

Ammattilaiset

Uutispäällikkö, taloussanomien.uutispäällikot@sanoma.fi, 09-122 4055

Puikoissa

”Tarra pitää brändin kiinni”

Kirjapaino- ja viestintäalan moniosaaja Juha Heljakka aloitti marraskuussa perustetun Brand ID Oy:n toimitusjohtajana. Perheyhtiön leipiin pari vuotta sitten ryhtynyt mies hakee yritysten brändiä pönkittäville erityistuotteilleen kasvua ulkomailta.

”Brand ID Oy tekee kulutusta kestäviä merkintätuotteita teollisuusyrityksille. Käytännössä tuotteemme ovat tarroja, teippauksia, kilpiä, paneeleja, näppäinkalvoja sekä suoja- ja turvatuotteita. Kun tuote on vaikkapa asiakkaan logona työkoneseen tai veneen nokassa, täytyy sen kestää rankkojakin oloja: aurinkoa, suolavettä, bensaa, lämmönvaihteluita, kemikaaleja, likaa ja iskuja. Helkaman polkupyörät, Volvo tai Buster ovat tuttuja liikemerkkejä kaikille.

Jo ennen toimitusjohtajaksi siirtymistä hoidin kaksi vuotta emoyhtiö Nelostuotteen seripainon liiketoimintaa, joka on nyt osa Brand ID:tä. Irrottautuminen omaksi yhtiöksi tarkoittaa myös Tampereella toimivan Nelosmainoksen sulautumista osaksi uutta yhtiötä. Tampereen yksikkö on huippuosaaja muun muassa kotimaisten kauppaketjujen myymälöiden visuaalisen ilmeen toteutuksessa.

Kahden toimipisteen johtaminen tarkoittaa erilaisten toimintakulttuurien yhtenäistämistä. Myös alaisia tuli lisää. Väkeä Porissa ja Tampereella on yli 40 henkeä.

Asiakashankinta on alallamme pitkä prosessi – strategiaa ei muuta kvartaalitalouden rytmissä. Hinta, tuote ja palvelu eivät pelkästään riitä, vaan teemme työtä kumppanuuspohjalta. Moni yritys ymmärtääkin jo oman brändin monipuolisen näkymisen vahvistavan yrityskuvaa. Asiakkaan kanssa olemme kehittäneet esimerkiksi brändätyn trukin. Konseptin mukaan tehdyt Pepsi-merkinnät tekevät trukista asiakkaan näköisen työvälineen.

Kun näen kilpailijan tekemän repsottavan merkintätarran, pahoittelen. Joku on mennyt siitä, missä aita on matalin. Meidän merkintä kestää tuotteen eliniän.

Katseemme kohdistuu nyt Eurooppaan. Viennin osuus on jo nyt 45 prosenttia liikevaihdosta. Vahvana kasvuyrityksenä haluamme herättää myös sijoittajien kiinnostuksen. Arvioimme vuosittaiseksi kasvuksemme yli 20 prosenttia, sillä alan pärjääjät kasvavat väijäämättä.”

Soila Ojanen
taloussanomien.uutiset@sanoma.fi



SOILA OJANEN

Fakta

Juha Heljakka

Ikä:

- 36 vuotta

Koulutus:

- AMK-insinööri, myynnin koulutuksia, johtamisen erikoistutkinto JET 2007

Ura:

- Tuotepäällikkö Doctron Oy:ssä 1996–2000
- Ohjelmistokonsultti Communication Pro Oy:ssä 2000–2005
- Seripainon johtaja Nelostuote Oy:ssä 2005–2007
- Toimitusjohtajana Brand ID Oy:ssä 2007–

Dilbert

