

# Markkinointi

## Suoramyynti kamppailee huijausepäilyjen kanssa

Poliisin esitutkinta vaikeuttaa suoramyyntiyritys Zinzinon Suomen valloitusta.

**Anna Juvonen**  
anna.juvonen@kauppaalehti.fi

Ruotsalainen kahvia ja funktionaalisia elintarvikkeita myyvä suoramyyntiyritys *Zinzino* on Suomessa viranomaisten lupiin alla. Yrityksen päätuotteita ovat elimistön rasvahappojen tasapainon selvittävä verikoe sekä rasvahappoöljyt, -pirtelöt ja -kapselit.

Helsingin poliisi aloitti esitutkinnan Zinzinosta viime vuonna. Rikostarkastaja **Markku Nisulan** mukaan poliisi selvittää onko yritystä syytä epäillä pyramidipelimallista rahan keräysrikoksesta. Pyramidipelissä markkinoitavat tuotteet ovat vain rekvisiittia ja rahaa tehdään uusia jäseniä ja näiden liittymismaksuja hankkimalla. Nisulan mukaan poliisi selvittelee yrityksen taustajaja esitutkinnan valmistumisen aikataulu on auki.

**POLIISI** käynnisti esitutkinnan Poliisihallituksen arpaishallinnon aloitteesta. Suoramyyntiyrityksiä edustava *Asiakkuusmarkkinointiliitto ASML ry* ei ole tyytyväinen tyyltiin, jolla viranomaisen on kritisoitu suoramyyntialaa julkisuudessa. ASML lähetti joulukuussa po-

liisilyjohtaja **Mikko Paaterolle** hallintokantelun, jossa se moitti arpaishallintopäällikkö **Jouni Laihon** kommentteja mediassa.

"Laiholla on viranomaisiksi värikästä vahvempi tapa antaa lausuntoja. Odotamme jonkinlaista rotia, ei tämä peli vetele", ASML:n toimitusjohtaja **Jari Perko** sanoo.

Laiho ei halua kommentoida kantelua, mutta kertoo, ettei hänellä ole mitään suoramyyntialaa vastaan.

"Pyramidipeliepäilyihin liittyy aina yleisöltä tuleva tietopaine", Laiho sanoo.

Usein yleisö haluaa tietää onko tiettyjen yritysten toiminta laillista tai vaatii viranomaisia puuttumaan epäilyttäviin ilmiöihin.

"Pyramidipeleille on ominaista, että liikkeellelähtö tapahtuu ikään kuin salaseuramaisesti, jolloin hyvin pienessä ajassa saadaan suuret joukot liittymään mukaan, mikä tekee esitutkimasta poliisille erittäin työlään. Pyramidipelit pyritään hyvin usein verhoamaan lailliseksi suoramarkkinoinniksi kytkemällä toiminto muidenkin termien yhteyteen kuten monitasomarkkinointi, verkostomarkkinointi ja suosittelumarkkinointi", Laiho sanoo.

**SUORAMYNTI** on pääasiassa naisten kotoa käsin pyöröttämää osa-aikaista liiketoimintaa. Jälleenympäille maksettavat provisiot perustuvat tuotteiden myyntiin asiakkaille ja luottuun myyntiorganisaatioon.

Suomessa suoramyyntiin arvo oli vuonna 2013 180 miljoonaa euroa ja alalla oli 80 000 ihmistä. Suurimpia suoramyyntiyrityksiä Suomessa ovat kosmetiikkayhtiöt *Oriflame* ja

hyvinvointituotteita myyvä *Herbalife*. Oriflamen liikevaihto Suomessa tilikaudella 2012 oli 15,2 miljoonaa ja tulos 1,1 miljoonaa euroa. Herbalife International Finlandin liikevaihto vuonna 2013 oli 5,8 miljoonaa euroa ja tulos on hienoisesti tappiolla.

Perko kertoo, että alalla on viime aikoina ollut rauhallista. Jälleenympäilyjen ja yritysten välisiin kiistoihin kantaottava suoramyyntin eettinen asiamies ei ole saanut seitsemään vuoteen käsiteltäväkseen yhtään tapausta.

"Monet suoramyyntiyritykset Suomessa ovat yllättävänkin pitkäikäisiä. Yrityksillä on hyvät asiakaskäytännöt ja pitkät palautusajat. Mikroyritystasolla toimiville jälleenympäilyille on ehdottoman tärkeää, että asiakastytytyvyyssy ja -kokemus pysyvät hyvinä", Perko sanoo.

Perkon mukaan asialliset suoramyyntiyritykset toimivat läpinäkyvästi. Ongelmia on luvassa, jos asiakas ei saa selvää kuka yritystä vetää.

**ESITUTKINNAN** pitkittyminen on tukalaa Zinzinolle. Konsernijohtaja **Dag Bergheim Pettersen** ei halua markkinoida yritystään Suomessa enemmältä ennen kuin viranomaiset ovat päättäneet kuinka yritykseen suhtautuvat. Hänen mukaansa yrityksen toiminta kestävä päivänvaloa ja hän on tarjoutunut esittelemään sitä viranomaisille. Zinzino on ASML:n jäsenenä sitoutunut noudattamaan alan eettisiä itsesääntelyohjeita.

Suomessa Zinzinon liikevaihdosta 75 prosenttia tulee asiakkailta ja loput partnereilta eli jälleenympä-



**Uudet markkinat.** Konsernijohtaja Dag Bergheim Pettersenin johtama

Zinzino laajentuu seuravaksi Saksaan ja Kanadaan.

liltä, mikä on perinteiselle suoramyyntiyritykselle poikkeuksellista, Pettersen kertoo.

"Emme tee enää niin paljon partnereityhtymää. Se on muuttunut kolmen viime vuoden aikana. Nykyään panostamme asiakaspalveluun aiempaa enemmän", Pettersen sanoo.

Yritys on Pettersenin mukaan toimittanut viranomaisten pyytämät materiaalit suomeksi ja englanniksi ja ehdottanut tapamista.

"Pahinta on, jos mitään ei tapahdu seuraavaan kahteen vuoteen. En ole huolissani yrityksestäme tai uskottavuudestamme vaan juuruista. Meihin kriittisesti suhtautuvat käyttävät roikkuvaa esitutkintaa meitä vastaan."

Pettersenin mukaan yritys pyrkii petraamaan suoramyyntin mainetta tukemalla partnereiden toimintaa tehokkaalla suomenkielillä asiakaspalvelulla ja markkinointi- ja koulutusmateriaaleilla.

Zinzino sai kuraa niskan vausi-

na 2012-2013 asiakkaiden valitettua yrityksestä *Kilpailu- ja kuluttajavirastoon*. Toiminta kasvoi tuolloin nopeasti eikä asiakaspalvelu pystynyt hoitamaan kaikkia yhteydenottoja.

Pettersenin mukaan asiakaspalvelussa on nyt riittävästi väkeä. Kokemus opetti, että tasainen kasvu on hyvä tavoite nykyisillä markkinoilla, eikä lanseerausvaiheessaakaan kannata kiirehtiä.

"Kasvumme on jo noin 40 prosenttia vuodessa. Kiireettömyys on

helpompaa asiakaspalvelulle, yhtiölle ja brändille", Pettersen sanoo.

**PETTERSENIN** mukaan yrityksen markkinointibudjetti on pieni. Yritys sponsoroi muilla markkinoilla jalkapalloseuroja, pyöräilijöitä ja muita urheilijoita. Suomessa Zinzino ei pidä suurempaa ääntä itseltään ennen kuin esitutkinta on valmistunut.

"Suomessa panostamme markkinointiin vasta kun tilanne on rauhoittunut. Muilla markkinoilla meil-

### Zinzino Ab

**Aloitti toimintansa:** 2003  
**Tekee:** Myy funktionaalisia elintarvikkeita, kahvia ja kahvikoneita  
**Toimit:** Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, Suomessa, Virossa, Latviassa, Liettuassa, Islannissa, Färsearilla, Puolassa, Alankomaissa ja Yhdysvalloissa

**Pääkonttori:** Göteborgissa, Ruotsissa

**Konsernijohtaja:** Dag Bergheim Pettersen

**Liikevaihto:** 350 miljoonaa kruunua eli noin 36,8 miljoonaa euroa (2014 ennuste)

**Henkilöstö:** 95

**Jälleenympäilyä:** 10 000

**Asiakkaita:** 85 000

**Muuta:** Nasdaq First North -listalle joulukuussa 2014

### Zinzino Oy

**Perustettu:** 2005

**Jälleenympäilyä:** 1000

**Asiakkaita:** 10 000

**Liikevaihto:** 5,1 miljoonaa euroa (2013)

**Tulos ennen veroja:** 20 300 euroa (2013)

**Henkilöstö:** 7

### Suoramyynti

**Yrityksiä Suomessa:** 150

**Suurimpia** yrityksiä Suomessa:

Oriflame, Herbalife, Amway, PartyLite  
**Yleisimmät** tuotteet: Kosmetiikka, kodin somistee, lastenvaatteet, keittötarvikkeet

**Arvo:** Suomessa 180 miljoonaa euroa, Euroopassa 23 miljardia euroa, Yhdysvalloissa 28 miljardia euroa  
**Jälleenympäilyä:** Suomessa 80 000, Euroopassa 12 miljoonaa, Yhdysvalloissa 17 miljoonaa

### Kolumni

**Mikko Metsämäki**  
mikko.metsamaki@kauppaalehti.fi

Kirjoittaja on  
Kauppaalehden

## Edelläkävijän uusi vuosi

**M**arkkinointi ja aivan erityisesti markkinointiviestintä ovat aloja, joilla työskentelevien täytyy virkansa puolesta edustaa "edelläkävijyyttä".

Tänä vuonna edelläkävijyyttä tarkoittaa sitä, että alan ihmiset ovat innoissaan ennen

- sisällöillä. Ennen vanhaan tämä tapahtui esimerkiksi asiakaslehdillä, nykyisin yhä enemmän digitaalisissa kanavissa.

Ja mitkö tällä tavoitellaan? *Mainostajien liiton* helmikuinen seminaari sen kertoo: "Miten tuottaa eri kanaviin niin hyvää sisäl-

tapa kuluttaa verkkosivustojta. Hieman epäselväksi on tosin jäänyt, mistä löytyy niin paljon edelläkävijöitä, että jokaiselle verkko- tuotulle videolle riittää kotia.

**KOLMAS** megatrendi on tietysti mobiilika-

## Kysely: Mainonta luo talouskasvua

**Anna Juvonen**

itse alan ja median työllistävyyden

muuttanut viime vuosia suopeam-