Energiaa

Suomalaisen Energiaosuuskunnan lehti ▪ Nro 2 ▪ Toukokuu 2015

seo.

Pääkirjoitus: SEO-verkosto kasvaa, yrittäjävetoiset asemat palvelevat - Ivalo River Camping, Suomalainen huoltoasema rokkaa! - Viljakkalan SEO avasi rivakasti - Huoltoaseman yrityskauppa: kuinka välttää sudenkuopat ympäristöasioissa - Digitaalinen myymälämainonta liikenneasemilla - SEO mainostaa yrityskorttia ja polttoöljyä

SEO Energiaa 2/2015 toukokuu

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

Painopaikka Esa Print Oy, Lahti

Sisältö

Ajankohtaista, markkinointia 2
Pääkirjoitus - SEO-verkosto kasvaa, yrittäjävetoiset asemat palvelevat 3
Ivalo River Camping - Suomalainen huoltoasema rokkaa! 4
Viljakkalan SEO avasi rivakasti 6
Huoltoaseman onnistunut yrityskauppa tai sukupolvenvaihdos – kuinka välttää sudenkuopat ympäristöasioissa 8
Digitaalinen myymälämainonta liikenneasemilla 10
SEO henkilökunta, yhteystiedot 11
SEO mainostaa yrityskorttia ja polttoöljyä 12

Yllä:
Porilainen naisten superpesisjoukkue avasi kauden voitokkaasti. Kuvassa joukkue saapuu kentälle avauskotiottelussa Porissa 13.5.

Kansi:

Ivalon SEO-jakelu on matkailijoiden keidas monipuolisine palveluineen niin kesällä kuin talvella.
Huoltoaseman ja viereisen Camping-alueen kesän huipputapahtuma on Rokkifestarit, joka vetää yli 2 000 vierasta.
Kansikuvassa karavaanariväkeä.

Ajankohtaista SEO

SEO on mukana useissa tapahtumissa vuoden 2015 aikana. Urheiluhenkeä nostatetaan Road Racingissä, Rata-SM:ssä, Naisten Superpesiksessä ja Suojelukoirien MM-kisoissa.

Miikka Kuosmanen palkintopokaalien kanssa Jurvassa. Sarjana RR 600. Keskikuvassa Miikka on Botniaringin kaarteessa.

Alinna Mäkelä Racing valmistautuu kisalähtöön kolmen Formula Fordin voimin. Ahvenistolla avauskisassa Milla Mäkelä sijoittui kakkoseksi (Race 2 sunnuntaina 17.5.).

Suomalainen SEO-verkosto kasvaa, yrittäjävetoiset asemat palvelevat

Suomalainen.
Paikallinen.
Yrittäjävetoinen.

SEO:n yrittäjäpohjainen toimintamalli on turvannut paikallisten palvelujen säilymisen.

Yrittäjä ammattina on suomalaisten arvostuslistalla korkealla. SEO-verkosto tarjoaa huoltoasemaalasta kiinnostuneille juuri sitä, mitä itsenäinen yrittäjä odottaa: itsenäinen toiminta, vastuunotto, palvelua ja työskentelyä asiakkaiden kanssa, suomalaisuutta ja kasvollisuutta, jota myös yrittäjien kattojärjestö Suomen Yrittäjät ry on tuonut esiin.

Huoltoasemilla on oma roolinsa paikallisissa palveluissa. Polttonestejakelu tarkoittaa SEO-verkostossa muutakin kuin yhä yleisempää automaattitankkausta. SEO-kauppiaissa on autokorjaamoalan ammattilaisia, ravintolayrittäjiä, kone- ja rautakauppiaita, varaosaeksperttejä, matkailuyrittäjiä ja monien muiden palvelujen tarjoajia. Moni SEO-kauppias myy myös polttoöljyä paikallisille asukkaille ja yrityksille.

Itsenäisyyden aste huoltoasemaalalla vaihtelee, sillä osa yrittäjistä etenkin öljy-yhtiöiden omistamilla liikepaikoilla ei omista polttonesteitä. SEO-verkosto koostuu omistajakauppiaista ja jokainen SEO-kauppias hinnoittelee bensiininsä ja dieselöljynsä itse.

Omistajakauppiaat vahvoja palvelijoita

Suomessa oli vuodenvaihteessa 2014/2015 reilut 800 miehitettyä huoltoasemaa ja yli 1 000 automaattista jakelupistettä. Omistajakauppiailla on lähes 400 miehitettyä asemaa ja 100 automaattia. SEO-verkostossa on kaikkiaan yli 180 asemaa, joista miehitettyjä noin 100, automaatteja noin 70 ja veneasemia toista kymmentä. Yrittäjiä SEO-verkostossa on kaikkiaan 140 eli toiseksi eniten.

Omistajayrittäjät palvelevat omilla ideoillaan ja paikallisesti juuri niillä tuotteilla ja palveluilla, joita asukkaat, yritykset ja matkustavaiset tarvitsevat.

Mukaan SEO-verkostoon

Yrittäjäksi SEO-verkostoon voi tulla kolmella tavalla: ostamalla toimiva huoltoasema ja tekemällä yhteistoimintasopimus SEO:n kanssa. SEO:n puolesta tuodaan asemalle uudet liiketunnukset ja avustetaan käynnistysvaiheessa. Toinen tapa on rakentaa kokonaan uusi liikepaikka. SEO:lla on jatkuvasti uusia kohteita vireillä ja niitä tarjotaan kulloinkin halukkaille yrittäjille. Kolmas tapa on vuokrata itselleen liikepaikka liiketoiminnasta luopuvalta omistajakauppiaalta ja ryhtyä yhteistyöhön SEO:n kanssa.

SEO eli Suomalainen Energiaosuuskunta on itsenäisten huoltoasemayrittäjien omistama. Tämä on takeena siitä, että päätöksiä ei sanella ulkopuolelta, vaan SEO-kauppiaat saavat itse tehdä liiketoimintaansa koskevat päätökset.

Kesäkauden alkaessa toivotan myös uudet SEO-kauppiaat ja asiakkaat tervetulleeksi kesäkaupoille!

Hannu Laitinen
toimitusjohtaja

Ivalo River Camping
– Suomalainen huoltoasema rokkaa!

Ivalon SEO-huoltoasemaa pitävä Tina Kiviniemi on järjestämässä Ivalon ”superviikonloppuun” kuuluvaa Suomen pohjoisinta rock-tapahtumaa. Pohjoisen matkaajat tuntevatkin sekä SEO-aseman että Ivalo River Campingin palvelut.

Paluu kotiseudulle

Huoltoaseman palveluihin Tina palasi oltuaan etelässä töissä 10 vuotta. Nyt yrittäjänä hän hoitaa perheensä kanssa huoltoaseman lisäksi majoitus- ja ravintolatoimintaa sekä erilaisia ohjelmapalveluja. SEO huoltoasemalla on myös FiRent autovuokraamo, lisäksi on saatavana vuokralle peräkärryjä ja veneitä.

- Matkailupalvelut työllistävät kesällä ja talvella. Kesäkuun alusta syyskuun loppuun olemmekin auki klo 08-02. Ihmiset ovat iloisia, kun pääsevät tankille ja kahville vielä yömyöhällä, Tina Kiviniemi kertoo.

- Kaikki asiakkaat maksavat sisälle, mutta automaatin hankinta on harkinnassa. Toisaalta sisämyyntiä saadaan enemmän, kun kaikki käyvät kassalla. Varsinkin poromiehet ja paikalliset asukkaat ovat tyytyväisiä sisällä maksun mahdollisuudesta. Vieläkin täällä monet maksavat ensisijaisesti käteisellä, luottokorteilla ei kairassa paljon kauppaa tehdä.

Talvellakin SEO palvelee neljänä päivänä viikossa 02 asti, erona vain viikonloppujen tuntia myöhempi ovien avaus eli klo 09.

Karavaanarien suosikki

Kesällä karavaanarit saavat kaikki palvelut, tankkaukset, kahvit, ”kempsan” tyhjennyksen ja paikan yöpymistä varten.

- Monet eivät heti huomaakaan, että tässä on myös leirintäalue. Tarjolla on kesäasuttavia leirintämökkejä 13 kpl ja lisäksi kolme saunallista isoa lomamökkiä. Karavaanaripaikkoja on kaikkiaan 30 vaunulle, jotka ovat osittain Ivalojoen rannassa eli tien molemmin puolin.

- Karavaanaripaikat ja saunalliset mökit ovat myös talvikäytössä. Talvella järjestetään revontulisafareita, pilkkisafareita, ja myymme Husky-safareita, joita yrityskumppani järjestää.

Kerttuojalla sijaitseva SEO-kahvila-ravintola tarjoaa myös grilliruokaa, ja lounastarjontaa on sesongin ja tarpeen mukaan. Hampurilaiset, kebabit ja muut tuotteet valmistetaan itse. Oma tyyli ja Lapin paikalliset tuotteet ovat Tina Kiviniemen mukaan tärkeitä.

Leirintäalueesta se alkoi

- Me ostimme ensiksi leirintäalueen, ja sitten alettiin miettiä uutta päärakennusta. Vaihtoehdoista parhaaksi osoittautui huoltoaseman ostaminen, sillä Esko Sarajärvi halusi myydä sen. Sitten tehtiin isot maatyöt ja yhdistettiin paikat.

Lisää palveluja on vielä mainittava: nestekaasut, kalastusluvat, desinfiointitodistukset pyydyksille, Villin Pohjolan avainpalvelu ja matkamuistomyymälä.

Autolle tarjotaan tärkeimpiä perustarvikkeita. Tavarat tulevat eri toimittajilta, mutta Tina miettii hankintakanavia, joilla ostot voisi keskittää ja samalla ylläpitää hyvän perusvalikoiman.

Henkilökuntaa on yrittäjäperheessä kolme perheenjäsentä – Tinan isä Markku Kiviniemi on ammattikalastaja, ja äiti käy auttamassa aseman toiminnoissa. Perheen lisäksi on kaksi vakituista ja kesällä viitisen kausityöntekijää.

- Baarissa on A-oikeudet, joten monipuolisuutta ja työkokemusta tarvitaan. Kielitaitoakin tarvitaan, yleensä englanti riittää, jotkut osaavat ruotsia ja saksaa, ja jopa venäjän taidolle olisi käyttöä.

Sesongit vetävät

Kesä on Inarissa tosi vilkas, kun Norja vetää, on Nordkappiin ja Pohjois-Lappiin menijöitä. Toden totta, Ivalosta on matkaa Suomen päälaelle noin 200 km.

- Keväthangilla tämä on kelkoille alueen helpoin paikka tulla tankkaamaan, Tina Kiviniemi muistuttaa. Selvää onkin tämän perusteella, että 98E5 on suosituin polttoainelaatu. Kullankaivajat puolestaan ostavat polttoöljyä, monet useampia kanistereita kerrallaan.

SEO-verkostoon mukaan

- Meille tämä oli helppo tutustuminen, vaikka emme ennestään tunteneet tätä liiketoimintaa. Esko Sarajärvi asuu likellä ja on edelleen apuna ja tukena tarvittaessa, Tiina kiittelee. Camping-alueen osto oli Tinan ensimmäinen yritys. Alussa huoltoasemalla oli paljon laskutusasiakasta, mutta paikalliset yrittäjät ovat ottaneet SEO-yrityskortin käyttöön.

- SEO:n aluepäällikkö Raimo Lehtosaari auttoi paljon käynnistämisvaiheessa, ja apu oli tarpeen, sillä etenkin ympäristö- ja tonttikysymyksissä käytiin ahkeraan neuvotteluja viranomaisten kanssa, Tina Kiviniemi antaa tunnustusta verkoston palvelulle. Muutoinkin hän kertoo liittyneensä yrittäjiin ja naisyrittäjiin, joiden yhteistyöhön hän on tyytyväinen.

Rokkifestarit huoltoasemalla

Ivalossa järjestetään heinäkuun lopulla tapahtumia, jotka yhdessä ovat saaneet nimityksen ”superviikonloppu”, kun rokkia soitetaan kahtena iltana 24.-25.7.2015.

- Vuonna 2014 rokkifestareilla oli 2.300 kävijää, ja koko Inariviikoilla oli yli 12.000 vierasta. Nämä pidetään aina heinäkuun viimeisenä viikonloppuna. Silloin on Suomen suurin watercross-kisa, jossa ajetaan moottorikelkoilla veden päällä. Väkeä tulee ympäri Suomea ja Norjaa todella paljon, siitä nimitys Ivalon superviikonloppu, Tina Kiviniemi kuvailee.

Ivalon rokkifestareilla 2014 esiintymässä oli myös ruotsalainen E-Type. Kesällä 2015 odotettavissa mm. Pelle Miljoona, CatCat ja Solid Base (S).

Ivalon SEO on sisustettu aidolla tyylillä. Paikallisuus on täällä läsnä. Talvisin huoltoasema on suosittu kelkkailijoiden etappi ja tankkauspaikka.

Viljakkalan SEO avasi rivakasti

Kuva: Tuukka Olli

Uusi SEO-Kauppias Jyrki Vuori aloitti Viljakkalassa 15.4.2015, välittömästi edellisen polttoainejakelijan poistettua aiemmat kyltit.

Polttonestekaupan parissa Jyrki Vuori aloitti 15.3. 2007, jolloin hän tuli vuokralle kahvila-ravintolaan ja polttonestejakelua hoiti öljyyhtiö. Sopimus päättyi 2015 huhtikuussa, jolloin Jyrki **Vuori** tarvitsi uuden kumppanin polttonestekauppaan. SEO:n kenttäpäällikkö Tero Riuttamäki kertoi SEO:n mahdollisuuksista ja yhteistyö alkoi sujuvasti.

- Mukana keskusteluissa oli useita yhtiöitä, mutta Riuttamäki kykeni vastaamaan suoraan, miten toiminta saadaan jatkumaan. Hän kertoi niin kuin asiat ovat, ja kuka maksaa minkäkin osuuden käynnistyskuluista, Jyrki Vuori kiittelee.

Mökki- ja järviseutu vetää kesäasukkaita

Viljakkalassa on vakituista väestöä noin 2 200 henkeä, jonka lisäksi mökkiläiset ja Haverin lomakylä lisäävät vahvasti väestöä kesäksi ja palveluilla on kysyntää. Liikennevirta kirkonkylän T-risteyksessä on yli 2 000 ajoneuvoa vuorokaudessa. SEO:n palvelutarjonnan ja yrityskorttien kannalta on hyvä, että Pirkanmaalle saadaan uusia liikepaikkoja.

- Myymälä tarjoaa peruspalveluina elintarvikkeita, kahvila- ja ravintolapalveluita, kioskituotteita, joiden lisäksi myydään kalastuslupia ja monia yleishyödykkeitä. Myynti on kehittynyt joka vuosi ja non-fuel on vuodesta 2007 kehittynyt jatkuvasti. Talouden matalasuhdanne ei ole meihin juurikaan vaikuttanut. On hieno puoli, että ihmiset käyttävät paikallista tarjontaa, Jyrki Vuori kuvailee.

Autoilijoiden tuotteita myymälässä ovat lähinnä Auto-Glymin tuotteet ja perustarvikkeet, lamput ja sulat, joita pidetään esillä, joskin tilat ovat rajalliset. Lähistöllä olevaa autokorjaamoa asiakkaille suositellaan, ja sinne ohjataankin kysyjiä.

Haverin Kultahippunen

Yritys on paikkakunnalla suosittu ruokapaikka ”Kultahippunen”, joka tarjosi viikkoa ennen vappua avajaisviikonloppuna herkullisen tarjousmenyyn, ja heti alkuun SEO-Viljakkalassa kävi 800 vierasta. Paikalliseen kesämökkiläisille jaettavaan lehteen tulevat piakkoinvastaavat tarjoukset.

- Avajaisiin saatiin kaikki pelaamaan myös polttonestepuolella ja liiketunnukset olivat paikoillaan, ne saatiin jo seuraavana päivänä edellisen yhtiön lopettaessa, Jyrki kertoo ripeästä vaihdostahdista.

Haverin Kultahippunen on saanut nimensä paikkakunnan tunnetun

Myymälä ja viihtyisä ruokapaikka ovat valmiita kesäsesonkia varten.

Jyrki Vuori avasi 24.-25.4. SEO-jakelun tarjoamalla kakkua 800 vieraalle.

Haverin kultakaivoksen mukaan. Kaivostoiminta on myyty, mutta uutta louhintaa ei ole aloitettu. Kaivos on nykyään matkailukäytössä ja suosittu urheilusukeltajien paikka. Mainittakoon, että Helsingin olympiakisojen kulta- ja hopeamitalien materiaali on kaivettu Haverista.

Polttoöljyä pyydettiin jakeluun

Henkilökuntaa liikkeessä on kauppiaan lisäksi neljä työntekijää ja lisäksi tarvittaessa tuuraajia.

Polttonesteitä on myynnissä neljä laatua, eli bensiinien ja dieselin lisäksi otettiin asiakkaiden toivomuksesta mukaan myös moottoripolttoöljyn jakelu, jota myös saa automaatista.

Viljakkala liittyi Ylöjärveen vuonna 2007, ja toisen kuntaliitoksen myötä (Kuru 2009) laajenevan kaupungin alueelle on kertynyt jo 32 500 asukasta. Ylöjärven kaupungin alueella on nykyisin kolme SEO-asemaa, kaksi muuta ovat toinen Ylöjärven keskustassa 3-tien tuntumassa ja toinen Kurussa.

Seutu on todellinen järvimaisema, sillä Viljakkalassa on 125 järveä ja lampea, ja jokaista asukasta kohti paikkakunnalla on 83 metriä rantaviivaa. Viljakkalasta kertyy matkaa Tampereelle noin 40 kilometriä, Ylöjärven keskustaan noin 30 kilometriä sekä Kyröskoskelle ja Hämeenkyrön kirkonkylään vajaat kymmenen kilometriä.

> ”Riuttamäki kykeni vastaamaan suoraan, miten toiminta saadaan jatkumaan. Hän kertoi niin kuin asiat ovat, ja kuka maksaa minkäkin osuuden.”

Huoltoaseman onnistunut yrityskauppa tai sukupolvenvaihdos – kuinka välttää sudenkuopat ympäristöasioissa

Moni ikääntyvä huoltoasemayrittäjä pohtii yrityksensä tulevaisuudennäkymiä. Jos huoltoasemalle löytyy jatkaja omasta perheestä, on sukupolvenvaihdos mahdollinen tapa siirtää toimiva liiketoiminta seuraavalle sukupolvelle. Muita vaihtoehtoja ovat toiminnan myyminen tai lopettaminen. Kaikki nämä vaihtoehdot vaativat huolellista, jopa vuosien etukäteissuunnittelua ja valmistautumista monesta eri näkökulmasta. Ympäristöasioitakaan ei kannata tässä yhteydessä unohtaa.

Johtava asiantuntija DI, FT Esa Salminen Vahanen Environment Oy:stä on viimeisten noin 15 vuoden aikana ollut ympäristöasiantuntijana mukana sadoissa kiinteistö- ja yrityskaupoissa.

Suunnittelupäällikkö MMM Petra Pihlainen Vahanen Environment Oy:stä on toiminut pilaantuneiden maiden ja huoltoasemien ympäristöasioiden parissa noin 15 vuotta.

Sukupolvenvaihdokseen on valmistauduttava ajoissa

Sukupolvenvaihdos on yritysjärjestely, jossa monia tärkeitä asioita pitää ottaa huomioon jopa vuosia etukäteen - esimerkiksi vastuiden siirron toteuttaminen ja verotuksen suunnittelu. Myös ympäristöasiat kannattaa pitää mielessä. Ympäristölainsäädäntö muuttuu kaiken aikaa. Jakeluaseman ympäristöasioihin, kuten suojarakenteisiin liittyvät mahdolliset investointitarpeet on hyvä olla tiedossa. Luokitellulla pohjavesialueella toimittaessa toistaiseksi voimassa oleva ympäristölupa antaa turvaa toiminnan jatkamisen edellytyksiin. Määräaikaisen ympäristöluvan varassa toimittaessa on mahdollista, että toiminnalle ei myönnetä uutta lupaa tai uuden luvan saanti edellyttää mittavia investointeja.

Yrityskauppaprosessia hoitavat yleensä ammattilaiset

Yrityskaupassa keskeisiä asioita ovat kaupan kohteen määrittely, oikein määritelty kauppahinta ja sopimusehdot. Yrityskauppaa voi edeltää yritysrakenteen uudelleenjärjestely, esimerkiksi kiinteistöjen irrottaminen liiketoiminnasta tai liiketoiminnan yhtiöittäminen.

Due diligence -tarkastus on nykyisin yrityskaupoissa normaali, yrityskaupan ammattilaisten vetämä prosessi. Prosessissa pyritään huomioimaan ja poistamaan kaupan kohteeseen liittyvät riskit myyjälle, ostajalle ja muille rahoittajille. Pyrkimyksenä on sopia asioista niin, ettei niihin tarvitse palata myöhemmin. Due diligence -tarkastuksessa on mukana eri alojen asiantuntijoita, myyjällä ja ostajalla usein omansa. Mitä ammattimaisempi ostaja on, usein sitä mittavampi ja systemaattisempi on due diligence -prosessi. Yrityskaupassa tieto on valtaa ja sillä voi olla merkittävä vaikutus kustannuksiin.

Due diligence -tarkastuksessa käydään läpi suuri määrä dokumentaatiota, joka kertoo yrityksen tilasta, nykyisistä ja tulevista investointitarpeista, vastuista ja riskeistä sekä niihin liittyvistä kustannuksista. Jo pelkästään tiedon keräämiseen menee usein paljon aikaa. Tiedon puute on riski sekä ostajan, myyjän että rahoittajienkin näkökulmasta. Tyypillinen haaste yrityskaupoissa kokemattomalle yrittäjälle on, että hän tuntee yrityksensä, mutta moni asia ei välttämättä ole kunnolla dokumentoitu. Myyjän on hyvä tunnistaa mahdollisimman aikaisessa vaiheessa yritykseen liittyvät riskit ja miten riskejä voidaan pienentää tai miten ne voidaan poistaa. Hyvä sopimus on turva sekä ostajalle että myyjälle ja sen avulla voidaan välttää riidat jälkikäteen. Näissä asioissa auttaa asiantuntija.

Ympäristötarkastus on vakiintunut osa yrityskauppaprosessia

Ympäristöasiantuntijan toimesta tehty ympäristö due diligence -tarkastus (nk. EDD) on

nykypäivänä vakiintunut osa due diligence -prosessia. Siinä läpikäytäviä asioita ovat toimintaan liittyvät ympäristöasiat, kuten luvat, ympäristöasioihin liittyvät sopimukset, jakeluasemaan liittyvien rakenteiden lainsäädännön ja standardien mukaisuus sekä säiliöiden ja turvalaitteiden määräaikaistarkastukset. Ympäristövastuisiin liittyvät asiat kannattaa saattaa kuntoon hyvissä ajoin ennen kauppaa. Mikäli kauppaan liittyy kiinteistö, ympäristötarkastuksessa läpikäytäviä asioita ovat lisäksi esimerkiksi rakenteiden haitta-aineet, kuten asbesti ja sen mahdollinen esiintyminen vanhoissa rakenteissa.

Maaperän pilaantuneisuusriskit hallintaan

Maaperän mahdollinen pilaantuneisuus on huoltoasemakohteissa usein merkittävin huomioitava asia ja ympäristöhuoli ostajan näkökulmasta. Huoltoaseman toimintahistoria voi olla pitkä ja maaperään on voinut päästä haitta-aineita esimerkiksi onnettomuuksien tai ylitäyttöjen seurauksena. Haitta-aineita ja rakennusjätteitä on voinut joutua maaperään jo ennen huoltoaseman toiminnan alkua, aikaisemman toiminnan seurauksena, täyttömaan mukana tai kiinteistöllä olleiden aikaisempien rakennusten purun yhteydessä.

Riskit ja maaperän tila kannattaa aina selvittää myyjän toimesta hyvissä ajoin ennen kauppaa. Lainsäädännön mukaan myyjällä on selontekovelvollisuus kiinteistön ympäristön tilasta uudelle omistajalle. Todennäköisesti ostaja edellyttää asioiden selvittämistä joka tapauksessa. Selvitys ostajan toimesta kauppaprosessin aikana ei myyjän näkökulmasta ole usein paras vaihtoehto. Tällöin voidaan joutua myyjän kannalta epäedulliseen keskusteluun hinnanalennuksesta tai ympäristövastuiden jäämisestä myyjälle. Vähintäänkin kauppa usein viivästyy.

Usein haitta-aineille maaperässä tai rakenteissa ei tarvitse tehdä mitään, jos toiminta jatkuu nykyisenlaisena ja haitta-aineista ei aiheudu riskiä ympäristölle tai ihmiselle. Jos haitta-aineista aiheutuu riski, esimerkiksi pohjavesi on pilaantunut tai vaarassa pilaantua, tulee kohde kunnostaa. Jos riskiä ei ole, tulee haitta-aineet usein poistaa vasta siinä vaiheessa, kun toiminta muuttuu tai lopetetaan.

Pilaantuneen maan kunnostaminen voi olla huomattava kustannus, mikä tulee huomioida myynti- tai toiminnanlopettamistoimenpiteitä suunniteltaessa. Usein pilaantunut maa kaivetaan pois ja viedään luvanvaraiseen käsittelypaikkaan.

Pilaantuneen maan kunnostamiseen on olemassa myös erilaisia *In situ* -tekniikoita, joilla kunnostus tehdään kohteessa, eikä maita tarvitse kaivaa pois. In Situ-tekniikoiden avulla voidaan säästää kustannuksissa, mutta ne vaativat usein enemmän aikaa kuin mitä pilaantuneen maan pois kaivaminen vaatisi. Niistä voi löytyä myös toimiva vaihtoehto, jos pilaantuneisuus sijaitsee hankalasti esimerkiksi rakennusten tai muiden rakenteiden alapuolella.

Pilaantuneen maan kunnostaminen edellyttää riittäviä tutkimuksia, suunnitelmia ja viranomaishyväksyntää.

Toiminnan lopettaminen voi myös avata mahdollisuuden kiinteistökehitykselle, jolloin kiinteistön arvoa voidaan kaavoituksella ja maankäytön muutoksella nostaa.

Hyvä valmistautuminen ammattilaisen avustuksella kannattaa

Due diligence -tarkastuksessa esille tulevat riskit voidaan huomioida kauppahinnassa tai niistä voidaan sopia kauppasopimuksessa. Hyvä valmistautuminen yrityskauppaan loppupelissä kannattaa. Usein se parantaa myyntihintaa, sujuvoittaa kauppatilannetta ja vähentää myyniin jälkeisiä riitatilanteita. Ympäristöasiat ja niihin liittyvät vastuut kannattaa selvittää ja tarvittavat toimenpiteet toteuttaa hyvissä ajoin ennen suunniteltua yrityskauppaa tai sukupolvenvaihdosta. Tällöin voidaan muotoilla kauppasopimus ympäristövastuiden osalta huolella. Ammattilaisten apuun kannattaa turvautua.

Huoltoaseman ympäristöasioiden hoito on kokonaan uudella tasolla kehittyneen tekniikan ja ohjaavien säädösten ansiosta. Erotuskaivojen tila, tarkkailujärjestelmien toiminta ja näytteenotto kuuluvat nykyisiin asemarutiineihin.

Digitaalinen myymälämainonta liikenneasemilla

Mainosnäyttöjärjestelmien käyttö liikenneasemilla on yleistynyt voimakkaasti viime vuosina. Arviolta yli kolmasosa Suomen miehitetyistä liikenneasemista on varustettu ratkaisuilla, joilla korvataan perinteisiä valomainoshinnastoja ja menutauluja sekä tehostetaan aseman viestintää erillisillä mainos- ja infonäytöillä.

Parhaimmillaan tällainen järjestelmä tuo lisämyyntiä, parantaa asiakaskokemusta ja helpottaa aseman toimintaa. Jotta hyödyt saadaan irti, täytyy järjestelmää käyttää aktiivisesti ja suunnitella sisältö omalle asemalle sopivaksi.

Hyvin suunniteltu mainosnäyttöratkaisu huoltoasemalla huolehtii muunmuassa seuraavista asioista:

- Tuo esille aina ajankohtaiset lisämyyntituotteet ja palvelut
- Pitää huolen että asiakas näkee ravintola- ja kahviohinnastoissa on aina ajankohtaiset tarjoukset
- Houkuttelee mittarikentillä asioivat asiakkaan käyttämään myös aseman sisäkaupan palveluita

Näyttöjen teho mainosvälineenä perustuu siihen, että esityssisältö on kohdennettua ja muuttuu asiakasprofiiliin vaikuttavien asioiden perusteella. Tyypillisiä esimerkkejä ajallisesti tai säätilaan sidotusta mainonnasta on lounaslistan näyttäminen lounasaikaan ja jäätelöiden esille nostaminen kesähelteillä.

Ratkaisujen suunnittelusta liikenneasemille

Kahvion/ravintolan linjasto ja kassapisteet:

Tyypillinen lähtökohta on, että asemalle on vuosien saatossa kertynyt joukko erilaisia valomainoksia esimerkiksi eri pikaruokakonseptien mukana. Lisäksi tuotteista viestitään erilaisilla paperille tulostetuilla mainoksilla ja hinnastoilla.

Kokonaisuudessaan kahvion ja ravintolan tuotetarjonnan esilletuonti on sekava ja asiakkaan voi olla vaikea hahmottaa mitä kaikkea on saatavilla. Siinä kohtaa kun päätetään hankkia digitaaliset hinnastot, pyritään yleensä uudistamaan kokonaisuus ja siirtämään ainakin valtaosa paperimainoksista ja hinnastoista näytöille. Onnistuneen toteutuksen jälkeen:

1. Hinnastokokonaisuus on selkeä ja yhtenäinen. Ilme paranee ja asiakkaan on helppo tehdä valinta.
2. Ostoja pystytään ohjaamaan haluttuihin tuotteisiin. Esimerkiksi parempikatteisia oman keittiön annoksia voidaan korostaa tuomalla niitä isoilla ateriakuvilla esille.
3. Sisältö on aina ajankohtaista. Jos esimerkiksi ravintolan menu on suppeampi yöaikaan, hinnastoissa näytetään ainoastaan tarjolla olevat annokset. Hinnastonäytöillä esitettävä tarjonta voi muuttua täysin eri kellonaikoina asiakastarpeiden mukaisesti.
4. Näytöt toimivat myös mainospintana. Hinnastonäytöt ovat otollisia mainospintoja, koska kaikki kahviossa asioivat varmasti katsovat niitä.

Kahvion ja ravintolan pöytien lähelle sijoitettavat näytöt:

Kahvion linjastolla ja kassapisteessä asiakkaan kohtaamisaika on lyhyt. Näyttöjen näkökulmasta tämä tarkoittaa sitä, että esitettävä mainoskierto kannattaa myös pitää lyhyenä. Kahviossa ja ravintolassa tilanne on toinen. Asiakas viettää pöydässä aikaa ja näin ollen myös näytöllä esitettävää sisältöä voi olla enemmän.

Kahvion seinällä olevalle näytölle kannattaakin ajastaa myös viihteellistä sisältöä, esimerkiksi uutisotsikoita. Mainonnassa kannattaa keskittyä aseman palveluihin sekä sellaisiin tuotteisiin joita asiakas voi vielä pois lähtiessään ostaa.

Myös lähellä olevat yritykset voivat olla hyvinkin kiinnostuneita ostamaan mainospaikan. Esimerkiksi läheisen autoliikkeen vaihtoautot voivat toimia sekä sisäänheittäjänä autoliikkeeseen että huoltoaseman asiakkaita muutenkin kiinnostavana sisältönä.

Aseman ulkopuolelle asennettavat mainosnäytöt

Aseman ulkopuolelle asennettavien näyttöjen rooli on tuoda aseman sisäkaupan tuotteet ja palvelut esille mittarikentällä asioiville asiakkaille. Isoilla LED-screeneillä voidaan myös tavoittaa aseman vieressä kulkeva liikenne ja lisätä asiakkaiden määrää sisäänheittotarjouksilla ja ajantasaisella mainonnalla.

Ulkona olosuhteet ovat haastavat ja käyttöön otettavaan tekniikkaan on syytä kiinnittää huomiota. Harvat laitteet kestävät vuosien käyttöä suomalaisissa vaihtelevissa sääolosuhteissa.

Tärkeinä on sisältö

Teknisesti näyttävästäkään ratkaisusta ei ole hyötyä, jos sisällön päivitys ei ole suunnitelmallista. Hankittavan järjestelmän täytyy olla niin helppokäyttöinen että esimerkiksi lounaslistojen päivitys, hinnastomuutokset ja mainosten teko onnistuu kauppiaalta tai henkilökunnalta.

Jos esitysaineisto täytyy aina tilata esimerkiksi mainostoimistosta, jää se helposti tekemättä tai ainakin tulee viivettä ennen kuin viesti on näytöllä. Jo hankinta vaiheessa tulisi ideoida ja listata mitä kaikkea näytöillä haluaa näyttää ja varmistaa, että siihen on työkalut olemassa kun järjestelmä otetaan käyttöön.

Dokumentoimalla sisältösuunnitelman saa eväät järjestelmän aktiiviseen hyödyntämiseen. Näyttöjen hyödyntäminen pitää olla osana jokapäiväistä tekemistä. Esimerkiksi sadekelillä voi pesuhinnastonäytölle nostaa sadekelin pesutarjouksen.

Lataa Sähköisen myymälä- ja ravintolamainonnan opas 2015 osoitteesta www.seasam.com

Saat lisää vinkkejä toimivan mainosnäyttöratkaisun ja sisällön suunnitteluun.

Seasam ja SEO yhteistyössä

Seasam Digitalin toimittamia mainosnäyttöjä käytetään yli 700 myymälässä ympäri Suomea. Liikenneasemia Seasamilla on asiakkaina yli 300 kpl.

Seasam ja SEO valmistelevat yhteistyötä, jolla tuetaan esimerkiksi SEO ilmeellä olevien mainospohjien käyttöä. Nämä löytyvät Seasamin www.mainoseditori.fi -palvelusta. Järjestelmän käyttöönotto on tämän ansiosta helppoa.

Kirjoittaja:
Ville-Pekka Kuusisto
Myyntipäällikkö, Seasam Digital Oy
Kirjoittajalla on 10 vuoden kokemus digitaalisen myymälämainonnan toteutusten suunnittelusta.

SEO henkilökunta

s-posti: etunimi.sukunimi@seo.fi

Hannu Laitinen, toimitusjohtaja
0400-884 321

Ulla Lindström, talouspäällikkö
(03) 883 0610

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

Tero Riuttamäki, kenttäpäällikkö
045-657 9029

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

Mirva Laakso, (03) 883 0611

Marjut Villgren, (03) 883 0612

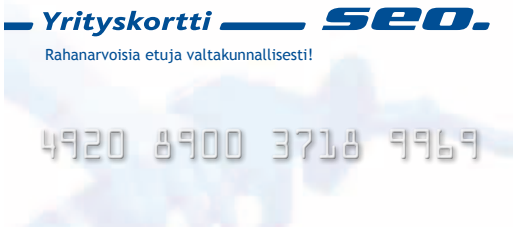
Vuokko Öljymäki, (03) 883 0613

SEO:n yhteistyökumppanuus koirajärjestön kanssa huipentuu suojelukoirien MM-kisoissa syyskuussa.

Saksanpaimenkoiraliitto on Suomen laajin koiraharrastajien liitto.

SEO tarjoaa yrityksille hyvän polttoainekortin, jolla saa lisäalennusta jo edullisista SEO-hinnoista.

Yrityskortin voi tilata nykyisin myös sähköisellä allekirjoituksella suoraan netistä: www.seo.fi.



SEO. Yrityskortilla pidemmälle.

- Lisäalennuksia jo edullisista SEO-hinnoista (1—2 snt/l)
- Keskittämällä säästöä polttoainekustannuksissa
- Ei laskulle lisättyjä kunta- tai aluehintoja
- Maksuton yrityskortti ilman laskutuslisää
- Eritelty lasku kaksi kertaa kuukaudessa
- Korkealuokkaisia, kotimaassa jalostettuja polttoaineita
- Lähes 200 sinivalkoista SEO-asemaa

Tilaa omasi www.seo.fi

seo. Osa suomalaista talouselämää jo vuodesta 1978.

Suomalaista laadukasta polttoöljyä myyvät useimmat SEO-kauppiaat.

Tarjolla on polttoöljyä myös suoramyyntinä: www.seo.fi tai soittamalla numeroon

03-883 0613