



Smartphone
Solutions

Enterprise Mobility
Fact Sheets

Case Ifolor Oy



IFOLOR OY

Ifolor on Suomen markkinajohtaja kuvatuotteiden valmistuksessa. Yritys tunnetaan korkealaatuisista kuvatuotteista ja niiden helppokäyttöisistä tilausohjelmista. Ifolor on yksi Suomen arvostetuimpia ja suositelluimpia verkkokauppoja.

Ifolor aloitti toimintansa Suomessa jo vuonna 1971, osana silloista Kuva-Sampoa. Vuoteen 2007 asti yhtiö toimi nimellä Ifi. Ifolor on nykyään osa Euroopan toiseksi suurinta kuvapalvelualan yritystä, jonka pääkonttori sijaitsee Sveitsissä. Ifolor toimii tänä päivänä kuudessa maassa.

Digitaaliset kamerat tulivat markkinoille 15 vuotta sitten mullistaen valokuvaamisen ja samalla romahduttaen analogisten kameroiden myynnin. Tilannetta ei helpottanut se, että kännyköihin alettiin valmistaa myös digitaalisia kameroita. Vuonna 2006 Suomessa digikameroiden myynti ohitti perinteisten kameroiden myynnin. Markkinatilanne ja tulevaisuus oli tuolloin yhtiölle erittäin haastava.

Ifolorin johto päätti keskittyä digitaaliseen valokuvaukseen sekä digitaalisiin palveluihin. Päätös muutoksesta oli varmasti sillä hetkellä vaikea, mutta auttoi konsernia toimimaan edelläkävijänä edeten tässä markkoinoiden murroksessa vastavirtaan. Päätös oli sittemmin oikea, koska Euroopan 30 suurimmasta kuvlaboratoriosta 10 (perustuen vanhaa teknologiaan) teki tuolloin hyvinkin pian konkurssin.

Analoginen valokuvaus filmirullineen merkitsi valokuvien kehitystä, joka hiljalleen jäi pois. Digitaaliset valokuvat siirrettiin kotitietokoneille (niitä ei vastaavalla tavalla viety kehitettäväksi), jolloin Ifolorin oli pakko miettiä uusia toimintamalleja.

Vuonna 2008 Ifolor toi markkinoille kuvakirjapalvelun. Sittemmin valikoimaa on laajennettu kuvakorttien ja kuvakalentereiden avulla aina digitaalisiin sisustusratkaisuihin asti.

Ifolor teki verkkokaupan ja siitä ainoan kanavansa luoden asiakaskysyntää uudella tavalla. Tietokoneilla olevat digitaaliset valokuvat voitiin siirtää kuvakirjaan esimerkiksi perheen matkatarinaksi.

Markkinoiden murroksessa Ifolor tuli haastavaan tilanteeseen, jossa sen oli luotava itsensä uudelleen. Syinä tähän olivat muutokset teknologiassa sekä tätä kautta muutokset kuluttajakäyttäytymisessä.

Tämän tyyppisessä liiketoiminnan rakenteellisessa uudistamisessa eli *transformaatio*ssa digitalisaatio on sekä keino että ajuri. Digitalisaation avulla Ifolor laajentui tuoteliiketoiminnasta entistä enemmän palveluliiketoimintaan korvaten vanhat myyntikanavansa verkkokaupalla.

Transformaatio tähtää kasvun, kannattavuuden ja kilpailukyvyn vahvistamiseen pitkällä aikavälillä. Lyhyellä aikavälillä oleellista on rakenteellisten muutosten aikaansaaminen. Merkiten vaikeitakin päätöksiä yritysjohdolle.

Ifolorin osalta kysymys oli koko konsernin elinkelpoisuuden turvaamisesta, koska vanha analoginen liiketoiminta vanhan toimintamallin kera oli vääjäämättä kuihtumassa pois.

www.ifolor.fi

(c) Smartphone Solutions Oy

Lisätietoja / Additional information:

Tel: +358 207 401 945