

Reaktor vill bli "big in Japan"

Ta ett ledande finländskt företag inom digitalisering och koppla ihop det med Japans näst största reklambyrå, så uppstår nästan säkert ljuv musik.

SÖREN VIKTORSSON TEXT & FOTO

× "Att bygga upp ett företag i världens åttonde största stad och tillika världens tredje största ekonomi är otroligt spännande", säger Aki Saarinen, chef för det finländska digitala stjärnskottet Reaktor i Tokyo som nyligen inledde samarbete med reklamfirman Hakuhodo.

Asakusa i nordvästra delen av centrala Tokyo är ett skojigt område att promenera i. Här säljs traditionella japanska produkter och här ligger Sensoji, ett berömt buddhistiskt tempel tillägnat bodhisattvan Kannon (varefter kameratillverkaren Canon är uppkallad).

"Hit tar jag ibland bekanta som kommer till Tokyo på besök", berättar Saarinen när vi tar en runda i området.

Han är diplomingenjör från Aalto-universitet och teknikintresset väcktes tidigt.

"Jag är nyfiken av naturen. Redan som barn plockade jag isär nästan alla elektroniska apparater jag fick. Oftast kunde jag sedan inte få ihop dem igen. Men det gjorde inget, det var mer intressant att veta vad som fanns inuti dem."

Soluppgångens land. Reaktor är en av kometererna på den finländska företagshimlen och specialiserat på utvecklandet av digitala tjänster. Företaget har runt 400 anställda, varav en tiondel utanför landets gränser: förutom i Tokyo finns även utlandskontor i New York samt Amsterdam.

"Vi hjälper större företag att digitalisera sin affärsverksamhet, så att det dels blir bättre för användarna och därtill genererar mer inkomster", förklarar Saarinen och nämner Finnair samt Nasdaq som exempel.

Men nu befinner vi oss alltså i närheten av 40-miljonerstaden Tokyo (metropolområdet medräknat), där Reaktor öppnade sitt första utlandskontor i december 2013.

"Jag kom till firman 2009 och 2013 var jag med och byggde upp ett av Reaktors största samarbeten tillsammans med Samsung i Korea. Vi såg redan då goda möjligheter också i Japan och på andra håll i Asien."

Hur gör då en finländsk firma när den etablerar sig i ett på många sätt så annorlunda land som Japan?

"Första steget är att köpa en flygbiljett. Den här marknaden är väldigt svår att närma sig utan att själv finnas på plats."

Hade bolaget redan kunder när Saarinen flyttade hit?

"Vi hade tidigare haft ett samarbete med Toyota, men det var inte längre aktivt. Så jag fick börja bygga upp affärsverksamheten från noll så fort jag landat i Tokyo. På några månader hann det bli flera hundra möten och jag träffar fortfarande väldigt många människor i mitt jobb"

Icke-hierarkiskt trumfkort. Förutom att ragga kunder hade Saarinen den viktiga, men svåra, uppgiften att bygga upp ett team på plats.

"Vår kanske främsta styrka vid rekryteringen är att vi saknar hierarki, vilket uppskattas mycket av programutvecklare och övriga specialistgrupper. Japan är av tradition ett starkt hierarkiskt samhälle. Hos oss delegeras uppgifter, de anställda får själva bestämma hur ett mål ska uppnås

och tillåts göra fel utan att det får negativa konsekvenser"

Reaktors team i Japan består i dag av ett 15-tal personer, förutom japaner kommer de anställda exempelvis från Taiwan, Kanada och USA.

"En styrka i vårt team är just dess mångsidighet. Jag är den enda som inte pratar flytande japanska, men jag håller aktivt på att lära mig språket. Alla våra icke-japanska medarbetare har antingen studerat eller jobbat länge i Japan och är väl förtrogna med landet. Vårt interna arbetspråk är en blandning av engelska och japanska, med kunderna sker den avgjort största delen av kommunikationen på japanska"

Vad gäller kunderna är man på Reaktor en smula hemlighetsfull. Känt är att bland uppdragsgivarna i Japan finns såväl Supercell som Nokia och Finnair.

"Det är tre varumärken som är väldigt aktiva här i Japan, men jag kan inte ge några närmare upplysningar om vårt samarbete", säger Saarinen.

Reaktor är officiell 'Mumin-teknikpartner' och så mycket kan han dock avslöja att även det samarbetet är intensivt.

"I april var jag exempelvis talare vid en tillställning där 200 japanska innehavare av Mumin-licens samlats. Jag berättade för dem hur de kan förbättra sin verksamhet med hjälp av digitalisering."

Strategisk allians. Ett jättekiv framåt för Reaktor på den japanska marknaden är det samarbete man inlett med Hakuhodo, landets näst största reklambyrå.

"Vi träffades på Slush 2015 och beslöt oss för att börja jobba tillsammans. De har redan affärsförbindelser med flertalet storföretag i



SLOPAR HIERARKIN. Japan är av tradition ett starkt hierarkiskt samhälle, och finländska Reaktors främsta styrka vid rekryteringen är att företaget saknar hierarki. Programutvecklare och övriga specialister uppskattar att de själva får bestämma hur målen ska uppnås, säger Aki Saarinen.

Japan och naturligtvis en mycket stark marknads-känedom. Tillsammans erbjuder vi digitaliseringstjänster inom exempelvis områden som bil, flyg, livsmedel samt dagligvaruhandel. Och målgruppen är stora japan-ska företag”

Digitaliseringen av affärsverksamhet går snabbt i dagens Japan. Reaktors platschef räknar med att företaget under 2017 ska fördubbla sin omsättning jämfört med föregående år.

Vilka viktiga trender skönjer du för Japan?

”Två starka trender där vi varit väl framme är IoT, Internet of Things, samt AI eller artificiell intelligens. Inom de områdena har vi redan gjort ett antal små projekt i Japan, och jag tror de två kommer att växa starkt framöver.”

VR/AR eller Virtual/Augmented Reality är ett tredje område där kundintresset växer, och där Reaktor säger sig ha ett i globalt perspektiv mätt ”exceptionellt kunnande”

Olympisk milstolpe. År 2020 är Tokyo värd för olympiska sommarspelen och redan ser man här i Tokyo stora affischer som berättar om evenemanget. Vad blir Reaktors bidrag?

”Vårt mål är att vi ska lämna avtryck där”, svarar Saarinen.

Har bolaget kanske redan nu något projekt på gång?

”Vi undersöker aktivt olika projekt där vi kan vara med tillsammans med Haku-hodo. Moomin Monogatari (Berättelsen om Moomin) är en temapark som inom några år ska öppnas bara någon timmes tågres från Tokyo. Man räknar med att det där kommer att finnas avsevärt mer av högteknologi än i parken i Nådendal.”

Har Reaktor i Tokyo kanske redan börjat jobba också med detta projekt?

”Det är inget jag i dagsläget kan kommentera.”

Ingen latmanssyssla. Att bygga upp en affärs-

verksamhet i världens största stad och tillika världens tredje största ekonomi har på ett personligt plan betytt mycket för finländaren, som redan som åttåring beslöt sig för att saker och ting är till för att utforskas.

”Det har gett mig enormt mycket. Jag tycker om utmaningar och att ’vinna över sig själv’. Som människa växer man av att leva och verka i ett land med helt annorlunda språk och kultur”

De senaste tre åren har varit expansiva för Reaktor på det internationella planet. Kort efter etablerandet av Tokyo-kontoret öppnades ett liknande i New York.

Att lyckas i Asien är ingen sinekur påpekar Saarinen. Det kräver stort tålamod och att inte låta sig nedslås av tillfälliga bakslag.

Reaktors framgångar sammanfattar han så här:

”Vi har tagit risker, men framför allt har vi arbetat hårt och disciplinerat för att nå våra mål.” ■