

# Energiaa

Suomalaisen Energiaosuuskunnan lehti

Nro 1

Helmikuu 2010

**seo.**



Uusien asemien filosofiaa  
Hauho, Juva, Kuohu, Lieksa,  
Savonranta ja 10 muuta  
Gulf asiantuntijana  
Impuls+ tuo tehoja kampanjoihin

Pääkirjoitus	2
Uusien asemien filosofiaa	4
Savonranta	5
Gulf ja laatuluokat	6
Hauho, Kuohu ja Lieksa	8
Impuls+ tuo tehoja	10
Reisbook	11
Vanha Unska	12

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

# Oma brändi paras brändi

Mikä onkaan parempi mainos huoltoasemalle kuin asiakkaiden suusta tullut lausahdus ”Kyllä meidän huoltoasemalla palvellaan”. Kun paikallisuus on mukana kylän ja ympäristön puheissa ja asiakkaat tulevat kertomaan murheensa ja tarpeensa huoltoaseman myymälään ja baariin, paikallinen yrityskuva on kohdallaan. Kauppiiaan toiminta tietysti vaivihkaa ohjaa tällaista kehitystä ja käyttäytymistä. On tarjolla omia tuotteita, omaa palvelua ja paikkakuntalaisten erityisesti arvostamaa palvelua, kun pystytään tekemään tai hankkimaan jotakin tähdellistä.

Luulisi, ettei näitä koulun penkillä ja kirjoista opita, mutta ensimmäiset kokemukset SEO-Akatemiasta ovat kertoneet, että asiakaslähtöinen myyntityö ja myynnin edistäminen avausjakson teemoina olivat oikeaan osuneet. Kauppiat pääsivät käsittelemään asioita, jotka ovat jo tähän saakka olleet heidän toimintansa kulkemakiviä. Kirjan oppi on muuten käytännöstä hankittu, oletteko sitä ajatelleet? Kanta-asiakas se on ollut maitotinkiläinenkin siihen aikaan, kun irtomaitoa myytiin suoraan tilalta. Ja parhaille asiakkaille voitiin silloin tällöin antaa kaupan päälle sitä parasta kermaa.

Uusien yrittäjien kiinnostuksen herättämiseksi SEO:n ja Lahden AMK:n käynnistämän yrittäjyyskoulutuksen kokemuksia jaetaan myös kentälle. Näitä kokemuksia pidämme arvokkaina koko huoltoasema-alan kannalta. On siis jotakin mitä odottaa.

## Oma hinta paras hinta

Hintakeskustelu kauppiaiden keskuudessa käy yhä korkeammin kierroksin. Kilpailuvirasto on saanut viime kuukausien aikana todellista tietoa kauppiaiden osto-



SEO-Akatemia kokoontui joulukuussa 2009 ensimmäiseen osioonsa.

hintojen tasosta ja öljy-yhtiöiden hinnoittelusta. Heille on liiton ja liiton käyttämien asiantuntijoiden välityksellä toimitettu lisätietoa. Esimerkiksi automaattiaseman käyttökustannukset on selvitetty heille tarkasti. SEO-verkosto palvelee näin koko kauppiaskuntaa tässä tärkeässä asiassa.

Hinnoitteluvallan luisuminen öljy-yhtiöiden käsiin on monen tekijän tulos, mutta siihen on puututtava niin kauan, kun omistajakauppiaiden omalla hinnoittelulla on vähääkään merkitystä. Osaamme kilpaillakin tarvittaessa, sen ovat osoittaneet lukuisat SEO-kauppiat vuosikymmenten kuluessa.

Nyt on tilanne kuitenkin mennyt sellaiseksi, että öljy-yhtiöt ovat

monopolisoineet halvimmat hinnat itselleen ja kovin epäreilulla tavalla. Sen vuoksi odotamme hintasioiden tarkemman tutkimuksen käynnistymistä. Parasta olisi, että tutkimuksen tekee viranomaistaho, joka pääsee tutkimaan öljy-yhtiöiden hintarakenteita. Sitä työtä ei voi ulkopuolinen konsultti tehdä.

## SEO:n uudet kauppiat hyötyvät vapaudesta

Polttonestekaupan työnjako on SEO-verkostossa hyvin selkeä. Osuskunta hankkii tuotteet ja neuvottelee edulliset sopimusehdot. Kauppiat tilaavat tuotteet ja vastaavat oman paikkakuntansa ja lähialueen myynnistä ja markkinoista. SEO:n toimintatapaan kuuluu myös polt-

toöljyn toimittaminen asemien tilausten mukaan suoraan asiakkaille. Tämä kaupankäyntimuoto on ollut iloinen yllätys monille uusille SEO-verkostoon liittyneille kauppiaille. Emme me tehokkuudessa häviä isojen yhtiöiden nettijärjestelmille, päinvastoin. Kauppias tietää tarkan päivän, milloin polttoöljy tulee eikä hänen tarvitse arvioida, onko se kolmen vai viiden päivän kuluttua.

SEO:n kenttätoiminnalla on työntäyteinen vuosi takanaan ja alkanut vuosi on yhtä vahvan oloinen. Kun samanaikaisesti on kymmenkunta lipunvaihtohanketta vireillä, kyseessä on merkittävä ilmiö. Liikikumppaniemme kanssa olemme onnistuneet tarjoamaan miellyttävän ja menestykseen kannustavan kokonaisuuden. Siinä, että menestys perustuu omaan työhön, ei ole mitään uutta. Siinä sen sijaan on, että menestymme yhteisellä ja vapaaehtoisella työllä. Juuri tämä vapaus on useimpien ja myös uusien kauppiaiden arvostuksessa ykköspaikalla.

Markku Kasurinen

**Odotamme hintasioiden tarkemman tutkimuksen käynnistymistä.**

# Kahdessa kuukaudessa 15 uutta sopimusta

Huoltoasemaverkoston kehittämisessä orgaanisesta kasvusta puhutaan silloin, kun kasvu tapahtuu lisämyynnillä olemassa olevissa pisteissä tai uusien yhteistyökumppanien liittyessä verkostoon. Sen sijaan yrityskaupoilla tapahtuvaa kasvua ei sanota orgaaniseksi eli luonnolliseksi kasvuksi.

Vuodenvaihteen 2009/2010 molemmin puolin suomalaiset perushuoltamat ovat yhä useammin valinneet yhteistyökumppanikseen suomalaisen SEO:n. Verkosto kasvaa koko Suomessa ja kaikista ketjuista virta vie SEO:n suuntaan. Vai mitä on sanottava listasta, jossa on kahdeksan Neste-asemaa, yksi Shell-asema, kaksi St1-asemaa, kaksi Teboil-asemaa ja jopa yksi ABC-asema?

Eteläisessä Suomessa listaa edustavat Hauho, Urjala ja Loimaa, Kaakkois- ja Itä-Suomessa Vehmersalmi, Juva, Lieksa, Savonranta ja Vartiala. Keskisessä ja Länsi-Suomessa seuraavat paikkakunnat ovat saaneet SEO-kauppiaan: Luhanka, Kuohu, Mäyry, Kivijärvi, Tikkakoski ja Lievestuore. Pohjoisessa ennestään runsaan asemaverkon rinnalle nousee Kemina.

SEO on tukevasti juurillaan eli kauppiaiden miehittämä verkosto, jossa kaikilla on tilaa



kasvaa. Polttoainejakelussa kasvulla on jonkin verran merkitystä, joskin varovainen pitää olla liian kovasta vauhdista. Laitetoimittajien ja kuljetusten kapasiteetin on pysyttävä kehityksessä mukana.

## Oikea filosofia valittu

Markkinatilanne huomioon ottaen suomalaiset itsenäiset kauppiat ovat oivaltaneet SEO-verkoston filosofian oikein. Paikallisesti muutenkin vahva kauppias voi paremmin ja kestävästi markkinaheilahtelut hyvin silloin, kun oma ketju ei vedä mattoa alta paniikkihinnoilla. Kun SEO:a ja sen kilpailijoita arvioidaan reiluudella, mittausten molemmat päät ovat nykyisin käytössä.

Vapaassa kilpailussa myös markkinoille pääsy ja sieltä poistuminen tulisi olla vapaata, mutta erilaisten investointi- ja litramääraisten kynnysten asettaminen kielii muusta. Sama koskee tehokkuuden mittaria - SEO kykenee turvaamaan maantieteellisesti niin laajan alueen polttoainehuollon, että sen vaikutus on kouraantuntuva. Tehokkuutta voidaan mitata myös palvelukyvyllä, ei asemakohtaisten myyntien nostaminen ole mikään mittari harvaan asutussa maassa.

# Savonranta jatkaa SEO:n väreissä

”Tuntuu siltä, että asiakkaiden mielestä on oltava jonkun ketjun alla”, Savonrannan huoltoaseman omistaja Juha Parkkinen pohdiskelee. Öljy-yhtiön vaihto tuli ajankohtaiseksi, kun vanha polttoainetoimittaja ei halunnut enää jatkaa sopimusta. Niinpä yhteydenotto SEO:n kenttämiehiin varmisti, että polttonestejakelu voi jatkua. Helmikuun alussa tuotiin ensimmäinen SEO:n toimittama polttoainekuorma.

Huoltoaseman palvelut ovat huippua, jamaaseudulla on osattava tehdä kaikkea, mitä kysytään. Peruspalveluihin kuuluvat kahvila, myymälä, lounas ja oma pizza. Asemalla on huoltotila, jossa onnistuvat pienkoneiden huollot, perämoottorit, moottorisahat ja leikkurit. Lisäksi tehdään rengastöitä. Polttoainejakeluun kuuluvat myös moottoripolttoöljy ja lämmitysöljyn välitysmyynti.

Lisäpalveluina ovat Matkahuolto ja Alkon tilauspalvelu. Asemalla ovat veikkauksen on-line-myynti ja tietysti kahvilassa RAY:n pelejä. Veneiden talvisiirtoja tehdään edelleen säilytystilojen salliessa.



Savonrannan SEO-asemalla tehtiin helmikuun alussa vielä viimeistelyä uusien liiketunnusten asennuksiin. Hyvät opasteet kertovat asiakkaille, että tunnettu valtakunnallinen polttoaineketju on valittu yhteistyökumppaniksi.

”Tulimme tänne vuonna 1981, ja olin alusta asti isälläni töissä”, Juha Parkkinen kertoo liikepaikan historiasta. ”Vuonna 2000 tämä yritys on ollut omissa nimissäni”, hän kertoo. ”Vierasta työvoimaa on yksi vakituinen kahvilassa, lisäksi vaimo tekee työtä yrityksessä, ja isä käy aamuisin auttamassa.”

Savonrannan kunta liittyi Savonlinnan kaupunkiin vuoden 2009 alussa. Lähin seuraava paikka on Kerimäki, jonne on 30 kilometriä. Tässä mielessä paikkakunnan ja kesäasukkaiden palvelut ovat arvossa. Savonrannassa on jonkin verran valmistavaa teollisuutta.



# Kumppani

## Gulfin asiantuntijat: Valitse dieselöljy oikein!

Gulf Oil Internationalin tiedotuslehdessä Orange Disc 19/2009 on selvitetty perusteellisesti Euroopan autonvalmistajien järjestön (ACEA) uusia voiteluaineluokituksia. Suomessa Gulf-voiteluaineita myyvän US-Parts Finn-Am Oy:n mukaan lisääntynyt dieselautojen käyttö tuo vaatavuutta asiakaspalveluun, sillä kaikki voiteluainemerkit eivät tarjoa ”koko palettia”. Voiteluainemerkkien kirjo on valtava, ja 7-8 eri luokitusta pitäisi löytyä myymälän hyllystä, jotta kaikille asiakkaille voidaan tarjota oikea voiteluaine.

- Tehdassuosituksien ja nettikeskustelujen välimaastossa on muistettava, että asiakkaan etu on tärkein. Esimerkiksi dieselautojen hiukkassuodattimet ovat melko herkkiä reagoimaan sopimattomaan öljyyn, myyntipäällikkö Jukka Repo muistuttaa. - Suotimen tukkeutumisen riskiä ei kannata ottaa, sillä kustannukset ovat yllättävän suuret.

## Uusi C-luokka tulossa

Uusimpien dieselmoottorien voiteluaineiden ominaisuuksien on vastattava Euro 4 ja 5 normien mukaista suorituskykyä. Uusien C-luokitusten tarkoitus on tarjota aiempaa luokitusta (ACEA 2007) parempia ominaisuuksia moottoreille, joissa on pakokaasun jälkikäsitteilylaitteet, kuten katalysaattori tai hiukkassuodatin. Valmistajien valinnat luokituksissa vaihtelevat, esimerkiksi ranskalainen PSA-ryhmä käyttää C2-luokan öljyjä, joissa on ”medium” SAPS (Sulphated Ash, Phosphorus, Sulphur eli silfaattiin sidottu tuhka, fosfori ja rikki), ja matala HTHS-arvo (High Temperature High Shear eli viskositeetin pysyvyys korkeassa lämpötilassa). Näillä ominaisuuksilla vaikutetaan kuonan kertymiseen, kulutuskestävyyteen ja polttoainetalouteen.



US-Parts Finn-Am Oy:n markkinointipäällikkö Kim Blomberg ja myyntipäällikkö Jukka Repo.



Esimerkiksi PSA-ryhmän autoihin suositus on Gulf Formula LEF 5W-30, kun taas Renaultin käyttöön soveltuva uutuus on Gulf Formula RNX 5W-30.

- Uuden 3-tiekatalysaattorit eivät siedä hiukkasia ollenkaan, ja näitä laitteita alkaa olla markkinoilla, esimerkiksi BMW:n moottoripyörissä vuodesta 2008 alkaen on tällainen uudentyyppinen pakokaasujen käsittely, markkinointipäällikkö Kim Blomberg kertoo. - Gulfin öljytarjonnan vahvuus on juuri siinä, että meillä usin teknologia tuottaa nopeasti oikeat tuotteet kehittyviin vaatimuksiin.

## Gulf-asemien verkosto

Keväällä 2008 polttonestejakelu aloitettiin Gulfs-ryhmän alla. Verkostoon on liittynyt kymmenkunta asemaa, kaikki miehitettyjä ja huoltopalveluilla varustettuja. Gulfin lupaus onkin mennyt hyvin läpi myös mediassa, sillä Gulf-asemista puhutaan usein aivan oikein - perinteisinä palvelevina huoltoasemina.

- Nyt on työn alla kymmenkunta asemaa, myyntipäällikkö Jukka Repo mainitsee.

- Kysyntä lisääntyi selvästi syksyllä olleen Kauppa-lehden jutun jälkeen, Kim Blomberg vahvistaa.

- Nämä asemat sijaitsevat usein maaseututaajamissa ja ovat monen kylän elinehto. Jos kauppa, koulu ja huoltis lopettavat, kylät kuolevat, Jukka Repo pohtii puolestaan viimeaikaisia tapahtumia ja maaseutumaisen ympäristön elinvoimaisuutta.

- Meillä on tavoitteena saada naiset ja nuoret innostumaan taas huoltoasemista, sen vuoksi järjestämme erilaisia tapahtumia, markkinointipäällikkö Kim Blomberg lisää.

US-Parts on mukana Gulf-tunnuksin perinteiseen tapaan Ahvenistolla Historic Grand Race -tapahtumassa. Rallin SM-taistossa Gulfin värit näkyvät Juha Salon ja Ari Vihavaisen ajokeissa.



US-Parts myymälässä Holkkitiellä Helsingissä asioivat monet lähialueiden kauppiat.



Kauvatsan Gulf-asemalla kesällä 2009 järjestettyyn autoilutapahtumaan saapui runsaasti väkeä ihastelemaan amerikanautoja. Gulf Miittinki eli Vanhan liiton harrasteajoneuvojen kokoontuminen toi Kauvatsan Gulf-huoltoasemalle 70-80 ajoneuvoa. Aseman yrittäjä Vesa Rantanen ja hänen isänsä Raimo Rantanen olivat tempauksessa innolla mukana.

Gulfin säiliöajoneuvot olivat näyttävästi esillä Gulfin kansainvälisen asiakaslehden Orange Discin numerossa 21/2009.

Pienemmässä kuvassa vm. 1937 säiliöauto, joka on vierailut useiden asemien avajaisissa.

Oikealla Oil Finn, joka jakaa polttoaineita veneasemille, saaristossa ja myös veneisiin.

entre (shown, bottom).  
ened in late June,

constantly expanding lubricant portfolio and new Gulf MultiAuto car care range are also opening doors to new customers. With this expansion in products offered by the Gulf brand retail expansion in Finland looks set to grow and grow.



# Hauhon huoltoasema perinteinen ja palveleva

Lahden ja Tampereen välinen valtatie 12 kulkee Hauhon kirkonkylän vierestä. Perinteistä tunnetun pitäjän huoltoasemapalveluista vastaa Saastamoisen perheyrittäjä. Huoltoaseman palvelu elää tätä päivää ja kuuluu maassamme niiden noin 400 huoltoaseman ryhmään, joissa on täysi palvelu. Yrittäjä Kari Saastamoinen teki vastikään sopimuksen uuden polttoainetoimitajan SEO:n kanssa, kun edellinen sopimus päättyi. ”Se on sit SEO”, oli yrittäjän poika Marko tokaissut, kun uudesta ketjusta hänen mielihpidettään kysyttiin.

## Yleishuolto, pienkoneet

Huoltoaseman hallista vastaa yrittäjän poika Marko Saastamoinen, jolla on lisäksi perusteellinen kokemus ja kurssilla haettu uusin tieto pienkoneiden huollosta.

- Marko käy usein maahantuojaan koulutuksessa, kun uusia laitteita tulee markkinoille, Kari Saastamoinen kertoo. Uusien koneiden osaminen antaa hyvän pohjan toimia

myös muiden pienkoneiden kanssa. - Näitä on moottorisahoista ajoleikkureihin, ja autonhuoltoa teemme yleishuollon tasoisina, lisäksi rengastöitä, jotka ovat kysytyjä palveluita myös alueen mökkiläisten keskuudessa. Keväällä otetaan täältä kesärenkaat alle ja syksyllä ne jäävät tänne säilytykseen, yrittäjä kuvaa hyvää logistista ratkaisua.

Marko Saastamoinen on toiminut asemalla yli 10 vuotta, ja yrittäjän vaimo hoitaa kahviota, niin että vierasta työvoimaa ei ole tarvinnut käyttää.

## Palveluasenne kannattaa

Hauhon SEO:lla toimii automaatti sunnuntaisin yksin vastuussa, sillä yrittäjän mukaan kylällä baaria ei kannata silloin pitää auki. Samalla perhe saa vapaapäivän askareistaan. Hauholaisten ovat ottaneet uuden ketjun hyvin vastaan.

Asiakkaita mennään palvelemaan aina, kun on tilaisuus. Vähäinen hinnat ei vakioasiakkaita karko-

ta, ja Tampere-Lahti-tiellä riittää automaattitarjontaa halvimmalla hinnan perässä vedettävälle. SEO-yrittäjäskortteja on vaihdettu ”aika reilu määrä”, ja yrittäjiä miellyttää SEO:n toimintatapa, jolla asiakkaat saavat laskutusvaiheessa pienen alennuksen. Tämän avulla korttia on helpompi markkinoida ja asiakasyrittäjä voi käyttää sitä koko maassa.

- Voiteluainemerikiksi olemme ottamassa Gulfia, joka on hyvä vaihtoehto ja esimerkki kauppiaiden vapaasta valinnasta, Saastamoinen vielä kehuu uutta yhteistyökumppaniaan. Erikoisöljyjä hän pitää myös kysynnän mukaan, kuten 2-T ja moottoripyöräöljyt.

Kilpailu päätien varrella on riittävän kovaa, sillä lähiympäristössä ovat Tuuloksen kauppakeskus Tuulonen ja Koskisen Jarin SEO, Aitoon ja Pälkäneen kylttien kohdalla on useita asemia. Hauho kuuluu nykyisin Hämeenlinnaan, ja ”kaupunkilaisille” on siis tarjolla hyvät palvelut etäämmällä kaupunkikeskustasta.

# Jyväskylästä länteen Korjaamo Kuohulla

Muutama vuosi sitten Kuohun huoltoasema siirtyi Kimmo Salosen ja Maarit Lehtosen omistukseen. Edellisen yhtiön sopimusta oli vielä jäljellä, ja valintatilanteen ollessa edessä ratkaisua oli jo mietitty, varsinkin kun Kimmon kumppanilla oli aikaisempaa kokemusta ja näkemys huoltoasemista.

- Tämä oli se viisain ratkaisu, Kimmo Salonen arvelee. - Öljy-yhtiöiden hommissa alkaa tulla niiden omia ohjeita, eikä niitä tämän marginaalisen polttonestemyyntein katteen lisäksi oikein kaivata.

Kuohulla korjaamotoiminta on perinteistä työtä ja yrityksen pääasia. Siksi automaatti hoitaa polttonesteen rahastuksen toistaiseksi.

- Kahvia kyllä saa take-away-muokiin ja pari jakkaraa on pienessä myymälä- työnvaastanottopisteessä.



Kuohun pajan pihaa nykyisin valaisevat SEO-kyllit näkyvät hyvin Jyväskylä-Keuruu -tielle.

Rakennusta suunnitellaan remontoitavaksi ja korjaamoa laajennettavaksi. Myös raskaankaluston D-pistettä asiakkaat ovat kyselleet, mutta kustannukset mietityttävät. Asemalla työskentelee myös Kimmon pojat, oppisopimuslainen ja yksi vieras työntekijä.

- Saimme SEO:n toiminnasta erittäin hyvän kuvan, siellä ajatellaan asioita yrittäjän kannalta, Kimmo Salonen kiittää. Esimerkkinä hän

mainitsee projektipäällikkö Tero Riuttamäen toiminnan aseman teknisissä muutostöissä.

Kuohun korjaamo on samalla hyvä malli uuden yrittäjän mahdollisuuksista huoltoasema-alalla. Liiketoimintaan tarttumisen ja sen kehitysmahdollisuuksien näkeminen ovat välttämättömiä, tai kuten Salonen toteaa:

- Jos et mitään tee, aika menee ohi.

# Lieksan hintapeli arvoituksena SEO vahvisti asemiaan Pielisen Karjalassa



Lieksan Rautia K-Maatalouden polttonesteautomaatti sai SEO:n värit tammikuun puolivälissä. Kuva: Antti Öystilä.

Yksityisten kauppiaiden merkitys polttoainejakelussa kasvaa entisestään, kun isojen öljy-yhtiöiden verkostorakenteita uudistetaan. Näin Lieksassakin, jossa aloitti jo toinen SEO-asema vuoden sisällä. Rautia-ketjuun kuuluvan Öystilä Oy:n polttoainejakelu tuli valintatilanteen eteen edellisen öljy-yhtiön sopimustilanteen jäätyä vuoden 2009 marraskuussa lopulta vaille ratkaisua, joka olisi ollut kauppiaille kannattava. Tunnuksettoman ketjun sijaan yli 60 vuotta toiminut yksityinen rautakauppiasperhe valitsi suomalaisen kauppiasvetoisen brändin.

- Katseet kääntyivät jo aiemmin SEO:n suuntaan, kun keväällä ratkaisunsa tehneen Osmo Korkalaisen kanssa oli puhetta tästä vaihtoehdosta, Antti Öystilä kertoo taustoisista.

- Edellisen polttoainetoimittajan kanssa jatkaminen oli tosin mahdollista, mutta ketjun merkkiä tähän pisteeseen ei olisi jäänyt näkyviin. SEO:n periaatteet olivat toisenlaisia, kauppiasorganisaatiolla on parempi ja tasavertainen periaate. Uudet tunnisteet saatiin pikavauhtia paikoilleen joulun alla. Vaihdistilanteessa asiakkaat saivat uudet käteisalennuskortit aikaisempia kanta-asiakaskortteja

korvaamaan, ja niitä jaettiin ahkerasti. Antti Öystilän mukaan alku on sujunut positiivissa merkeissä ja ketju on otettu asiallisesti vastaan. Asiakkaatkin ovat mieltäneet SEO:n rehelliseksi suomalaiseksi polttoaineketjuksi.

- SEO:n kenttäpäällikkö Kari Kyllönen oli hyvin selvittänyt asiat, ja haastavimpana oli hieman yllättäen Luottokunnan sopimus, johon vielä pankkilakko toi omat ryppynsä, Öystilä selvittää kokemuksiaan. - Itse sopimukset saatiin nopeasti, ja onneksi voitiin tilapäisesti käyttää rautakaupan myymälän numeroa polttonestetoiminnan aloittamisessa, niin saimme kortitkin pelaamaan ajoissa.

## Öystilä Oy toiminut yli 60 vuotta

Öystilä Oy aloitti toimintansa 1948 Polvijävellä, perustajana Gunnar Öystilä. Polttoainejakelua harjoitettiin jo Polvijärvellä K-lipun alla 1950-1960-luvulla. Yritys on ollut koko toimintansa ajan K-lipun alla. Öystilä Oy aloitti Lieksassa 1966, jolloin avattiin K-tavaratalo Pielisentiellä. Vuonna 1973 avattiin maakunnan ensimmäinen itsepalvelurautakauppa, K-rautahalli ny-

kyisen Rautian paikalle. Sukupolvenvaihdos suoritettiin 1987 Gunnarin jäädessä eläkkeelle, kauppiaksi siirtyi poika Ilpo. 2001 Öystilä Oy siirtyi Rautia-ketjun kaupaksi, joka liiketyypinä sopii Lieksaan erinomaisesti.

Polttonestekaupan Öystilät aloittivat jo 1970-luvulla, jolloin alan käytännön mukaan kaikki asemat olivat miehitettyjä ja maksu suoritettiin kassalle. Kortti- ja seteliautomaatit yleistyivät vähän kerrassaan erilaisten kauppojen yhteydessä toimivissa jakelupisteissä. Monipuolinen K-tavaratalo toimii nykyisin Rautia K-Maatalouspisteenä. Polttoainekaupan lisäksi myydään monipuolisesti voiteluaineita, jotka tulevat nykyisiltä Keskon sopimustoimittajilta Mobililta ja Shelliltä.

Ketjun mukaisen toiminnan lisäksi Öystilä Oy:llä on vahva pienkone-myynti, perämoottorit, veneet ja kelkat.

- Bensiniikauppa on meille hyvä täydentävä palvelu, joka liittyy pienkoneisiin. Myös moottorikelkat pääsevät jäältä tankille. Näille turisteille löytyy myös varaosia, kuten variaattorin hihnaa ja muuta tarpeellista, Antti Öystilä korostaa tätä tärkeää palvelua.

## Tehoa ja tavoitteita kampanjoille Impuls+ palvelee SEO-kauppiaita

SEO KAMPANJOI vuonna 2010 tuotekampanjoiden ja muiden erilaisten ostoehtojen muodossa. Yhteistyökumppanina kampanjoinnissa toimii brändituotteiden logistiikan osaaaja Impuls+, jonka kautta SEO:n kampanjat pääasiallisesti toteutetaan.

PALAUTE Impuls+ kanssa tehdyistä kampanjoista on ollut positiivista. Kampanjoista ilmoitetaan kauppiaille aina erikseen, minkä lisäksi myyntiedustajat ja puhelinmyyjät ovat yhteydessä suoraan asemille. Mainosmateriaalia toimitetaan kaikille niille, jotka osallistuvat kampanjaan.



*Mikä on Impuls+ SEO-yhteistyön kantava idea, myyntipäällikkö Marko Nieminen, Impuls+?*

- Yhteistyön kantava idea on huolehtia onnistuneesta kampanjasta alusta loppuun eli materiaalin tekeminen ja toimittaminen, kilpailukykyisten ostoehtojen antaminen ja tuotteiden myynti. Onnistunut kampanja kohtaa kuluttajan pisteessä ja tuo lisämyyntiä ja lisäarvoa kaikille.

*Mitä on tehokkuus kampanjoinnissa?*

- Tehokas kampanja on silloin, kun se ottaa huomioon mm. seuraavat seikat. Kampanjatuotteet ovat tunnettuja ja ajankohtaisia, kampanjat ovat esillä pisteissä hyvin eli kuluttajan on ne helppo havaita. Kampanjamateriaalia kä-

tetään hyväksi. Lisäksi paras teho saadaan kampanjoista irti, kun ne ajoitetaan oikein esim. TV-Mainonta ajankohtaan, uutuuksilanseeraus ajankohtaan jne.

Kampanjoiden lukumäärässä ei sinällään ole mitään yhtä oikeaa vastausta, kunhan huolehditaan, että kampanja-ajat ovat tarpeeksi pitkät (ei 2-4:n viikon kampanjoita), samankaltaisilla tuotteilla ei kannata kampanjoida samaan aikaan (ei esim. 2:ta saman tuoteryhmän kampanjaa yhtäaikaan).

- Tehokkuus tai kampanjan oikea-aikaisuus voi olla mm. juuri lanseerattavan SUOMIKLASSIKOT levysarjan myymistä omalta SEO asemalta. Kysymyksessä olevassa kampanjatuotteessa on ainutlaatuinen ja ennennäkemätön sarja suomalaisten huippuartistien laadukkaita levytyksiä ja kyseistä sarjaa tullaan myymään ainoastaan 200:sta eri pisteestä Suomessa. Keräilyinnostus on nouseva trendi ja SUOMIKLASSIKOT ja SEO liittyy aika hienosti yhteen. Sarjan levyt 1-5 ilmestyvät 17.2.2010. Kuluttajahinta 7,95.

*Millaiset tavoitteet kauppias voi asettaa itselleen?*

- Kauppias voi asettaa itselleen mm. seuraavia tavoitteita:

- Kampanjatuotteiden ja materiaalin hyvä esillepano
- Lisämyynti ja voluumin kautta myös lisäkate

Kuluttajan silmissä hyvin hoidetut kampanjat tuovat elävyyttä myymälään ja vahvistavat koko pisteen mielikuvaa kuluttajan silmissä.

*Mitä kampanjointi maksaa?*

Kauppiaille kampanjointi ei maksa mitään. SEO vastaa materiaalin valmistus kustannuksista. IMPULS+ vastaa tuotteiden myymisestä aiheutuvista kustannuksista ja ostoehtoista neuvottelemisesta.

*Onko puoti parempi kuin "shop"?*

Samaan aikaan SEO-Baarin kanssa markkinoille tuotu SEO-Puoti tukee kampanjoita ja erottuu myymäläympäristössä omaksi ryhmäkseen. Muita SEO-myyvälän tuoteryhmiä ovat erimerkiksi autotarvikkeet, voiteluaineet ja kemikaalit.

*Miksi SEO-Puoti on parempi kuin "shop", SEO:n kenttäpäällikkö Kari Kyllönen?*

- Kaikki ovat lähteneet siitä, että SEO on "suomalainen", puhumme suomea, ei shoppeja eikä truck pointeja. Puoti kuvaa myymälää monipuolisemmin kuin brändikonsepti. SEO-kauppiaille on mahdollisuus ottaa SEO-Puoti käyttöön nopealla aikataululla. Puotivalikoiman toimittajina ovat Impuls+ ja muut kampanjakumppanit.



# Toteemin timpraamisesta eli sopimuksen veistämisestä

Intiaanipäälliköllä oli neuvottelut meneillään uuden yhteistyökumppanin löytämiseksi, joten kylän arvostettu johtaja Mittava Katse kavoivoi huovat esiin ja laittoi eetteriin viestit vetämään. Eipä aikaakaan, kun hakukone ilmoitti tuloksensa - kolme tarjokasta saatiin. Koska Mittavan heimo oli kasvavaa sorttia, voitiin valita todella kiinnostavista vaihtareista. Mittava Katse oli kauppapuolen tuntijoita, ja heidän palvelunsa olivat laajasti tunnettuja, kuten hevosten sukimalaite ja sähköhuopien pikalatauslaite.

Ensimmäisellä, peräti kaksikolla, kutsukaamme heitä brändiksi "Manhattan", oli tarjolla kaupan tekijäisiksi kunnan paloviinaa, jolla perhekunta pärjäisi rattoisasti pitkän talven yli. Muutoin Man ja Hattan olivat sitä mieltä, että Mittava Katse tarvitsee uudet välineet saadakseen saalista huonekunnalleen eli asiakkaita tiipiireviiriinsä. Uudenmallinen pilviä hipova toteemi piti laittaa, jossa valo loisti pree-rian toiseen laitaan saakka. Man ja Hattan pinosivat itsensä pääl-

lekkäin ja osoittivat, miten korkea toteemista tulisi. Silloin asiakkaat löytävät pimentyneeksi illaksi oikeaan paikkaan eivätkä harhaudu muihin tupiin, selvostivat. Uusien kulkijoiden houkuttelemiseksi tarjottiin vielä kanta-astujaetua ja lisäapetta nelivetoisille.

Olipa tarjous, tuumi M. Katse ja suuntasi tarkkaavuutensa seuraavaan konseptiin eli liisinkitiipiisiin. Tarjouksen tekijä, Ken Taki oli tunnettu kanaruokien valmistaja, ja hän tarjosi lyömätöntä konstia vakuuttaa asiakkaat paremmasta fiilingistä. Kentsun porukka roudaisi paikalle uudet myyntitulet, joilla eväät kypsyvät herkullisiksi. Luonnollisesti kaikesta menisi pieni maksu, mutta eihän kaikkea hyvää saa ilmaiseksi. K. Taki sanoi olevansa valtakunnan ja ylikin suurin kanakokki ja pystyvänsä sen vuoksi hoitamaan siivet, koivet ja rinta-palat suoraan farmilta fileeksi. Toteemiin tuli vain uusi verhoilu eli K. Takin käännetty versio, ja samaan kauppaan kuului myös moteemi.

Huh näitä ankkalammikon kasvatteja, Mittava päivitteli, miten noita nyt vertailee keskenään. Kolmas pelimies vaikutti mielenkiintoiselta, hän kyseli, miten Mittavan kehittämä automaattisukalaite on toiminut ja onko paljon ollut langattoman huovan kyselijöitä. Sit-ten tämä osuuskuntakoulun, se on A-Kate-Mian kouluttajana toimiva heppu vain jutusteli, että heillä on uusi vähäsavuisempi huopaverkosto toiminut hyvin ja sukimisen yhteydessä syntyvien kokkareiden keruukin mietitty uudelleen. Toteemit ja moteemit arvoisa Mittavan väki voisi hoitaa muita edullisemmin, ja lisäksi he saisivat kokkareet takaisin puristettuna talven lämmitystä varten.

Niinpä toteemiin tuli uusi viipale, joka kertoi paremmasta verkostosta ja lämpimästä tunnelmasta myös talviaikaan, siinäpä oli aihetta kokkareille.

Tarjouksiin tutustui

Reisbook

## Osmo Korkalainen: Valtio rankaisee yrittäjää Lieksassa

Lieksan katukuvassa kaikki näyttää yrittäjyyden kannalta normaalilta, mutta kaksi öljy-yhtiöiden hinnoittelemaa automaattia käyttäytyy täysin epäloogisesti. Lieksaan on kalliimpi rahti kuin Joensuuhun, ja silti automaattien myyntihinta on alhaisempi. Kauppiaiden mukaan öljy-yhtiöiden keskinäisellä noki-tuksella ei ole voittajaa. Asiakkaiden hintamielikuvat sillä saadaan epäileviksi, ja tästä kärsivät sekä öljy-yhtiöt että kauppiaat. - Valtion yhtiön toiminta täällä on ihmetyttänyt kohta koko vuoden,

sanoo keväällä 2009 SEO-ketjuun siirtynyt Osmo Korkalainen. - Meitä rankaistiin itsenäisestä yrittämisestä kovasti, alussa yhtiön jäljelle jäänyt automaatti pudotti lähes 10 senttiä yksityiskauppiiaan ostohinnan alle, ja usein hintaeroksi tuli nelisen senttiä, Korkalainen täsmentää. Hänen mukaansa hinta-ongelmaa ei ollut niin kauan kuin hän kuului vanhaan ketjuunsa. Sen vuoksi hintakilpailu on keksitty etelässä, ja valtion yhtiö ja yrittäjä joutuivat napit vastakkain. Kummallisinta kaikessa on, että SEO:n

toimittama bensiini tulee sekin samasta jalostamosta.

- Jonkun ison herran varpaille tässä on varmasti vahingossa tallattu, ei tähän mitään järjellistä selitystä ole, hän kuittaa lopuksi.

Helmikuun alussa hintakilpailu oli siirtynyt maltillisemmaksi, ja automaatti myi samalla hinnalla kuin kauppiiaan sisäänostohinta. Myös SEO-kauppiaat odottavat mielenkiinnolla, miten kilpailuvirasto suhtautuu öljy-yhtiöiden hintatemppeiluun.

## SEO henkilökunta

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

Ulla Lindström, talouspäälikkö  
(03) 883 0610

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

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

Tero Riuttamäki, projektipäälikkö  
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

## Perheyhtiössä kolmen polven omistajat Vanha Unska on nyt SEO

Perheyrittäjyyden helmeiksi voidaan sanoa Juvalla sijaitsevaa ja kolme vuosikymmentä toiminutta Tolvasten huoltoasemaa. Kahden veljeksien, Rauno ja Veikko Tolvasen lisäksi omistajiin kuuluu aseman nykyinen vetäjä Tero Tolvanen ja vielä Teron sisarenpoika Eros, joka täyttää huhtikuussa 3 vuotta. Nuorena vitsa väännettävä, ja niin teki Tero itsekin, jonka työura alkoi 13-vuotiaana - nyt hän on kolmekymppinen!

Tero Tolvanen esittää keskustelun aluksi kysymyksen, missä muualla näin pienellä alueella ovat kaikki valtakunnalliset ketjut läsnä? Toden totta, 5-tietä saavuttaessa ja Savonlinnaan käännyttäessä on viisi kylttiä, ja pien keskustan jälkeen tämän vuoden tammikuusta alkaen myös SEO-asema.

### Laskemalla se on selvää

Sopimuskausi oli Juvalla katkolla, ja öljy-yhtiö olisi halunnut jatkaa polttoainetoimittajana. Harkinta kesti useamman kuukauden, kun kesästä asti mietittiin, mitä vuodenvaihteessa tehdään. Kauppiaan kannalta SEO tarjosi vaihtoehtoja. Lopullinen selvitys laskelmassa tuli, kun ryhdyttiin ynnäämään kanta-asiakasjärjestelmän kustannuksia, korttilaskuja ja markkinointimak-suja.

Polttoaineen myynti pienemmällä katteella ja halvemmalla hinnalla on mahdollista, kun kauppiaan ei tarvitse maksaa ylimääräisiä kuluja. Säästö oli tuhansia euroja vuodessa.

- Yhteistyö SEO:n kanssa on mukavaa, kun siellä kuunnellaan kaup-



Vanhan Unskan profiilissa on jotakin tuttua, 1980-lukulaisuutta, sanoisimmeko? Uusin SEO-värein komeileva huoltoasema on toiminut samalla paikalla yrittäjävetoisesti jo 30 vuotta.

piasta ja ollaan mukana eikä pelkää sanota että koeta pärjätä siellä kentällä, Tero Tolvanen tiivistää vaihdosprosessin kokemukset. - Tämä on hyvä systeemi, kun ongelmia pyritään ratkaisemaan yhdessä. SEO:n tapauksessa nekin näyttävät olevan enemmän ulkopuolisten juttujen yhteensovittamista, kuten verkkoyhteyksiä, hän vielä lisää.

### Normi huoltoasema, kun asiakas tulee sisälle

Vanha Unska Oy on perinteinen, palveleva huoltoasema, jossa on tarjolla autohuoltoa, polttoainetta, tarvikkeita ja varaosia, kahvia ja ruokaa. Huoltohalli on vuokratuna yksityiselle yrittäjälle, jonka kanssa on vireillä muutos työsuhteiseksi, ja samalla pohditaan ryhtymistä korjaamoketjuun nykyisen yleishuoltotoiminnan sijaan. Asian

vaatimat investoinnit ja koulutus kannattavat, kun samalla markkinoidaan parempaa palvelua ja osaamista.

- Voiteluainepuolella olen ottamassa sisään Gulfia, Tero Tolvanen suunnittelee. Tämä on ymmärrettävää, sillä seudulla on sekä maataloutta, erilaisia kuluttajia ja veneitä, joille hyvä öljyvalikoima on tarpeen. Myös polttoöljyn välitysmyyntiä on tarkoitus kehittää.

Kahvilassa Tero Tolvanen on toiminut Kotipizza-yrittäjänä jo 10 vuotta, vaikka on koulutukseltaan ajoneuvoasentaja.

- Käytännön kautta nämä asiat oppii, hän naurahtaa. Myymälässä ja kahvilassa on kaksi vierasta työntekijää, hänen vaimonsa käy auttamassa, samoin vielä toimitusjohtajana oleva isä-Rauno, vaikka siirtyikin jo eläkkeelle.

- Toiminnan kehittämisessä on tällä paikalla järkeä, ja markkinoinnin me osaamme, Tero Tolvanen kuvaa. Kesäkaudella yli 7.000 asukkaan Juvan asukasmäärä kaksinkertaistuu loma-asukkaiden ansiosta. Lisäksi Rantasalmen ja Sulkavan matkalaiset kulkevat Juvan kautta.

Juvalaisilla on kosolti matkailuhankkeita vireillä. Ruokalistat ovat Tolvasilla olleetkin neljällä kielellä, mutta kielikursseillekin on kohta tilausta.

- Kassalla on pian osattava englantia ja venäjää suomen ja ruotsin lisäksi, Tero Tolvanen aprikoi.

