

HelppoAsu aikoo tehdä Metallicat ja valloittaa maailman efektiivisesti

1. HelppoAsu – Helppoa, miellyttävää ja tyylikästä pukeutumista

HelppoAsu on vuonna 2013 Mia Patasen perustama yritys. Mian työskenneltä hoitajana ja omaishoitajana hän kohtasi paljon haasteita liikunta- ja toimintakyvyltään rajoittuneiden ihmisten pukeutumisessa. Vaatteiden pukeminen oli hankalaa ja kivuliasta – usein jopa mahdotonta ilman avustajaa. Tästä havaitusta ongelmasta syntyi bisnesidea, ja Mia otti hypyn tuntemattomaan perustaen yrityksen, joka on nyt luonut parissa vuodessa toiminnallisen vaatemalliston.

HelppoAsut ovat käytännöllisiä eli helposti ja nopeasti puettavia, mutta myös miellyttäviä ja hyvännäköisiä päällä. Yrityksen liiketoiminta lähti liikkeelle ikääntyneiden pukeutumisesta helpottavista vaatteista. Sittemmin kohderyhmään ovat tulleet mukaan kehitysvammaiset ja nuoret. Tulevaisuudessakin HelppoAsu pyrkii laajentamaan uusiin kohderyhmiin, kuten lapsiin. *”Asusteet sukista, lakanoiden kautta, lippalakkiin on oltava kaikille helposti puettavia”*, kertoo Mia.



HelppoAsuja, yrittämistä ja asiakasyhteistyötä.

Moni on katsonut ihmeissään, osa jopa karsastaen, Mian energistä, intohimoista ja vauhdikasta toimintaa. Vaikka yrittämiseen suhtaudutaan suomalaisessa työelämässä yhä myönteisemmin, niin suvaitsevaisuudessa on vielä paljon parannettavaa. Yrittämisessä tarvitaan fyysisen jaksamisen ja näkyvien tulosten lisäksi valtavasti henkisiä voimavaroja. Ulkopuolinen tuki sparrauksen, innostamisen, uskonvahvistuksen ja kannustamisen muodossa ovat yrittäjän arjessa elintärkeitä, eikä niitä saa koskaan

riittävästi. Tammikuussa 2016 Mia löysi sparrausta ja tukea hyvin yllättävältä taholta – tutkijalta, joka oli kartoittanut Metallica-bändin yrittäjämäistä käyttäytymistä eli efektuaatiota.

2. Metallica toiminnasta uskonvahvistusta, innostusta ja uusia ideoita

Mia sai käsiinsä ensin sanomalehtiartikkelin Metallica noususta yrittäjämäisesti maailman huipulle. Tämän jälkeen hän tutustui tarkemmin aiheeseen Tekes-uutisesta *"Metallicalta oppia suomalaiselle elinkeinoelämälle - Kuinka raivataan tie autotallista maailman huipulle ja luodaan uudet markkinat"* sekä näkemällä Facebookissa kuvan tutkimustuloksista (alla).



Yhteenveto tuloksista, miksi Metallica kykeni muuttamaan musiikkimaailmaa.

Mia näki tutkimustuloksista heti, että HelppoAsun toiminta vastaa Metallica yrittäjämäistä toimintaa. Hän sai tästä uskonvahvistusta ja entistäkin vahvempaa innostusta omaan tekemiseen – *"Metallica-tutkimus todellakin osui ja upposi! Se herätti minut miettimään juttuja uudella tavalla ja antoi uskoa, että näinkin toimimalla voi onnistua. Olen usein miettinyt etten osaa ja teen kaiken väärin."* Seuraavassa esitetään esimerkkejä HelppoAsun yrittäjämäisestä toiminnasta Metallica tyyliin.

3. HelppoAsu efektuaalisena toimijana

Usko omaan tekemiseen – luodaan itselle sopiva tulevaisuus

Suomessa tekstiiliala on ajettu vuosien saatossa lähes kokonaan alas. Ammattitaitoisten ja motivoituneiden ompelijoiden löytäminen sekä materiaalien saaminen onkin ollut haastavaa HelppoAsulle. Sinnikkyys ja periksi antamattomuus on kuitenkin viimein tuottanut tulosta ja Mia suunnittelee ompelimon perustamista Suomeen. Rahoitusta hakiessa asiantuntijat olivat vahvasti sitä mieltä, ettei tuotantoa kannata tehdä missään nimessä Suomessa. Ajatukselle jopa naureskeltiin. Mia ihmettelee asiantuntijoiden näkemyksiä: *"Asiakkaamme ovat valmiita maksamaan suomalaisesta työstä ja laadusta. Myös kehitystyön ja tuotannon joustavuuden kannalta lähellä tehty tuotanto on erittäin tärkeää"*. HelppoAsu uskoo siis omaan tekemiseen ja tekee asioita eri tavalla kuin yleensä neuvotaan.

Kick ass-meininki

Rahoittajien negatiiviset päätökset ja kommentit ovat antaneet Mialle vain lisää bensaa liekkeihin, mutta monet ovat ehkä vastaavassa tilanteessa luopuneet bisnesideastaan. Kuinka monta hyvää liikeidea Suomessa ammutaan heti alas miettimättä sen seurauksia. Sitä paitsi idea vielä kehittyy, kun sitä aletaan työstää eteenpäin asiakkaiden kanssa. Mutta jos kannustusta ja rahoitusta ei saa ulkopuolelta, niin sitten pitää yrittää osoittaa idean hyvyys omilla teoilla ja niukoilla rahoilla.

Viihdytään asiakasrajapinnassa – asiakkailta saa voimaa

Helpposti puettavien asujen asiakaskunnan kuvitellaan virheellisesti olevan marginaalinen. Asiakaskuntaa aliarvioidaan asiakastarpeiden ja maksukyvyyn suhteen. Tämä vähättely on antanut HelppoAsulle etumatkaa kilpailijoihin nähden. *"Kiistatta olen saanut asiakkailtani voiman, mikä on ajanut toimintaa eteenpäin. Vaikka ensimmäiset tuotteet olivat aivan hirvityksiä, niin ne olivat kuitenkin parasta mitä markkinoilla oli saatavilla. Asiakkaani olivat ihastuksissaan, kun joku oli tarttunut heidän ongelmaan ja yritti helpottaa arkea."* HelppoAsu kehittää ja myy parasta mihin pystyy ja mitä osaa. Monesti asiakaskunta, esimerkiksi kehitysvammaiset, olisivat tyytyväisiä vähempäänkin, mutta se ei riitä HelppoAsulle. Myös yrityksen väen on oltava tyytyväisiä eli asiakas ei ole aina oikeassa. HelppoAsu kehittääkin sellaisia tuotteita, joita yrityksen väki haluaisi itsekkin käyttää.

Verkostoituminen ja keikkailu

HelppoAsun toiminta on perustunut vahvaan verkostoitumiseen. Tällä hetkellä yrityksessä työskentelee Mia lisäksi yksi henkilö työkokeilussa. Yrityksen ydintoiminnot eli kehittäminen, verkostojen luominen, markkinointi ja myynti tehdään itse. Muu osaaminen ostetaan ulkoa. Jatkossakin on tarkoitus pitää oma organisaatio ketteränä. HelppoAsu on tehnyt yhteistyötä mm. Suomea Euroviisuissa edustaneen Pertti Kurikan Nimipäivät-bändin kanssa.



Mia ja Pertti Kurikan Nimipäivät.

Vuonna 2015 HelppoAsu teki 150 esittelykäyntiä ja kävi sen päälle puhumassa 20 tilaisuudessa. Mia kertoo keikkailusta seuraavasti: *"Mennään sinne mihin meidät pyydetään ja mennään me kyllä niihinkin paikkoihin, joihin meitä ei vielä osata pyytää, mutta tiedetään että siellä on tarvetta. Myynti vaatii aktiivista jalkatyötä. Me kierretään HelppoAsu-keikoilla ihmisten olohuoneissakin. Taka-ajatuksena keikkailussa on se, että meidät muistetaan ja meidän tuote ostetaan myöhemmin verkkokaupastamme. Lisäksi meidän kivasta esittelystä ja toimivasta tuotteesta kerrotaan eteenpäin kymmenelle kaverille."*

Epävarmuuden sietäminen ja jatkuva oppiminen

HelppoAsulla on saatu työssä mielettömiä onnistumisen tunteita, vaikka talousnumerot näyttävätkin välillä miinusta. Yrityksessä uskotaan siihen, että numerotkin alkavat lopulta näyttämään hyviltä, kunhan vaan pidetään ajatus ja tavoite kirkaana mielessä. Konkurssikin on kivutonta tehdä silloin, kun tietää antaneensa kaikkensa, eikä olisi parempaan pystynyt – *"Silloin ei tarvitse tuntea häpeää epäonnistumisesta ja hypätä alas Tervasaaren sillalta. Meillä on itse asiassa vain voitettavaa. Me suomalaiset tuppaamme ottamaan työn ja elämän vähän liian vakavasti. Kannattaisi iloita ja nauttia elämästä enemmän, arjen haasteista huolimatta tai juuri siitä syystä."*

HelppoAsulla on tehty paljon myös virheitä, mutta näiden kokemusten kautta on aina opittu. Valmista reseptiä menetykseen ei ole olemassa, koska yrityksen tuotteet ja markkinat ovat uusia. Epäonnistumiset ovat olleet edellytys kehittymiselle ja kasvulle. Niistä on seurannut sivutuotteena myös hauskanpito töissä. *"Mistä muusta saa parhaimmat naurut kuin omista ja toisten mokailuista. Sallimme tiimissämme*

epätäydellisyys tai oikeastaan meidän tiimiin ei edes pääse, jos ei tunnista omaa epätäydellisyyttään ja keskeneräisyyttään. Liian pätevät ja kaiken osaavat ihmiset on heivattu nopeasti takavasemmalle."

Rohkea mahdollisuuksiin tarttuminen ja mukavuusalueen ulkopuolelle meneminen

HelppoAsun perustaminen oli Mialle hyppy tuntemattomaan, minkä takia töitä on täytynyt tehdä paljon mukavuusalueen ulkopuolella. *"Innostus oli alussa valtava, mutta jälkikäteen ajatellen lähdin liikkeelle kovin heikoin tiedoin ja taidoin. Minulla ei esimerkiksi ollut minkäänlaista tuntemusta tekstiilialasta. Mutta jos olisin silloin tiennyt kaiken nyt oppimani, niin HelppoAsu olisi jäänyt perustamatta. Tärkeintä on toimia!"*

HelppoAsu ei lukitse toimintaansa liikaa suunnitelmiin, vaan niitä muutetaan kun siltä tuntuu eli uusiin mahdollisuuksiin tartutaan rivakasti. Seuraava esimerkki kertoo hyvin, mistä tässä on käytännössä kyse: *"Sain kutsun Viitasaarelle Keksintöjen viikolle ja voitin sieltä kannustepalkinnon, mikä lisäsi merkittävästi yrityksen uskottavuutta. Oli hyvin lähellä, etten jättänyt tätä reissua kokonaan väliin. Tilillä oli rahaa 700€ ja reissun kustannukset olivat 500€. Mietin ettei siellä ole kohderyhmää ja on oltava tarkkana pennien kanssa. Siiten aamulla herätessäni tajusin, että kuka tahansa on meidän asiakas ainakin välillisesti. Onneksi sinne sitten menttiin. Tämä avasi monia ovia ja on tuonut kulut moninkertaisesti takaisin."*

Valtavasti kierroksia koneessa

HelppoAsu etsii jatkuvasti uusia keinoja toimintansa kehittämiseksi. Lisäksi henkilöstön on mietittävä koko ajan, kuinka saada palkkapäivänä rahaa tilille. Uusia keinoja etsitään jatkuvasti myös verkostosta, mistä oli jo edellä puhetta. HelppoAsun toiminnassa piisaa vauhtia niin paljon, että hitaampia voi alkaa hirvittää.

Missä HelppoAsulla on parannettavaa efektiivisena toimijana

Mia havaitsi Metallica-tutkimuksen tuloksista, että hänellä on erityisesti parannettavaa johtamistaidoissa, jotta unelma olisi mahdollista saavuttaa. Erityisesti hän tarvitsee apua ja ohjausta tiimin rakennukseen sekä henkilökohtaisten vahvuuksien löytymiseen tiimin sisällä. Metallica-tutkimuksessa tämä liittyy kohtaan "Bändikemia – toisiaan täydentävät persoonat ja osaaminen". Myös eri asioiden/toimialojen yhdistelyssä on vielä parannettavaa. Ehkä HelppoAsu-mallistoon kuuluvatkin jatkossa vaikkapa älyvaatteet.

Miten teoriaa voisi kehittää

Mia näki, ettei Metallica-tutkimuksen tuloksissa noussut suoranaisesti esiin hauskanpito töissä, mikä on ollut HelppoAsun toiminnassa erittäin keskeinen elementti. Mia totesikin, että *"päivitetäänpäs teoriaa lisäämällä sinne Hauskanpito isolla H:lla"*.

4. HelppoAsun tulevaisuus

Metallicalta meni aikanaan viisi vuotta bändin ensimmäiseen isompaan läpilyömiseen. Tämä tapahtui Master of Puppets-albumin ja sitä seuranneen kiertueen aikoihin. Mikä tulee olemaan HelppoAsun Master of Puppets? Vai onko se jo olemassa ja kysyntä leimahtaa jo käynnissä olevalla asiakaskiertueella? Nyt on asetettu tavoitteeksi 40 000 euron kuukausimyynti, joka pyritään saavuttamaan entistäkin kovemmalla kenttätyöllä. Tavoite on tehdä vuonna 2016 vähintään 25 esittelykäyntiä kuukaudessa, mikä tarkoittaa 275 käyntiä vuodessa. Keikkatahti on jopa kovempi kuin Metallicalla sen ensimmäisinä toimintavuosina.

HelppoAsun "Black-albumi", jolla Metallica löi itsensä suuresti läpi kansainvälisessä valtavirrassa, on joka tapauksessa vielä edessä. Kun se syntyy, niin HelppoAsu myy kuin häkä ja on kansainvälisesti tunnettu brändi. HelppoAsulla ja sen vetäjällä on tähän eväät olemassa. Totta kai joka osa-alueella on vielä paljon parannettavaa, mutta sen eteen tehdään jatkuvasti töitä. Ja toki sattumiakin matkan varrella tarvitaan.

Mian kanssa yhteistyö jatkuu siten, että käymme syvällisemmin läpi Metallica-tutkimuksen menestystekijät ja pyrimme sitä kautta löytämään HelppoAsun toiminnan isoimmat kipupisteet, joiden korjaamisen kautta onnistumisen mahdollisuus voi parantua entisestään. Jatkossa on tärkeää myös vakuuttaa markkinat HelppoAsun tuotteiden hyödyistä. Pukeutuminen on meille ihmisille niin itsestään selvä asia, ettemme osaa edes kuvitella helpon pukeutumisen tuottavan asiakkaille ja hoitajille uutta arvoa. *"Tämän osoittamiseksi tarvitsemme todentavaa tutkimusta pukeutumisen helpottamisen hyödyistä. Ja ylipäättänsäkin markkinointia täytyy parantaa vielä paljon. Uskon, että tätä kautta ensimmäisen pankin räjäyttämisen on aika lähellä"*, päättää Mia.

Erno Salmela (Lappeenrannan teknillinen yliopisto) ja Mia Patanen (HelppoAsu)

Lisätietoa: Mia Patanen, 040 358 5173, mia.patanen@helppoasu.fi, www.helppoasu.fi