

Sisuturundus on oma kauba, teenuse, firma tutvustamine huvitavate lugude jutustamise kaudu. ST teenib alati tellija turunduslikke eesmärke.



Addinolile on toonud edu Garri Kasparovi juhtmõte „Eristu või sure!“

Addinol Lube Oil on Eesti ainus õlifirma, kes on olnud 25 aastat ühe kaubamärgi esindaja. Konkurendid tulevad ja lähivad. Kes loodab odavale hinnale, kes kiirele tulule, kuid õlimüük ei ole meelakku mine. Ärijuht Tiina Suija lubab, et Addinol suudab järgmise 20 aasta jooksul saavutada veelgi rohkem, sest senised edusammud ja kvaliteetse tootja imago räägivad ise enda eest.

„On üsna üldlevinud arvamus, et ega neil õlidel suuri erinevusi ei olegi. Jah, tõsi ta on, et madalama kvaliteediga määrdeainel peab ikka midagi väga tõsist viga olema, et masin seepärast kohe puruneks. Tavaliselt toimub kulumine mootoris või masinaosades ikka tasapisi, aga uute detailide ja remonditööde maksumus võib ulatuda tuhandetesse ja kümnetesse tuhandetesse eurodesse. Kõike seda saab aga kvaliteetse määrdeainega kas vältida või oluliselt edasi lükata,“ räägib Suija, kes on enda sõnul viimased 25 aastat teinud just sellist tööd, millest nooremata unistas.

Kuigi määrdeainete tootmine on maailmas üldiselt langustrendis, kuna uued modernsed masinad vajavad vähem õli ja samas pikenevad õlivahetusvälbad, on emafirma Addinol Lube Oil GmbH suutnud aastaid käivet kasvatada. Selle põhjuseks on toodete kvaliteet ja strateegiliste arengusuundade valik.

Male maailmameister Garri Kasparov on juhitud põhimõtet „Eristu või sure!“ ja Suija sõnul kehtib see ka äris. „Et olla edukas, pead eristuma konkurentidest, pead olema parim kõiges, mida teed: parim toode, parim kliendihaldur, parima teenuse osutaja, parim tehniline nõustaja, parim kaubatarnija. Kui üks lüli selles ahelas on nõrk, ei saa firma pikalt edukalt eksisteerida. Uute innovaatiliste määrdeainete väljatöötamisel ei panda Addinolis juhtkonna poolt arendusosakonnale ette mingeid piire, vaid on ainult üks tingimus: toode peab olema kõige innovatiivsem, kõige parem tarbija jaoks. Uus toode peab aitamaks kokku hoida kliendi raha, aega ja muid kulusid.“

Addinol Lube Oil OÜ alustas tegevust 90ndate kütusekriisi ajal

„Eestis algas meie tegevus suure kütusekriisi ajal 1990ndatel. Autode arv kasvas, kuid tanklaid ja kütust ei jagunud. Kui tahtsid autoga liikuda, tuli igaks juhuks bensiinikastan pagasiruumis hoida,“ meenutab Tiina Suija, kes töötas toona Eesti esimeses aktsiaseltsis IMBI välissuhete alal ja sai ülesandeks otsida koostööpartnerit, et arendada Eestis välja tanklavõrk. Ta pani teele 33 kirja Euroopa suurematele kütusetootjatele ja tanklavõrkude haldajatele, kusjuures see nimekiri on tal siiani alles.

Vastus tuli vaid kahelt. Esso teatas, et tanklavõrgu rajamine Baltimaadesse ei ole nende huviorbiidis, sest nende prioriteet aastal 1991 on Saksamaa uued liidumaad. Teine vastus tuligi Addinolist, kes oli huvitatud naftatoodete ekspordist Baltimaadesse. Nii see asi siis alguse sai. Mitte küll algsest plaanitud tanklavõrgu rajamisest, vaid Saksa määrdeainete esindamisest.

Esialgu diilerite kaudu, kuid edasi juba tütarettevõtete ja filiaalide abil hakati liikuma Eestist väljapoole, mis oli tagantjärele vaadates ainuõige samm, sest tõstis märgatavalt müüki. Kõige vanem, 13aastane on tütarfirma Venemaal, edasi tulid tütre Ukraina ja Lätis, siis filiaalid Bulgaarias ja Leedus. „Meie sihtgrupiks on nii autod kui ka erinevad tööstuse valdkonnad. Ehk nagu öeldakse: kõik, mis liigub, see kulub ja õige määrdeaine õiges kohas aitab vähendada nii kulumist kui ka pikendada masina tööiga,“ ütleb Suija ja lisab, et teiseks väga tähtsaks otsuseks oli jääda 100% Saksa emafirma omandusse, sest otseliini tootjaga on



▲ Addinoli tootmistehas Saksamaal Leunas – sellest Euroopa moodsaimast määrdeainetehasest tarnitakse tooteid üle maailma ligi 100 riiki, kõikidel toodetel Made in Germany kvaliteedigarantii.

„Esialgu diilerite kaudu, kuid edasi juba tütarettevõtete ja filiaalide abil hakati liikuma Eestist väljapoole, mis oli tagantjärele vaadates ainuõige samm, sest tõstis märgatavalt müüki.“

andnud võimaluse palju laiendada ja efektiivselt töötada ning paljud probleemid juba eos lahendada.

Kõige keerulisemad ajad on aga käinud käikides üldiste maailmamajanduskriisidega. „Väga raske periood oli 90ndate lõpp, mil meie niigi väikesed käibed kukkusid pauguga. Venemaa turg langes täielikult ära. Hea oli vähemalt see, et müüsimise Venemaale ainult ettemaksuga, seega raha me ei kaotanud, ent kaotasime müügid.“

Sarnane seis oli ka 2008. aastal, mil käive langes aastaga ligi kolmandiku. Kõige suurema tagasilöögi põhjustajaks oli ehitussektor, mis viimastel aastatel oli müüke jõudsalt kergitanud. Muidugi raskendas olukorda ka Venemaa ja Valgevene rubla ning Ukraina grivna väärtuse langus. „Aga kõige kindlama seljataguse sellistele suurtele vapustustele ja tagasilöökidest annab just asjaolu, et meil on tugev omanik ja tema pikaajalised eesmärgid. Läbi 25 aasta oleme suutnud igal aastal kasumit teenida, vahel rohkem, vahel vähem, kuid mitte kunagi veel ei ole omanik kasumit firmast välja viinud, seda just põhjusel, et kui peaksid tulema raskemad ajad, on meil piisavalt rasva, et need üle elada.“

Kliendid peavad saama öösiti rahuliku südamega magada

Addinoli kaks omanikku Saksamaal on alati olnud suured visionäärid. „Mäletan umbes 20 aasta tagust jutuajamist meie ühe omaniku ja tegevjuhi Georg Wildeggeriga. Ta rääkis suure õhinaga tulevikuplaneidest ja firma arendamise ideedest. Eesmärgiks oli teha firmast selline pärl, mis suudaks pakkuda klientidele vaid parimat parimat. Mõtlesin mõningase hingevärinaga tema suurte ideede realiseeritavusele, sest keskmise suurusega määrdeainetootjal on suurte multibrändidega raske rinda pista. Kuid täna võin öelda, et ta on sihikindlalt edasi liikudes saavutanud seda, mida 20 aasta tagasi poleks küll julgenud loota!“

Näiteks kui spetsiaalsete kõrgetempera-

tuuriliste määrdeainete valmistajaid oli maailmas vaid 1–2, siis Addinol on ennast sinna tippu välja võidelnud ja võtab jõudsalt endistelt tegijatelt turuosa üle. Sama lugu on ka gaasimootoriõlidega, transmisiiooniõlidega, turbiiniõlidega, spetsiaalsete määrdeainetega jne. Ka nii-öelda tavatooted nagu hüdraulika- ja mootoriõlid on Addinoli parima hinna ja kvaliteedi suhtega, sest järeleandmisi kvaliteedis ei tehta kusagil.

„Meie eesmärgiks on olla kompetentne partner. Pakume kliendile määrdeainetehasest auditit, anname soovitusi, kuidas määrdeaineid kõige efektiivsemalt kasutada ja seeläbi raha kokku hoida. Meie klient võib olla kindel, et tema kallihinnalised masinad on kindlates kätes ja ta võib öösel rahuliku südamega magada,“ lubab Suija. „Õli hind moodustab masina hinnast kõvasti alla 1%, kuid kui palju kurja ja kahju võib ta selles kallis masinas teha, sellega paha tihti ei arvestata. Reeglina ei ole määrdeainete hinnavahe suured, tihti käib jutt mõnest või mõnekümnest sendist liitri pealt, kuid tühise kokkuvõtte pealt tuleb seadme purunemisel või remontimisel välja käia tuhandeid. Selline risk ei ole õigustatud.“

Tegelikult on mootoriõli maailmas üsna reguleeritud erinevate standardite ja nõuetega. Hea õli loomulikult ületab nõudeid, peab kauem vastu ja kaitseb mootorit ka ekstremsetes tingimustes, mida piiri peale reguleeritud õli ei suuda teha. Lõppkokkuvõttes on igal juhul targem osta korralik kvaliteetne õli, sest tänu sellele mootori

eluiga pikeneb ja seega ka kulude puhul on klient võidumees.

Tugeva meeskonnaga elame üle nii head kui ka halvad ajad

Addinol Lube Oil OÜ eduka 25aastase eksistentsi saladus on tugev meeskond. Ettevõtte töötab kokku 100 inimest, neist 24 Eestis. „Head organisatsioonid ei loo keskpärase inimestega. Võime naljatledes öelda, et suudame ära katta spetsialistide valdkonnad, alates kosmosest kuni allmaakaevandusteni, sest meie meeskonnas on esindatud nii raketiteadlane kui ka mäeinsener. Samuti oleme väga uhked oma kahe rahvusvaheliselt tunnustatud määrdeainespetsialisti üle. Need on Venemaa turu juht Vladimir Gutkevitch ja tehnikadirektor Anna Murashina. Maailmas on selliseid professionaale kokku üldse vaid 1300! Õppimine ja enesetäiendamise on meil väga au sees,“ kiidab Suija.

Kui inimesed töötavad koos 10–15–20 aastat, tekib neil perekonnatunne, kus teatakse ja tuntekse kaaslaste läbi ja lõhki. Suija sõnul on kõige tähtsam, et müügimeeskond oleks määrdeainete valdkonnas pädev, oskaks kliente nõustada, pakkuda välja häid lahendusi, et anda panus klientide masinapargi pikaajaliseks sujuvaks tööks. „Siinkohal tahan anda soovitusi noortele juhtidele – ärge kunagi kartke tööle võtta endast targemaid inimesi! Kui juht kardab endast tugevamaid ja targemaid, ei saa see ettevõtte kunagi tugevaks.“

Ärijuht Tiina Suija sõnul ollakse Addinolis väga rahul viimasel ajal saadud tähtsa masinatootja litsentsiga, mis aitab jõudsalt nii oma turgudel kui ka kogu maailmas edasi liikuda. „Tootja litsentsi taotlus on pikaajaline protsess ja selleks on vaja läbida kindel arv töötunde. Oma uute innovaatiliste määrdeainete väljatöötamisel teeb Addinol tihedat koostööd OEMidega (Original Equipment Manufacturer), sest ainult niimoodi koostöös masinatootja, määrdeaine tootja ja tihti ka teadusliku uurimisasutusega jõutakse kõige parema tulemuseni.“

Kuigi maailmas on näiteid, kus määrdeainete vajadus väheneb või kaob üldse nagu näiteks elektriautod ning samuti tuleb tööstuses ette nii-öelda määrdeainevabasid lahendusi, ei kao siiski vajadus määrdeainete järele kuhugi. „Samas on meie emafirma alati pikaajaliselt ette mõtlej ja ka suuremateks kriisideks ette valmistunud: meie omakapitali väärtus on kõrge, kasumeid firmast välja ei viida ja see võimaldab ka tagasilöögid üle elada. Ja me usume innovaatilisse tulevikku!“



► Tiina Suija soovitus noortele juhtidele – ärge kunagi kartke tööle võtta endast targemaid inimesi! Kui juht kardab endast tugevamaid ja targemaid, siis see ettevõtte ei saa kunagi tugevaks.