

Energiaa

Suomalaisen Energiaosuuskunnan lehti ■ Nro 2 ■ Huhtikuu 2011

seo.



Paras on pysynyt parhaana
SEO:lla uusi toimitusjohtaja
Muoniossa laajennuttin
Rolls Express Lievestuoreelle
Gulf vie Silverstoneen
Onnistumisen mittarit vihreällä
Eatech tuo joustavuutta

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

SEO:lla onnistunut vuosi 2010	
Kauppiaalle paras pysynyt parhaana	2
Mika Määtän alkukiihdytys	
SEO:n uudella toimitusjohtajalla	
ajatuksia kustannustehokkuudesta	4
SEO Muonio laajensi ”Autoilijan	
keitaaksi”	6
Rolls Express -hampurilaisravintola	
tasapainotti ruokatarjonnan	
Lievestuoreella	8
Gulf Oil vie LeMans -kisaan	
Silverstoneen	9
Osuuskunnan onnistumisen mittarit	
vihreällä	10
Eatech tuo joustavuutta itsenäisten	
Kauppioiden kassajärjestelmiin	12

Painopaikka

FORSSA PRINT



KANSI: LP Autohuolto Oy uudisti ja laajensi Muonion SEO-huolto-aseman nykyaikaiseksi taukopai-kaksi.

SEO:lla onnistunut vuosi Kauppiaalle paras on pysynyt parhaana

Omaa saa aina kehua, tämä pätee hyvin SEO:n toimintaan viime vuosi-na. Meillä on kolme tyytyväisyyden aihetta - markkinaosuus, verkosto ja talous. Supistuvilla markkinoilla SEO:n litrat pysyivät selkeästi nous-sussa ja verkosto säilyi 200 aseman tuntumassa saneerauksista huolimatta.

Osuuskunnan taloudellinen asema vahvistui niin, että kauppiaalle voitiin palauttaa aiempaa suuremmat vuosihyvitykset, yhteensä yli 900.000 euroa.

Mihin osuuskuntamme menestys nojaa? Kauppioiden tuoma luottamus ja panos yhteiseen toimintaan on erittäin tärkeä. Sitä saattaa olla vaikea rahassa tai markkinaosuudessa mitata, joten kuvaan sitä näin: päätökset ja isot linjaratkaisut tehdään yhdessä, ja kauppiat ovat sitoutuneita niitä toteuttamaan. Osuuskunnan talouden hallinta perustuu hyvään budjettikuriin, sillä minkä kauppiat ovat päättäneet, siinä myös pysytään. Toisaalta kasvutavoitteisiin on voitu panostaa riittävästi. SEO-verkostoa on karsittu paikka paikoin, kuten muutkin yhtiöt näyttävät tekevän. Asemien keskimääräinen myynti on lähtenyt nousuun.

Kuka määrää SEO:ssa? Vapaus ja valta kulkevat käsi kädessä SEO:n toiminnassa. Kauppiat ovat valinneet osuuskunnan omakseen vapaasta tahdosta. Heillä on myös valta päättää osuuskunnan asioista. Itsenäisen kauppiaan tärkein tunnusmerkki onkin siinä, että hän tuntee ja tietään ketjun suunnitelmat ja voi ottaa ne huomioon oman kaupankäyntinsä suunnittelussa. Yhtiömme ei tule puun takaa uusilla keikauksilla, joissa kauppiaskunnalla sitten olisi sulatteleminen.

vuosi 2010 kas maana

Missä voimme vielä parantaa? Yhteiset tavoitteet ovat olemassa, ja yhteiset resurssit ovat kaikkien tiedossa. Henkinen kantti on yksityisillä yrittäjillä huippuluokkaa, sitä riittää vaikka muille jakaa. Ehkä meidän pitäisikin tehdä niin - siis lähteä ulos markkinoimaan SEO:n toimintaa terhakammin. Aloitetaan omasta pitäjästään ja mennään naapurikunnan puolelle. Kun tulee kollega vastaan, jatketaan viestin viemistä eteen päin yhdessä, ja kun kohdataan oikein isot markkinat, kävellään porukalla isompien asiakkaiden luokse. Osuuskunnan varsin kohtuulliset markkinointipanostukset saadaan yhdessä moninkertaiseksi, kun otetaan huomioon kauppiaiden panostukset omalla asemallaan ja lähiympäristössä.

Mitä muut meistä ajattelevat? Emme olisi suomalaisia, jos emme ajattelisi tätä kysymystä. Nyt meidän aikamme on tulla ulos myös tutkimalla, miten voimme tehdä itseämme paremmin tykö. Suomessa on jäljellä noin 500 yksityistä huoltoasemayrittäjää. Yli neljännes heistä on jo mukana SEO-verkostossa. Joka vuosi tulee 50-100 kauppiasta tienhaaraan, jossa päätetään, vieläkö jatkaa entisessä verkostossaan, joka mahdollisesti kilpailee yhtiön omilla liikepaikoilla verkoston itsenäisiä kauppiaita vastaan. Näille kauppiaille on selvä tilaus: valitse vapaus, valitse itsenäisyys ja valitse rehti suomalaisuus. Vuonna 2011 mukaan on tullut jo kolme uutta asemaa, ja lukuisia neuvotteluja on ollut kevättalvella käynnissä.



Mikä kortti on paras? Korttikeskustelu on jäänyt polttoainelaatujen kysynnän varjoon. Kuluttaja on sitten huomannut, että olennaisempaa on varmistaa hyvät tuotteet ja hyvä palvelu ja hinta on sittenkin pienempi tekijä vaakakupissa. Nyt on ryhdyttävä valistamaan kuluttajia, että rahan lainaaminen polttoaineen myyjälle ja saaminen osittain takaisin seuraavassa tai sitä seuraavassa kuussa ei olekaan kovin älykästä taloudenhoitoa. Suora hinta ja suora alennus on parempi kuin pikku summien edestakaisin siirtely - sekin maksaa ja on yhteisestä tuloksesta pois.

Mihin asti pääsemme? Tämä on SEO:n 34. toimintavuosi. Osuuskunnan organisaatio on pysynyt samana. Tämä on vahva merkki siitä, että jotain on tehty oikein. Kauppiaiden päätösvallassa on, mihin seuraavat tavoitteet asetetaan. Tavoitteissamme on myös osallistua koko maan energiatalkoisiin. Kannamme kortemme kehoon, ja käytämme uusiutuvia polttoaineita yhteisesti sovitujen pelisääntöjen mukaan.

Kuka ties alkuperäinen nimenemme, Suomalainen ENERGIAosuuskunta kannustaa meitä parantamaan ponnistelujamme tälläkin saralla.

Uusi toimitusjohtajamme Mika Määttä on talousmies ja hyvä organisaattori. Osuuskuntamme ansaitsee tulla johdetuksi päteillä voimilla. Kauppiat ovat jo toivottaneet Mikan tervetulleeksi maaliskuussa tehdyillä kauppiasvierailuilla. Nyt kun olemme toivottaneet Harri Vuontelolle menestystä uudessa työssään - sekin on kauppiaiden omistama organisaatio - saamme ottaa vastaan Mika Määttän panoksen osuuskunnan tulevaisuuden hyväksi. Toivotamme hänet tervetulleeksi kauppiasjoukkoon!

*Markku Kasurinen
hallituksen puheenjohtaja
SEO-kauppias vuodesta 1991*

Mika Määtän alkukiihdytys

SEO:n uudella toimitusjohtajalla ajatuksia kustannustehokkuudesta



Siirryttyään alueellisesta toiminnasta valtakunnallisen organisaation vetovastuuseen hän on myös pannut merkille, että isommissa kaupungeissa ja pääteiden varsilla jakeluasemia ja niiden keskittymää tuntuu olevan riittävästi ja jopa päällekkäisyyksiä on syntynyt.

- Paikoitellen voi puhua selvästä ylikapasiteetista, mikä viime vuosina alalla tapahtuneiden yrityskauppojen jälkeen todennäköisesti johtaa saneerauksiin, Mika Määttä päättelee.
- Kun mennään pienemmille paikkakunnille ja harvaan asutuille alueille, on pidettävä jo silmällä tankkauspaikkojen sijaintia.

SEO tarjoaa helpotusta ketjun paineeseen

Yrittäjät toimivat nykyisin ketjujen puristuksessa. Suomen markkinassa on Määtän mielestä tilaa yrittäjävetoiselle ajattelulle ja kauppiaskasvoiselle toiminnalle, jota SEO edustaa.

- Tämä on selkeä vastapaino isojen ketjujen toiminnalle. Ehdottomasti markkinoilla on tälle vaihtoehdolle selkeä tarve ja kysyntää. Meidän on lisättävä puhtia toimintaan ja kasvatettava brändin tunnettuutta.

SEO:n palveluja markkinoivien ei

SEO:n toimitusjohtajana maaliskuussa 2011 aloittanut KTM Mika Määttä tarttuu öljymiehen asenteella uuteen tehtäväänsä ja toteaa heti alkuun, että öljyn merkitys kansantaloudelle on hyvin voimakas, sillä bensan ja raakaöljyn hintavaihtelut heiluttelevat talouttamme. Jakeluverkostot polttonestekaupassa ovat sen vuoksi vielä pitkään tarpeellisia, ja niiden toiminta on monilla paikkakunnilla edelleen elintärkeää.

tarvitse enää laittaa jalkaa oven väliin, vaan toiminnassa on selvää imua, puhelimet soivat ja osuuskunnan etsikköaika jatkuu kentältä saatujen tietojen perusteella vahvana.

- Nyt on tehtävä tulevaisuutta niin, että tehdään oikeita asioita ja nostetaan vetovoimaista SEO:n yrityskuvaa. Tuloksia tästä työstä tulee kaikille, kauppiaille ja asiakkaille. Kiinteät kustannukset ovat jo nyt äärimmäisen pieniä ja kilpailukykyämme paranee jokaisesta uudesta liikepaikasta ja asemasta.

Mika Määttä tulee Kotkasta, joka on yksi polttoainekaupan tuontisatamista. Hän arvelee, että tuontivaihtoehdon ylläpitäminen Suomen polttoainemarkkinoita silmällä pitäen on edelleen jossain määrin tarpeellista.

- Nykypäivänä kynnys oman tuonin aloittamiseen on tehty suureksi ja vaikeaksi. Mikäli tuontiin ryhdyttäisiin, ensisijaisena näen hyvän kumppanin löytämisen. Nykyisillä tiedoilla ja tulevaisuudennäkymillä tuonin aloittaminen on aikaisempaa suurempi riski, Määttä toteaa.

- Olennaista SEO:lla on perustukukauppa ja polttoainejakelun kehittäminen. Toiminnan painopiste varmaan löytyy maan rajojen sisäpuolelta. Käytäntö alallamme vain näyttää olevan sellainen, että tuontiporttia on hieman pidettävä raollaan, jotta neuvottelut sujuvat.

Asiakkaalle tärkeintä ovat palvelut

Polttoainekassassa viivan alle jää jokaisesta satasesta kaksi tai kolme euroa. Miten asiakkaalle perustellaan se, että hintoja jatkuvasti poljetaan ja eräät ketjut ovat myyneet auto-

maateilla jatkuvasti jopa alle kauppiaiden omakustannushinnan?

- Tilanne on alalla kaikkien tiedossa, ja on ollut kestävä tontti, että yhtiöt ovat niin pitkään myyneet omilla asemillaan alle kauppiaiden omakustannushinnan, Määttä tukee yleistä omistajakauppioiden käsitystä. Markkinoilla on todellakin taisteltu verissä päin menneinä vuosina, ja hintatietoisuus saattaa eri osapuolilla hämärtä.

- Normaali asiakas kyllä ymmärtää, että kauppiaan on maksettava polttoainetuotoilla monenlaisia investointeja ja huolehdittava palvelusta, etenkin pienillä paikkakunnilla polttoainekauppa on takeena, että taajamat säilyvät elinvoimaisina.

Asiakkailla ei ole Määtän mielestä ongelmia ymmärtää, että liikkeen pitäminen käynnissä edellyttää kannattavaa kauppaa, joka on myös kaikille osapuolille hyödyllistä.

Kortti tuo

Vuonna 2011 ajankohtaiseksi nousseista korttikaupan kustannuksista ja korttikaupan tulevaisuudesta Mika Määttä myöntää, että uudet sirukortit ja provisiot asettavat vaatimukset uudelle tasolle.

- Korttien käyttö tulee lisääntymään ja käteisen rahan käyttö huoltoasemilla tulee putoamaan. Korttiprovisiot ovat suhteellisen korkeita, joten siihen kannattaa etsiä omia toimintamalleja., joissa kustannuksia ei makseta ulkopuolisille. Tästä seuraa tietysti, että kustannustehokkuus on SEO:n tapaisessa organisaatiossa korttimaksamisen ja etenkin yrityskortin kehittämisen edellytys. Yrityskortin käyttö on tarpeellista ja sen kehittämiseksi kannan kasvattaminen on monesta muustakin syystä hyvä tavoite.



Kauppiasvetoiset toimintamallit

Ketjutoiminnan pelisäännöistä ja vahvemman oikeudesta puhutaan nykyisin ehkä vähemmän kuin pitäisi, sillä edelleen käytetään liiaksi isomman oikeutta tai tarjotaan kauppiaille sopimusehtoja, jotka hyväksymällä alistutaan ketjun osaksi. Jopa 80 % tuotteista ohjataan isojen ketjujen sopimuksissa keskitetyksi.

- SEO:n toimintamalli on terve ja toimiva vastapaino, kun kauppias haluaa itse päättää asioistaan. SEO:n kauppiassopimus on tässä suhteessa selkeä poikkeus, Määttä vahvistaa ja toteaa, että pelisääntökeskusteluissa perusasiat on sovittava kauppiaan kannalta tyydyttävästi.

- Ketjukonseptien maailmalle on toki aina omat perustelunsa, mutta huoltoasematoiminnassa ei ole järkevää sitoa käsiä paikallisen kysynnän huomioon ottamiselta. Tässähän SEO-kauppiaat ovat olleet eteviä, Määttä kehaisee. Perustoiminta siis syntyy kauppiaan työstä, eli asemalla tehdään se mitä on järkevää eikä mennä hyllykarttojen mukaan joka tilanteessa.

- Konseptinkehityksessä ovat myös kauppiasvetoiset mallit, joita SEO on onnistuneesti ottanut käyttöön. SEO-Baari ja SEO-Puoti ovat hyviä esimerkkejä kauppiaiden tarpeesta ja kauppiaiden kanssa yhteistyössä luoduista toimintamalleista, Määttä muistuttaa toiminnan järjestämisvaihtoehdoista.

- Kauppias voi soveltaa niitä ja päättää niiden käyttöönotosta itse. Yhteiset hankkeet kannattaa ottaa

käyttöön tietyssä laajuudessa, että kustannustehokkuus säilyy, eikä niiden käytännön hallinnasta saa tehdä liikaa käsiä sitovaa.

SEO-brändi on siisti

SEO-brändin osa-alueista uusi toimitusjohtaja Mika Määttä haluaa saattaa voimakkaammin asiakkaiden tietoisuuteen paikallisuuden ja palvelun merkityksen:

- Tässä verkostossa maanläheinen aito paikallisuus ja kauppiaskasvoimainen palvelu ovat ne parhaat puolet. Kauppiaskierroksella maaliskuussa saimme kokea Koski TL:ssä tilanteen, jossa asiakas tuli kauppiaalta pyytämään polttimon vaihtoa. Isäntä nousi, kävi vaihtamassa lampun ja palasi sen jälkeen kahvipöytään keskustelemaan kanssamme, Määttä ihastelee asiakkaan ja kauppiaan välistä mutkatonta suhdetta.

- Paikallinen palvelu kauppiaan työssä antaa hyvää fiiliksen koko asemalle ja ketjulle ja vahvistaa asiakassuhdetta entisestään.

Kotipesä lähellä

”Kotkassa pyrin pääsemään merelle ja kalastelemaan”.

”Vietän aikaa perheeni kanssa, siihen kuuluvat 3-vuotias tytär, 8-vuotias poika ja vaimo”.

”Mökillä litissä vietetään paljon kesäaikaa.”

”Molempien vanhemmat asuvat edelleen Hollolassa, siinä mielessä olen täällä Lahdessakin lähellä kotipesää.”

”Koulut olen käynyt Hollolassa.”

SEO-verkoston markkinoinnin onnistumiselle Mika Määttä tarjoaa kauppiaille itselleenkin tärkeää tehtävää. Kun osuuskunta on tuonut liikepaikkatunnisteet, kauppiaan paras tapa hyötyä niistä on viedä uudistus omalta osaltaan pitemmälle.

- Myymälän järjestys, somistus ja tavaravalikoiman esillepano, hintalappumateriaaleista ja ulkomainonnasta alkaen ovat helposti toteutettavia asioita. Hyvistä sovelluksista puolestaan saa tietoa kenttähenkilökunnalta ja kauppiaskollegoilta. Meillä on hyvä tilanne siinä mielessä, että yrityskuvaan liittyvät asiat ovat kauppiaan omassa hallinnassa ja he voivat niitä itsenäisesti toteuttaa.

SEO-tienvarsipylyvä, hintataulut ja palveluopasteet ovat brändin paras mainos ja SEO:n suurin pitemmän ajan investointi. Kylttien uusimiset ja päivitykset näkyvät investointiaikataulun mukaisesti tänä ja ensi vuonna uudistettavilla asemilla.



Aina kannattaa kysyä, näin Mika vastaa sanavalmiustestissä:

bensa vai *diesel*? - nyt on menossa ensimmäinen diesel

vääntö vai *teho*? - bensa ja teho vaihtuivat dieseliin ja vääntöön, kun täytin 40 vuotta

automaattiin vai *kassalle*? - tankkaukset automaattista, kahville kassan kautta

debit vai *kredit*? - debit, heti maksuun

lohkot vai *ranskalaiset*? - ranskalaiset, lasten kanssa hampurilaisten kyljessä

hauki vai *kuha*? - kuhaa syön mielelläni, hauki tarttuu useammin virveliin

vasta vai *vihta*? - ehdottomasti vasta

”Autoilijan keitaaksi”

Muonion huoltoaseman hankinta LP Autohuolto Oy:lle oli Reijo Mäen ja kiinteistön omistaneen Lasse Mellan kanssa useamman vuoden keskustelun kohteena, kunnes syksyllä 2007 valmistelut etenivät toteutusta kohti. Huoltoasemaa pitäneen V-P Rantakokon kanssa päädyttiin yhteistyöhän kiinteistöstä ja sen liiketoiminnoista.

- Kun katsottiin taloa ensi kertaa Mikan ja V-P:n kanssa, todettiin, että tämän päivän vaatimuksia varten tarvittiin saneeraamista, ja laajennuksen suunnitteluun ryhdyttiin samantien, jotta liiketoiminnan laajuutta voidaan nostaa. Uudistussuunnitelmat esiteltiin myös paikallisille viranomaisille, jotka pitivät niitä onnistuneina ravitsemistoiminnan osalta, Reijo Mäki kertoo

Millainen laajennus oli tarpeen tässä 1950-luvulla käynnistyneessä liikepaikassa? Yrittäjät kartoittivat tilantarvetta ja palvelun tarvetta. Lähtökohtana oli, että Muonion asemasta tulisi ”autoilijan keidas”. Lapissa liikutaan pitkien etäisyyksien alueella, jossa sekä auto että ihminen tarvitsevat apua, samoin paikalliset asukkaat tarvitsevat samoja peruspalveluja.

Huolto on edelleen tärkeä palvelu, ja V-P hoitaa sen omana bisneksenään, kehittää ja laajentaa sitä modernille tasolle tilojen ja osaamisen puolesta.

Omat ideat ja oma konsepti

Mika Mäki kuvaa Muonion projektia oman konseptin rakentamiseksi, ja rakennusvaiheen aikana lähdettiin samoille linjoille kuin Sodankylässä, jossa esimerkiksi Rollsin pikaruokaketju toimii hyvin.

- Asemat ovat samantyyppisiä, tiellä liikkujien palveluun panostavia. Keittiöön tehtiin reservitilaa, joten sitä puolta voidaan kehittää myöhemmin lisää. Ruokapalvelut tarjoavat sitten hyvää palvelua myös paikallisille asiakkaille, Mika Mäki selvittää uudistuksen taustalla olleita ideoita.

Matkahuolto on ollut linja-autoi-

neen Muonion huoltoasemalla jo yli 50 vuotta, ja Lapissa kulkee myös linja-autoissa paljon ihmisiä. Heidänkin takiaan kahvilapuolta kehitettiin niin, että matkustajat saavat omat palvelunsa.

- Majoitus on matkailijapuoleen keskittyvää, sillä ohikulkijalle tarjottavaa kohtuuhintainen majoituspaikka Muoniosta puuttui. Nyt on tarjolla neljä huonetta, joissa on suihku, sauna, wc ja minikeittiö eli hyvän hotellitason huone. Tarvittaessa asiakas saa aamiaisen klo 6.30 alkaen aseman ravintolassa, Mika Mäki kertoo uudesta palvelusta Muoniosta. Tämä majoitusratkaisun idea taas tuotiin Pellosta, jossa vastaava järjestely on toiminut vuosikymmeniä, nyky muodossaan korkeatasoiseksi majoituspaikaksi remontoituna.

- Nyt katsotaan, miten majoitustoiminta lähtee, ja lähivuosina voidaan lisätä majoitushuoneita. Komennusmiehille voidaan tehdä sopimuksia myös pidemmäksi aikaa.

Ensi vaiheessa tehty laajennusosa kahvioon, myymälään ja majoituspuolella on noin 350 kerrosneliötä.

Palvelut laajenevat, lämmitysöljykauppakin kasvaa

Ravintola- ja kahvilapalvelujen ja Rollsin pikaruokatarjonnan lisäksi monipuolinen myymälä tarjoaa hyvän perustarvikevalikoiman, matkahuollon asiamiespalvelun ja veikkauksen. Toiminnan laajentamista merkitsee myös Scandia Rent -autovuokraamon toimipisteen sijoittaminen Muonion SEO:lle.

- Autovuokrausta me harjoitamme jo Pellossa ja Sodankylässä, ja lisäksi Kolarin rautatieasemalla on Scandia



Muonion myymälässä on mahdollisuus massoitella tuotetarjontaa näyttävästi avaraan tilaan.

Rentin luovutus- ja noutopiste juna- matkailijoita varten.

Mika Mäki kehuu Muoniosta hyvin liikkeelle lähtenyt lämmitysöljykauppaa. Polttoöljykaupan asioita on selkeyttänyt, kun lämmitysöljyssä ja aseman mittarisa työkoneisiin tarjolla on sama laatu, eli rikitön moottoripolttoöljy.

- Monet ovat ottaneet rikitömän moottoripolttoöljyn jo aiemmin, ennen vuodenvaihteesta tullutta laatu- muutosta, koska se palaa paremmin ja pannu pysyy puhtaampana.

- Henkilökuntaa tuli Muonion SEO:lle yksi lisää eli nyt siellä palvelee viisi vakituista, ja aika näyttää, mikä tulee olemaan lopullinen tarve.

Esimies Jukka Nilimaa vastaa aseman toiminnasta. LP Autohuolto Oy



työllistää kolmella paikkakunnalla yhteensä parikymmentä työntekijää yrittäjäperheen lisäksi.

V-P Rantakokko rakensi halliin tilaa myös ylöspäin

Muonion keskustan huoltoasemarakennuksen uudistustöiden yhteydessä huoltohallien korkeutta lisättiin, ja niinpä siellä saadaan uudet korkeat pakettiautot ja matkailuautot oikeaan työskentelykorkeuteen.

Vanhan puolen pari autopaikkaa ovat olleet jatkuvasti käytössä, ja huhtikuun alkupuolella ovat iskussa uuden puolen nosturipaikat ja parin auton hallipaikat. Autopaikkoja on käytännössä neljä, jossa pystyy kunnolla touhuamaan. Suunnitelmissa Rantakokolla on hankkia uutta työkalua ja testereitä.

- Paljon ei tyyli muutu, mutta ajan hermolla pysymisessä riittää työtä siinäkin. Yksi uusi asentaja ollaan työllistämässä, V-P Rantakokko kertoo kuvaten palvelujen lisääntynyttä tarvetta.



Muonion korjaamo kuuluu Autoasi-ketjuun, jonka organisaatio tukee kaikkien automerkkien korjaamista.

- Monimerkkikorjaamolla työtä tunnetaan riittävästi. Asiakkaita on paljon myös Ruotsin ja Norjan kilvissä. Paikallinen asiakaskunta on laaja, Muonion lisäksi tänne tullaan Enontekiöstäkin, ja vähän aikaa sitten tuotiin autoa läheltä Altaa, Norjasta, Rantakokko kertoo asiakaskunnan vaihtelevasta.



Korjaamoketju tukena

Valtakunnan rajoja ei kysellä, asiakkaina on myös keskieuropalaisia safarifirman yrittäjiä, joiden kalustoon laitetaan renkaita ja lohkolämmittäjiä.

- Tämä on yllättävän kansainvälistä, kun Keski-Euroopasta tulee välineitä ja me varustamme niitä talveksi. Lokakuussa niitä alkaa ilmestymään. On meillä päiviä, ettei ole suomalaista autoa hallissa lainkaan, Rantakokko kertoo värikkästä asiakasjoukosta.

Muoniossa työstä on tehty kahden korjaamon voimin ja Käsivarren Lapin autoille Muoniossa tehdään ”kaik-

ki mitä pystytään”. Rovaniemelle lähetetään autoja ohjelmointihommien varten, sillä vikadiagnostiikka kertoo ongelmat, mutta auton tietokoneiden ohjelmointia varten on mentävä liikkeiden korjaamoihin. Perusvikoihin pystytään monimerkkikorjaamoissa pureutumaan normaaleilla ketjun ohjeilla.

Ajoneuvojen korjauksen tiedon saanti atuli vuonna 2010 helpottamaan EU:n ryhmäpoikkeusasetus, jonka periaatteiden mukaan riippumattomat korjaamot ovat oikeutettuja saamaan käyttöönsä samat tiedot ja työvälineet kuin merkkiorganisaation omat korjaamot.

Yritys ja perhe tasapainossa

- Asemalle tuli eka kertaa töihin 1989, ja 1995 ryhdyimme veljeni kanssa Esso-yrittäjiksi, V-P Rantakokko kertoo lyhyesti uransa vaiheet. Kiinteistön kauppajälkeen V-P Rantakokko ryhtyi yhteistyöhön LP Autohuollon kanssa vuoden 2008 keväällä.

- Varaosia ei nykyisin pidetä varastossa, vaan huoltoon tuleviin autoihin tilataan osat tarpeen mukaan. Rovaniemeltä tulee kolme autoa päivässä, joten tänne pelaa yhteydet kyllä hyvin.

Katsastus meillä hoidetaan kahden ajan periaatteella, ensin tutkitaan ja sitten tarpeen mukaan annetaan uusi aika. Tähän on näillä korkeuksilla totuttu, Rantakokko selvittää asiakaspalvelua ja korjaamon toimintaa.

Muutostöiden aikaan ylimääräistä tekemistä on riittänyt, mutta V-P Rantakokko kertoo tyytyväisenä, että paluu normaaliin yrittäjän arkeen on nyt edessä.

- Tämä on hyvällä mallilla, pienellä porukalla voidaan tehdä näitä töitä, ja viikonloputkin pidetään vapaana. En mie ossaa nyt tätä yrittäjän touhua moittia. Oman ja perheen kannalta on somempi, kun on kolme alle kouluikäistä lasta, hän perustelee tyytyväisyyttään - tekemistä kotona siis riittää ja aikaakin siihen on varattu.



Rolls Express -hampurilaisravintola tasapainotti ruokatarjonnan Lievestuoreella

Koko perheen hampurilaisravintolassa Rolls Expressissä vietettiin avajaisia vuodenvaihteessa 2010/2011 Lievestuoreella. Rolls Express -ravintola sijaitsee hyvien kulkuyhteyksien varrella, tärkeillä poikittaisreiteillä 9- ja 13-tiellä. Ravintolan yrittäjävetoisuus näkyy asiakkaille positiivisena palveluna.

Rolls-ketju jatkaa Suomen valoitustaan Lievestuoreelle avatulla hampurilaisravintolalla.

- Rolls Express on koko perheen hyväntuulinen hampurilaisravintola. Asiakkaamme koostuvat niin paikkakuntalaisista kuin ohikulkumatkalaisista, kertoo Rolls Express -kauppias Tella Taavitsainen.

- Kun yrittäjänä pyörittää tätä ravintolaa, on sitoutuminen ja innostus aivan omaa luokkaansa. Ja tämä näkyy asiakkaille positiivisena palveluna. Takana oleva Rolls-yhtiö ja yhteinäiset linjat ja hankintaketjut takaa-avat laadun ja tuovat kovaa osaamista, yrittäjä Taavitsainen jatkaa.

Rolls-ketjun konseptiuudistuksen suunnittelu aloitettiin jo yli kaksi vuotta sitten. Vaikka Rolls on kasvanut kannattavasti, kiristyvässä kilpailussa mukana pysyäkseen täytyy olla valmiina muutoksiin. Rolls-ravintolat päätettiin uudistaa kautta linjan. Ruoan valmistusaikaa nopeutettiin uusilla laitteilla, valikoimat parantuivat, sisustus ja ravintolan kokonaisuus sekä logo uusittiin.

- Uudistuksilla halusimme parantaa ja nopeuttaa asiakaspalvelua sekä antaa asiakkaillemme entistä miellyttävämmän ruokailuhetken. Emme kuitenkaan unohtaneet Rollsin vahvuuksia. Esimerkiksi annokset säilyivät reilunkokoisina, Rollsin ketjujohdaja Tero Kumela kertoo.

- Haluamme myös olla houkutteleva vaihtoehto uusille ravintolayrittäjille, Kumela jatkaa.

Rolls Express on Rolls-ketjun rinnalla toimiva shop-in-shop-ketju. Rolls Expressejä on ympäri Suomen pää-

sääntöisesti liikenneasemilla. Kaikkiin Rolls- tai Rolls Express -tuotemerkillä toimivia ravintoloita on Suomessa yli 90 kappaletta.

Ruokabrändit vahvuutena

Hampurilaisravintola on uutena piirteenä Lievestuoreen SEO:n ravitsemustoiminnassa hyvä täydentäjä. Toiminnan painopisteet jakautuvat tasaisemmin koko päivälle. Aamupäivä myydään kahvia ja lounasta, ja hampurilaistoiminta on iltapainotteista.

- Asiakkaat ottivat hampurilaiset hienosti vastaan, se osa myynnistä tuli yhtä vahvaksi kuin pizzat, se toi uusia asiakkaita, ja mikä parasta, uusi tarjonta ei ole lounaalta eikä pizzalta pois, Tella Taavitsainen kiittelee onnistunutta kokonaisuutta.

- Tämä tasapainottaa päivän kulkua ja liikettä on koko päivälle. Myös mukaan myynti on lisääntynyt Rollsien myötä, hän kertoo.

Joukossa on sekä vanhoja että uusia asiakkaita, kokeilunhaluisia, matkailijoita ja paikallisia. Hampurilai-

set ovat tunnetusti lapsiperheiden ja nuorten aikuisten suosiossa.

Henkilöstön ajankäyttö on tehostunut uudistuksen myötä ja työmäärä jakautuu tasaisemmin työvuoron mittaan. Tämä onkin oivallinen tapa kehittää liiketoimintaa - toiminnan kannalta parasta löytää uusia tapoja käyttää resursseja tehokkaasti.

Matkailu vetää kesää kohti

Kesää kohti ollaan menossa, ja matkailu lisääntyy. Parantunut nelostie tuo lisää kulkijoita myös Kuopion tien suuntaan.

Lievestuoreen asemalla on laaja Lahjatavaramyymälä, jonka tuotevalikoimassa on paljon kotimaisia ja paikallisia toimittajia. Tella Taavitsainen tekee itse ostokset ja myöntää, että ostajan omat mieltymykset näkyvät valikoimassa.

- Sellaisia tuotteita olen ottanut valikoimaan, mitä on hyvä ja hauska myydä eteen päin.

Tuotetietoa on saatavissa valtavasti, ja netin lisäksi liikepaikka on edusta-



Rolls-ketjun hyvin näkyvä tunniste houkuttelee asiakkaita ja ylläpitää paikallisten asiakkaiden mielenkiintoa.

Rolls expressin tarjonta on näyttävästi esillä Lievestuoreen ravintolassa.



Gulf Oil vie LeMans -kisaan Silverstoneen

Gulf voiteluöljyjen maahan-tuoja US Parts FINN-AM järjestää useilla paikkakunnilla yleisökilpailun ajosimulaattorilla. Nopeimmat kuljettajat pääsevät seuraamaan Gulfin LeMans Silverstone -kilpailua 9.-11.9.2011. SEO-verkostossa kilpailu järjestetään seuraavilla paikkakunnilla:

Muonio
Pello
Tervola
II
Mynämäki
Pomarkku
Juankoski
Vehmersalmi
Valkeakoski
Nauvo
Joutseno

Tarkemmat ajankohdat ilmoitetaan paikallisissa tiedotusvälineissä ja kyseisillä huoltoasemilla.



Aston Martinin moottorina on kuusisylinterinen suorasisukitusmoottori, jossa on välijäähdytetyllä turbolla varustettu bensiinimoottori. Kori on hiilikuituinen ja ohjaamo on avoin.

Takapyöriin siirretään voima kuusiportaisella käänteisellä puoliautomaattisella pneumaattisella Xtrac -kilpailuvaihdelaatikolla.

Kuljettajina ovat autossa numero 007 Darren Turner (Iso-Britannia), Stefan Mücke (Saksa), ja myöhemmin nimettävä ajaja. Autoa 009 ajavat Adrian Fernandez (Meksiko), Andy Meyrick (Iso-Britannia) ja Harold Primat (Sveitsi). Uusi kilpuri testattiin maaliskuun alussa ja sen ensimmäinen kisapaikka oli Paul Ricard -rata huhtikuun alussa 2011.

Aston Martin Racing kilpa-autot voidellaan Gulf Competition -tuotteilla.

jien suosiossa. Sopiva valikoima syntyy tiedon ja kokeilujen tuloksena.

- Me kokeilemme erilaisia asioita, ja voimme varsin pian päätellä, mikä jää elämään. Edustajat ovat vaikuttaneet kiinnostuneilta ja teemme paljon yhteistyötä. He pyrkivät löytämään asiakkaille uusia ideoita ja tulevat usein kauppaan sillä tyylillä että "tämä voisi olla hauska lisä tarjonnassa".

Taavitsaisen mielestä käytännön tarjonta on suuri, ja itsenäinen kauppias pystyy tekemään itsenäisiä valintoja.

- Jos on hyvä artikkeli, niin siitä syntyy päätös välittömästi. Lahjatarjonta on eri asia kuin ketjuvalikoiman myyminen.

Vuodenajat ja sesongit muuttavat valikoimaa, ja suurimmat juhlapyhät ovat riittävä kausikampanjointia silmällä pitäen, jokaista kalenterimerkintää ei kannata seurata.

- Mökkituliaisat ovat esillä kesällä ja syksyllä taas on eri kuviot ja sitten taas mennään joulua kohti, kunnes keväällä on edessä kevät ja pääsiäinen, Tella Taavitsainen kuvaa lahjamyymälän "kvartaaliajattelua". - Näitä on hauska itsekin suunnitella neljännesvuosittain ennakkoon ja pohtia ajan kanssa tulevia sesonkeja.



Lievestuoreen SEO:n ravintolatilat on suunniteltu buffet-tarjontaan. Lounastarjontaa täydentävät pizzat ja hampurilaiset, joiden ansiosta kysyntä jakautuu tasaisesti koko päivälle.

Osuuskunnan onnistumisen mittarit vihreällä

SEO:n polttoainehankinnat ja niiden jakelun organisointi on tehokkaampaa kuin missään muussa öljy-yhtiössä. Kauppiaiden itsenäinen päätäntävalta on kaikesta arvostelusta huolimatta onnistunut toimintatapa. Kaksi kertaa vuodessa osuuskuntakokouksessa tarkastellaan toiminnan linjauksia. Näin toteutettu ohjaus on osoittautunut riittävän tarkaksi.

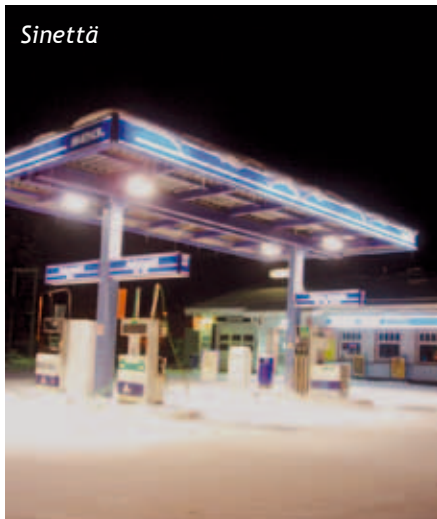
SEO:n toimintatapaan kuuluu, että osuuskunnan hallitus tekee päätökset keskeisistä tuotto- ja kulueristä sekä investoinneista. Tällä tavalla myös päätöksenteon joustavuus ja tehokkuus ovat tulleet varmistetuiksi. Osuuskunnan taloudelliseen tulokseen vaikuttavat käytännössä hallituksen päätökset määräalennuksista eli vuosihyvityksistä ja polttoaineiden tukkuhinnoista kauppiaille.

Osuuskunnan yleinen toimintatapa on kauppiaiden hyväksymä. Onnistuminen tässä toiminnassa osuuskunnan päätösten mukaisesti on toimintaa arvioitaessa tärkein peruste.

Laatu ja laajuus

Vuoden 2010 kuluessa polttonestekaupassa tapahtui jälleen merkittäviä muutoksia. Biovelvoitteiden jakeluun kohdistuneet uudet lakimääräiset velvoitteet ja öljyalan keskinäiset sitoumukset ohjaavat sekä kysyntää että tarjontaa.

Sinettä



Uusien tuotteiden käyttöönottoon valmistautuminen tapahtui runsaan julkisen viestinnän vauhdittamana. Kuluttajilta puuttui kuitenkin tärkeä muutokseen liittyvä tieto - miten uudet tuotteet vaikuttavat juuri minun autossani, ja miten tähän informaatioon voi luottaa?

SEO on toteuttanut muutokset yleisen linjan mukaisesti tarjoamalla kauppiailleen juuri heidän markkinatilanteeseensa sopivat tuotteet. Osuuskunta on tässä suhteessa osoittautunut isoja ketjuja ketterämmäksi ja paremmaksi toimijaksi. Asiakkaiden palautetta on kuunneltu tarkoin ja toimitustilastoista on nähty tammiukuusta alkaen, mikä suunta markkinoilla tulee hallitsevaksi. Tässä asiassa kauppiaiden kannalta ehdottoman oikeaksi osoittautui päätös toimittaa tuotteita nopeasti kysynnän mukaan mieluummin kuin seurata teoreettisia ennusteita.

SEO on vuoden 2010 myyntilukujen perusteella voittaja. Asemaverkoston säilyminen lukumääräisesti ennallaan, mutta laadullisesti parempana auttoi myynnin kasvattamisessa. SEO:n paikallisuus on vahvuus, jota voidaan

verrata lähimarkkinoiden toimintaan. Paikallisella ”torilla” asiakkaat tykättyvät muutamiin toimittajiin, ja näiden luo tulee sitten muitakin asiakkaita. SEO-kauppiat ovat paikallisia, luotettavia ja osaavia yrittäjiä, joiden tapana on olla läsnä ja kuunnella asiakkaitaan.

Tunnusluvut ja tehokkuus

Millainen myyntimäärä on verkostossa riittävä, jotta olemme tehokkaita? Tähän on yksinkertaisin vastaus vertaamalla toiminnan kustannuksia. Osuuskunnan liikevaihto työntekijää kohti on yli 15 miljoonaa euroa, mikä on tukku-kaupassakin poikkeuksellisen suuri määrä. Kokonaiskustannukset litraa kohti laskettuna ovat noin 1,0 senttiä litralta. Näin tehokkaaseen toimintaan pääsee vain kauppiasvetoinen organisaatio, sillä pelkät öljy-yhtiöiden osake-tuottovaatimukset ovat suuremmat kuin SEO:n kulut. SEO tuottaa niin paljon selvää säästöä kauppiailleen.

Asemaa kohti laskettujen tunnuslukujen arvioinnissa on otettava huomioon osuuskunnan tarkoitus - kauppiaille on tasaveroiset mahdollisuudet kehittää toimintaansa ja kasvaa omilla ehdoillaan.

Tahko



Maaseudun polttoainehuollon kannalta SEO on monen kunnan pelastus, kun isot yhtiöt ovat poistuneet vähin äänin.

Jokainen uusi 10 miljoonaa litraa osuuskunnan myyntivolyymissä alentaa litraa kohti laskettuja kustannuksia 6 %. Vastaavia toiminnan suoria hyötyjä, jotka tulisivat kauppiaiden hyväksi, ei saavuteta eikä toteuteta missään muussa yhtiössä. Tämä on keskeinen syy, miksi vapaiden kauppiaiden kannattaa liittyä SEO-verkostoon. Lisämyynnistä saatava hyöty on suoraa tuloa kaikille kauppiaille, sillä osuuskunnan ei tarvitse lisätä kulujaan samassa suhteessa kuin myynti kasvaa.

Osuuskunnan oma pääoma

SEO:n vahva oma pääoma ja valmius vastata sitoumuksistaan on öljy-yhtiöiden keskuudessa poikkeuksellisen vahva. Osuuskunnan oman pääoman rinnalle on nostettava kauppiasvakuudet, joiden vaikutus on riskiä alentava. Myös osuuskunnan toimintatapaan kuuluva määräalennusten käyttö vuosihyvitysten muodossa vakauttaa taloutta ja puskuroi sitä. Kolmantena vakaustekijänä ovat osuuskunnan taseessa olevat osuuspääoman erät, jotka ovat mukana oman pääoman tuottoa laskettaessa.

Kun vuosihyvitykset otetaan huomioon, oman pääoman tuotto nousee yli 15 prosenttiin - ja on noussut lähes joka vuosi. Tällaiseen taloudelliseen toimintatapaan eivät pure pörssi-yhtiöiden ja osakeyhtiöiden tunnuslukuanalyysit, vaan taloustoimittajien on mietittävä itse, mikä on osuuskunnan kannalta oikea tapa arvioida toimintaa.



Nukari

Kenen rahoilla kilpailua käydään?

Polttoainemarkkinoiden kireä kilpailu on johtanut siihen, että vähittäiskaupan katteet ovat kaventuneet merkittävästi viime vuosina. Öljy-yhtiöiden omat automaattiasemat määrittävät markkinahinnat ja omistajakauppioiden saama kate polttonesteiden myynnistä on usealla paikalla kunnalla alentunut viime vuosina. Kilpailuvirastossa on tekeillä selvitys siitä ovatko öljy-yhtiöt rikkoneet kilpailulakeja bensiinin tukku- ja vähittäishintojen määrittelyssä.

Analyysin kohteena voisi olla hintatasoa koskevien tarkastelujen lisäksi, kenelle hintaa alennetaan. Jos öljy-yhtiö alentaa mittarihintaa kuluttajamyynnissä kovin alas ja perii samanaikaisesti muilta jälleenmyyjiltään korkeaa ostohintaa, tapahtuu risiitin subventiota - eli öljy-yhtiö ottaa muista paikoista ylihintaa ja käyttää sen hinnan alennuksina toisaalla. Toiminnan kiistäminen ja jopa salaaminen on merkki siitä, että liiketapaperiaatteet ovat päässeet pahasti pölyttymään.

Valtio sekoittaa markkinoita

Yhtiön toimialalle tyypillisiä riskejä ovat eri energiamuotojen edistämiseen liittyvät valtiolliset tai viranomaispäätökset, jotka saattavat suurestikin vaikuttaa eri tuotteiden kysyntään. Tästä esimerkkinä vuoden 2011 alussa toteutettu lakimuutos uusista bensiinilaaduista. Muutostahti on viimeisen 10 vuoden aikana ollut kova, ja yksityisten kauppioiden mahdollisuudet toteuttaa järkevästi niiden edellyttämiä investointeja ovat rajalliset. Vastuullisena toimijana valtion olisi myös tarkasteltava yrittäjien toimintamahdollisuuksia.

Tiettyjen investointien kustannusten tasaaminen voisi tapahtua liikepaikkakohtaisesti. Näitä kustannuseriä ovat polttoainelaatujen tuomien investointitarpeiden lisäksi maksuvälinepuolella tulleet muutokset ja monet ympäristön ja henkilöstön turvallisuuteen liittyvät ratkaisut. Turvallisuutta ja ympäristön suojelun tasoa ei voida hinnoitella yksikäsitteisesti markkinavoimien avulla - kuten valtio ei tee tuotteidenkaan hinnoittelua, vaan ohjaa markkinoita verotuksen avulla.

SEO henkilökunta

Mika Määttä, toimitusjohtaja
(03) 883 0620, 040-450 7450

Ulla Lindström, talouspäällikkö
(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

EATECH tuo uusia yhteistyömahdollisuuksia järjestelmätoimittajille Kauppiaan ja ketjun yhteistyö joustavammaksi

Laite- ja ohjelmistotoimittajan valinnan vapaus lisääntyy. Öljy-yhtiöille jo tuttu toimija tulee lähiaikoina tutummaksi myös kauppiasportaalle, kun uusia polttoainekaupan atk-ratkaisuja tuodaan markkinoille. Eatech Oy:n myyntijohtaja Toni Kokkosen haastattelun perusteella öljyalan toimijoilla on alkanut uusi aikakausi polttoainekaupan järjestelmäratkaisuisissa. Yhden toimittajan mallista tapahtuu siirtymää toimintatapaan, jossa useampien laite- ja ohjelmistotoimittajien ratkaisuja voidaan liittää yhteen.

- Eatechin tarkoituksena on helpottaa tiedon saamista asemalta nopeammin, jolloin tietoa voidaan louhia ja hyödyntää tehokkaasti mm. ennakkoivan huollon tukena, myyntijohtaja Toni Kokkonen kuvaa tiivistetysti.

- Seuraamalla kohteiden toimintaa ehkäistään laitevikoja ja vähennetään kentällä tapahtuvaa työtä. Eri laitetoimittajien ratkaisujen yhdistäminen samaan valvontajärjestelmään tuottaa asiakkaalle merkittäviä hyötyjä alentuneiden ylläpitokustannusten ansiosta.

Eatech toteuttaa EUS-ratkaisullaan (Eatech Update Server) kauppiaan ja ketjun tarpeiden mukaisia palveluja, esimerkiksi seuranta-, raportointi-, monitorointi-, operointi- ja yrityskorttipalveluja. EUS-palvelin onkin yleensä tärkeänä osana kokonaistoitimituksissa.

- Huoltoasemilla kassa- ja maksupuoli on kokonaisuus, jota olemme paljon tehneet eri toimittajille. Valmistelemme myös mittarikenttäratkaisua, joka on tehty yhteistyössä muiden toimittajien kanssa käyttämällä Eatechin kehittämää ohjelmaa, Kokkonen kertoo lähiajan tulossa olevista ratkaisuista.

Itsenäisten kauppiaiden toiminta helpottuu uusilla ratkaisuilla

Itsenäisten kauppiaiden suuri kynnys polttoainetoimittajan vaihdossa on kassajärjestelmiin kohdistuva vaihtokustannus. Ohjelmistojen uusiminen ja monet muutokset voidaan mahdollisesti jatkossa välttää käyttämällä edistyneitä uusia ratkaisuja. Ns. öljy-yhtiöräätälöinnin merkitys vähenee ja kauppiaan omien tarpeiden vaikutus kasvaa.

- Eatech on tuonut bensinimaailman ominaisuuksia kassaympäristöön mukaan. Kassaratkaisu on ollut tyyppillisesti laite- ja ohjelmistotoimittajan

asia. Kun kassajärjestelmään tuodaan oma ohjelmaloikka, kauppias ja ketju voivat itsenäisesti päättää, mitä ominaisuuksia hyödynnetään. Esimerkiksi kassalle maksaminen on yksi erillinen ominaisuus, kontrollinauha tulostaminen toinen, Kokkonen kuvaa.

Uutena piirteenä polttoainekaupan sovelluksissa on, että useampia toimijoita liitetään yhteen, ilman että täytyy ottaa kantaa siihen, mikä on mittarikenttäratkaisu, ja millainen kassajärjestelmä ja automaattitolppa on käytössä. Markkinoilla on useita kassatoimittajia, pienempiä ja suurempia, ja automaattitolppia on myös useilta toimittajilta. Polttoainemittareita toimitetaan kotimaasta ja ulkomailta.

- Toiminta on joustavaa ja tehokasta meidän kannaltamme siinä suhteessa, että emme toimita itse mittarikenttää emmekä kassaa. Olemme yhteydenpitäjänä kumpaankin toimittajatahoon ja huolehdimme järjestelmien yhteensovittamisesta ja tietoturvallisuudesta.

EMV-maailma, fyysinen ympäristö ja turvallisuus

Eatech on ollut mukana isoissa projekteissa ratkaisemassa turvallisuusstandardin (PCI DSS) käyttöönottoon kuuluvia kysymyksiä. Yritys on paljon mukana juuri turvallisuusprojekteissa, ja keskustelua käydään myyntijohtaja Toni Kokkosen mukaan viikoittain, osaksi öljy-yhtiön kautta tulevia asioita selvittäen ja osa laite- ja ohjelmistotoimittajien kautta tuleviin tarpeisiin liittyen silloin, kun nämä tarvitsevat apua Suomen päässä.

- Olemme kehittäneet ohjelmiston rakennetta ja liittymiä niin, että EMV-osuus voidaan irrottaa sellaisesta ohjelmasta, jota ei erikseen ole tarpeen salata standardin mukaan. Näin toteutettuna itse valvottu ja sertifioitu ohjelman osuus on pienempi, Kok-



konen paljastaa hieman uusia tuulia.

- Verkkotekniikkaankin operaattorit ovat investoineet lisää, ja nyt pystytään tarjoamaan paremmin päästä päähän turvattuja yhteyksiä mittarikentältä Luottokuntaan ja pankkiin asti.

Uusia operointimalleja

Tekniikan ja uusien ohjelmistojen avulla Eatech tarjoaa myös ylläpitopalveluita, joissa asemaverkko-opeointi hintojen ylläpitoa ja korttien sulkulistoja myöten on mahdollista hoitaa käyttö- ja ylläpitosopimuksella. Eatechin asiakkaina ovat mm. polttonestekaupan alalta tunnetut toimijat SEO ja Gilbarco-Autotank.

- Luotamme Eatechin toimijoiden asiantuntemukseen ja pitkään kokemukseen asiakasratkaisuisissa ja alan palvelujen tuottamisessa, SEO:n projektipäällikkö Tero Riuttamäki kertoo. Riuttamäki pitää tervetulleena uuden toimijan tuloa markkinoille, jossa tarvitaan joustavia ratkaisuja kauppias- ja asiakasrajapinnassa.

- Eatechin joustavuus ansaitsee tunnustusta, sillä reagointi asiakkaiden toiveisiin on huomattavan nopeaa verrattuna alalla aiemmin vallinneeseen käytäntöön.



Tampereella toimivan Eatechin palveluksessa on henkilökuntaa noin 15 henkeä. Yritys on perustettu vuonna 2006 ja sen omistajina ovat nykyiset avainhenkilöt. Syksyllä 2010 yhtiöön saatiin merkittävää osaamista, kun IT-alan tunnettu kehittäjä ja kasvuyrityksiä luotsannut Hannu Meskanen liittyi mukaan Eatechin hallitustyöskentelyyn.