Tokmannin strategia pohjautuu skaalautuvuuteen ja hintajohtajuus strategiaan. Yritys pyrkii kasvamaan tehokkaasti skaalaamalla toimintoja mahdollisimman tehokkaasti. Tämä näkyy myymälöiden samankaltaisuutena ympäri valtakunnan. Markkinoinnissa mainokset eivät ole alueellisia vaan valtakunnallisia. Logistiikaketju pyritään pitää mahdollisimman tehokkaana panostamalla logistiikkakeskukseen Mäntsälässä, joka on toimintojen tukiranka. Näillä tavoilla Tokmanni pyrkii muodostamaan itselleen kilpailullisen etulyöntiaseman markkinoilla, joka on valtakunnallisesti tunnettu halpatavaraketju.

Hintajohtajuusstrategia vaatii myös edullista tukkuhankintaa ja vahvaa neuvotteluasemaa suhteessa tavarantoimittajiin. Tokmanni pyrkii vähentämään brändituotteiden osuutta myydyistä tuotteista, jotta tuotteita voitaisiin hankkia useammilta tavarantoimittajilta. Näin Tokmanni parantaisi asemaansa neuvotteluissa tavarantoimittajien kanssa. Myös neuvotteluasemaa suhteessa ostajiin lisääntyisi Tokmannin omilla tuotemerkeillä, joita ei olisi kilpailijoilla saatavilla. Tokmanni on valinnut toimialan, jolla ei kilpailua pääse pakoon, joten menestymisen ja kasvun kannalta on oleellista säilyttää selkeä kilpailullinen etulyöntiasema kilpailijoihin.

Tokmanni strategian onnistumisen riskit ovat siinä, kuinka hyvin yritys pystyy pitämään yrityksen skaalautumisen edut matalalla tasolla suhteessa kilpailijoihin ja kuinka hyvin vanhojen myymälöiden houkuttelevuus saadaan pidettyä yllä. Heikentynyt kannattavuus johtaa helposti hintojen nostoon, joka sitten murentaa hintajohtajuusstrategian pohjalle luotoa brändimielikuvaa asiakkaissa. Pidän Tokmannin osalta hieman jo toteutuneena riskinä yrityksen tuotevalikoima samankaltaisuutta kilpailijoiden nähden ja pidänkin hyvänä vaihtoehtona lisätä yrityksen omia tuotemerkkejä, joilla erotutaan kilpailussa. Tiettyjen tuoteryhmien osalta, kuten elektroniikka tai vaatteet, on huomattavaa kilpailua vastassa verkkokaupassa. Näin ollen Tokmannin keskittyminen kivijälkamyymälöihin vaikuttaa minusta riskipitoiselta strategialta. Kivijalkamyymälä verkoston kannattavuuteen vaikuttaa myös paljon alueellinen kaavoituspolitiikka, joka tuo yhden riskin Tokmannin toiminnalle. Hyvä sijainti saattaa kaavoituksen kautta muuttuua haasteelliseksi, uuden kilpailijan saavuttua naapuriin. Myös keskittyminen Suomen markkinoille nostaa maakohtaista riskiä ja rajoittaa huomattavasti tulevaisuuden kasvuodotuksia.

Itse suhtaudun negatiivisesti Tokmanniin pitkällä aikavälillä. Näen suurimpina ongelmina tällä hetkellä keskittymisen pelkästään Suomen markkinoille ja vääränlaisen brändimielikuvan suhteessa yrityksen resursseihin. Tokmannilla on hyvin monipuolinen tuotevalikoima, joka sisältää paljon merkkituoteita. Mielestäni merkkituotteet istuvat huonosti halpatavarakaupan imagoon ja murentaa ainakin omaa mielikuvaa halvasta markkinapaikasta. Tokmannin myymälät ovat hyvin perinteisiä, uskoisin teknisten ratkaisujen kautta kehittämään myymälöitä pudottaman kuluja, jotta pystyttäisiin tiputtamaan tuotteiden hintoja. Verkkokaupan hyödyntäminen osana myyntiä oli myös pettymys kun tutkin yritystä. Kilpailu hintajohtajuusstrategialla on hyvin tiukkaa markkinoilla, enkä ainakaan itse huomaa Tokmannia erityisen edullisena ostopaikkana ja mikä vielä huolestuttavampaa, kovinkaan erottuvana markkinapaikkana. Suhtautumiseni Tokmanniin sijoituskohteena pitkällä aikavälillä muuttuu mikäli Tokmannin tilinpäätöksessä oleva strategia painottuu enemmän omien tuotteiden luomiseen ja sitä kautta kilpailijoista erottautumiseen.

(kappale tunnuslukujen perusteella lyhyen aikavälin perusteella)

Tokmanni ei ollut lisännyt juurikaan tietoa taloudellisesta kehityksestä listautumista edeltävältä ajalta, joka myös hankaloitti analyysin tekemistä. Myös tilinpäätöksestä olisin halunnut tarkempaa lajiteltua tietoa. Nyt tutkiessani tilinpäätöstä havaitsin että tilinpäätös oli melko yksinkertaisesti tehty, joka tarkoitti että myyntiä ei ole lajiteltu segmenttien tai alueiden mukaan. Näin ollen esimerkiksi tieto kuinka kaupan omat tuotemerkit ovat kehittyneet suhteessa muihin myytyihin tuotteisiin, ei ollut saatavilla. Näen tilinpäätöstietojen yksinkertaisuuden lisäävän hieman riskiä sijoitettaessa Tokmanniin.

(kappale muiden näkemykset)