

# HALPAKAUPAN TAKUUMIES

Ville Majanen otti 22-vuotiaana yhden suunnan lentolipun Hongkongiin eikä palannut Suomeen. Nyt hän pyörittää verkkokauppaansa 10 miljoonan euron liikevaihdolla.

TEKSTI Pauli Reinikainen & KUVAT Tuomas Harjumaaskola

**E**letään vuoden 2006 tammikuuta. **VILLE MAJANEN** matkustaa vaihto-opiskelijaksi Hongkongiin. Suurempana tavoitteena on löytää ura Kiinan kasvavilta markkinoilta.

Eletään mielenkiintoisia aikoja. Kiinan taloudessa nähdään valtaisa potentiaalia ja ulkomaalaiset yritykset näkyvät yhä enemmän Hongkongin katukuvassa. Majanen miettii erikoistumista Kiinaan.

Vaihto-opiskelu alkaa hyvin. Eräänä päivänä Majanen ostaa hongkongilaisesta katukaupasta nettikameran kahdeksalla eurolla. Se on hintaisekseen yllättävän laadukas.

- Mietin, että nämähän maksavat Suomessa 50 euroa.

Majanen marssi pian samaan kauppaan ja osti kolme samanlaista kameraa. Ajatuksissa oli niiden myyminen hyvällä voitolla verkkokuutokaupassa.

Puoli vuotta vierähti ja kamerat ehtivät pölyttyä hyllyssä. Majanen oli sillä välin aloittanut työharjoittelun Hongkongissa.

- Laitoin kamerat myyntiin Huuto.netiin ja ne menivät kaupaksi 24 euron kappalehinnalla. Kahdeksan euron sisäänostohinnalla kate oli kohdallaan.

Majanen osti viisi kameraa lisää ja myi nekin. Seuraavat kymmenen kameraa hän sai jo 7 euron kappalehinnalla.

- Aloin ostella muutakin. Kaikki menivät hyvin kaupaksi.

Tuolloin kiinalaisia halpatuotteita ei ollut Suomessa saatavilla. Alibaba oli suomalaisille vielä tuntematon.

Majanen myi 27 tuotetta, seuraavan kuukauden aikana 300 tuotetta ja kolmanteen tuhat erilaista tuotetta. Samaan aikaan työharjoittelu läheni loppuaan. Majanen



Ville Majanen elää vaatimatonta elämää ja paiskii pitkää päivää.



1.



2.



3.

1. Toimistossa on kova kuhina. Suomalaiset tuotepäälliköt etsivät uusia tuotteita yhdessä paikallisten aisaparien kanssa.

2. Majanen tuntee hyvin Kiinan talouselämän metkut. Sopimuksiinkaan ei aina voi luottaa.

3. E-villen tarina alkoi kahdeksan euron netti-kamerasta. Nyt Majanen on luonut pienimuotoisen verkkokauppaimperiumin.

pyöritteli mielessään oman harrastuksensa jatkamista.

- Aamulla lähdin 70 litran rinka selässäni kotoa, lounastunnilla postitin tuotteita ja päivän päätteeksi lähdin ostamaan lisää myytävää.

Tuotteiden lähettämistä Suomeen helppotti se, että Hongkongin postin kautta pakettien postittaminen oli ja on edelleen edullista. Kahvikupin painoisen paketin postittaminen on halvempaa kuin Helsingistä Tampereelle. Lähetysten hinta on vain muutaman euron.

Suomessa ostaja huusi Majanen tuotteen Huuto.netistä. Pian Majanen ymmärsi, ettei nettihuutokaupan kautta toimiminen ollut hänen kannaltaan järkevää.

- Minun oli vaikea kertoa, mistä tuote oli tullut enkä pystynyt rakentamaan omaa brändiä. Tajusin, että jos joku myy jonain päivänä samaa tuotetta euron halvemmalla, menetän kaikki asiakkaani. Homma piti saada oman verkkokaupan alaisuuteen.

Yksi ongelma oli. Kaupasta piti saada riittävän iso, jotta se kannattaisi. Majanen varautui käyttämään paljon aikaa asiakaspalveluun, viesteihin vastaami-

seen, tuotepalautuksiin ja takuuasioden hoitamiseen.

Alussa aikaa kului sen selvittämiseen, miten yritys ylipäättään perustetaan Hongkongiin. Työluvut ja viisumit piti järjestää.

- Ensimmäinen vuosi meni siihen, että myin harrastuksena Huuto.netissä samalla kun anoin viisumia ja rakensin verkkokauppaa.

Koodaamisen Majanen antoi perhetun vastuulle. Vuoden kuluttua valmista alkoi tulla.

E-VILLEN ALKUAIKOINA suomalaiset suhtautuivat varauksella kiinalaisiin halpatuotteisiin. Moni uteli, minkä merkin tuote on kyseessä, kun verkkokaupassa ei moista mainittu lainkaan. Majanen vastasi, ettei minkään merkinen.

Markkinointia ammattikorkeakoulussa opiskellut yrittäjä keksi kuitenkin nopeasti ratkaisun ongelmaan.

- Ajattelin, että keksitään sitten joku merkki, jos sellaista ei ole.

Niinpä Majanen myi verkkokaupassaan Diel-merkkisiä laitteita. Sana oli muokattu "diilistä". Tuotepakkauksiin alettiin painaa Diel-logoja.

Homma alkoi pelittää. Edulliset hinnat sai suomalaiset ostoksille e-villen verkkokauppaan. Nimellä ei haluttu viitata perustajaan vaan elektroniikkakaupunkiin. Yrityksen ensimmäinen slogan oli "kyläkauppasi Hongkongissa."

Majanen pystyi nopeasti todistamaan, että halvallakin voi saada hyvää. Tuotearvostelut nousivat tärkeään rooliin.

- Kun asiakkaat alkoivat kirjoittaa arvosteluja, sen jälkeen muutkin oppivat luottamaan tuotteisiin.

Kun Mikrobitti-lehti teki mediasoitinten testin, Majasen keksimä Diel sai kehuja parhaasta hinta-laatusuhteesta.

- Sen jälkeen kauppa kävi todella hyvin, Majanen sanoo.

Kiinalaisia tuotteita alkoi virrata Suomen markkinoille myös muualta. Verkkokauppajättiläinen Alibaba on kasvatanut asiakaskuntaansa myös Suomessa.

- Muut kiinalaiset verkkokaupat painavat aggressiivisesti päälle. Ne ovat ehdottomasti e-villen pahimpia kilpailijoita.

E-Villen myydyimpiä tuotteita ovat älypuhelimet. Ala on ollut Suomessa kovassa murroksessa Nokian puhelinten valmistuksen päättyttyä.

## Ville Majasen neuvot: Tiedä ainakin tämä, jos suuntaan Kiinan markkinoille

VILLE MAJANEN on oppinut tuntemaan perusteellisesti kiinalaisen liike-elämän ja sen tavat.

- Jos kiinalaisille kuluttajille on myymässä, on tärkeä tiedostaa tuotteen tai vaikka matkailupalvelun asiakkaalle tuoma status-arvo. Miltä tuote saa käyttäjän näyttämään lähipiirin silmissä, fiksulta edelläkävijältä, rohkealta, rikkaalta? Tärkeää on, että tuotteen kalleus, ainutlaatuisuus ja se, että se ei ole "Made in China" näkyy selvästi.

Kiinalaiset eivät liiemmin arvosta vanhaa. Suosiossa on uusi ja kiiltävä.

- Äkkirikastuneille, joita on paljon, ainut laadun tae voi olla kallis hinta. Kiinassa voikin olla niin, että kun hinta nousee, kysyntä nousee, Majanen sanoo.

Jos suomalaisyritys tavoittelee asiakkaita kiinalaisista yrityksistä, pitää olla tarkkana siinä, mitä tietoja kertoo.

- Sopimuksilla ei ole täällä juurikaan merkitystä. Kun rahat on maksettu, toimitusajat voivat paukkua ja mikäli esimerkiksi laatuvaatimuksia ei ole hyvin tarkasti kirjattu, voivat nekin vielä muuttua, Majanen varoittaa ja muistuttaa, että suomalaisiin verrattavaa omaatuntoa kiinalaisilla ei ole.

- Pari vuotta tuhrautui siihen, että kannustin kiinalaisia työntekijöitäni etsimään uusia tuotteita. Se osoittautui vääräksi valinnaksi. Kävi ilmi, että kiinalaiset eivät ymmärrä suomalaista kuluttajaa. Sen olisi tietenkin pitänyt olla itsestään selvää.

Kiinalainen ei esimerkiksi hoksannut, että kahden euron hintainen usb-laturi voisi olla hitti Suomessa, monin kerroin kovemmallalla hinnalla.

- Suomalainen maksaa samasta tuotteesta yli 10 euroa. Kiinalainen ei ymmärrä, että joku voisi maksaa siitä paria euroa enempää.

Tilanne muuttui, kun Majanen palkasi suomalaisia tuotepäälliköitä. Nyt suomalaiset vastaavat uusien tuotteiden etsimisestä, messuilla käymisestä ja kiinalaisten kauppapaikkojen koluamisesta.

- Saimme välittömästi älyttömän hyviä tuloksia. Tällä hetkellä meillä on yhdeksän suomalaista tuotepäällikköä, jotka vastaavat parista sadasta tuotekategoriasta. Jokainen kategoria on jaettu vastuutuotepäälliköille, jonka aisaparina on kiinalainen. Yhdessä he ideoivat tuotteita ja miettivät niiden hinnoittelun, Majanen selvittää.

Tuotepäälliköt ovat tuoneet verkko-kauppaan uusia nimikkeitä paitsi yleisen kiinnostavuuden, myös oman harastuneisuutensa perusteella.

- Yksi sälli on meillä todella innokas tietokonepelaaja ja laajentanut paljon pelituotteiden osuutta verkkokaupassa.

Nyt e-villessä on 5000 tuotenimikettä. Verkkokaupan myynti nousi viime vuonna seitsemään miljoonaan euroon. Kasvua on yli 50 prosenttia vuodessa. Tilauksia toimitettiin viime vuonna 100 000 kappaletta.

Kovia lukuja, sen tietää Majanenkin.

- Olen lähinnä huolissani muun maalaisista tuotteista, miten ne pysyvät kilpailussa mukana. Kiinalaiset ovat nykyään hyviä joka asiassa. Laatu on parantunut ja yrityksillä on omaa tuotekehitystä.

Siinä missä kiinalaiset tuotteet saatettiin takavuosina tuntea halpoina ja huonolaatuisina, nykyisin monen kiinalais-tuotteen brändi on arvossaan.

- Kiinalaiset ovat oppineet ostamaan muualta sen, mikä ei ole heidän omaa vahvuusalueitaan, kuten brändäyksen ja muotoilun.

Majanen on tyytyväinen siitä, miten vähän e-ville saa huoltopyyntöjä myymistään tuotteista.

- Rikkinäinen laite on aina iso pettymys asiakkaalle. Elektroniikkaan niitä ikävä kyllä aina mahtuu. Monille tuotepäälliköillemme laatu on sydämen asia. Jos asiakkaalta tulee sanomista,

sen jälkeen samaa tuotetta on vaikea myydä jollekin toiselle.

MAJANEN ASUU viikonloput Hongkongissa ja arkipäivät Shenzhenissä. Jälkimmäistä ei turhaan kutsuta Kiinan Piilaaksoksi. Oikeassa Piilaaksossa Kaliforniassa on jo pitkään pelätty sitä, mitä Kiinasta on nousemassa.

- Valtiolla on Kiinassa paljon tukiohjelmaa, rahasta teknologinen kehitys ei jää kiinni. Iot, ja virtuaalitodellisuus ovat Kiinassa pian arkipäivää jokaisessa kotitaloudessa, Majanen uskoo.

Hongkongissa Majasta viehättää metropolin energisyys.

- Ihmiset ovat todella kunnianhimoisia ja kovia tekemään töitä. Kaupunkiin tulee jatkuvasti nuoria ulkomaalaisia keikeilemaan siipiään. Miinuspuolena on ehkä se, että Hongkong ei ole hirveän perhekeskeinen paikka. Kovat arvot ovat suosiossa.

Vaikka Majanen nauttii työstään, hän myöntää, että jotain muutakin voisi tehdä.

- Tietenkin näin 34-vuotiaana perheettömänä on helppo sanoa niin. Samalla on todettava että jos työni otettaisiin pois, siitä pitäisi saada aika paljon rahaa vastineeksi.

Majasella ei juurikaan ole elämää töiden ulkopuolella. Hongkongissa on 250-300 suomalaista, joista osa alle 35-vuotiaista tapaa toisiaan paikallisen aktiivisena kauppakamerin järjestämässä tapahtumissa kuten vaellusreissuilla. Vähäistä vapaa-aikaansa Majanen käyttää muun muassa golfkentällä.

- Olen leikilläni sanonut, että olen naimisissa firmani kanssa. Ei elämäni ole paljon muuta mahtunut. Vasta viime vuosina olen oppinut delegoimaan töitä muillekin.

Elämää on helpottanut se, että yritys tekee nykyisin voittoa ja on pystynyt maksamaan kohtuullista korvausta työntekijöilleen.

OMASTA TAVOITTEESTAAN Majanen ei ole vielä täysin selvillä. Yksi vaihtoehto on yrityksen myyminen.

- Kaikki vaihtoehdot täytyy pitää mielessä. Kymmenen miljoonan liikevaihto kolkuttelee oven takana, joten voisimme olla mielenkiintoinen kohde esimerkiksi jollekin norjalaiselle kulutuselektronikan ketjulle. Tai sitten Alibaballe, jos se haluaisi jalansijan Suomessa.

Tällä hetkellä kaikki kolme yritystä ovat 100-prosenttisesti Majasen omistuksessa.

- Jos löytäisin oikein sitoutuneen partnerin osakkaaksi, kimpassa voisi olla kiinnostavaa tehdä Tekniikmagasinetin tyyppinen ketju. Tai jos saisin yhteistyökumppanin kautta oikeudet

Majanen ei pidä mahdollisena ajatusta laajentua Suomessa kivijalkamyymälöihin oikean kumppanin kanssa.

Suomalainen maksaa samasta tuotteesta yli 10 euroa. Kiinalainen ei ymmärrä, että joku voisi maksaa siitä paria euroa enempää.

mainstream-tuotemerkeihin, miksen voisi lähteä kilpailemaan perinteisten toimijoiden kanssa. Se tosin merkitsisi katteiden merkittävää laskua. Philipsin kahvinkeitintä ei välttämättä kannata lähteä myymään, Majanen visioi.

Suomen jalansijaa e-ville on vahvistanut Mäntsälän noutovarastolla, josta moni suomalainen asiakas on oppinut hakemaan tai tilaamaan tuotteensa. Nyt Mäntsälän varastolle toimitetaan kontteittain tavaraa, muun muassa kookkaampia tuotteita kuten pelituoleja,

3D-tulostimia ja sähköpolkupyöriä. Mäntsälässä työskentelee myös kaksi huoltomiestä.

- Läheskään kaikki eivät jaksaa odottaa muutaman viikon toimitusta. Puolet myynnistämme tulee jo Suomesta varaston ja Suomen sivuliikkeen kautta. Moni ostaa mieluummin Suomesta, vaikka tuote on 5 tai 10 euroa kalliimpi kuin Kiinasta toimitettuna.

Majanen uskoo, että muutaman vuoden päästä kaikki verkkokaupan toimitukset voisivat olla suoraan Suomesta.

- Siten voisimme tarjota parempaa palvelua ja laadukkaampaa tekemistä. Toki ostopuoli ja tuotekehitys jäisi silti Kiinaan.

Mutta mikä on Majasen ennustus tämän vuoden nousevista teknologiahihteistä?

- Erilaisia droneja näkyy nyt Kiinassa todella paljon. Itse uskon vahvasti virtuaalilaseihin ja siihen, että muutaman vuoden päästä sellaiset löytyvät jokaisesta kotitaloudesta. Älykotiin liittyvät tuotteet ovat myös nousussa.



**PK-YRITTÄJÄN ELÄKEVAKUUTTAJA**