Ostokohteen tunnistaminen yritysostossa

22.11.2021

Kun yritysostoa alkaa harkita, on syytä asettaa jonkinlaiset kriteerit sille, minkälaisista ostokohteista on kiinnostunut. Ostokohteen tunnistaminen alkaa omien halujen ja tarpeiden pohtimisella. Mitä haluan? Mitä tarpeita tai reunaehtoja yrityskauppaan omalla kohdallani liittyy? Minkälainen on strateginen näkemykseni, minkälaisen tulevaisuuden haluan valita? Jos liiketoimintaa on jo ennestään, liittyy tulevaisuuskuvan rakentamiseen myös sen tarpeiden analyysi. Kun käsitys tavoitteista on kirkastunut, voi alkaa miettiä keinoja tavoitteiden saavuttamiseen.

Ajattelun lisäksi ostokriteerien rakentaminen edellyttää kirjoittamista. Dokumentin ei tarvitse olla tavallista paperiarkkia kummempi, mutta johonkin on syytä kirjata ylös omat tavoitteet ja kriteerit.

Ostokohteelle asetettujen vaatimusten kirjaaminen ja priorisointi kirkastaa ajattelua. Kirjatut kriteerit on helppo tarkistaa, ja jos myöhemmin osoittautuu tarpeelliseksi, niitä voi muokata. Dokumentoinnilla varmistuu kuitenkin siitä, että tavoitteiden muuttuminen tapahtuu tiedostetusti, ei ajautumalla. Hyvä käytäntö on myös priorisoida kriteerit: mitä ominaisuuksia ostokohteessa on pakko olla, mitä pitäisi olla, mitä voi olla – ja mitä ei missään tapauksessa saa olla.

Ostokriteerit ohjaavat etsintää

Jos ostokohteen kriteerit on laadittu selkeiksi, etsinnän aloittaessaan ainakin tietää mitä on hakemassa. Seuraavana vaiheena aletaankin sitten miettiä, miten ostokohde löytyy.

Yksi ilmeinen kanava ovat verkkoalustat, joista Suomessa suosituimpia ovat yritysporssi.fi,firmakauppa.fi ja yrityskaupat.net. Kokeneet yritysostajat myös käyttävät aktiivisesti verkostojaan eli laittavat sanan kiertämään. Yritysostoaikeista ja ostokohteen kriteereistä kannattaa kertoa oman lähipiirin lisäksi myös laajemmin sellaisille tuttaville, jotka ovat tekemisessä yrittäjien ja yrityskauppojen kanssa. Hämmästyttävän usein ostokohde löytyy verkostoissa jutustelun kautta.

Myös oman kunnan elinkeinotoimeen kannattaa olla yhteydessä. Maakunnallinen omistajanvaihdospalvelu, jos alueelta sellainen löytyy, on ensimmäisten kontaktoitavien tahojen joukossa. Nämä tahot kuulevat työnsä puolesta sellaisistakin ostokohteista, jotka eivät vielä ole verkkoalustoilla tai muuten julkisesti myynnissä.

Ostokohde voi löytyä myös sellaisten yritysten joukosta, jotka eivät ole ajatelleet myyntiä. Yllättäenkin tullut ostotarjous voi herättää nykyisessä omistajassa vastakaikua. Jos siis ostokriteerit ovat selkeät ja tiedät yrityksen, joka vastaa niitä, ei mikään estä lähestymästä sen omistajia. Hyvässä hengessä tehty kysymys ei herätä pahaa verta, vaikka tulisikin torjutuksi.

Yksi tavoite ostokohteiden etsinnälle pitäisi aina olla, että pääsee valitsemaan. Se tarkoittaa, että tarkastelun

alla on hyvä olla useampia kohteita, joiden kohdalla voi miettiä niiden sopivuutta omaan tavoitekuvaan. Useamman ostokohteen pohtiminen mahdollistaa sen, että erilaisia ehtoja pääsee vertailemaan ja peilaamaan erilaisiin mahdollisuuksiin. Vähimmilläänkin usean ostokohteen tarkastelu harjoittaa omaa kriittistä silmää ja auttaa myös vankistamaan näkemystä ostokriteereistä.

Vasta neuvotteluissa tunnistaa todellisen ostokohteen

Pitkä kokemus pienten yritysten omistajanvaihdoksista kertoo, että kun tosissaan oleva ostaja lähestyy yritystä, lähes joka toisen kohteen kanssa pääsee asiasta ainakin neuvottelemaan. Se ei vielä tarkoita, että päästään kauppoihin. Tavoitteena onkin oltava, että löydetään useampia kohteita, joiden kanssa neuvotteluja pääsee käymään.

Neuvottelujen myötä ostajan käsitys kaupan kohteesta kypsyy. Lopulta joko päästään ehdoista yksimielisyyteen tai ostajalle kiteytyy näkemys, että kohde tai ehdot eivät sovikaan hänelle.

Valveutunut ostaja oppii tunnistamaan prosessissa merkkejä, joista voi päätellä, onko asia etenemässä toivottuun suuntaan. Yksi ilmeinen merkki on ajan kuluminen: jos neuvottelu venyy ja vanuu, ei lopputuloskaan todennäköisesti tule olemaan tyydyttävä. Varsin käyttökelpoinen vaihtoehto on ammattimaisen välittäjän käyttäminen. Silloin tukena on joku, joka on tehnyt monet yhteydenotot ja kokenut monet yrityskauppaneuvottelut.

Ostajakoulu

Tämä juttu on kolmas osa viisiosaista sarjaa, jonka tuottaa EAKR-rahoitteinen hanke *Uusia toimintamalleja jatkuvuuden ja kasvun kiihdyttämiseksi*. Hanke järjestää keväällä 2022 ostajakoulun yrityksen ostamisesta kiinnostuneille. Ostajakoulu on tarkoitettu sekä yrityksen kehittämisestä kiinnostuneille yrittäjille että ostamalla yrittäjäksi ryhtymistä suunnitteleville.

Seuraavat saman sarjan artikkelit ovat ilmestyneet aiemmin @SeAMK Verkkolehdessä:

Yrityskauppoja hyödyntävä ajattelutapa (8.11.21)
Johtaminen yritysostossa (15.11.21)

Juha Tall, omistajanvaihdosasiantuntija
Anmari Viljamaa, yliopettaja

Ostajakouluun voi osallistua joko suoraan tai avoimen AMK:n opintona. Lisätietoja ostajakoulusta antaa projektipäällikkö Salla Kettunen.