



State of SaaS 2020

Suomalaiset
ohjelmistopalveluyritykset

Tutkimuksen taustaa

Anonyymi kysely toteutettiin kesäkuussa 2020. Kaikki vastaajat ovat suomalaisia liikevaihtoa tekeviä B2B SaaS -yrityksiä.



Tutkimukseen vastanneiden yritysten lukumäärä



Vastaajien yhteinen liikevaihto vuonna 2019



Vastaajien yhteisen liikevaihdon kasvu vuonna 2019



Vastaajien työllistämä henkilömäärä

Tutkimuksen ovat tehneet yhteistyössä Vendep Capital, Suomen ainoa puhtaasti SaaS-yrityksiin keskittyvä sijoittaja, ja Ohjelmisto ja e-business ry, ohjelmistotoimialan edustaja ja yritysjohtajien yhteisö.

VENDEP | CAPITAL



Tunnettuja ulkomaisia SaaS- yrityksiä

 **ATLASSIAN**

Atlassian



Salesforce

 **HubSpot**

Hubspot

 **servicenow™**

ServiceNow

 **mailchimp**

Mailchimp



Slack

 **Microsoft**

Microsoft



Zoom

Suomalaisia menestyviä SaaS- yrityksiä

 **admicom**

Admicom

 **M-Files®**

M-Files

 **AlphaSense**

AlphaSense

 **nosto**

Nosto

 **efecte**

Efecte

 **RELEX**

Relex

 **leadfeeder**

Leadfeeder

 **verto**

Verto Analytics

Henkilöstön koostumus

SaaS-yritysten henkilöstöstä karkeasti puolet kehittävät ja hallinnoivat tuotetta ja kolmannes on vastuussa myynnistä ja markkinoinnista.

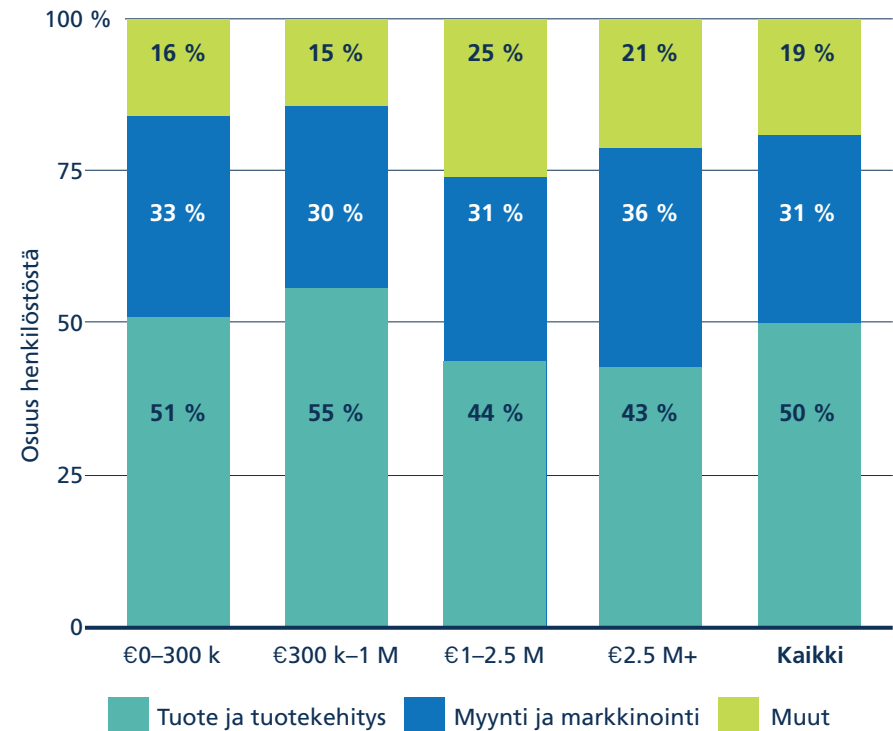
Yrityksen kehittyessä tuote- ja tuotekehitys-tiimin suhteellinen osuus pienenee, koska SaaS-tuotteita ei useimmiten räätälöidä asiakkaille.

HUOMIOITA

Kypsä SaaS-yritys kehittää ja hallinnoi tuotteita erittäin kustannustehokkaasti, johtuen SaaS-mallin jakelutavasta.

Myynnin, markkinoinnin ja asiakkaan kehittämisen tärkeys kasvaa, näiden toimintojen ollessa riippuvaisia asiakasmäärästä ja SaaS-yrityksen koosta.

Henkilöstön koostumus



Lähde: State of SaaS 2020 -kysely, n = 123.

"Muuta" sisältää customer success, talous- ja henkilöstötoiminnot.

Kohde- markkinat

Suurin osa vastaajista pyrkii Euroopan markkinoille seuraavien 2 vuoden aikana.

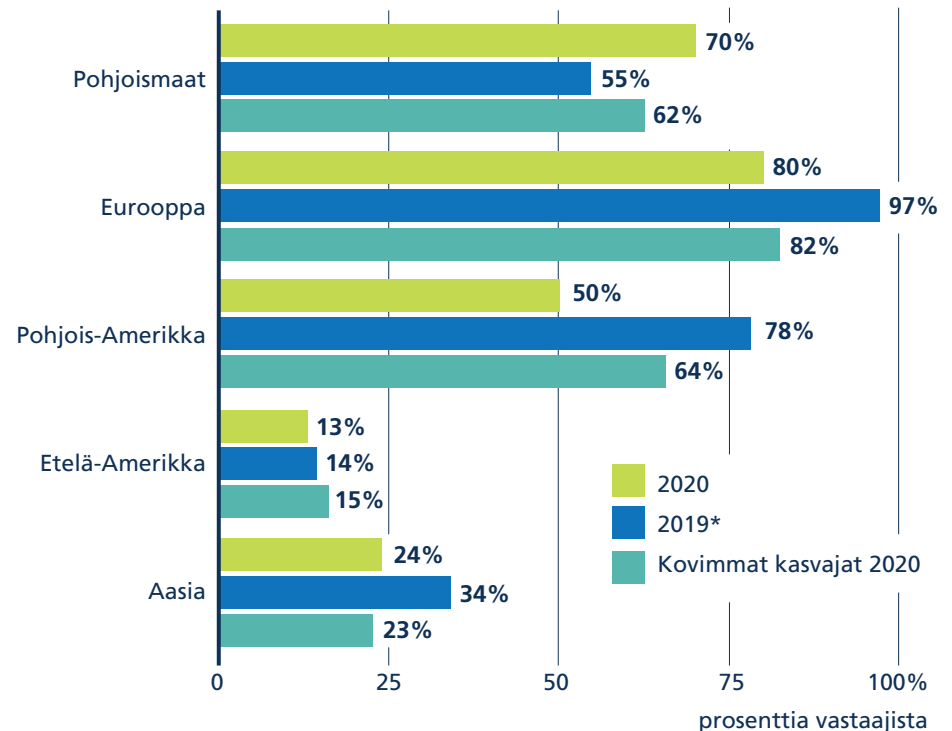
Edelliseen vuoteen verrattuna halukkuus kaukomarkkinoille lähtöön on vähentynyt. Moni yrityksistä pyrkii sitä vastoin lähistöllä sijaitseville Pohjoismaiden markkinoille.

HUOMIOITA

Eri vuosien kyselyihin ovat vastanneet osittain eri yritykset, mutta siitä huolimatta selkeä kiinnostuksen vähentyminen Pohjois-Amerikan markkinoille menoon on mielenkiintoista.

Odotettavissa on kiinnostuksen elpyminen kun pandemian aiheuttama epävarmuus hälvenee ensi vuonna. Pohjois-Amerikan markkina on vaikeasti saavutettavissa, mutta se on monelle toimialalle suurin yksittäinen markkina-alue.

Kohdemarkkinat seuraavien 2 vuoden aikana



Lähde: State of SaaS 2020 -kysely, n = 123.

*K: "Pääasiallinen maantieteellinen markkina 3 v. kuluttua?"

Lähde: State of SaaS 2019 -kysely, n = 116.

Henkilöstön tuottavuus

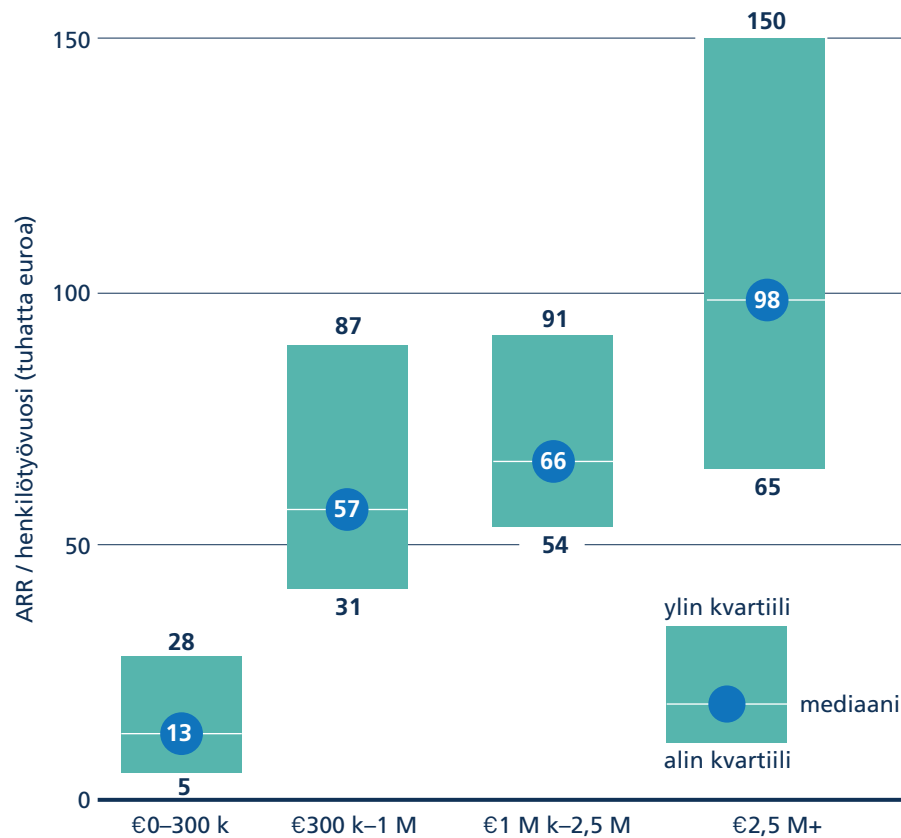
Vastaajilla on tuottavampaa henkilöstöä kuin kansainvälisillä verrokeillaan. Vertailun vuoksi: kansainvälinen mediaani on €73 k yrityksillä, joiden toistuva liikevaihto (annual recurring revenue, ARR) on €2,5–5 M.

HUOMIOITA

Suomalaiset SaaS-yritykset tuottavat enemmän liikevaihtoa henkilöä kohti. Tämä on merkittävää, koska tuolloin skaalaaminen vaatii vähemmän resursseja.

Se myös kertoo suomalaisten insinöörien korkeasta osaamisen tasosta. Insinöörien osuus SaaS-yrityksen henkilöstöstä on noin puolet.

Henkilöstön tuottavuus



Investoinnit myyntiin ja markkinointiin

Vaikka tuote ja tuotekehitys vievät eniten henkilöstöresursseja, kustannuksiltaan myynti ja markkinointi on yhtä suurta tai jopa suurempaa.

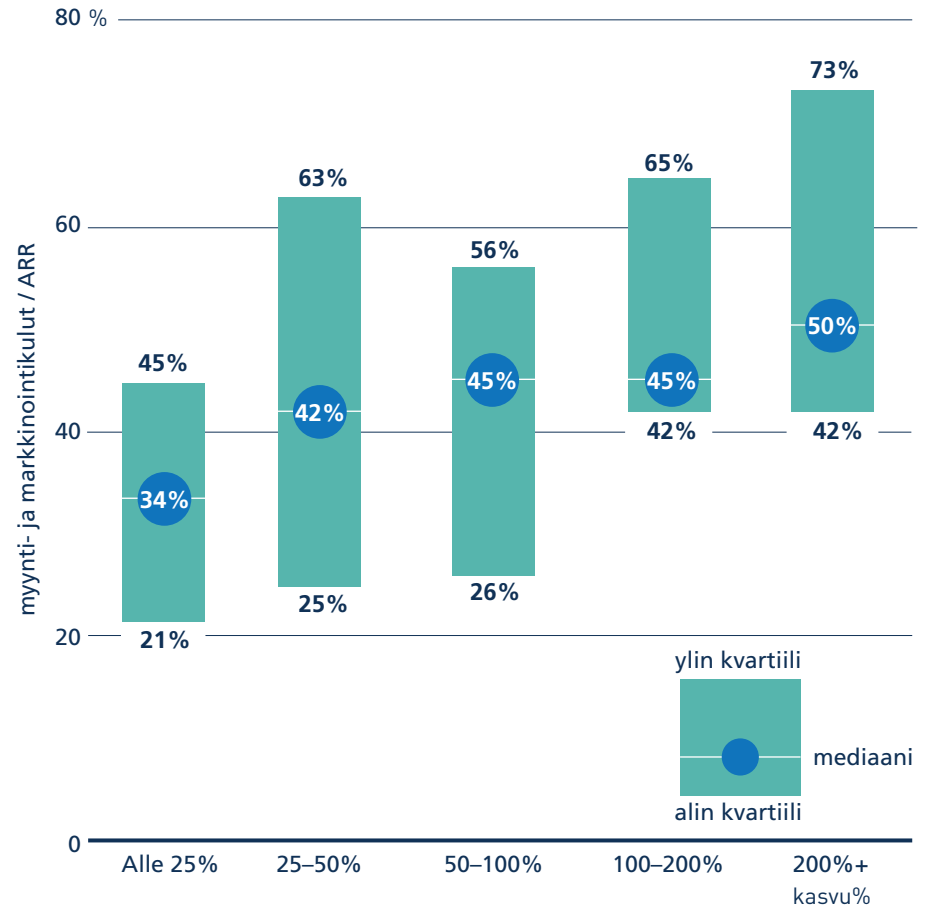
Nopeimmat kasvajat investoivat myyntiin ja markkinointiin keskimäärin enemmän.

HUOMIOITA

Merkittävät investoinnit myyntiin ja markkinointiin ovat välttämättömiä huippuluokan kasvun saavuttamiseksi.

Numerot kätkevät varoituksen sanan: jos m&m sijoitukset eivät luo kasvua SaaS-yritykselle, on yrityksen säädettävä myyntitoimiaan ja/tai tuotteen soveltuvuutta markkinalle. Esimerkiksi jos m&m kustannus on 45% liikevaihdosta niin sillä saatava <25% kasvu ei ole tehokasta. Jos tuote ja m&m on toimivaa, saattaa SaaS-yritys sijoittaa jopa yli 100% liikevaihdostaan myyntiin ja markkinointiin.

Investoinnit myyntiin ja markkinointiin (>€300 k ARR)



Kovimmat kasvajat

Kovimmat kasvajat ovat ylimmän kvartiilin kasvun omaavia yrityksiä jokaisesta liikevaihtoluokasta (ARR >€300 k).

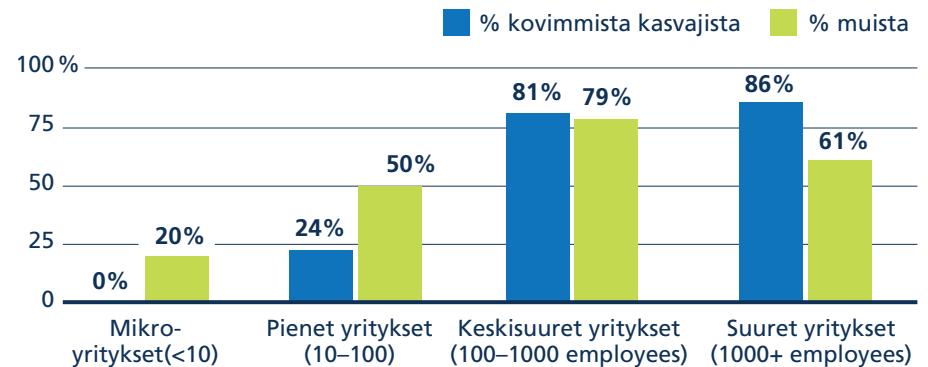
Asiakkaat ovat useimmiten suurempia (keski-suuret ja suuret yritykset) ja kohdemarkkina keskittyy pienempään määrään asiakasryhmiä.

Kasvajien henkilöstön koostumus on sama kuin muilla, mutta kasvun luovaan henkilöstömäärään on investoitu huomattavasti enemmän.

Nämä investoinnit rahoitetaan useimmiten pääomasijoittajilta saatavalla ulkopuolisella rahalla.

Asiakashankintakulujen (CAC) kuoletus on huomattavasti nopeampaa johtuen kasvajien verrattain isommista asiakasmaksuista ja maltillisista myynti ja markkinointikuluista. Iso vaikutus on myös lisämyynnillä nykyisille asiakkaille (NRR 106% vs 100%).

Kohdeasiakassegmentit



Metriikoiden vertailu

	Kovimmat kasvajat	Muut
Liikevaihdon poistuma %	10,0%	8,6%
VC-rahoitettuja	62%	32%
Henkilöstömäärä	21	13
Asiakashankinnan kustannusten takaisinmaksuaika (CAC recovery rate)	10	18
Käyttökate	82%	75%
Liikevaihdon nettopito (NRR)	106%	100%
Myyntin ja markkinoinnin kustannukset / vuosittainen jatkuva liikevaihto (S&M/ARR)	48%	36%
Kasvunopeus	100%	29%
Kasvunopeusennuste	121%	49%

Lähde: State of SaaS 2020 -kysely, n = 123.
Taulukon luvut ovat mediaaneja, lukuun ottamatta VC-rahoitettujen yritysten osuutta.

