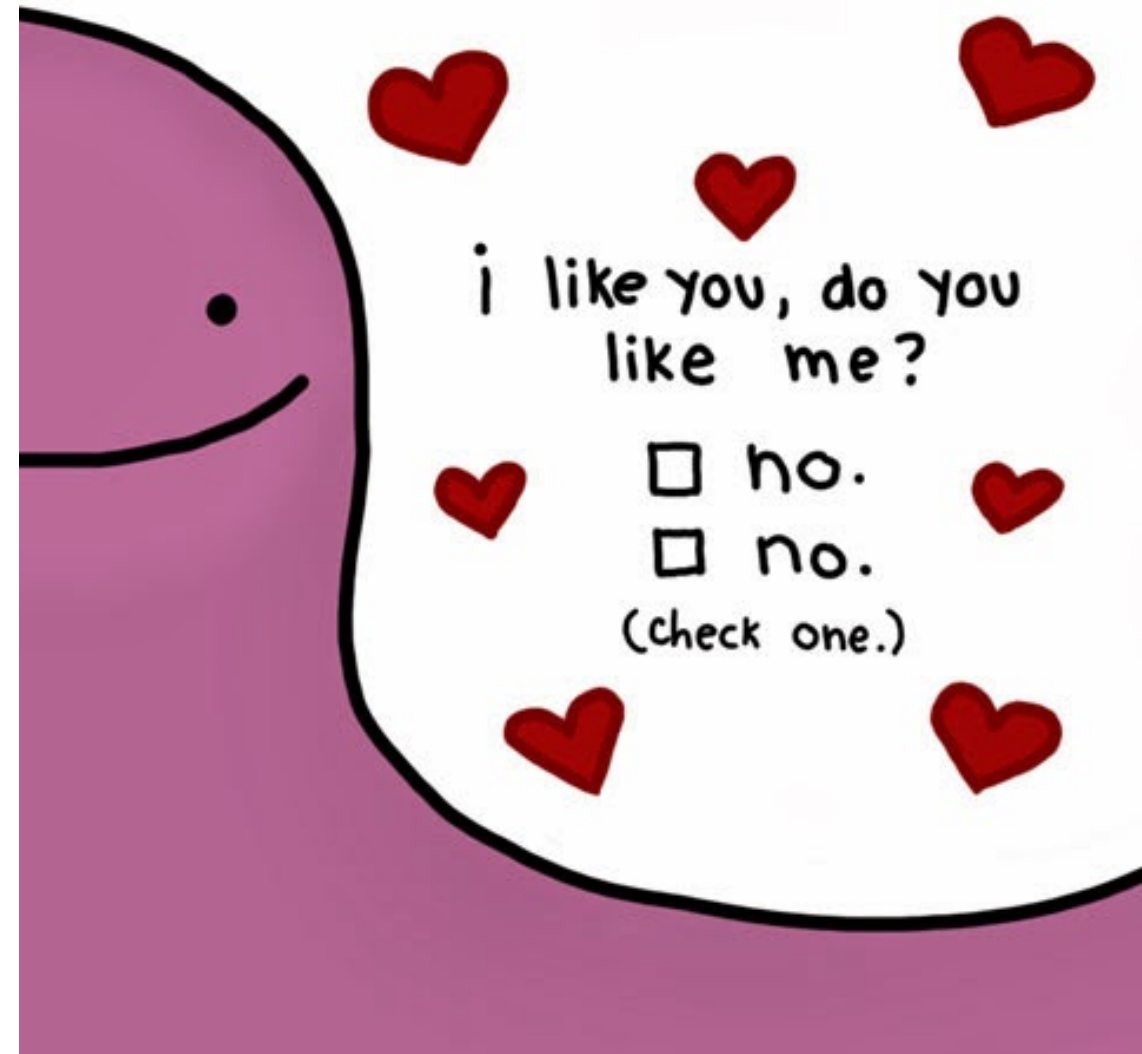
Paketti SUREn kaupallistamiseen

# 1. Tarjooman paketointi

---

**Tavoite:** varmistetaan, että myytävä kokonaisuus herättää kiinnostusta ja on haluttava ostajan näkökulmasta.

- SUREn mallin/prototyypin valmistelu ja viimeistely myytäväksi kokonaisuudeksi (sis. tilannekuvajärjestelmä, simulointijärjestelmä, tietopankki, harjoitteet ja ohjausjärjestelmä hyvin paketoituna kokonaisuutena)
- Tuotteen ja markkinan yhteensopivuuden varmistaminen: mallin / proton testaaminen kohderyhmiä edustavien tahojen kanssa
- Tuotte asiakkaan näkökulmasta: mikä luo arvoa, mikä puuttuu? Oston motiivien ja esteiden ymmärtäminen.
- Asiakkaita inspiroiva tarina & myynnin pääviestit
- Myynnin työkalujen mallintaminen / rakentaminen yhteisessä työpajassa



## 2. Proof of concept ja mittarit

---

- POC: Tampere-hankkeen sisältö ja opit esim. infografiikkana. Tulokset, onnistumiset ja sudenkuopat päätöksenteon tueksi.
- SURE best practices, tietopankki ja verkosto -alustavat kuvaukset tavoitetilasta
- Mittarit valmiimmiksi malleiksi työstettyinä ja kuvattuina



# Short term pulse

---

Immediately after events - looking at the event through three different lenses:

1. Event goer: encountered problems, smooth transitions, authorities' actions. General sense of security at event.
2. Authorities: number of security alerts and response times at event.
3. Enterprises: did sales during and after event meet expectations?



# Long-term social ROI

---

Measuring the social impact of security investments

Describing the change and evaluating the results

- identifying and involving stakeholders
- mapping the impact
- evaluating results together with stakeholders
- focus on psychosocial effects and sense of security

Quantifying the change and results for evaluation and future investment decisions.





# Kansainvälistämisen mahdollisuuksia

---





# Kansainvälistä potentiaalia

---

**Tavoite:** tuetaan SUREn kansainvälistämisen suunnitelmaa, luodaan työkaluja ensimmäisen vaiheen myyntipiloteille



1. Rakennetaan Road Map potentiaalisimmista markkinoista/kaupungeista/alueista SURElle
2. Listataan ko. alueiden tapahtumanäkymää ja suunnitelmia
3. Aloitetaan rakenteen (mm. viranomaiset, tapahtumajärjestäjät) kuvausta
4. Pilotoidaan SUREn myyntiä Dubain maailmannäyttelyssä, Expo2021 (10/21-04/22)

Dubain maailmannäyttely 2021

# The biggest expo in the world



- ❖ The first World Expo ever held in the region
- ❖ Connecting countries, governments, private sector, community and public
- ❖ Live events, exhibitions, workshops, conferences and much more
- ❖ Aiming to leave a meaningful and lasting legacy
- ❖ 10.2021 - 04.2022
- ❖ 190 participant countries
- ❖ 25 million visitors, 300 000/day
- ❖ 70 % international visitors



---

# Expo 2020 -how we can help at different stages

---

before



- targets for entering the market
- pre-sales plan
- channel and partner discussions
- help with the financing, eg. Explorer program from Business Finland or local investors

during



- meetings with the potential customers and partners
- events in the Finnish pavillion in the Dubai expo
- help with the visual materials
- facilitating the works shops and events

after



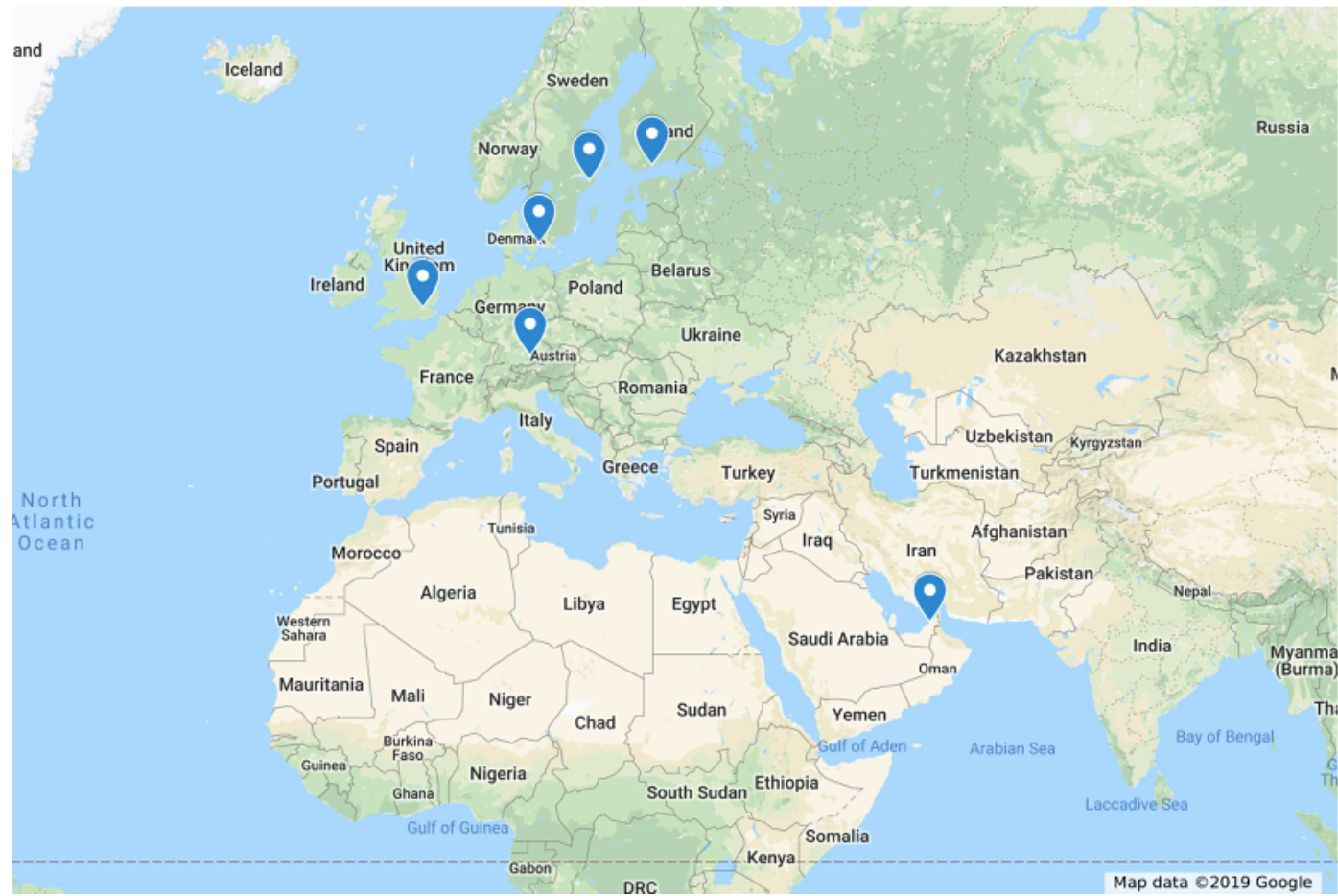
- validitating and prioritisation of leads
- local contacting continues, nurtuting the discussions and sales
- local presence in the GCC-area
- helping with sales and reporting

## Arvio / työaika ja investointi

---

Vaihe	Työpäiviä	Aikataulu
Tarjooman paketointi ja WS	5	02-03/21
POC ja mittarit	4	03/21
Kv-potentiaali ja WS	6	04-05/21
Expo2021 osallistuminen	TBD	TBD
	Projektin kokonaishinta n. 15 000 eur (alv 24% lisätään hintaan)	

# Työskentelemme taitavien ammattilaisten verkostossa



# Kiitos.

---

Minna Leno  
Business and Customer Experience Designer

+358 40 723 2166  
[minna.leno@kaleidoscope.fi](mailto:minna.leno@kaleidoscope.fi)

Kaleidoscope Helsinki Oy

