



Kamux

Markkinamahdollisuuden oivaltaminen synnytti kansainvälistyvän kuluttajakonseptin

Juha Kalliokoski – Konsernijohtaja, Kamux
Jokke Paananen & Vesa Uotila – Intera Partners

Synnynäinen yrittäjä ja bisnesmahdollisuuksien oivaltaja

Yrittäminen ja kaupanteko ovat Kamuxin konsernijohtaja Juha Kalliokoskella verissä. Jo pikkupoikana hän myi leivonnaisia ja havukransseja naapureilleen ja myöhemmin asiakkailleen viheristutuksia ja rakennusurakoita. Kouluttauduttuaan ja työskenneltyään poliisina Juha koki uransa käännekohdan erinomaisesti sujuneen ensimmäisen autokaupan seurauksena. Onnistumisesta syttynyt innostus vei hänet merkkiliikkeeseen autokauppiaksi, jossa hän eteni 10 vuoden aikana aina liikkeen johtajaksi asti. Mutta se oli vasta alkua.

Vuonna 2003 Juha päätti ryhtyä yrittäjäksi ja perusti Kamux-autoliikkeen, jonka ensimmäisen vuoden tavoitteena oli myydä 150 käytettyä autoa. Juha kertoo mediassa keskittyttävän aina vain uusien autojen kauppaan vaikka pääosa autoista myydään käytettyinä. Juha: "Käytettyjen autojen kaupassa markkinan koko on Suomessa melko stabiili, 500 000 kappaletta vuodessa. Ruotsissa myydään miljoona autoa ja Saksassa noin 7 miljoonaa." Vuonna 2006 Kamux avasi toisen ja kolmannen liikkeensä. Samalla syntyi ajatus ketjuuntumisesta ja ristiinmyymisestä, jossa etuna on, että kaikki myyjät voivat myydä myös muiden myyntipisteiden autoja. Nyt ketjulla on jo 32 toimipistettä Suomessa ja se työllistää noin 220 vakituista työntekijää.

Rekrytointi ja totutun kyseenalaistaminen menestyksen ytimessä

Kamux on uudistanut autokaupan toimintatapoja. Keskiössä on ollut myyjien rekrytointi ja koulutus. Juha: "Hoidamme itse rekrytoinnit. Se on sekä haastavaa että palkitsevaa. Kykenemme oman prosessimme kautta löytämään juuri oikealla asenteella ja taidoilla varustetut henkilöt. Noin kolme neljäsosaa myyjistämme tulee alan ulkopuolelta." Kamuxin henkilökunnasta noin 30 % on alle 25-vuotiaita, missä ikäryhmässä työttömyys on Suomessa suurin. Lisäksi yrityksellä on noin 180 osa-aikaista autokuskaa, monet heistä eläkeläisiä. Juha: "Tämä on todella tärkeää näille ihmisille ja samalla erittäin arvokasta yritykselle. Auton kotiin toimittava kuski Kamux-takissaan saattaa olla asiakkaan ainoa kasvollinen kontakti kauppa tehtäessä. Kerran asiakas soitti minulle tohkeissaan, että sillä aikaa kun hän oli koeajolla, niin oli lumityöt tehty pihassa. Se on aivan käsittämätön palvelukulttuuri, mikä näillä herroilla on."

Käytettyjen autojen markkina on pysynyt varsin stabiilina viimeiset 10 vuotta. Miten pärjääminen on ollut mahdollista? Juha listaa tärkeimmät keinot:

- 1) Parhaan kuluttajakokemuksen tarjoaminen. Käytettyjen autojen kaupassa on ollut puute aidosta vähittäiskaupan konseptista, jossa mahdollisimman hyvä palvelu ja kuluttajakokemus ovat keskiössä. Halusimme tuoda tällaisen konseptin myös käytettyjen autojen kauppaan, jossa asiointi on helppoa, turvallista ja selkeää rinnastuen moniin muihin vähittäiskaupan aloihin, kuten esimerkiksi XXL ja Byggmax.
- 2) Markkinan mekanismien ymmärrys. Kamuxilla on panostettu varaston nopeaan kiertoon, ja hinnoittelu on kysynnän ja kuluttajakiinnostuksen ohjaajana tärkeä elementti. Juha: "Kauppa käy, jos hinta on oikea.
- 3) Perinteisten toimintatapojen kyseenalaistaminen. Tähän kuuluvat muun muassa joustava ristiinmyynti liikkeiden välillä, realistiset mutta vaativat myyntitavoitteet sekä hyvin suunniteltu onnistumisesta palkitseminen.
- 4) Yksinkertaisuus. Systemit ja konseptit eivät saa olla liian monimutkaisia, vaan niiden pitää tukea myyntiä. Jokaisen yksittäisen myyjän pitää pystyä hoitamaan auton osto- ja myyntiprosessi asiakasta palvelun alusta loppuun asti.
- 5) Rekrytointiin panostaminen. Palkkaaminen on yrityksen omissa käsissä ja uusille työntekijöille annetaan sisäinen koulutus, koska oma henkilökunta on alan paras asiantuntija.

Pääomasijoittaja kumppaniksi kansainväliseen kasvuun

Vuonna 2011 Kamux ryhtyi hakemaan kumppania kansainvälistä laajentumista varten. Juha: "Yksi rohkea löytyi Suomesta, se oli pääomasijoittaja Intera Partners. Kotimaan kasvu oli hyvin hallussa, mutta suunniteltu Ruotsiin laajeneminen oli iso riski ja meillä oli munat käytännössä yhdessä korissa. Jos Ruotsissa epäonnistutaan, niin menetetään kaikki. Intera tarjosi meille osaavan kumppanin kansainväliseen laajentumiseen. Heillä on paljon kokemusta siitä, mitä kaikkea pitää ottaa huomioon, jotta voi kasvaa kansainvälisesti."

Intera Partnersin Jokke Paananen: "Intera Partnersia kiinnosti Suomessa vahvasti kasvaneen ketjun kansainvälinen laajentuminen. Oli ainutlaatuinen tilaisuus lähteä laajentamaan menestyvää kuluttajakonseptia Ruotsiin, joka on perinteisesti tunnettu kuluttajakaupan osaamisestaan." Ensimmäinen liike Ruotsissa avattiin joulukuussa 2012 ja nyt siellä toimipisteitä on jo kahdeksan, joiden yhteenlaskettu liikevaihto on yli 40 M€. Juha: "Ruotsin aloittamiseen liittyi haasteita. Markkinalla uuden ja tuntemattoman toimijan on tehtävä rekrytoinnissa tavanomaista enemmän töitä löytääkseen oikeanlaiset ihmiset joukkueeseen. Alun henkilövaihdosten jälkeen on saatu Ruotsiin Kamuxin henki ja meininki päälle." Kansainvälisen kasvun myötä Kamux on työllistänyt enemmän ihmisiä myös Suomessa. Lisäksi yritys osti viime vuonna noin 10 miljoonalla eurolla palveluita muilta yrityksiltä.

Visiona edetä Euroopassa

Juha: "Olemme tällä hetkellä Pohjoismaiden suurimpia vaihtoautojen myyjiä ja tavoitteemme on nousta Euroopan suurimpien joukkoon. Avasimme ensimmäisen myymälän Saksaan joulukuun 2015 alussa." Mietitty, ammattimainen toimintamalli ja luotettava brändi ovat tärkeitä laajentumisessa. Intera Partnersin Vesa Uotila: "Näemme, että Kamuxin menestyksekkäällä konseptilla on vielä paljon kansainvälisen kasvun mahdollisuuksia. Kamuxin keskittyminen käytettyjen autojen kauppaan on tehnyt yrityksestä ainutlaatuisen kuluttajakaupan osajan."

Kaikki on mahdollista

Mitä vinkkejä Juhalla on antaa muille kasvuyrityksille kokemuksistaan? Juha: "Yrittäjän pitäisi pystyä astumaan niin syrjään toimialalta, että pystyy näkemään miten muut toimivat ja mikä toimialan perinteinen toimintamalli on, ja sitten nähdä mikä olisi uusi ansainta. Suurin asia on kuitenkin halu ja tahto. Porukassa tarvitsee olla valtava sisäinen palo ja energian määrä, koska menestys ei tule helpolla. Rohkaisen kaikkia etsimään omalta toimialaltaan kasvun mahdollisuuksia. Kun teet hyvät suunnitelmat, kyseenalaistat vanhat toimintatavat ja uskot itseesi, niin kaikki on mahdollista."

Kamux

- Liikevaihto 74 M€ (2011) -> noin 310 M€ (2015)
- Henkilöstömäärä n. 50 (2011) -> 271 (FTE 2015)
- Vuonna 2015 noin 28 500 myytyä autoa
- 98 % työntekijöistä on valmis suosittelemaan Kamuxia työpaikaksi tuttavilleen. (Suomen henkilöstötutkimus 2015)