

# Energiaa

Suomalaisen Energiaosuuskunnan lehti ■ Nro 6 ■ Joulukuu 2010

**SEO.**



Omistamisessa on eroja  
Merikarvialla kolmen kimppa  
Lammin Autohuoltoon SEO-Baari  
Jukka Jäppinen ja SEO-Puoti

*Hauskaa Joulua kaikille kauppiaille ja kumppaneille!*



TANKKAA OIKEIN  
www.e10bensiiini.fi



# Omi

SEO Energiaa 6/2010 joulukuu

Julkaisija  
Suomalainen Energiaosuuskunta (SEO)  
Viiipurintie 11, 15150 Lahti  
puh. (03) 883 060  
www.seo.fi

Vastaava päätoimittaja  
Tero Riuttamäki, puh. 045 657 9029  
tero.riuttamaki@seo.fi

## Sisältö

Omistamisessa on eroja	3
Kauppias päättää kaapin paikan	4
Merikarvialla kolmen kimppa	6
Auton huolto ja päivän pihvi!	8
Omistajuutta Rukan maisemissa	10
Jukka Jäppinen ja SEO-Puoti	11

Painopaikka

**FORSSA** **SPRINT**

KANSI

Lammin Autohuolto Oy sai virikkeen SEO kauppiaspäivillä 2009 ja otti käyttöön SEO-Baarin, jossa tarjotaan ruokaa R-menu konseptilla. Hyvä esimerkki brändien yhteistyöstä, sillä korjaamo kuuluu Autoasi-ketjuun. Alla SEO-Baarin kanta-asiakaskuppien rivistöä.



Olen ollut 25 vuotta öljykaupan parissa, mutta tuskin koskaan aikaisemmin osuuskunnan omistajana olo on ollut yhtä tärkeää kun näinä vuosina. Öljy-yhtiöt tulevat myydyksi yksi toisensa jälkeen. Sen jälkeen, kun Shellin liiketoiminnot vaihtavat omistajaa, SEO on todellakin maamme polttoainetoimittajista vanhin yhtäjaksoisesti samoissa käsissä oleva yritys.



Markku Kasurinen

Vuonna 2008 vietimme 30-vuotisjuhlia, sen jälkeen ryhdyimme toteuttamaan järjestyksessään kolmatta SEO:n ilmettä, ja kulunut vuosi on jatkunut osuuskunnan kehittämistyössä. Meillä on nyt polttoainejakelun piirissä noin 200 asemaa. Markkinaosuutemme on kasvanut neljäntenä vuonna peräkkäin, viime kuluvana vuonna kaksinumeroisella luvulla hyvien kauppiaidemme ansiosta.

Kauppiaat ovat luottaneet osuuskunnan toimintamalliin. Vaikeina aikoina se vaatii luottamuksen lisäksi myös työtä oman asian eteen. Vaikeita aikoja olemme eläneet sen vuoksi, että kaikkien öljy-yhtiöiden omistajien toimintaperiaatteet eivät ole yksityisten yrittäjien kannalta yhtä hyviä kuin SEO:lla. Hintapolitiikka, jossa markkinaosuutta haetaan tappiollisella toiminnalla, on johtanut kaikissa yhtiöissä enemmän tai myöhemmin ongelmiin.

SEO:n hallituksen puheenjohtaja Markku Kasurinen:

# stamisessa on eroja

Voidaan tietysti sanoa, että SEO:n pitäisi taistella vastaan hinnoilla, mutta siinä tuskin olisi mitään mieltä. Sen sijaan omille asiakasomistajillemme ja jälleenmyyjillemme annettu lupaus ja yhteinen päätös pitää: osuuskunnan omassa hallinnassa olevat jakelupisteet eivät vaikeuta SEO-kauppioiden tuloksellista toimintaa. Asia on ihan päin vastoin - mitä enemmän SEO myy, sitä pienemmät kustannukset myytyä litraa kohti kauppiailamme on. SEO kuluttaa yhteisiä resursseja vain sen verran kuin kauppiaat itse päättävät.

Olemme jo nyt tehokkain jakelija, omavarainen, kannattava ja kasvava. Vain menestyvät yritykset pystyvät palvelemaan tulevaisuudessakin, tämä vastuu on jokaisella yrityksen omistajalla.

Kaupungeissa palvelut ovat yrittäjien varassa

Kansainväliselle öljy-yhtiölle tuotteiden jakelukanavat olivat takavuosina tärkeitä. Nämä jakelukanavat ovat pysyneet lukumääräisesti samalla tasolla viimeiset 40 vuotta, ja viimeiset 20 vuotta on puhuttu, että meillä on liikaa huoltoasemia, ehkä useita satoja. Tämä on totta, mutta markkinoiden rakenteellista ongelmaa ei ole avoimesti käsitelty - meillähän on liikaa öljy-yhtiöiden asemia.

Yksityisten kauppioiden hallitsemat asemat ovat tasapäisiä lukumäärältään vain miehitettyjen asemien ryhmässä. Automaattijakelun hinnoittelullaan pilanneet öljy-yhtiöt tuskailevat nyt, miksi toiminta ei kannata. Enpä ole kuullut, että Vaasa-Lappeenranta -linjan pohjoispuolella olisi liikaa asemia.

Ongelma on siis todellakin yli-investoidussa eteläisessä Suomessa. Pikemminkin pienten, pohjoisten ja itäisten alueiden asemat ovat varsin usein SEO-kyltin alla, koska muut öljy-yhtiöt eivät kykene toimimaan kannattavasti.

Suomessa on hyvä sanonta ”kannettu vesi ei kaivossa pysy”. Tämä kansanviisaus on unohtunut öljy-yhtiöiltä, jotka edelleen yrittävät poimia rusinoita pullasta ja hätistää itsenäiset kauppiaat markkinoilta. SEO tuntee vastuunsa jälleenmyyjistään, asiakkaistaan ja omistajistaan ja pystyy toimimaan kannattavasti koko maan alueella.



SEO:n toiminta on osoittautunut vahvaksi myös muualla Suomessa. Tämän voivat tuhannet talvilomaansa kotimaassa viettävät autoilijat jälleen keväällä todeta. Oletteko huomanneet, että aina, kun huoltoasemien palveluja keuhataan, palvelun tarjoaja on yksityinen kauppias?

Tonttipeli ongelmana

Omistajakauppioiden jalsijaa suuremmissa kaupungeissa on vielä kasvatettava. Kun vuokratonteilla toimivat ketjut voivat näköjään kenenkään estämättä vaihtaa tontteja keskenään, olisi kohtuullista, että SEO:lle luovutettaisiin markkinoiden tasapainotamiseksi uusia liikepaikkoja. Monikohan kuntapäätäjää on isommissa kaupungeissa pohjittanut, mitä arveluttavaa siinä on, että kaupungin vuokratontilla toimiva yritys noin vain luovuttaa vuokraoikeuksia ja vielä hinnoittelee tämän ”verkoston arvoksi”, sehän on ikään kuin rahaa pankissa, kun tontilla voi tienata tulevaisuudessa.

Parin seuraavan vuoden aikana SEO-verkostomme kasvaa jälleen 10-15 asemalla vuodessa. Olisi markkinoiden toiminnan kannalta erittäin hyödyllistä, että näistä puolet olisivat kasvukeskuksissa. On todella harmi, että kunnallinen





monopoli kaavoituspolitiikassa haittaa niin pahasti markkinoiden toimintaa tällaisella tärkeällä toimialalla.

Osana verkostoa, itsenäisesti

Jokainen bensinikauppias, joka on myynyt omaa polttoainetta, tietää, mikä merkitys hintapäätöksillä on, niin hyvässä kuin pahassakin. Jotta voi toimia itsenäisesti, on hallittava liiketoiminnan tärkeät ydinalueet. Ellei luokittele bensiininmyyntiä ydinbisnekseen, on väärällä alalla, ja voi harjoittaa ravintolatoimintaa ja vähittäiskauppaa missä tahansa.

Autoilijoiden palvelu on SEO-kauppioiden päätoimiala. SEO-kauppiaksi ryhtymällä olet

samalla asialla. Voit kehittää toimintaasi osana verkostoa, itsenäisesti ja muiden kauppioiden tukemana. Oman liiketoiminnan hallinta on se ydin-kysymys, johon vastaamalla voit testata, onko Sinussa SEO-luonnetta.

Tässä SEO Energiaa -lehdessä käsitellään omistajuutta ja haastatellaan kokeneita SEO-kauppiaita. He ovat aikanaan päätöksensä tehneet, 10-20 vuotta sitten, ja päätökseensä tyytyväisiä. Toisella on automaattijakelu ja muuta yri-

tystoimintaa, toisella on täyden palvelun huoltoasema. He myös osallistuvat omista asioistaan päättämiseen.

Jos haluat, että muut päättävät puolestasi, vaihtoehtoja on neljä tai kohta kolme. Jos haluat päättää itse asioistasi, vaihtoehtoja on vain yksi. Ota SEO omaksesi.

*Tervetuloa itsenäisten suomalaisten kauppioiden markkinoille!*

## Tässä öljy-yhtiössä kaapin paikan päättää kauppias

- Päätösvalta konkretisoituu osuuskunnan kokouksessa, siellä todella tuntuu, että päätösvaltaa on omassa puserossa. Siellä vaikutetaan asioihin ja jos siellä on hyvä ajatus ja sen saa siellä läpi, se tulee hyväksi kaikille.

- Hyvät asiat lähtevät usein yksilötasolta. Tämän kokoisessa porukassa pidän tärkeänä, että kauppiat osallistuvat aktiivisesti kokouksiin. Silloin tulee vähemmän nuri-

naa. Olen itse ollut lähes kaikissa kokouksissa paikalla koska siellä voi vaikuttaa jos vain haluaa.

Omistajakauppiaan ja SEO:n omistamisen tunteja kuvailee tarvasjokelainen Leo Saارين, joka ryhtyi omistajakauppiaksi vuonna 1991 ostaessaan nykyisen liikepaikkansa. Markkinoilla elettiin hän juuri vapautuvan öljyntuonin aikaa. SEO oli aloittanut Nesteen suorana asiakkaana, sen kulut olivat pienimmät ja SEO-kauppioiden ostohinnat olivat selkeästi muita ketjuja edullisemmat.

- Kaikessa yrittämisessä suuri ero syntyy siitä, että touhuaa



SEO Tarvasjoki. Kuvat vuodelta 2001.

omilla työkaluilla eikä torpparina. Jo vanhastaan suomalaiset olivat totuttautuneet siihen. Ehkä tätä päivää on enemmän se kolhoosijattelu, jossa yrittäjät vaan ovat enemmän töissä ja vähemmän kauppiaita, Leo Saارين pohtii omistamisen merkitystä. Tarvasjoen asema on 30 km päässä Turusta Hämeenlinnan tien varressa, ympärillään Tarvasjoen kunta. Loimaan seutukuntaan kuuluva

pieni kunta on monien naapurien sa tavoin säilynyt itsenäisenä, Turun ja Suur-Salon kainalossa. Juureva maanläheinen ympäristö on sopiva tausta puhua yrittäjyydestä ja kauppiaan roolista.

- Onhan ne leasingit ja muut, mutta minulla on aina ollut periaate, että omillaan mennään. On helpompi toimia, kun päättää itse omista asioistaan, Saarinen järkeilee. - Maailmankuva on toki paljon muuttunut, nykyisin harkitsisin huomattavasti tarkemmin asiaa. Puoltavia seikkoja on edelleen, että saa päättää hinnoittelusta itse, vaikka markkinavoimat ovatkin taustalla ohjaamassa. Riskit ovat kovemmat, jos investoi paljon, vähän niin kuin maataloudessa.

### Omavaraisuus ja yhteistyö

- Nykyisten ketjujen toiminnasta kertoo jotain, että tänä päivänä on enemmän villejä kauppiaita, ja luotetaan siihen, että myyjä on paljon ja voi aina ostaa tuotteensa, mistä edullisemmin saa. Ketju luo kuitenkin turvallisuuden tunnetta, kun tietää että meitä on samassa veneessä enemmän eikä kaikessa tarvitse olla ihan yksin ja omillaan. Ketjuna meillä on jonkinlainen markkinaosuus ja meihin voidaan luottaa, mutta miten pitkälle yksittäinen kauppias pärjää, kun tukkurien määrä vain laskee laskemistaan, SEO:n rivikauppiaksi ja osuuskunnan jäseneksi mielellään tunnustautuva Leo Saarinen kysyy.

- SEO:n työmaana on kehittää keinot, joilla kauppiaille saadaan edullisempaa polttoainetta. Kun kauppiaina on jo oppinut, mistä minkäkin tuotteen hakee, tärkein asia osuuskunnan toiminnassa on pitää ostohinnat kunnossa, siihen pitää voimat keskittää. Kaikki muu on toisarvoista, Saarinen vahvistaa.

- Uusi kahviokonsepti, SEO-Baari on tullut, ja se on ihan hieno että tehdään yhteistuumin ja porukalla asioita. Hankintoja ja

suunnitelmia hoidetaan yhteistyössä, ja siihen joku saa uhrata aikaansa, koska tekeillä on pitkäaikainen investointi, josta kauppialle tulee tuottoa ja yrityskuvalle hyötyä, hän tarkentaa käsitystään osuuskunnan yhteisistä tehtävistä.

Toisena kustannuspuolen ajankohtaisena asiana Saarinen mainitsee korttiprovisiot ja muut veloitukset, jotka murentavat kauppiaan toimintaa. Hän on kirjelmöinyt henkilökohtaisesti Luottokunnalle pienyrittäjältä perittävistä monista kiinteistä ja väärin perustein hoidetuista maksuista.

- Kauppias saa olla erittäin taitava että saa tehdyksi tulosta polttoainesektorista. Kauppiaksi minä sanon sellaista, joka itse ostaa, laskee siihen kulut päälle ja myy tavaran sen eteen päin. Polttoainekauppa on nyt sellaista yrittämistä, kun katteet ovat sentteinä ja korttiveloitukset prosentteina, siinä on jotakin pielessä.

### Osuuskunta tarvitsee kasvua

SEO-palavereissa on Saarisen mielestä keskusteltu aiempaa enemmän ja hallinnon toimintaa on avattu kauppiaille riittävästi. Nyt on keskusteltu osuuskunnan omista asemista.

- Osuuskunta on kokouksissaan usein päättänyt että SEO haluaa kasvua, ja hallituksella on ollut aika vapaat kädet hakea vaihtoehtoja. Ei tähän kristallipalloa kellään ole ollut, että mikä on oikea tapa kasvun hakemiseen. Harhalauka-

uksiakin tulee, hän myöntää ja hyväksyy toiminnan suuret kehittämislinjaukset.

- Kivempi on nähdä tuolla maakunnissa kulkiessa oma lippu, jos tietää ettei se tuota tappiota, kuin että mahdollinen liikepaikka olisi mennyt kilpailevaan leiriin ja se olisi meidän litroista pois. En katso karsaasti, että niitä on hankittu omistukseen, koska raha on riittänyt. Ei rahaa pankissakaan saa riskittömästi niin paljon tuotamaan.

Saarinen toistaa vielä kasvun perusviestin: mitä enemmän osuuskunnalla on litroja, sitä enemmän siihen luotetaan. Toinen tie johtaa hänen mielestään säästämiseen väärissä asioissa. Jos litrat pienenevät, säästöt ovat kuitenkin vain hetkellisiä. Uusia nuorempia kauppiaita on liittynyt mukaan, ja heille on hyvä saada uskottavuutta ja vankka selkänöja toiminnan kehittämiseen ja jatkamiseen. SEO-kauppiaiden ja hallituspäätäjien valmius liikepaikkojen luovuttamiseen kauppiaiden hoitoon on jatkuvasti olemassa.

- Meillä olisi jokunen kauppias vähemmän ellemme olisi julkisesti uskottavia. Jäi sellainen maku viime kokouksesta, että meihin on myös luotettu ja että tämä on eteen päin pyrkivä porukka. SEO:n vuosikymmenet ovat olleet hyvin monivivahteisia ja on tehty paljon päätöksiä, välillä väärin, välillä oikein, Leo Saarinen kertoo kauppiaskokemuksiaan, joita kertyy keväällä 2011 kahden vuosikymmenen verran. Mutta hän huomauttaa: - Tikulla silmään joka vanhoja kaivaa, eteen päin pitää pyrkiä.



Tarvasjoen matkailunähtävyyksiin kuuluvat vanhat traktorit. Tässä traktorit SEO:n edustalla vuonna 2001.

Merikarvian kirkonkylän huoltoasema siirtyi SEO:n väreihin marraskuun lopulla. Kiinteistö on ollut Jokimäen suvulla jo 1970-luvulta alkaen, jolloin Raimo Jokimäen vanhemmat rakensivat kiinteistön.

Huoltoasema on ollut vuokrattuna yrittäjille koko sen toiminnan ajan. Hallitiloissa ovat toimineen vuorollaan niin puhelinyhtiö kuin korjaamoyrittäjätkin. Nyt Jokimäen perhe on ryhtymässä ensi kertaa itse polttoainekauppiaksi.

**JMH-Group Oy:n** osakkailla on oma vahva taustansa: Raimo Jokimäki on toiminut polttoaineiden ja muun kemianteollisuuden tuotteiden parissa. Jokimäkien yritys Jokimäki-Service Oy on tunnettu öljysäiliöiden tarkastusyhtiö ja siirretty kolme vuotta sitten sukupolvenvaihdoksessa heidän tyttärensä perheelle. **Hannu Mäntylälä** on sähköliike Siikaisten puolella, naapurikunnassa. Kolmas osakas **Timo Pekka Huhtanen** toimii Porissa elintarvikealan yrityksen palveluksessa.

- Toimintaa tässä on ollut 40 vuotta, ja nyt ajattelimme tehdä kunnan remontin ja saada tämä paikka pysymään, kun se on näinkin kauan on ollut, **Anna-Maija Jokimäki** kertoo omistajien mietteitä. - Lähin tankki olisi muuten ollut Tuorilan kylällä 8 km päässä ja sinne on kirkolta kyllä liikaa matkaa.

- Kaikki öljy-yhtiöt käytiin läpi, ja SEO:n kanssa päästiin heti yhteisymmärrykseen, hän kertoo päätösprosessista.

- Ehdottomasti tässä on baaripuolen yrittäjälle hyvä paikka, sillä tämä on kylän ainoa lounaspaikka ja kahvila, hän selvittää liikepaikan mahdollisuuksia ja viittaa noin viiteenkymmeneen asiakaspaikkaan.

Baariin on tarkoitus tulla lounasruoka, kahvila ja Scan burger, joka tuo nykyaikaista ketjuruoka kulttuurista paikkakunnalle ja näin monipuolinen tarjonta tuo oman lisänsä paikkakunnan ruokatarjontaan ympärivuotisesti.

”Totaalinen remontti” oli nyt tarpeen, sillä liiketilaa on vuosikymmenten saatossa aina on jätetty ja laitettu lisää toimintoja. Talvella ruokapuoli on Jokimäen mukaan hakusessa, ja sitä aukkoa paikkaamaan baari on laitettu myös kuntoon. Muita palveluja ovat tärkeä kaasun myynti ja autopesumahdollisuus, johon haetaan sopiva ratkaisu. Polttoöljyn myynti ja lämmitysöljytoimitukset ovat nekin tarpeellisia palveluja paikalla asioimaan tottuneille kuntalaisille.

# Merika Kolm yrittäjän



SEO-Merikarvian omistavan JMH-Group Oy:n nimilyhenteessä esiintyvät kolme osakasta: Jokimäki, Mäntylä ja Huhtanen.

Merikarvian 3.400 hengen asukasluku kaksin- tai kolminkertaisuus viikonloppuisin ja kesäkuukausina. Houkuttimet ovat meri, purjehdus ja jokikalastus, jossa voi harrastaa perhokalastusta. Vilkkainta kesänviettoa on rannassa, jossa on kesäravintoloita, neljän tähden camping ja ruokapalveluja.

Kunnalla on pitkä ja kunniakas teollinen historia. Merikarvia on ollut aikoinaan Suomen suurin silakkapyttyjä valmistava paikkakunta. A.Ahlström on syntynyt paikkakunnalla ja aloitti siellä sahateollisuuden, joka on vieläkin tärkeä työllistäjä. Merikarvia on ollut puutavaran vientsatama, ja vielä vuonna 2009 sitä kautta tuotiin puutavaraa Merikarvian sahalle Ruotsista ja Venäjältä monella laivalla. Täällä on aikoinaan myös rakennettu puulaivoja kuten kuunareita. Pohjoismaiden suurin ympärivuotisessäkäytössä oleva puukirkko on Merikarvialla.

SEO-Merikarvia sai uudet tunnisteet marraskuun viimeisellä viikolla. Uudistunut täyden palvelun huoltoasema on toiminut lähes neljä vuosikymmentä.

Kuva: Tero Riuttamäki

# Merikarvialla meren kimppa



Merikarvian Krookan satama ilta-auringossa.



## Kesäsesonki myös korjaamolla

Huoltoasemayrittäjä Marko **Aaltonen** ehti toimia vuodesta 1997 Merikarvian huoltoasemalla kolmetoista vuotta, ja viimeisten parin vuoden ajan oli kypsynyt ajatus toimintatavan muutoksesta. Kiinteistön remontin myötä hän päätti keskittyä korjaamotoimintaan.

- Nyt tuli hyvä aika keskittyä omaan alaan, siinä voi tehdä koko ajan työtä ja pitää hyvän korjaamon, Marko Aaltonen perustelee valitsemansa toimintamallia. Hänellä on palveluksessaan yksi asentaja, ja hän tekee yrittäjänä itse kaikkia asennustöitä. - Nyt panostetaan täysillä korjaamoon, että päästään juonesta kiinni, hän vahvistaa pyrkimystään keskittyä huoltopuolelle.

Paikkakunnalla on toinenkin yleiskorjaamo, jonka yrittäjän kanssa on hyvä yhteistyö.

- Nosturipaikkoja meillä on kaksi, ja lisäksi monttupaikka, uusi Nussbaum nosturi hankittiin juuri, Aaltonen kertoo. Sähkötyötaitonsa hän on hankkinut Kankaanpään koulusta ja Hannu Mäntylän sähköliikkeen tehtävistä. Hän ehti olla työssä laman jälkeen myös Urho Tuomisella, kunnes aloitti huoltoasematoiminnan.

- Autojen kanssa olen pelannut koko ikäni, ei se mitenkään outoa ollut aloittaa, hän toteaa yrittäjätunsa alkupuolelta.

- Keltanokkana sain **Granholmin** Ismolta paljon neuvoja yrittämiseen, hän antaa kaverilleen tunnistusta.

## Kova kausi bensakauppianaan

Bensiinikaupan vuodet olivat Marko Aaltosen mukaan tavaton myllerrys. Juuri, kun lamasta oli selvitty, alkoi automaattien vyörytys ja järjettömät hintasodat, tulivat milleniumit, eurot ja uudet jättikokoiset taukopaikat, ja kohta perään uudet maksuvälineysteemit.

- Välillä tuli mieleen, että voisi olla ehkä vieraallakin töissä. Suvussa on ollut niin paljon yrittäjiä että yrittäjyys on verissä. Tällaisessa kylässä yrittäjätöiminta on elinehto, Aaltonen puolustaa palvelujen säilyttämistä.

- Kesä täällä on tosiaan ollut huippua. Se on myös kunnan ja yritysten pelastus, ei kai täällä voisi olla näin hyviä palveluja muuten.

- Mökkiläisiä tulee paljon kaupungeista ja niitten juttuja laiteetaan, autoja siinä missä muitakin kohteita, Aaltonen selvittää palveluja. - Monen kanssa on päästy sinuksi ja autetaan kaikissa mahdollisissa asioissa, siinä on joukossa kaikenlaista ovenhakaa ja lukopesää.

## Hyvä fiilis palvelusta

- Tässä ammatissa on oltava palveluaitis luonne ja pystyttävä venymään. Palvelusta saa sitä paitsi hyvän fiiliksen kun asiakkaan auttaa pois pälkähästä, Marko Aaltonen kuvaa aitoa yrittäjän ja kauppiaan asennetta.

- Kesällä mökkiläiset käyvät tankilla ja tulevat perinteisesti kertomaan murheitaan tänne verstaan puolelle.

Voiteluöljytoimittajana Marko Aaltosella on ollut koko ajan Neste, ja kun kiinteistön muutostyöt alkoivat, öljyn valomainos tuotiin seinään.

**Merikarvian Merituuli Oy** on Aaltosen mukaan pitkään kypsytelty nimi. Kun meren rannalla oltiin ja siellä aina tuulee, niin se tuntui sopivalta.

Merikarvialla vietetään lähes kaikki vapaa-ajat merellä ja toiminnat suuntautuvat sen mukaan.

- Veneseman loputtua olemme toimittaneet auton perässä säiliöllä polttoainetta rantaan pyydettyessä, ei me sitä mitenkään mainostettu, Aaltonen kertoo paikallisten palvelujen tarpeesta ja joustavuudesta. Hänen mielestään venesataman investoinnit olisi kunnan huolehdittava.

# Saisinko auton huollon ja päivän pihvin!

Kauppiaspäivillä Lahdessa 2009 Lammin Autohuollon yrittäjillä oli tuomisinaan Resta-Menun liikeidea. Jani Saarinen tutustui konseptiin ja tilaukset tehtiin lähes saman tien. Nyt, kun perinteisistä perinteisimmällä korjaamolla on toteutettu pienin järjestelyin sekä SEO-Baari että R-Menun ruokapalvelu, yrityksen ilmeen muutos on totaalinen. Myyntipäällikkö Tia Vainionpää-Viander myöntää ratkaisun ainutlaatuiseksi, sillä heidän noin 300 asiakkaan joukossa ei vielä ollut yhtään autokorjaamo.

## Haettiin lisäpalvelua

- Lammin korjaamolle haettiin lisäpalvelua, millä voitaisiin tarjota parempaa palvelua asiakkaalle sillä aikaa, kun auto on korjauksessa, konseptin toimittajaa edustava Vainionpää-Viander kertoo. R-menulla valmistuu tasalaatuisia annoksia, ja jokainen voi olla menestyvä kokki, jolla pullat eivät pala eikä kastike kiehu hellalle. Konseptin toimivuus testataan monta kertaa päivässä, ja yksi pulla tai munkki valmistuu 18 sekunnissa pakkasesta pöytäan, ja kymmenen pullan valmistus kestää vain minuutin ja 20 sekuntia. Ruoka-annoksen valmistus vie aikaa alle minuutista kolmeen minuuttiin.

- Asiakkaat ovat olleet tyytyväisempiä, kun voivat ottaa kupin kahvia ja syödä juuri paistettua pullaa, toisaankin, pullan menekki tässä paikassa löi ällikällä, myyntipäällikkö ihastelee.

Lisäpalvelun järjestäminen Lammin Autohuollon myymälätilaan sujui hienosti: pieni kahvilavetriini tarjolla oleville tuotteille, myyntitiski, jossa kaksipesäinen MoccaMaster tuottaa kahvit, ja itse baarin ydin, uudet pyöreät pöydät, jotka oli rakennettu pakoputkijalkojen varassa seisoville öljytynnyreille. Suurimman yllätyksen Lammin Autohuollon miehet järjestivät tavarantoimittajalleen, kun erään käynnin yhteydessä paistouuni oli hävinnyt kahvilan pöydältä.

- Se oli uskomaton ja samalla niin käytännöllinen järjestely, Tia Vainion-

pää-Viander kertoo ääni täynnä onnistuneen ratkaisun tuomaa mielihyvää. - Paistouuni oli upotettu seinään, ja uunin edessä oli arkkupakastin, joka toimii laskutasona!

## Korjaamo toimii, baari toimii, markkinointi toimii

Resta-Menun ruokavalikoima ja muut tuotteet sisältävät leikkeet, keitot, kotiruokatuotteet, jälkiruuat, pullat pannarit, täytetyt patongit (roastie), ja uutuuena pizza slice monipuolisine pizzavalikoimineen, ja tulossa vuoden 2011 alkupuolella on uusi snack-sarja.

Korjaamoympäristössä ruokatarjonta palvelee onnistuneesti ja on esimerkki paikasta, jossa lämmintä ruokaa, edes höyrymakkaroista ei ollut aikaisemmin tarjolla, vaan asiakkaat nauttivat odotellessaan tarjotun kahvikupillisen ja saattoivat vilkaista päivän lehtiä pienen tiskin ja pystyjakkaroiden ääressä. Kahvilaympäristössä ruokapuolelle laajennus tuo selvästi lisäeuroja yrittäjälle, ja asiakasuskollisuutta tukee säännöllinen uutuustuotteiden tarjonta.



*Yrittäjä Matti Vuorinen esittelee lisähankintana tehtyä, hampurilaisravintoloiden suosimaa pystypakastinmahlia, johon mahtuu enemmän tuotteita varastoon. "Neljä laatikkoa tulee rahitivapaasti", on järkeenkäypä perustelu hankinnalle. Seinään upotettu uuni näkyy valkoisen pakastimen yläpuolella. Uunin lämpö kiertää nyt takahuonetta lämmittämään.*

- Asiakkaat saavat haluamansa valikoiman ja kierrosta huolehditaan kehittämällä uusia tuotteita ruoka-annosvalikoimaan. Tämä on niin hyvin toimiva ratkaisu, että en näe esteitä sen käyttämiselle muissakin korjaamoissa, Vainionpää-Viander myöntee, vaikkei sitä ole sinänsä markkinoitu korjaamopuolelle.

## Vaihtoehto ja pelastus

R-menu on toiminut asiakastarjonnassa vuodesta 2008, ja nykyiset 300 asiakaspistettä ovat mitä erilaisimmista ympäristöistä: huoltamot, kahvilat, elokuvateatterit, huvipuistot, laskettelukeskukset, pubit. Ja tämä korjaamo.

- Tilausmääränä pienissä paikoissa on vajaat 10 annosta päivässä, suurimmissa keittiöllisissä paikoissa saavutetaan jopa 70-90 annosta päivässä. Toiminta kannattaa itsensä, jos myydään kolme annosta päivässä, yli menevä myynti jättää jo rahaa kassaan, Resta-Menun puolesta vakuutetaan. Hänen mukaansa isoimmat paikat ovat huvipuistojä, suurimmat paikat myyvät satoja

*Yrittäjä Timo Pöystilän taukokahvi nautitaan jakkarakalla pyöreän tynnyripöydän ääressä. Jakkarat ja pöydät olivat investointeja, ja vanhat "vakituiset" jakkarat saivat siirtyä öljyhyllyn alle varajakkaroiksi.*





Yrittäjä Jani Saarinen kertoo, että huollon sijaistauton käyttö on yllättänyt kysynnällään myönteisesti, sillä 39 euron päivätaksaan sisältyvällä 100 km matkalla piipah-taa vaikka Lahdessa tai Hämeenlinnassa.



annoksia, mutta silloin tarvitaan jo enemmän uunejakin.

- R-Menuun asiakkaista suurin osa, ehkä 60 % toimii konseptin kanssa ainoana lämpöisenä vaihtoehtona. Ellei ole valmiina ruoanlaittomahdollisuutta, tämä on ollut pelastus. Toisilla on myös omaa ruoanvalmistusta, ja tämä tukee olemassa olevaa ruokakonseptia, jolloin päästään täyttämään asiakkaan tarve ja tuodaan vaihtelua tarjontaan.

Kangasalla oleva ruokatehdas toimittaa kaikki ruoka-annokset, joita on valikoimassa yli 60. Näistä asiakas valitsee 6-8 sopivaa omiin valikoimiinsa.

- Me toimitamme tuotteet kerran viikossa pakasteena, jolloin hävikkiä ei synny - käyttöaikaa on 4-6 kuukautta.

## SEO-Baari on ilmiö

Lammilaiset asiakkaat ovat tutustuneet uuteen tarjontaan hämäläisille ominaiseen tyyliinsä, uusi idea on otettu kiinnostuneena vastaan ja sitä on testattu. Pullien menekki on todellakin hyvä, ja yrittäjistä kokkaamisvuorossa oleva Matti Vuorinen laittaa uuniin jo toisen pellin munkkeja tunnin kuluessa ja pyöräyttää ne sokerikaukaloissa. SEO-Baarin logolla varustetut take-away-mukit ovat niin trendikäitä ja samalla niin retroja. Lammin kirkolla kannattaa todellakin poiketa kahvilla SEO-korjaamon baarissa - siitä tulee niin iloinen olo.

Lammin tunnetuimpiin kuuluvan teollisuusyrityksen, naistenvaattei-

ta valmistavan Voglian suunnittelu valmisti Lammin SEO-Baarille omat T-paidat, ja baarin seinää koristaa suunnittelijan layout mannekiinryhmästä. Piirroksen korvaamista oikeilla malleilla odotellaan.

Lammilaisten SEO-kauppiaiden muodostamassa yrityksessä työskentelee neljä omistajaa ja yksi palkattu asentaja. Polttonestejakelu on muutettu automaatile pari vuotta sitten, mutta kanta-asiakkaat palvellaan mittarilla asti. Palvelua sai sekin vihreällä kanta-asiakaskortilla yleensä tankkaava osuuskauppapomo, jonka Visa-kortti teki tenän kirkonkylän oma mittarilla, ja hän turvautui kilpailevan osuuskunnan tuotteisiin, jossa yrittäjä ystävällisesti näppäili korttinumeron käsin sisään järjestelmään.



Perinteinen baari kirkonkylän huoltoasemalla saa väen liikkeelle. Kahville lämpöiseen poikkeavat muutkin kuin huollon asiakkaat. Suolaista ja kunnan ruoka-annoksia on tarjolla koko aukioloajan.



Putkiurakoitsija Mika Rantanen kutsuu SEO-Baaria työpaikkakahvilakseen. Kun työtarjonta on ollut paljolti paikallista, tuttuun paikkaan yrittäjäkaverien luokse on helppo poiketa. Taustalla seinällä näkyy mm. Lammin Autohuollon vuonna 2009 saama Vuoden Yrittäjän kunnia-taulu ja Voglian SEO-Baari-T-paitatyttö-jä esittävä piirros.



Neljäs Lammin Autohuollon yrittäjästä, Tero Lehtinen kävi kahvilla turisemassa parin kanta-asiakkaan kanssa ennen tarvikekeikkaa. Hän aikoo osallistua seuraavana päivänä Lahdessa pidettävään osuuskunnan syyskokoukseen.

**seo.**

# Omistajuutta Rukan maisemissa

- Kuusamossa on 17.000 asukasta, ja mökkien määrä on perinteisesti Suomen suurin, tosin kuntaliitoksissa joku uusi suurkunta pääsi meidän ohitsemme, Hannu Tuovila, kuusamolainen SEO-kauppias ja MaRa-alojen yrittäjä kertoo.

Vuodesta 2000 kaupunkina olleen Kuusamon sesongit ovat nykyisin lähes kaikkina vuodenaikoina melko tasaisesti jakautuneet, miljoona matkailijaa vuodessa tuntevat koskien, vesistöjen, Oulangan kansallispuiston ja Karhunkierroksen vetovoiman, matkailumies luettelee tottuneesti. Alkupalven tunnettu kansainvälinen tapahtuma on hiihdon maailmancup.

## Omistajana alusta alkaen

- Siinä näkee oman työn jäljen vielä paremmin, kun on omilla pelimerkeillä mukana, Hannu Tuovila kiteyttää kuvan myös, miten isän yrittäjätö on häneenkin vaikuttanut.

- Polttoainekaupasta on tullut yhtiöiden kauppaa ja komissiokauppaa, tämä on karannut jo renkipohjalle, kun päätöksiä ei voi tehdä yrittäjä itse, vuonna 1999 viitostien varressa aloittanut polttoainekauppias harmittelee alan kehitystä.

- Kun hinnoittelun hoitavat öljy-yhtiöt, suola katoaa yrittämisestä. Kannattavuuskysymyksiä pohtivat silloin omalta kohdalta muut ihmiset.

- Minulle sopii ajatusmaailmaan tämä SEO:n tapa, että ollaan kaikki kauppiaita ja istutaan omilla housuilla tulella. Kyllä se keskustelukin on rikkaampaa tuolla kokouksissa, kun näkee muita kauppiaita, silloin puhutaan samoista asioista, ja ilot ja surut ovat yhteisiä, Tuovila kertoo omasta kokemuksestaan, sillä hän on liittynyt osuuskunnan jäseneksi heti alusta alkaen. SEO:n hallituksessa hän oli päättämässä asioista muutaman vuoden jakson.

## Yrittäjäpolvea vaihtamaan

Tuovila oli päättämässä SEO:n verkostoon hankituista omista asemista. Hän näkee taustalla yrittäjien jatkuvuusongelman, joka on koko suomalaisen yrittäjäkunnan ongelma.

- Ikääntyminen ja sukupolvenvaihdos on ongelma, joka pitää ratkaista. Siitä juurtaa tämä SEO:n omistus, ja vaikka itse kullakin on vielä alle 60 mittarissa, rupeaa miettimään jatkajaa, Tuovila painottaa asioiden valmistelun tärkeyttä.

SEO toimii usein ainoana jakelijana sellaisilla paikkakunnilla, missä palvelut eivät muuten toimisi tai ne karkaisivat kauaksi maakuntakeskuksiin.

- Jos on ollut järkevää, SEO on ainakin pohtinut jokaista tarjottua kohdetta. Ei niitä ehoihin tahoin ole otettu hoiviin, ja paikkoja on myös lopetettu. Jokainen tapaus on selvitetty ja pohdittu, Tuovila valaisee päätöksen tekoon liittyvää harkintaa.

- SEO:ssa on koko ajan pidetty esillä, että jokainen asema on vuokrattavissa tai myytävissä kauppiaille. SEO-

Akatemiassa on koulutusta, että saataisiin nuoria innostumaan, hän lisää.

- SEO on vastuullinen toimija, ja se korostuu entuudestaan. Ulkopuolelta katsottuna muissa yhtiöissä strategia näyttää olevan jopa pyrkä eroon itsenäisistä kauppiasta. Sisäkaupan pyörittäminen jää kauppiaille, kun kauppias ensin hinnoitellaan ulos polttoainekaupasta. Sellainen kuva on tullut kun seuraa ja kuuntelee, Tuovila selostaa. - Lipun alta ei kiviteta pois, mutta polttoainekaupan tekee yhtiö. Jopa Kuusamossa on nähty tällaista, ei taida olla täälläkään muita kuin yksi oman polttoaineen myyjä.

## Ääni esiin ja tietoa toimarilta

- Oman äänen käyttäminen SEO:n kokouksissa on keskustelun kautta mahdollista. Ne jotka ovat mietineet asioita ja perustelevat, niiden pohjalta päätökset muodostuvat kokouksessa., Tuovila sanoo.

- Olen itse osallistunut kokouksiin ja keskusteluun. Koen että saan vaikuttaa silloin enemmän kuin yhden äänen verran.

SEO-kauppiat saavat tietoa osuuskunnan kokouksissa ja voivat kysyä kaikkea, mihin lain puitteissa voidaan vastata. "Lähetekeskustelu" käydään asioista keväällä tilinpäätöksen yhteydessä, ja syksyllä päätetään linjoista toimintasuunnitelman ja talousarvion käsittelyssä.

- Avoimessa kyselyssä ei ole jäänyt mitään vastaamatta, Tuovila vakuuttaa. - Olipa yhtiömuoto mikä hyvänsä, hallituksen pitää pyörittää, ei kaikkia voidakaan käsitellä yhtiökokouksissa. Suuret linjat ja strategiset ratkaisut ovat niitä, joihin voi vaikuttaa ja niistä saa myös tietoa.

- Kokousten välillä saa tietoa kun ottaa puhelimen kouraan ja soittaa toimitusjohtajalle, kokenut yrittäjä vielä opastaa.

## Yrittäjä, muista lomailla

- Keväällä on kuusamolaisilla yrittäjillä parin viikon jakso, kun lumet loppuvat, jolloin matkailuyrittäjäkin voi lomailla. Olemme mukana ravintola- ja majoitustoiminnassa, meillä on mökkejä ja erämaaravintola, jonne kuljetaan moottorikelkoilla.

- Emännän kanssa lomaillaan pari viikkoa keväällä ja toinen viikko syksyllä. Kyllä yrittäjän on lomaa pidettävä, ja omista nurkista pois, Tuovila vielä muistuttaa.



# Jukka Jäppinen halusi SEO-Puodin

Myymälän ja baarin väliset toiminnot ovat lin huoltoasemalla erillään, joten tähän tarkoitukseen oli hyvä saada oma kyltti, Jukka Jäppinen tuumasi ja tilasi SEO:lta uuden ilmeen mukaisen SEO-Puodin tunnisteet.



*Jukka Jäppinen pitää palvelua kunnialla lissä sijaitsevalla perinteisellä huoltoasemalla. SEO-Puoti istuu hänen mielestään myös SEO-kauppiaiden yhteismarkkinointiin ja palveluihin.*

*Kuvat: Raimo Lehtosaari*

Puoti on ilmaisultaan erityisen suomalainen sana, ja kulluttajilla ei ole pienintäkään epäselvyyttä, mitä se tarkoittaa. Päin vastoin, sen sisältö on paljon lupaavampi kuin ”myymälä” tai ”kauppa” saati sitten ulkomaan kielellä toteutetut erilaiset vempautukset.

- Meillä on asiakasvirta melko tasaista, vaikka hiihtolomakaudet ja kesälomat tuovat oman piikkinsä. Joulunalusviikot ovat myös hyviä, Jukka Jäppinen tietää kertoa.

- Aseman sisälle suunnitellamme vielä Puoti-ideaa hyödyntävän hyllyjärjestyksen. Puodilla kun ennen aikaan tarkoitettiin kauppaa, siellä sai aina palvelua. Valikoima oli mielestäni sellainen, että kaikkea arkista käyttötavaraa löytyi päivittäistavarasta ja tarvekaluista alkaen.

- Mielellään sisällekkin rakentaisi jotakin lämminhenkistä ja läheistä, ideoita kehitellään vielä lisää. Nyt on konkreettisesti huomannut, että SEO-ketju on vapaiden kauppiaiden vapaa liitto, jossa jokainen voi suunnitella toiminnan omien ideoiden ja mieltymysten mukaan, Jäppinen kehuu, oltuaan puoli toista vuotta SEO-kylttien alla.

## SEO-Puoti markkinoi samalla palvelua

- SEO-ketjusta tulee nykyisellään tietyllä tavalla mieleen, että toiminta pyörii joka paikkakunnalla omaa rauhallista tahtiaan. Ketjuohjauksessa ei tarvitsekaan tiukasti olla, mutta meidän yhteinen markkinointi on varmasti tulevaisuuden juttu. Valikoimat ovat

hyviä, kuten vanhaan hyvään Kesoilin aikaan oli totuttu, ja kaikki SEO-kauppiat osaavat palvelun, Jäppinen opastaa perusteellisella kokemuksellaan.

- Tuotteet on valittava sillä ajatuksella, että tunnetut merkit ovat esillä, ei mitään eksoottisia, alalla pitkään toiminut Jäppinen.

- Joskus tulee myyntimiehiä, joilla ”olis täällä tällainen uutuuus”, mutta heille joudun sanomaan, että näissä pikku myymälöissä ei ole mahdollista kokeilla sellaisia uutuuksia, jotka eivät ole asiakkaille tuttuja, kauppias selostaa. Samoin hän on ottanut linjauksen, että tietyt valmistusmaat jäävät tarjonnassa oven ulkopuolelle. EU:n uusissa jäsenmaissa sen sijaan on paljon teollisuutta, joista saadaan hyvää tavaraa.



## SEO henkilökunta

Harri Vuontelo, toimitusjohtaja  
(03) 883 0620, 045-139 3641

Ulla Lindström, taluspäällikkö  
(03) 883 0610

Kari Kyllönen, kenttäpäällikkö  
0400-801 017, (041) 378 2033 fax

Raimo Lehtosaari, aluepäällikkö  
040-715 0439, (08) 377 100 fax

Tero Riuttamäki, projektipäällikkö  
045-657 9029

Tuula Tuoriniemi  
(03) 883 0615, 040-508 9530

Mirva Laakso, (03) 883 0611

Helena Nyberg, (03) 883 0612

Vuokko Öljymäki, (03) 883 0613

s-posti: etunimi.sukunimi@seo.fi



- Hankookin renkaita tehdään Unkarissakin, kyllä näitä pidetään ihan laadukkaina tuotteina. Ja siellä on monessa entisessä Itä-Euroopan maassa tervettä kansallista ylpeyttä, mikä näkyy tuotteiden laadussa ja markkinoinnissa.

Puoti sopii markkinointinimeksi erityisen hyvin. On ihan eri asia sanoa suomalaiselle, että ”käykää peremmälle puotiin” kuin kääntää suu ulkomaan kieliseen asentoon ja mongertaa: ”welcome to our shop”.

Siinä, missä kahvila on asiakkaiden turinapaikka, Puoti on se paikka, josta haetaan neuvoja, käyttöohjetta, käyttökokemuksia ja tarpeeseen sopivia väkkejä. Eikä nimi miestä pahenna: puotipuksu on melkein arvonimi - heti kauppiasta seuraava.

Hyvä ja huolehtiva Puoti

Puodilla on ainakin seuraavat synonyymit eli samaa tarkoittavat merkitykset: liike, kauppa, myymälä. Sillä voi-

*SEO:n palveluja kuvaavat pienoiskyltit voidaan kiinnittää sekä aseman ulko- että sisäpuolelle. Tienvarsiopasteessa ja aseman palvelukyltissä yleinen SEO-myymlää tarkoittava symboli on ostoskärry.*

daan ymmärtää myös pajaa, työpajaa, tehdasta, verstasta ja käsityö-, puu- tai metallityöliikettä. Laajimmassa merkityksessä puoti lienee tarkoittaessaan yleensä kaupallista työpaikkaa, jopa venäjän kielestä lainattu ”lafka” tarkoittaa puotia.

Huoltoasemayrittäjien sukupolvenvaihdoksesta sanotaan, että ”kakarot pitää ottaa ajoissa puotiin mukaan” eli tekemään työtä yritykseen. Myös verkkokauppoja ja pakinapalstoja on internetissä puodin nimellä pilvin pimein.

Puoti-nimen kehittäjät pohivat SEO:n ilmeen ja arvojen uudistuksen yhteydessä, miten suomalainen ja maanläheinen, palveleva huoltoasema voitaisiin helposti tunnistaa, ja sini-vaalkoinen Puoti oli tässä asiassa ykkösvalinta.

