

40

VUOTTA 1962–2022

 Lohjan
Autokeskus





Onnea 60-vuotiaalle

LOHJAN AUTOKESKUS syntyi 60 vuotta sitten kahden rohkean ja ennakkoluulottoman perheyrittäjän perustamana. Osuuskauppa tuli omistajaksi 1990-luvun alussa. Kautta vuosikymmenten Lohjan Autokeskuksen toiminta on ollut vastuullista, pitkäjänteistä ja menestyksestä. Tästä suuri kiitos kuuluu koko henkilökunnalle, autoalan huippuammattilaisille Lohjalla ja Tammissaarella.

Lohjan Autokeskus on ollut Suomen suosituimman automerkin Toyotan kasvot Länsi-Uudellamaalla siitä lähtien, kun Toyotaa alettiin myydä maassamme vuonna 1964. Omistajan näkökulmasta yhteistyö tämän maailman



e Lohjan Autokeskukselle

suurimman autonvalmistajan kanssa on sujunut koko ajan erinomaisesti. Jaamme pitkälti samat arvot ja samanlaisen ajattelutavan. Asiakas ja hänen kokemuksensa on meillä molemmilla kaiken keskiössä.

Tyytyväisyys on ollut molemminpuolista. Toyota on palkinnut Lohjan Autokeskuksen useita kertoja niin suomalaisten kuin kansainvälisten vertailujen perusteella.

Tänä päivänä 60-vuotias Lohjan Autokeskus on edelleen kehittyvä, kasvava ja kannattava yhtiö. Juhlavuoden alussa avasimme uuden yksikön Saloon, jossa sijaitsee myös SSO:n toisen autoliikkeen, PP-Auton, toimipiste. Näin asiakasomistajien autokaupan palvelut myös Salon suunnalla paranivat.

Autoilu ja auton omistaminen ovat voimakkaassa muutoksessa. Yhdessä Toyotan kanssa haluamme olla liikkumisen liittyvien palveluiden kehittämisessä suunnan näyttäjiä. Näillä palveluilla on suuri merkitys asiakasomistajiemme jokapäiväisessä elämässä.

Haluan lämpimästi onnitella Lohjan Autokeskusta sen käynnistäessä vauhdikasta juhla-vuottaan!



Tapio Finér

toimitusjohtaja SSO,
hallituksen puheenjohtaja
Lohjan Autokeskus Oy

1960-LUKU



- **AUTOJEN MÄÄRÄ SUOMESSA ALKAA KASVAA 1950-LUVULLA**, jolloin suurin osa niistä liikkuu vielä Etelä-Suomen maanteillä. Seuraavalla vuosikymmenellä autojen määrä lisääntyy merkittävästi, kun maahantuonti vapautuu vuonna 1962. Nyt Suomeen saadaan yhä enemmän ns. länsiautoja. Nostetta autokaupalle tuovat taloudellinen nousukausi sekä Suomen liittyminen Euroopan vapaakauppajärjestö EFTAan. 1960-luvun ensimmäisellä puoliskolla maassamme rekisteröidään vuosittain hieman alle 100 000 autoa.
- **HELGE LAAKSO JA HELMER MATTSSON PERUSTAVAT LOHJAN AUTOKESKUKSEN VUONNA 1962.** Sen edustuksessa olevia automerkkejä ovat aluksi Morris, Citroen, Rambler, Studebaker ja Neckar. Toimintaan kuuluvat lisäksi näiden merkkien huolto- ja varaosapalvelut. Muitakin autoja huolletaan ja korjataan yhteistyössä paikallisten korjaamoiden kanssa.
- **LOHJAN SEUDUSTA ON MUODOSTUNUT MERKITTÄVÄ AUTOKAUPAN KESKUS.** Siellä on jo vuodesta 1937 lähtien toiminut Länsi-Uudenmaan autokorjaamoiden ja autoliikkeiden yhdistys, joka oli toiseksi vanhin autoalan yhdistys Suomessa. Vuonna 1963 se muuttaa nimensä Länsi-Uudenmaan Autoalan Yrittäjät ry:ksi. Yhdistykseen kuuluu paljon autoalan pienyrittäjiä, joista monet ovat perheyrittäjiä.
- **KORPIVAARA OY ALOITTAA TOYOTAN MARKKINOINNIN SUOMESSA CROWN-MALLILLA.** Toyota on tässä vaiheessa maailman 10. suurin autonvalmistaja. Lohjan Autokeskus saa Toyotat myyntiin välittömästi, ja merkistä tulee Länsi-Uudellamaalla suuri menestys.
- **VUONNA 1965 SUOMESSA MYydÄÄN ENSIMMÄISEN KERRAN YLI 100 000 HENKILÖAUTOA.** Uhkaksi nousee kuitenkin maan heikkenevä taloudellinen tila. Itäautoja suositaan ajan hengen mukaisesti länsiautojen kustannuksella. Autojen osamaksuehtoja kiristetään: länsiautoille vaaditaan käsirahaa vähintään 60 % ja maksuaikaa enintään 9 kuukautta. Itäautoille vastaavat luvut ovat 40 % ja 18 kuukautta. Seuraavana vuonna autoveroa korotetaan 30 %, ja tuontia säännöstellään puolen vuoden ajan. Vuonna 1967 on hetken aikaa voimassa henkilöautojen maahantuontikielto. Kun markka lisäksi devalvoidaan, autokauppa joutuu alamäkeen, jota kestää seuraavat kolme vuotta. Ensirekisteröinnit putoavat puoleen huippuvuodesta, ja alalla nähdään useita konkurssseja.
- **TOYOTA TUO SUOMEN MARKKINOILLE USEITA UUSIA MALLEJA, JOTKA LöYTÄVÄT TIENSÄ MYÖS LOHJAN AUTOKESKUKSEEN.** Menestyksekkäimmäksi niistä osoittautuu Toyota Corolla, jota aletaan tuoda maahamme vuodesta 1967 alkaen. Suomesta tulee Toyotan suurin tuontimaa Euroopassa.
- **LOHJAN AUTOKESKUS SAAVUTTAÄ LOHJAN MARKKINA-ALUEELLA 10 %:N MARKKINAOSUUDEN VUONNA 1968.**
- **KYMMENESSÄ VUODESSA SUOMI AUTOISTUU.** Kun liikennekäytössä on vuonna 1960 reilut 183 000 henkilöautoa, vuonna 1970 niitä on yli 700 000.



Pienestä se alkoi. Lohjan Autokeskuksen ensimmäinen liike sijaitsi Suurlohjankadulla ja siellä myytiin mm. kuvassa olevaa Neckar-automerkkiä.



Lohjan Autokeskuksen avajaispäivänä ensimmäisen auton osti Erik Rosenström. Auto oli Citroen DS 19.



Kahden perheen yritys

”KAIKKI ALKOI SIITÄ, kun mä lopputilin sain”, rallatteli kansantaitelija Irvin Goodman 1960-luvulla.

Laulu muistuu **Helmer Mattssonin** mieleen, kun hän kertoo Lohjan Autokeskuksen syntyvaiheita.

Mattsson ja hänen työkaverinsa Helge Laakso jäivät töttömiä, kun heidän työnantajansa lohjalainen EL-Auto ajautui konkurssiin.

Toisin kuin laulussa, nämä miehet eivät heittäytyneet hunningolle. Päinvastoin.

– Olimme myyneet traktoreita sekä Korpivaara Oy:n maahantuomia autoja. Niinpä otimme suunnan kohti Korsoa kyselemään, josko meille löytyisi töitä. Siellä syntyi huimalla

tuntunut ajatus perustaa oma autoliike Lohjalle, Mattsson kertoo.

Lohjan Autokeskus Oy:n avajaisia vietettiin 16.2.1962 Suurlohjankadulla. Tilat olivat nykymittapuulla pienet ja puitteiltaan vaatimattomat. Kerrostalon kivijalassa sijainneessa myymälähuoneistossa oli tilaa 75 neliömetriä. Kellarikerroksessa oli paikat kahdeksalle autolle, minkä lisäksi niitä myytiin suoraan kadunvarsilta. Tilanne helpottui, kun lähistöltä saatiin hankittua tontti vaihtoautojen esittelyä varten.

– Eihän meillä suuria pääomia ollut, mutta ennakkoluulottomuutta, tarmoa ja uskoa omiin kykyihin sitäkin enemmän.

Aluksi henkilökuntaa oli vain neljä, omistajien Laakson ja

Helmer Mattsson, toinen Lohjan Autokaupan perustajista, seuraa edelleen aktiivisesti, mitä autoilevassa maailmassa tapahtuu.



Mattssonin lisäksi Paul Sobott ja Jorma Helander.

– Lähdimme siitä että, meidän tulisi pystyä palvelemaan koko läntisen Uudenmaan aluetta. Tässä ruotsin kielen taito oli suureksi avuksi, Mattsson toteaa.

Ensimmäisen toimintavuoden saldo oli 133 kappaletta myytyjä uusia autoja. Se oli erinomainen suoritus aloittavalle pienelle yritykselle.

Länsi-Uusimaa oli Mattssonin kotikenttää. Raaseporissa syntynyt Helmer-poika kulki koulumatkansa Mustion Linnan editse. Sitä oli 1800–1900-lukujen taitteessa isännöinyt kamariherra Hjalmar Linder, jota pidetään Suomen autoilun uranuurtajana.

Muistoihin ovat jääneet venäläisten pommitukset Lohjan kalkkitehtaan tuhoamiseksi.

– Järveenhän ne pommit menivät. Se oli meistä pikkupojista tosi jännää ja hauskaa.

Lisää kierroksia Toyotasta

Autoliikkeen ripeä startti sai lisää kierroksia, kun Korpivaara aloitti Toyotan markkinoinnin Suomessa vuonna 1964. Merkki saatiin heti myyntiin myös Lohjan Autokeskukseen.

– Emme me paljoa Japanista tienneet, mutta kun saimme kutsun autonäyttelyyn Kalastajatorpalle, innostuimme. Siellä oli esillä iso määrä Toyota-malleja, jotka tulisivat lähivuosi-na markkinoille, ja järjestelyt niin tip top kuin vain olla voi. Saimme Lohjalle esittelyauton jo ennakkoon. Se oli tuon ajan lippulaiva Toyota Crown, jonka sain kaupaksi melkein saman tien. Sittemmin myimme ison joukon Crowneja paikkakunnan silmäätekeville, Helmer Mattsson muistelee.

Toyotasta tuli nopeasti koko Suomen suosikki. Tilauksia sateli Lohjallekin siihen malliin, että autoliikkeen johtajat kutsuttiin kunniavierailulle Japaniin.

– Toyota-city, tuotannon ympärille rakennettu kokonainen ”kaupunki”, teki lähtemättömän vaikutuksen, samoin kuin se, minkälaisella täsmällisyydellä ja omistautumisella asioita hoidettiin. Seurasimme muun muassa, kun laivaan lastattiin 7 000 vientiin lähtevää autoa. Jokaisen paikka ja kiinnitys oli suunniteltu millimetrintarkasti.

Länsi-Uusimaa haltuun

1970-luvulle tultaessa kahden perheen perustaman yrityksen toiminta oli kasvanut siinä määrin, että tilojen laajentaminen ja keskittäminen oli tullut välttämättömäksi. Myyntiin olivat tulleet useiden automerkkien lisäksi Terhi- ja Buster-veneet sekä Johnsson- ja Mariner-perämoottorit. Lisäksi kokonaisuuteen olivat alusta saakka kuuluneet huolto-, varaosa- ja korjaamopalvelut.

– Kuulimme, että Lohjalla olisi tarjolla tontti, joka ei ollut kelvannut muille autokauppiaille, mutta se oli sopivan hintainen ja siinä oli paljon tilaa. Niinpä ostimme tontin Tynninharjulta ja aloimme rakentaa sinne oikeaa autokeskusta. Jotkut veikkasivat, että nyt pojat tekevät konkurssin, mutta meillä ja myyjillä oli luja usko ennen muuta Toyotan menestykseen.

Tulitukea merkillle alkoi tulla myös rallimiehiltä, kun Hannu Mikkola voitti Jyväskylän Suurajot Toyota Corollalla vuonna 1975. Elokuvaamailmassa Toyotaa oli tehnyt tunnetuksi James Bond -seikkailussa Elät vain kahdesti.

Tynninharju kaikkineen maksoi 1,7 miljoonaa markkaa, mutta investointi osoittautui kannattavaksi. Myöhemmin tiloja vielä laajennettiin. Nopeassa tahdissa perustettiin lisäksi toimipisteet Hankoon, Tammisaareen ja Nummelaan. Vuonna 1988 kumppanukset Laakso ja Mattsson tekivät työnjakosopimuksen. Helmer Mattsson myi osakkuutensa Lohjan Autokeskuksesta Helge Laaksolle ja osti tältä puolestaan Hangon ja Tammisaaren Autokeskuksen liikkeen.

Kohokohtia Mattssonin uralle mahtuu useita. Autojakin hän on myynyt henkilökohtaisesti niin monia, ettei enää itse muista määrää. Yksi tapahtuma ylitse muiden on jäänyt mieleen yrityksen markkinoinnista vastanneelle Mattssonille. Se oli Lohjan Autokeskuksen 25-vuotisjuhla, joka järjestettiin, missäpä muualla, kuin Mustion Linnan mailla. Uudet automallit korisivat pihaa, ja tienvarret olivat mustanaan paikalle saapuneita asiakkaita ja paikkakuntalaisia. Juhliin oli tilattu kakkua 4 500 vieraalle. Se loppui kesken.

Visionäärejäkin Mattsson ja Laakso olivat, näkiväthän he aitiopaikalta, kuinka nopeasti autoala jo heidän aikanaan kehittyi. Länsi-Uusimaa-lehdelle antamassaan haastattelussa vuonna 1981 Laakso ennako, että jotain todella radikaalia tulee tapahtumaan. Jonain päivänä autot kulkevat sähköllä.

1970-LUKU



● **AUTOJEN MÄÄRÄ KASVAA SUOMESSA 1970-LUVULLA NOPEASTI** huolimatta kasvun tielle tulleista esteistä. Vuonna 1971 valtio määrää hyvään vauhtiin päässeelle henkilöautokaupalle pisteveron, joka nostaa hintoja 15 prosentilla. Lohjan alueella autojen myynti on tätä ennen ollut niin vilkasta, että niistä on ollut ajoittain pulaa.

● **LOHJAN AUTOKESKUKSESSA KAUPPA KÄY NIIN VAUHDIKKAASTI**, että se alkaa 70-luvun alussa suunnitella muuttoa suurempiin tiloihin. Tarkoitukseen sopiva tontti löytyy Lohjan Tynninharjulta. Uusien tilojen suunnittelua valitaan hoitamaan Insinööritoimisto Oksa & Lahti.

● **PISTEVERO POISTETAAN VUONNA 1972.** Vielä sitäkin pahempi koettelemus on kuitenkin 70-luvun puolivälissä puhjennut öljykriisi, joka kaksinkertaistaa öljystä riippuvaisten teollisuusmaiden energiakustannukset ja nostaa samalla polttoaineen hintaa merkittävästi. Valtiovallan mielestä Suomen vaihtotaseen alijäämä johtuu liiallisesta autojen tuonnista. Tästä syystä uusiin autoihin määrätään 50 %:n tuontivero, joka kuitenkin alennetaan 30 %:iin.

● **LOHJAN AUTOKESKUS MUUTTAU TYNNINHARJULLE VUONNA 1974.** Se saa käyttöönsä uudet ajanmukaiset 1 800 neliömetrin tilat. Saman katon alle on nyt keskitetty kaikki toiminnot: uusien autojen ja vaihtautojen myynti, huolto ja korjaamo, varaosapalvelu, veneosasto, kahvio ja toimistotilat. Uusia autoja myydään 253 kappaletta.

● **MILJOONAN LIIKENNEKÄYTÖSSÄ OLEVAN HENKILÖAUTON RAJA YLITETÄÄN SUOMESSA VUONNA 1976.** Samana vuonna sadastuhannes Toyota saapuu Suomeen ja miljoonas Toyota Eurooppaan. Toyota Corollasta on tullut maailman eniten valmistettu automalli.

● **LOHJAN AUTOKESKUS AVAA UUDEN TOIMIPISTEEN HANGOSSA VUONNA 1977.** Siellä toimivat Toyotan myynti- ja huoltopiste sekä veneosasto. Ensimmäisenä vuonna uusia autoja myydään yli 70 kappaletta, ja veneosaston myynti on yli kaksi miljoonaa markkaa.

● **LOHJAN AUTOKESKUKSEEN TYNNINHARJULLE VALMISTUU 800 NELIÖMETRIN SUURUINEN UUDISRAKENNUS VUONNA 1978.** Siinä on tilat uudistetulle peltikorjaamolle, tavara-autojen korjaus- ja huoltotoiminnalle sekä koneelliselle pesulinjalle.



Lohjan Autokeskus sai Tynninharjulta uudet ajanmukaiset tilat. Henkilökuntaa vuonna 1974 oli 21 ja uusia autoja myytiin 253. Ennen avajaisia kokoonnuttiin ryhmäpotrettiin.



1970-luvulla Lohjan Autokeskuksessa myytiin myös veneitä ja perämoottoreita. Kuvassa Helge Laakso.



Autosihteeri monessa mukana

AULIKKI PAROVUORI on nainen, jota autot ovat aina kiinnostaneet. Ensimmäinen oma menopeli oli luomunpunainen Morris Mini 850.

– Lähdin yhdessä poikaystäväni kanssa kiertelemään pitkin Suomen maanteitä. Minä olin ratissa ja poikaystävä istui vieressä matkaradio sylissään. Antenni sojotti ulos auton ikkunas-
ta ja rokki soi. Se oli hieno kesä, Parovuori muistelee.

Ajokortin Parovuori oli saanut heti 18 vuotta täytettyään. Autokouluun hänet oli laittanut Helge Laakso, Lohjan Autokes-
kuskes toimitusjohtaja. Aulikki oli päässyt yritykseen kesätöi-
hin 17-vuotiaana suoraan koulun penkiltä. Elettiin vuotta 1970. Toiminta oli laajenemassa, ja henkilökuntaakin palkattiin lisää.

– Meitä oli silloin töissä 10 henkilöä: kaksi automyyjää, kak-
si varaosamyyjää, kaksi korjaamotyöntekijää, kaksi toimisto-

työntekijää sekä kaksi johtajaa. Kaikki tulivat nopeasti tutuiksi, olimme kuin pieni perhe. Minä olin siinä vaiheessa se porukan pikkutyttö, jonka tehtäviin kuului muun muassa keittää kahvit kaksi kertaa päivässä. Aamuisin kävin hakemassa lähikaupasta leipää ja iltapäivällä pullaa.

Pian tehtäviä tuli lisää ja niiden mukana myös vastuuta.

– Oppiäitini oli Airi Wikstedt, joka teki todella pitkän uran Lohjan Autokeskuksen konttoripäällikkönä. Hän on opettanut minulle kaiken sen, mitä tiedän toimistotöistä ja kirjanpidosta. Kun monesti istuin Airin kanssa pitkiä iltoja ylitöitä tekemässä, ihailin hänen tarkkuuttaan, hoksaavaisuuttaan ja täsmälli-
syyttään ja pyrin ottamaan niistä oppia työni ohjenuoraksi, Parovuori kertoo.

Aulikki Parovuori teki Lohjan Autokeskuksessa yli 40 vuoden mittaisen uran. Hän muistelee tiivistä työyhteisöä lämmöllä.



Kalkkeripaperista atk-aikaan

Aulikki Parovuoren kesätöistä alkanut ura Lohjan Autokeskuksessa kesti yli 40 vuotta. Hänen työnkuvansa ydintä olivat autosihteerin tehtävät. Ilman autosihteerin tekemää paperityötä ei yksikään auto vaihda omistajaa.

– 70-luvulla se oli puhtaasti käsityötä. Jokainen autokauppa merkittiin huolellisella käsialalla isoon autokirjaan. Siihen kirjattiin luovutuksen järjestysnumero, ostajan nimi ja osoite, myyty auto, sen valmistenumero ja rekisterinumero, kaupassa mahdollisesti saatu vaihtoauto sekä sen tiedot.

Lomakkeet tehtiin erikseen ostotapahtumasta, maksuehdoista, rekisteröinnistä ja vakuutuksista. Käytössä olivat kirjoituskone ja kalkkeripaperi. Osamaksukauppa oli hyvin yleistä. Parovuori kertoo, että osamaksusopimus tehtiin joko 18 tai 36 kuukaudeksi. Jokaista kuukausierää varten laadittiin erillinen vekseli.

80-luvun lopulla alettiin siirtyä tietotekniikan aikakauteen.

– Totta kai työ helpottui monin tavoin, kun paperit syntyivät muutamassa minuutissa. Samalla alkoi kertyä erilaista dataa ja raportteja, jotka helpottivat myyjien työtä ja johdon päätöksentekoa. Minun maailmaani tosin hieman sekoitti se, kun en enää kadulla tunnistanut vastaantulevia autoja ja niiden omistajia rekisterinumeron perusteella, Parovuori naurahtaa.

Aluksi Lohjan Autokeskuksen käytössä olivat järjestelmät, johon kuuluivat Altos 986T-80 usean käyttäjän mikrotietokone, 80 Mb:n kovalevy ja yhdeksän päätettä sekä neljä kirjoitinta. Niistä yksi oli laserkirjoitin autopapereiden tulostusta varten.

Kun Lohjan Autokeskuksen toiminta kasvoi, myös toimistotyöntekijöitä tarvittiin lisää.

– Enimmillään meitä oli kymmenen. Kaikki tehtiin itse: myynti- ja ostoreskontra, kassa, kirjanpito jne. 70- ja 80-luvulla autoja meni kaupaksi ja töitä riitti. Toyota kiikkui vuodesta toiseen myyntitilastojen kärkipäässä.

Myös Aulikki Parovuoresta tuli Toyotan omistaja.

– Ensimmäinen Toyotani oli kananpojan keltainen käytetty Corolla, jonka hankin vuonna 1974. Merkki on pysynyt samana sen koomin, vain malli vaihtunut.

Räväkkää markkinointia

Erilaisilla tapahtumilla, erityisesti autonäyttelyillä, oli vielä joitakin vuosia sitten iso rooli autokaupan vauhdittamisessa. Niihin panostettiin täysillä myös Lohjalla aluksi Helmer Mattssonin ja hänen jälkeensä Henrik Janssonin innokkaalla johdolla.

Joka syksy ja kevät pidettiin suuri näyttely, jossa esiteltiin uudet mallit. Niihin Toyota-asiakkaat kutsuttiin ensimmäiseksi. Erillisiä tapahtumia järjestettiin esimerkiksi yrittäjille ja naisille.

– Naistenillat, ”Ladies Night” olivat suosittuja, niissä kun muun muassa neuvottiin, kuinka öljyn määrä tarkistetaan ja renkaat vaihdetaan. Kerran tosin muistan saaneeni kiukkuisen puhelinsoiton paikalliselta äidinkielenopettajalta. Hän ilmoitti, että ei tule tilaisuuteen, johon kutsutaan englannin kielellä.

Markkinointi oli räväkkää ja houkuttimina paljon erilaisia kylkiäisiä. Tapahtumiin hankittiin vetonauloiksi sen ajan tähtiä, kuten Kari Tapio, Fredi ja Kivikasvot, Leo Lastumäki sekä Vesa-Matti Loiri Uuno Turhapuron roolissa. Kahvitarjoilu kuului luonnollisesti asiaan.

– Toimme myymälään pitkät pöydät ja laitoimme niille valkoiset liinat kukka-asetelmia unohtamatta. Itse kaadoin kahvit jokaiselle asiakkaalle, Parovuori muistelee.

Vuonna 1990 Lohjan Autokeskusta kohtasi iso muutos, kun perheyritys siirtyi Osuuskauppa Seudun omistukseen.

– Tunnelmat olivat ristiriitaiset. Oli heitä, joiden mielestä maitokauppiaiden ei kannattanut tulla neuvomaan autokauppiaita. Ja olihan se ikävää, kun henkilökuntaa jouduttiin vähentämään etenkin konttoripuolelta. Ajan myötä rupesi kuitenkin tuntumaan turvalliselta se, että työnantajalla on leveät hartiat, jotka kantavat vaikeidenkin aikojen yli. Lohjan Autokeskuksen palveluksessa on edelleen henkilöitä, jotka ovat tehneet siellä koko pitkän työuransa.

1980-LUKU



- **AUTOKAUPPA SUOMESSA KÄY VILKKAANA.**

Vuonna 1982 autoveroa lasketaan ensimmäisen kerran sitten vuoden 1963. Maassamme myydään ennätysmäärä uusia autoja. Lohjan seudulla joitakin automerkkejä joudutaan jopa jonottamaan. Toyota pystyy kuitenkin toimittamaan autoja Suomeen kysyntää vastaavasti. Toyota nousee maailman suurimmaksi autonvalmistajaksi.

- **LOHJAN AUTOKESKUS TÄYTTÄÄ 20 VUOTTA.**

Uusien henkilöautojen myynti on 399 kappaletta ja vaihtoautoja myydään 856 kappaletta. Toimitusjohtaja Helge Laakso toteaa, että menestyksen takana ovat tinkimättömät toimintaperiaatteet: palvelualtius, rehellisyys, sovittujen kauppojen pitäminen, asiakkaiden kunnioittaminen ja päämiesten toiveiden täyttäminen.

- **LOHJAN AUTOKESKUS AVAA UUDEN MYYMÄLÄN TAMMISAARESSA NIMELLÄ LOHJAN AUTOKESKUS – EKENÄS BILCENTRAL.**

Siellä toimivat Toyotan myynti- ja huoltopiste sekä veneosasto. Ensimmäisenä toimintavuotena uusia autoja menee kaupaksi 80 kappaletta ja veneosaston myynti ylittää 1,5 miljoonaa markkaa.

- **TOYOTASTA TULEE SUOMEN MYYDYIN AUTOMERKKI VUONNA 1983.**

Maahantuoja Korpivaaran mukaan ylivoimainen menestys perustuu korkeaan laatuun, moderniin tekniikkaan ja lyömättömään kokonaistaloudellisuuteen.

- **AUTOVERO LASKEE JÄLLEEN VUONNA 1984.**

Liikennekäytössä olevien henkilöautojen määrä lähestyy 1,5 miljoonaa.

- **LOHJAN AUTOKESKUS LAAJENTAA TOIMINTAANSA EDELLEEN.**

Vuonna 1985 Nummelaan avataan uusi ajanmukainen, tuhannen neliömetrin tiloissa toimiva Toyotan myynti- ja huoltopiste. Se työllistää kahdeksan henkeä. Tavoitteeksi asetetaan 200 uuden auton myynti Vihtiin, Karkkilaan ja Nummi-Pusulaan.

- **VUONNA 1985 LOHJAN AUTOKESKUS SISÄRYHTIÖINEEN TYÖLLISTÄÄ 75 HENKEÄ JA MYY YLI 2 000 AUTOA.**

Seuraavana vuonna liikevaihto ylittää 100 miljoonaa markkaa. Lohjan Autokeskus on nyt toimialueellaan markkinajohtaja sekä henkilöautojen että tavara-autojen myynnissä.

- **Toyotan menestys maailman rallipoluilla innoittaa Korpivaaran perustamaan rallitallin TOYOTA RACING FINLAND VUONNA 1987.**

- **LOHJAN AUTOKESKUKSESSA TEHDÄÄN OMISTUSJÄRJESTELYJÄ VUONNA 1988.**

Helmer Mattsson myy osakkuutensa Helge Laaksole ja ostaa Tammisaaren ja Hangon Autokeskusten liikkeen. Seuraavana vuonna Helge Laakso siirtyy hallituksen puheenjohtajaksi ja Lohjan Autokeskusten toimitusjohtajana aloittaa Jarmo Aalto.

- **VUOSI 1989 ON SUOMEN AUTOKAUPAN HISTORIAN PARAS MYYNTIVUOSI VIELÄ TÄNÄKIN PÄIVÄNÄ.**

Silloin ensirekisteröidään lähes 177 000 uutta autoa.



Lohjan Autokeskuksen 25-vuotisjuhlat järjestettiin Mustion linnan mailla. Väenpaljous ylitti hurjimmatkin odotukset.



Lohjan Autokeskus sai kansainvälistä tunnustusta vuonna 1982, jolloin se oli Toyotan paras piirimyyjä Euroopassa. Palkintopokaalin kanssa poseeraavat tyytyväisinä toimitusjohtaja Helge Laakso ja markkinointijohtaja Helmer Mattsson.



Tynninharjulla oli käytössä suosittu jarrudynamometri, johon asiakas saattoi tulla ilman ajanvarausta.



Pyörät pyörivät, kun huolto pelaa

KUN TIMO JÄRVINEN 23-vuotiaana juuri Turun teknillisestä koulusta valmistuneena untuvikkona aloitti Lohjan Autokeskuksessa töiden vastaanottajana, hän tuskin uskalsi unelmoida, että vajaan kymmenen vuoden päästä Korpivaara valitsee hänet Vuoden korjaamopäälliköksi Toyotan yhteensä 130 huoltopisteen joukosta. Näin tapahtui vuonna 1983, jolloin Lohjan Autokeskus eli vahvaa laajentumisvaihettaan. Edellisenä vuonna oli avattu uusi myymälä Tammisaarella, ja Järvisen huoltotiimiin kuului jo 12 asentajaa.

Kymmenessä vuodessa Järvinen oli onnistunut kokoamaan ympärilleen huippuammattilaisten joukkueen, jonka kyvyt noteerattiin muun muassa asentajille järjestetyissä kilpailuissa. Toyota-asentajakisassa, johon osallistui yli 500 ammattilaista

ympäri Suomen, peräti viisi Lohjan Autokeskuksen osaajaa ylsi loppukilpailuun eli 12 parhaan joukkoon. Heitä olivat Sulevi Sundman, Ilkka Kuusisto, Jorma Oksanen, Esko Kallio ja Erkki Erolahti. Myöhemmin Sundman voitti myös asentajamestaruuden peräti neljä kertaa. Vuosien mittaan myös muille asentajille tuli useita erinomaisia sijoituksia.

Alkuvuosinaan Lohjan Autokeskus osti huolto- ja korjaamopalvelut monilta paikallisilta yhteistyökumppaneilta. Vuonna 1974, kun Autokeskuksen uudet tilat Tynninharjulle valmistuivat, huolto ja korjaamo saivat ajanmukaiset tilat, ja toiminta pääsi täyteen vauhtiin oman henkilökunnan voimin.

Aluksi nuori Timo Järvinen, josta oli saman tien tehty työnjohtaja, sai apua Toyotan konsulteilta, jotka neuvoivat korjaa-

Timo Järvinen rakensi Lohjan Autokeskuksen huolto- ja korjaamotoimintaan tehokkaan organisaation, puhalsi siihen vahvan tiimihengen ja kehitti ketterän toimintamallin.



motoiminnan käynnistämisessä ja organisoinnissa.

– Kun jouduin aika pian ottamaan täyden vastuun, meinasivat siinä yöunet mennä. Automerkkejä oli tuossa vaiheessa useita, enkä ollut ehtinyt paljon hankkia Toyota-tuntemustakaan, Järvinen kertoo.

Erityisen kiitollisena hän muistelee huoltotarkastaja Heikki Hannosta, lupsakkaa karjalaismiestä, jolta pohjalainen Järvinen imi tietoa sen minkä ehti.

– Tämä kantoi aika pitkälle. Lisäksi sain aina apua Korpi-vaaralta, kun vaan kehtasin sinne soittaa.

Avoimuus synnyttää luottamusta

Vielä 1970-luvun alussa autokorjaamotoiminnalla oli usein hie-
man kyseenalainen maine. Tuumattiin, että huollosta pääosa
on valohoitoa ja asentajan perikuva oli Speden luoma hahmo
Härski Hartikainen. Juuri näitä mielikuvia Järvinen ja hänen
tiiminsä halusivat muuttaa.

– Meillä olivat käytössä uusimmat tekniset laitteet, kuten
suosittu jarrudynamometri, jolla asiakas pystyi testaamaan
jarrujen kunnon vaikkapa ennen katsastusta. Tilat pidimme
aina siisteinä, ja asiakas saattoi tulla huoltohalliin koska ta-
hansa seuraamaan työn edistymistä. Tällaisella avoimuudella
olemme rakentaneet luottamusta pitkin matkaa ja luoneet
todella pitkäaikaisia asiakassuhteita. Uskomme siihen, että
automyyjä myy sen ensimmäisen auton ja sen jälkeen hyvin
toimiva huolto loput, Järvinen virnistää.

Huollon toimintaa helpotti merkittävästi siirtyminen yhden
maahantuontimerkin aikakauteen.

– Aikaisemmin tarvittiin monenlaisia erikoistyökaluja muun
muassa siitä syystä, että englantilaisissa autoissa oli käytössä
tuumamitoitus ja eurooppalaisissa autoissa sekä Toyotassa
metrimitat. Hyvä asia palvelun kannalta oli lisäksi se, että yksi-
merkkisyys mahdollisti mekaanikkojen erikoistumisen. Osasta
tuli asiantuntijoita henkilöautoissa, osasta raskaammissa ajo-
neuvoissa. Jotkut puolestaan opiskelivat autosähköasentajiksi,
Järvinen kertoo.

Kouluttautuminen tapahtui vuonna 1977 perustetussa To-
yotan omassa ammattioppilaitoksessa. Se on ainoa laatuaan

automerkkien joukossa. Järvinen kertoo, että menetelmät oli-
vat japanilaisen perusteellisia. Ensitöikseen asentajat joutuivat
purkamaan auton moottorin atomeiksi asti ja sen jälkeen ko-
koamaan sen. Jos ylimääräisiä osia jäi, homma otettiin uusiksi.
Toyota edellyttää edelleen jälkimarkkinoinnin henkilöstöltä
vähintään 20 tunnin kurssitusta vuosittain, osa opetuksesta
tapahtuu tosin tänä päivänä etänä.

Asiat hoidetaan kerralla kuntoon

Kun Lohjan Autokeskus täytti 50 vuotta, juhlittiin samalla
miljoonainvestoinnin valmistumista. Korjaamo, pesuhalli ja
vauriokorjaamo kiilsivät nyt uutuuttaan. Paitsi, että tilat olivat
jälleen asentajille nykyaikaisemmat, mukavammat ja toimi-
vammat, niissä oli otettu huomioon tämän päivän vaatimukset
ekologisuudesta ja turvallisuudesta. Tällaisia asioita olivat
muun muassa lämmön talteenotto, ilmanvaihdon automati-
sointi sekä varotoimenpiteenä rakennetut öljysäiliöiden kotelot
ja lattian alla sijaitsevat turva-altaat.

Vuonna 2014 Timo Järvinen jäi Lohjan Autokeskusta 40
vuotta palveltuaan eläkkeelle. Hän vitsailee, että on sen jäl-
keenkin tehnyt tsupparin hommia eli hakenut Korsosta muun
muassa varaosia korjaamolle.

Hyvän seuraajankin hän ehti itselleen kasvattaa. Nykyinen
korjaamopäällikkö Timo Mäki työskenteli vuoden Järvisen
rinnalla omaksuen tämän palvelufilosofiaa. Järvinen sanoo
uskovansa jatkuvuuteen ja luottosuhteisiin. Ja siihen, että asiat
hoidetaan aina kerralla kuntoon.

– Meillä eivät ole hanskat koskaan tippuneet lattialle, kun
kello tulee 16, jos joku homma täytyy saada valmiiksi.

Lohjan Autokeskusta hän luonnehtii seuraavasti: Miksi en
olisi tehnyt töitä sellaisessa firmassa, jossa on hyvä henki,
jossa tehdään asioita yhdessä ja autetaan toista, neuvotaan ja
kysytään, koulutetaan jatkuvasti ja jossa voi olla töissä eläke-
ikään saakka, jos terveyttä riittää.



Toyota-mies henkeen ja vereen

MUKAVIA MUISTOJA ja luotettavia kilometrejä. Näin tiivistää suhteensa Toyotaan **Markku Peltola**, jolle vielä uudenkarhea RAV4 on jo 12. Toyota. Sillä hän ajelee pyhäajot ja mökkimatkat Lappiin. Työmatkat Lohjan Kisakallioon tahtuvat vuoden -97 Corollalla – täysi peli yhä sekin.

– Varhaisimmat muistoni Lohjan Autokeskuksesta ulottuvat ihan lapsuusvuosiin. Pappani Sakari Takaveräjä työskenteli siellä autopeltiseppänä ja mammani Helena pesi autoja. Li-vahdin usein seuraamaan heidän jännittäviä puuhiaan autojen parissa, Peltola kertoo.

Peltolan vanhempi poika Miki Peltola jatkaa suvun perinteitä työskentelemällä Lohjan Autokeskuksessa autoasentajana. Sinne vei matka suoraan ammattikoulusta työharjoittelun jatkoksi.

Markku Peltola hankki ensimmäisen oman Toyotansa vuonna 2000. Se oli farmarimallinen Avensis.

– Oli minulla ollut autoja jo tätä ennen, mutta niissä oli

turhan paljon vikoja. Toyotoissa sen sijaan ei ole ollut moitteen sijaa.

Erinomaisena asiana Peltola pitää myös hyvää jälleen-myyntiarvoa ja edullisia käyttökustannuksia.

– Ajan noin 25 000 kilometriä vuodessa ja vaihdan autoa 3–4 vuoden välein. Toyotat ovat erittäin haluttuja käytettyinäkin. Pitkään eivät ole minunkaan vaihtamani autot myymälässä vanhentuneet – yksi niistä myytiin jo samana päivänä, kun vein sen liikkeeseen.

Peltola kokee saaneensa Lohjan Autokeskuksesta parasta mahdollista palvelua.

– Asiakkaan huomioiminen kaikissa tilanteissa on ihan huippuluokkaa. Taidanpa olla itsekin henkeen ja vereen Toyota-mies, niin kuin poikanikin. En osaa enää muuta autoa ostaakaan, sillä Toyotassa tiedän saavani rahalle todellista vastinetta.



Totesimme Toyotan parhaaksi

KUN KARI OKSANEN tuli hakemaan tulevaa vaimoaan Kirstiä ensimmäisille treffeille, alla oli violetinvärinen Toyota Carina II. Elettiin 1990-luvun puoliväliä, jolloin pariskunnan yhteinen taival alkoi.

Ensimmäisen Toyotansa mallia Corolla 1.6 SE Kari oli hankkinut jo vuonna 1989. Kirstin ensimmäinen omaan käyttöön tullut Toyota puolestaan oli sähkönsininen, ”sammakkosilmäinen” Corolla Sedan vuosimallia 1997.

Auto on järkiostos

”EN MÄ PAKKASTA PELKÄÄ, ei se pysty mun Corollaan.” Kun automerkki pääsee suomalaisten mielenmaisemaa luotaavaan hittiibiisiin, sen täytyy olla legenda. Ja sitä hän Toyota Corolla on, ja oli jo silloin, kun Mikael Westerholm 1980-luvun alkupuolella hankki ensimmäisen Toyotansa, mallia Corolla HT.

Auto oli sopivan sporttinen urheilullisen nuoren miehen makuun. Tuohon aikaan Westerholm pelasi itse aktiivisesti käsipalloa Siuntion edustusjoukkueessa. Tänä päivänä hän puuhaa edelleen lajin parissa valmentamalla uusia kykyjä.

Auto on Westerholmille välttämätön niin työ- kuin vapaa-ajan matkoilla. Helsinkiläinen sinkkumies ajaa joka päivä töihin Espooseen ja useita kertoja viikossa valmentamaan junioreita Kauniaisiin. Päälle tulevat lukuisat pelireissut. Kaikkiaan kilometrejä kertyy vuodessa 30–35 000.

– Pääosa ajoistani on lyhyen matkan etappeja. Suurimman osan niistä pystyn ajamaan sähköllä, kun allani on Toyota RAV4 ladattava hybridi. Kesäaikana täydellä latauksella pääsee 90 kilometriä, pakkasella hieman vähemmän, uusimpaan ajokkiinsa tyytyväinen mies kertoo.

Westerholm tunnustautuu automieheksi.

– Se on oma valintani ja oikeastaan elämäntapakysymys. Toyota ei ollut hänen ensimmäinen ajokkinsa. Ennen sitä

Kirsti ja Kari laskevat, että he ovat ehtineet omistaa yhteensä peräti 32 Toyotaa. Tällä hetkellä niitä on perheessä neljä: C-HR, Auris ja RAV4, jotka kaikki ovat hybridejä sekä työjuhtana vanha kunnon Hiace diesel.

– Myös jälkikasvulta Toyotoja löytyy – kuinkas muuten. Se taitaa olla meillä ihan geeneissä, Kirsti naurahtaa.

Ovat Oksaset muitakin automerkkejä kokeilleet – laidasta laitaan.

– Vaan liian usein on saanut istua korjaamolla ja miettiä, kuinka iso lasku tästä tällä kertaa mahtaa tulla, he toteavat.

Luotettava, turvallinen, jatkuvasti kehittyvä sekä edullinen ylläpitää ja huoltaa, listaavat Oksaset suosikkimerkkinsä parhaita puolia. Kiitosta he antavat myös Lohjan Autokeskukselle, jonka asiakkaita he ovat olleet pian parikymmentä vuotta.

– Se on se kokonaispalvelu. Se, että homma toimii. Sitä me arvostamme, Kari toteaa.

Kirsti Oksanen kertoo, että vaikka he vaihtavat autoa melko tiheään, vuosihuollot tehdään aina säännöllisesti.

– Haluan tietää, että uusi omistaja saa auton, joka on varmasti kunnossa, hän perustelee.

Kari Oksanen ajoi työnsä puolesta parhaina vuosina yli 80 000 kilometriä vuodessa. Allaan hänellä oli silloin Toyota Corolla. Kun 200 000 kilometriä tuli täyteen, autoon oli tarvinnut uusia ainoastaan vesipumppu ja pakoputki.



tutuiksi ehtivät tulla kuplavalokkarit ja Volvot. Toyotaan tutustumisen jälkeen ei merkkiä ole tarvinnut vaihtaa.

– Minulla ei ole ikinä ollut ongelmia sen kanssa. Se on todella luotettava auto, ja huolto pelaa. Melkein kaikki mallitkin on tullut vuosien mittaan testattua.

Useimmat Toyotansa Westerholm on hankkinut Lohjan Autokeskuksesta tutulta mieheltä, automyyjiä Niclas Karlssonilta, käsipallomiehiä hänkin.

1990-LUKU



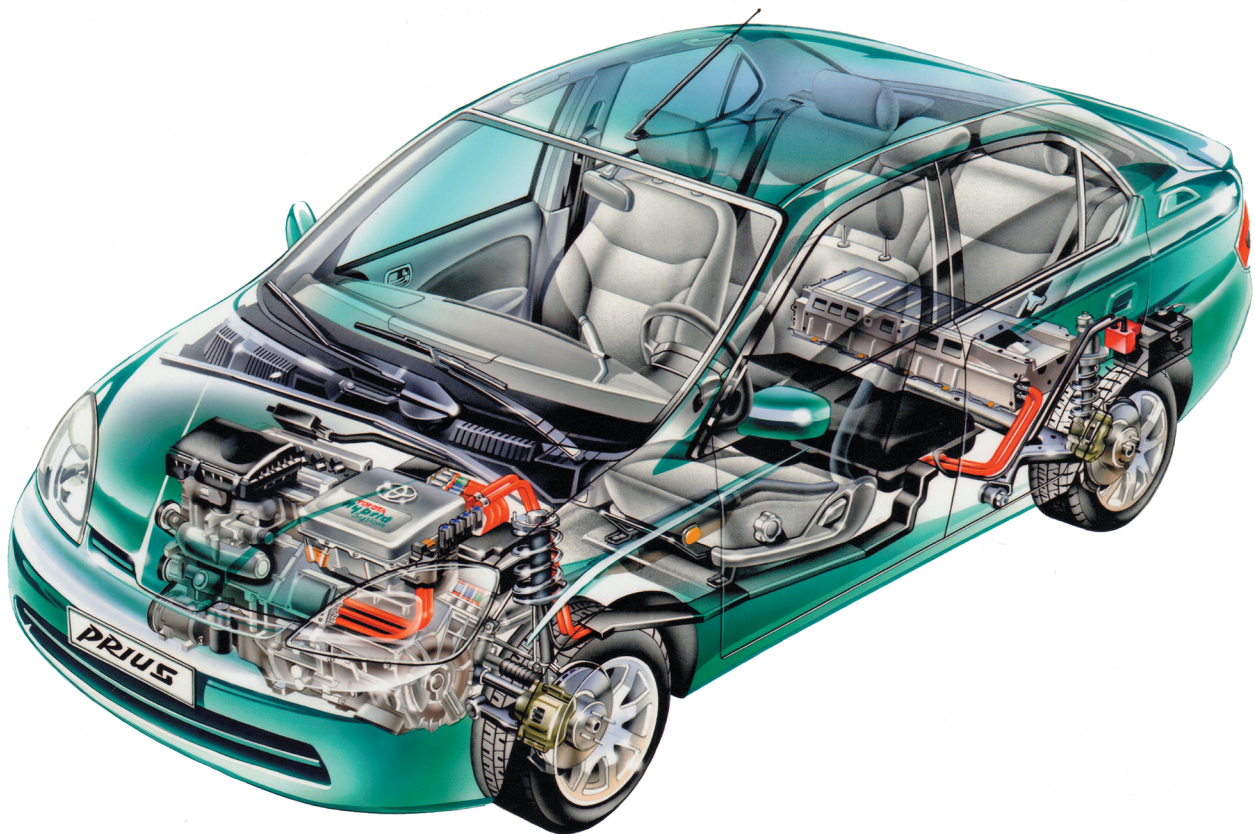
- **LOHJAN AUTOKESKUS SIIRTYY OSUUSKAUPPA SEUDUN OMISTUKSEEN VUONNA 1990.** Toimitusjohtajana aloittaa Raimo Viljala.
- **HELMER MATTSSONIN VETÄMÄ TAMMISAAREN AUTOKESKUS VALITAAN TOYOTAN VUODEN PIIRIMYYJÄKSI.** Palkinnon hänelle ojentaa tuon ajan "legendaarinen liikemies" kauppaneuvos Pauku eli näyttelijä Matti Tuominen.
- **LAMAN KOETELLESSA SUOMEA AUTOMYYNTI AJAUTUU VAIKEUKSIIN.** Vuonna 1990 henkilöautojen myynti laskee 22 % ja seuraavana vuonna pudotus on peräti 33 %. Aallonpohja saavutetaan vuonna 1993, jolloin uusia henkilöautoja myydään vain hieman yli 55 000. Näin on vajottu 60-luvun tasolle. Vaikeuksia on muuallakin Euroopassa; Saksan autoteollisuus saneeraa 200 000 työpaikkaa. Lohjan Autokeskus irtisanoo viisi työntekijää.
- **KATALYSAATTORI TULEE PAKOLLISEKSI UUSIIN BENSIINIKÄYTTÖISIIN AUTOIHIN.** Siitä myönnetään 3 500 markan verohelpotus
- **VUONNA 1992 TOYOTA ON SUOMEN ENITEN MYYTY AUTOMERKKI,** Corolla eniten myyty henkilöautomalli ja Hiace eniten myyty pakettiauto.
- **LOHJAN AUTOKESKUS SAA VUODEN 1993 LOPULLA TOYOTAN RINNALLE CITROENIN JA SUZUKIN EDUSTUKSET.**
- **1.1.1995 OSUUSKAUPPA VARUBODEN OSTAA PUOLET LOHJAN AUTOKESKUKSEN OSAKEKANNASTA.** Yhtiön toimitusjohtajana toimii aluksi Hannu Laitinen ja 1.3.1996 alkaen Henrik Jansson. Hän toimi myös autokaupan toimialajohtajana Osuuskauppa Seudussa.
- **OSUUSKAUPPA SEUTU OSTAA TYNINHARJULTA UUDEN KIINTEISTÖTONTIN TYNINHUJALTA.** Jonkin aikaa Autokeskuksen toimintaa jatketaan peräti kolmessa eri paikassa. Automyynti sijaitsee Gunnarlassa ns. kuolemanlaaksossa, josta tarujen mukaan yksikään autoliike ei ole elävänä selvinnyt. Huolto toimii Virkkalassa Kalkkipetterin tiloissa ja toimisto Tyninharjulla.
- **1990-LUVUN PUOLIVÄLISSÄ AUTOMYYNTI SUOMESSA ALKAA JÄLLEEN PIRISTYÄ.** Sadantuhannen myydyn henkilöauton raja ylitetään vuonna 1997. 2000-luvulle tultaessa uusia autoja myydään jo yli 125 000.
- **TAMMISAAREN AUTOKESKUS OY SULAUTUU LOHJAN AUTOKESKUKSEEN VUONNA 1998.** Toyotan uutuusmalli Avensis saapuu Suomeen, ja sen myynti ylittää kaikki odotukset. Samana vuonna Suomessa esitellään ensimmäisen kerran hybridiauto Toyota Prius. Vuonna 1999 Toyota saa ensimmäisenä autonvalmistajana YK:n ympäristöpalkinnon.



Lohjan Autokeskus muutti uusiin tiloihin Tynninharjulle 1995.



Tammissaaren Autokeskus on nykyisin osa Lohjan Autokeskusta.



Toyota toi markkinoille maailman ensimmäisen sarjavalmistetun hybridin, Priuksen, jo 1990-luvun lopulla. Sitä alettiin heti myydä myös Lohjan Autokeskuksessa.



Autoliiketoiminta nousukiitoon

1990-LUVULLE TULTAESSA Lohjan Autokeskuksen historiassa kääntyi uusi lehti. Silloin yrityksen omistajaksi tuli Osuuskauppa Seutu, josta myöhemmin sukeutui nykyinen Suur-Seudun Osuuskauppa SSO Salon Seudun Osuuskaupan kanssa tehdyn fuusion myötä.

Autoliiketoimintaansa vetämään osuuskauppa palkkasi autokaupan rautaisen ammattilaisen Henrik Janssonin, jonka kaikki alan toimijat Lohjan seudulla tunsivat. Mies oli nimittäin myynyt menestyksekkäästi monia merkkejä useissa eri liikkeissä.

Wartburgista se alkoi ja Moskvitshilla eli tuttavallisemmin Mossella jatkui. Sittemmin kuvioon tulivat Opel ja Saab. Lohjan Haka-Auton vetäjänä Jansson tykitti Mazdaa Länsi-Uuden-

maan markkinoille niin paljon, että sai lempinimen Mr. Mazda.

– Kun aloitin Lohjan Autokeskuksen toimitusjohtajana, takana olivat autokaupan vaikeat lamavuodet. Tuloksessa oli siten todella parantamisen varaa. Ajattelin kuitenkin, että kaikki palikat menestyksen rakentamiseen olivat olemassa: Lohjan paras autojen kauppapaikka, Toyotan maahantuontiedustus ja kahden osuuskaupan, Seudun ja juuri mukaan toiseksi omistajaksi tulleen Varubodenin vahva taloudellinen asema.

Janssonin päätöstä helpotti se, että hänelle annettiin vapaat kädet nostaa autoliiketoiminta nousukiitoon. Mies rekrytoi joukkoon lisää tuntemiaan kovan luokan myyntiammattilaisia.

Vaativuutena oli, että heidän täytyi tykätä Janssonin kiu-

Henrik Jansson, autokaupan grand old man, toimi automyyntin parissa 50 vuotta ja johti Lohjan Autokeskusta menestyksekkäästi 20 vuoden ajan.



sauksesta ja myydä vähintään 300 autoa vuodessa. Jo puolessa vuodessa tulos saatiin oikeenemaan.

Tottuneesti Jansson kääri myös itse hihat. Toimitusjohtaja oli aamulla useimmiten ensimmäisenä myymälässä ja viimeistään silloin, kun ovet avattiin.

– Periaatteeni oli, että emme tarvitse liiturityöntekijöitä, vaan meillä jokainen myy. Silloin kun oli kiire, ei palkattu lisää väkeä, vaan juostiin hieman kovempaa.

Asiakasta pitää rakastaa

Henrik ”Kalle” Jansson ehti toimia autokaupan parissa lähes 50 vuotta eli keskikoulunsa päättämisen alkua. Hän aloitti apupoikana korjaamolla, eteni varaosamyyjäksi ja opiskeli tämän jälkeen automyyjäksi. Ensimmäinen kosketus Lohjan Autokeskukseen oli, kun Helge Laakso kysyi, tuutko sä Kalle meille armeijan jälkeen töihin.

– Lohjan Autosta tarjottiin kuitenkin automyyjän paikkaa, joten tieni vei sinne kolmeksi vuodeksi. Sitten aukesivat esimiestehtävät. Scan-Auton myyntipäällikkönä vierähti kymmenen vuotta ja toiset kymmenen Haka-Autossa.

Luottamus on sana, joka vilahtelee tämän tästä Janssonin puheissa.

– Asiakasta ei ainoastaan pidä palvella hyvin, häntä pitää rakastaa. Hyvä palvelu on yhteinen nimittäjä kaikille menestyville autoliikkeille, ja se koskee niin myyntiä kuin jälkimarkkinointia.

Korkeasta asiakastytyytyväisyydestä Lohjan Autokeskus on myös palkittu ja korkeimmalla mahdollisella tavalla. Jansson kävi vuonna 2015 pokkaamassa Madridissa Ischiban-palkinnon, joka myönnetään asiakastytyytyväisyydellä mitattuna parhaille eurooppalaisille Toyotan jälleenmyyjille. Saman palkinnon yritys on saanut myös vuonna 2021.

Henrik Jansson on sitä mieltä, että Toyota on autonvalmistajista ylivoimainen ykkönen siinäkin mielessä, että se pitää todella hyvää huolta jälleenmyyntiverkostostaan.

– Mutta asia on myös toisin päin. Yksi syy Toyotan menestykseen on sen hyvä jälleenmyyjäverkosto. Henkilökuntahan se autot myy. Toimimme myös erinomaisella alueella. Lohja on perinteisesti vahva autokaupan keskus vain 50 kilometrin päässä pääkaupungista. Työmatkaliikennettä on paljon, ja se tapahtuu valtaosin yksityisautoilla.

Autokauppaa kannattavasti

Pitkän linjan toimitusjohtaja korostaa, että autokaupan kannattavuus syntyy hyvästä kokonaisuudesta. Yleensä vertaillaan vain uusien autojen myyntiä, mutta yhtä tärkeässä roolissa ovat hänen mielestään jälkimarkkinointi eli huolto-, varaosa- ja korjaustoiminta sekä vaihtoautokauppa. Viime mainitun yhteydessä kuullaan taas sana luottamus.

– Ei kukaan halua vaihtaa autoaan huonompaan. Hyvä maine on vaihtoautokaupassa jopa tärkeämpää kuin uusien autojen myynnissä, Jansson pohtii.

Hän sanoo, että kaupan vauhdittamiseksi täytyy tehdä myös rohkeaa markkinointia. Jo Haka-Auton aikoinaan Jansson osti paikallisesta sanomalehdestä koko sivun ilmoitukset vuodeksi kerrallaan, yhteensä 52 kappaletta eli yhden jokaiseksi viikoksi. Lohjan Autokeskuksessa hän organisoii innolla omia viikonloppunäyttelyitä valtakunnallisten Toyota-tapahtumien lisäksi.

Uusien autojen ostajat palkittiin yllätyslahjoilla. Kun miehille oli varattu silkkisolmioita, kävi Jansson itse ostamassa naisasiakkaille hajuveistä Lohjan Sokokselta. Myös henkilökuntaa toimitusjohtaja palkitsi hyvistä suorituksista pienillä ekstramuistamisilla.

Jansson seuraa edelleen autokauppaa aktiivisesti ja toteaa, että Toyota-liikkeet tekevät tänäkin päivänä Suomen autokaupoista keskimäärin parasta tulosta. Eläkkeelle jäädessään vuonna 2016 hän saattoi katsella tyytyväisenä myös omien kätensä jälkiä. 20-vuotinen ura toimitusjohtajana oli menestyksellinen, sillä toiminta oli koko ajan kannattavaa. Kunnian tästä hän haluaa jakaa koko Lohjan Autokeskuksen henkilökunnan kanssa.

Toyotalla Jansson ajaa edelleen, kuten puoli sukuakin. Yarikseen mahtuvat hyvin kyytiin vaimo ja koira.

– Olisihan se asiakkaiden pettämistä, jos ensin kehuisin 20 vuotta Toyotaa ja nyt suhailisin jollain muulla menopelillä, hän virnistää.



1966-70



1960-70



1966-70



1970-74



1983-87



1987-91



1991-95



1995-2000



1979-83



1974-79



2019->



2001-07



2006-13



2016-19



Oikea tuote, oikeaan aikaan, oikeaan paikkaan

TOYOTAN TARINA ALKAA nousevan auringon saarilta 1800-luvun lopusta. Silloin Sakichi Toyoda keksi Japanin ensimmäisen, maan tekstiiliteollisuuden mullistaneen kutomakoneen. Vuonna 1924 hän sai valmiiksi elämänsä unelman, täysin automaattisen kutomakoneen. Sen kehittämisessä avusti hänen poikansa Kiichiro Toyoda.

Poika, joka isänsä tavoin oli keksijänero, lähti tutustumaan Euroopan ja Amerikan nupuillaan olevaan autoteollisuuteen. Vuonna 1937 isä-Toyoda myi kutomakoneensa patenttioikeudet 100 000 punnalla. Tämän pääoman turvin poika-Toyoda perusti Toyota Motor Corporationin.

Kiichiro Toyodan perintö jälkimaailmalle oli ennen kaikkea Toyotan tuotantojärjestelmä. Se perustuu just-in-time -filosofiaan eli tuotannon ajankohdan ja määrän tarkkaan sovit-

tamiseen tarpeen mukaan. Ajatus oli yksinkertaisuudessaan niin nerokas, että vähitellen se omaksuttiin autoteollisuuden toimintamalliksi kaikkialla maailmassa. Tätä vähemmän hukkaa – parempaa laatua -ajattelua sovelletaan laajasti myös lähes kaikessa muussa valmistavassa teollisuudessa.

Vientimarkkinoille Toyota lähti 1950-luvulla; ensimmäiset Crownit myytiin Yhdysvalloissa 1957. Euroopassa Toyotat tulivat ensimmäisenä Tanskaan 1963 ja jo seuraavana vuonna myös Lohjalle. Lohjan Autokeskus on yksi ensimmäisistä Toyotaa myyvistä autoliikkeistä Suomessa.

Toyotan maahantuonnista vastasi vuoteen 1995 saakka Korpivaara Oy. Tällöin sen osti Toyota Motor Europe, jonka tytäryhtiö Toyota Motor Finland on. Se on harvoja valmistajan omistamia maahantuontiyrityksiä Suomessa.

Toyota Motor Finlandin tiedotuspäällikkö Pekka Karvinen kertoo, että maailman suurin autonvalmistaja katsoo kehitystyössään pidemmälle kuin ensi vuoteen tai edes ensi vuosikymmeneen.



Maahantuojaan paras kaveri

Kun Toyotan ja muidenkin japanilaisten autojen suosio kasvoi ennennäkemättömiin mittoihin, autoja alettiin tehdä myös Japanin ulkopuolella. Toyotan valmistus Euroopassa alkoi lisenssituotannolla Portugalissa 1971. Autotuotanto Englannissa alkoi 1992 ja Ranskassa vuonna 2001. Valmistusta on lisäksi Puolassa, Tšekissä, Turkissa ja Venäjällä.

– Toyota on tehnyt suuria investointeja Eurooppaan, koska se uskoo, että tämä on paras tapa suunnitella ja valmistaa autoja eurooppalaisille asiakkaille. Kuitenkin tämän maailman suurimman autonvalmistajan liikevaihdosta vain seitsemän prosenttia tulee Euroopasta, kertoo Toyota Auto Finlandin tiedotuspäällikkö **Pekka Karvinen**.

Hänen mukaansa Toyota on ylivoimainen markkinajohtaja koko Aasiassa ja eniten myyty ulkomainen merkki myös USA:n valtavilla automarkkinoilla. Toyotan ensimmäinen täysin Euroopassa suunniteltu ja rakennettu automalli on Toyota Yaris. Vuonna 2021 Toyota on noussut Euroopassa toiseksi myydyimmäksi henkilöautomerkiksi.

Pekka Karvinen tuli Toyota Auto Finlandin palvelukseen vuonna 2006. Ennen nykyistä tehtäväänsä autoinsinööri Karvinen työskenteli teknisenä opettajana Toyotan omassa ammattioppilaitoksessa ja sen jälkeen tavara-autojen tuotepäällikkönä.

– Toyotan ammattioppilaitos on autoalan ainoa opetushallituksen alainen yksikkö Suomessa. Sillä on oikeus toimia oppisopimustoimistona ja vastaanottaa mekaanikoiden ammatitutkintoja. Tämä on osa Toyotan laajaa palvelukokonaisuutta piirimyyjilleen. Toyota edellyttää piirimyyjien henkilöstöltä jatkuvaa ammattitaidon ylläpitoa ja kehittämistä, Karvinen toteaa.

Apua ja työkaluja päämies tarjoaa myös erilaisissa toiminnallisissa ja prosessien kehittämiseen liittyvissä asioissa.

– Meillä on erinomainen piirimyyjäverkosto, johon pidämme jatkuvasti yhteyttä. Tyytyväinen jälleenmyyjä on maahantuojan paras kaveri.

Maahantuojan mies antaa kiitosta Lohjan Autokeskukselle.

– Parasta A-ryhmää. Kokonaisuus todella vahva. Auto-myyntiin ja jälkimarkkinoinnin prosessit kunnossa. Työilmapiiri, joka tukee jatkuvaa kehittämistä. Ja kirsikkana kakun päällä erinomainen asiakastytyväisyys, Karvinen summaa.

Liikenne sähköistyy vähitellen

Kun maailman suurin autonvalmistaja pohtii tulevaisuuden strategioitaan, se pysyy uskollisena alkuperäiselle ajatukselleen: oikea tuote, oikeaan aikaan, oikeaan paikkaan. Asioita katsotaan laajasta perspektiivistä pidemmälle kuin ensi vuoteen tai edes ensi vuosikymmeneen.

– Niin Suomessa kuin koko Euroopassa keskustelu autoilun tulevaisuudesta tuntuu kietoutuvan pelkästään käyttövoiman ympärille. Täyssähköautojen puolesta liputtavat monet suuret eurooppalaiset autonvalmistajat, jotka eivät nykymallistoillaan tahdo yltää EU:n asettamiin päästönormeihin. Toyota pääsee näihin tavoitteisiin jo nykyisellä hybridimallistollaan, Karvinen toteaa.

– Toyota puhuu liikenteen vähitellen tapahtuvasta sähköistymisestä. Asiakkaiden käyttötarve on jälleen ratkaisevassa roolissa. Siksi Toyotan mallisto tulevaisuudessa on laaja – myös käyttövoiman puolesta: on ladattavia hybridejä, itselataavia hybridejä, täyssähköautoja sekä vety- eli polttoakenoautoja.

Toyotan tavoitteena on, että vuodesta 2025 alkaen 90 prosenttia sen myymistä uusista autoista hyödyntää sähköistettyjä voimalinjoja. Hybriditeknologian kehittämisessä Toyota on ollut edelläkävijä. Maailman ensimmäisen sarjavalmistetun hybridin, Priuksen, se esitteli jo 25 vuotta sitten.

– Sen jälkeen hybridiautojamme on myyty yli 18 miljoonaa kappaletta, millä on ollut todella suuri merkitys liikenteen päästöjen vähentämisessä, Karvinen arvioi.

Vielä liikenneratkaisuja merkittävämpää on se, kuinka energiantuotanto kokonaisuudessaan yhteiskunnissa järjestetään. Tässä keskustelussa Toyota haluaa olla mukana.

– Vety-yhteiskunta on Japanissa ajankohtainen puheenaihe. Kaasun muodossa oleva vety on lähipäästötön energiamuoto, mitä esimerkiksi sähkö ei suinkaan aina ole. Vetyautoteknologiassa ollaan pitkällä, sitä on kehitetty Japanissa jo vuodesta 1994 alkaen.

2000-LUKU



● **KUN VUOSITUHAT VAIHTUU, SUOMEN MAANTEILLÄ LIIKKUU 2,1 MILJOONAA HENKILÖAUTOA.** Kun mukaan lasketaan myös paketti-, kuorma- ja linja-autot, liikennekäyttöön rekisteröityjä autoja on yhteensä yli 2,4 miljoonaa.

● **AUTOKANNAN KASVAMISEN MYÖTÄ AUTOILLA YHTEENSÄ VUODEN AIKANA AJETUT KOKONAIS-KILOMETRIMÄÄRÄT ELI NS. LIIKENNESUORITTEET LISÄÄNTYVÄT MERKITTÄVÄSTI.** Vuonna 1975 autoilla ajetaan Suomessa vuoden aikana yhteensä 24,4 miljardia kilometriä, mutta vuonna 2006 jo 52,2 miljardia kilometriä. Autoilun määrä on siis yli kaksinkertaistunut. Henkilöautoilla ajetaan vuonna 2006 keskimäärin 17 800 kilometriä vuodessa.

● **AUTOKAUPPA KÄÄNTYY SUOMESSA LASKUUN KEVÄÄLLÄ 2000.** Henkilöautojen kokonaismyynti yltää reiluun 134 000:een. Vuonna 2001 henkilöautoja myydään enää reilut 109 000. Samana ajankohdalla Lohjan Autokeskuksen uusien autojen myynti kuitenkin kasvaa yli 10 %. Syitä valtakunnallisesti huonosti käyneeseen autokauppaan ovat polttoaineiden korkeat hinnat sekä pelko autoveron muutoksista.

● **VUONNA 2002 LOHJAN AUTOKESKUKSELLA ON VANKKA KILPAILUASEMA SEKÄ LOHJALLA ETTÄ TAMMISAARESSA.** Henkilöautomyyntin markkinaosuus Lohjan myyntipiirissä on 17,4 % ja Tammisaaressa 25,7 %. Yhtiön tulos on erinomaisella tasolla. Samana vuonna Toyotan markkinaosuus Suomessa ylittää 15 %. Se on vuodesta toiseen Suomen eniten myyty automerkki. Markkinoille tulevat Toyota RAV4-maasturi sekä Corolla Verso. Vuonna 2003 Toyota Yaris D-4-D voittaa Vuoden ekoauto-tittelin. Toyota Avensis saavuttaa kaikkien aikojen parhaan tuloksen EuroNCap-törmäyskokeessa.

Toyota Prius ja Corolla Verso saavat samassa testissä myös täydet viisi tähteä.

● **UUSI ALUEOSUUSKAUPPA SUUR-SEUDUN OSUUSKAUPPA SSO ALOITTAU TOIMINTANSA VUODEN 2004 ALUSSA.** Se syntyy, kun Osuuskauppa Seutu ja Salon Seudun Osuuskauppa fuusioituvat. SSO:ssa autokauppaa harjoittaa useampi yhtiö: tytäryhtiönä PP-Auto Oy sekä osakkuusyhtiöinä Lohjan Autokeskus Oy ja Uudenmaan Auto Oy. Molemmat viimeksi mainitut SSO omistaa yhdessä Osuuskunta Varubodenin kanssa.

● **AUTOKAUPPA KÄÄNTYY UUDELLEEN KASVUUN,** ja vuonna 2005 maassa ensirekisteröidään yli 148 000 henkilöautoa. Vuosikymmenen loppuun mennessä määrä on jälleen pudonnut 111 000 myytyyn henkilöautoon. S-ryhmän autoliikkeet edustavat yhteensä 20 automerkkiä, SSO:n autokaupat puolestaan seitsemää merkkiä. Niitä ovat Toyota, Peugeot, Opel, Chevrolet, Saab, Nissan ja Ford. Asiakasomistajat saavat autokaupoista Bonusta sekä uuden että käytetyn auton ostosta. Bonusta kertyy myös huollosta ja tarvikkeista.

● **VUONNA 2007 AUTOKAUPPAA MULLISTAA AUTOVERON UUDISTUS.** Se suosii pienikulutuksisia ja matalien CO₂-päästöjen autoja. Samansuuntaisesti vaikuttaa asenneilmapiirin muutos, jonka taustalla on huoli ympäristön tilasta. Autokauppaa hidastaa globaali laskusuhdanne, joka huipentuu vuoden 2008 finanssikriisiin. Maailmanlaajuinen toimintaympäristön muutos vaikuttaa sekä autojen tuotantoon että tapaan tehdä autokauppaa. Hybridiautojen markkinaosuus kasvaa. Autokauppa alkaa hakea kasvua myös uudentyypisistä palveluista, kuten yksityisleasingistä ja rengashotelleista.



Myymlää uudistettiin 2003.



Automyyjä tarvitsee psykologista silmää

– KUN 1990-LUVUN lamasta selvittiin, oli vuosituhannen vaihte Lohjan Autokeskuksessa vilkasta autokaupan aikaa. Valta-
vasti uusia malleja tuli markkinoille, eikä kiinnostus Toyotaa
kohtaan osoittanut pienintäkään laantumisen merkkiä.

Näin muistelee legendaarinen myyntitykki **Lars Vikman**,
joka parhaimpina aikoina myi vuodessa 150 uutta autoa ja
saman verran vaihtautoja päälle. Vuonna 2000 Lohjan Au-
tokeskuksen myymälöissä Vikmanin toimiessa myyntipäällik-
könä tehtiin kaupat yhteensä 700 uudesta ja 1 500 käytetystä
autosta. Kauppa kävi edellisen vuoden ennätystahtiin, vaikka
autojen myynti Suomessa lasketteli 25 prosentin alamäessä.

Lohjan Autokeskuksessa myyntiä vauhditettiin monin
tavoin. Mainonta oli räväkkää, ja autonostajat saivat kylkiäisinä

kännyköitä tai polkupyöriä, joskus televisioitakin. Nollakorot
olivat iso houkutin nekin. Tärkeintä oli kuitenkin kyky osata
myydä.

– Ja tietysti pitkäaikaiset, uskolliset asiakassuhteet, joiden
avulla selvisimme silloinkin, kun melkein joka toinen alueen
autoliike 90-luvun lamassa tipahti kyydistä, Vikman toteaa.

Lars Vikman aloitti uransa autokaupan parissa juoksupoi-
kana Auto-Renlundilla ollessaan 17-vuotias. Pian hän löysi
itsensä varaosamyynnistä ja liukui siitä kuin huomaamatta
automyynnin puolelle.

– Kaipa kykyni huomattiin. Asiakas tuli ostamaan varaosa-
myynnistä Barracuda-liimaa. Se oli loppunut, mutta sen sijaan
myin hänelle auton, Vikman hymyilee.

Legendaarinen myyntitykki Lars Vikman myi parhaina vuosinaan yli 150 uutta autoa vuodessa ja saman verran vaihtautoja päälle.

Saman tien, kun Vikman sai ajokortin, hänestä tuli myös virallisesti automyyjä. Työ oli koko lailla erilaista kuin tänään, jopa ovelta ovelle kauppaa tehtiin.

– Meidät lähetettiin maakuntaan hakemaan asiakkaita. 60-luvun lopussa autoja oli vielä harvalla ja kunnon autoja vielä harvemmalla. Soittelimme ovikelloja ja puhuimme kuin ruunebergit. Kotikäyntipäivän jälkeen oli oltava mustaa valkoisella siitä, kenen luona oli käynyt, millainen auto talon isännällä oli ja oliko hän ajatellut vaihtaa sitä.

Lohjan Autokeskukseen Vikman siirtyi vuonna 1974. Toyota oli ehtinyt olla markkinoilla kymmenen vuotta ja saavuttanut vankan jalansijan autoilevan kansan keskuudessa. Corollat, Coronat, Crownit ja Carinat myivät kuin häkää.

Vikman muistaa, että tuohon aikaan uusi Corolla maksoi 10 000 markkaa. Jos sen myi vuoden päästä ja maksoi tuhat markkaa lisää, sai uuden Corollan. Hyvä jälleenmyyntiarvo oli silloin, ja on edelleen, Toyotan verraton myyntivaltti.

Kun Helmer Mattsson vuonna 1988 osti Helge Laaksolta Tammisaaren ja Hangon Autokeskusten liikkeet, hän veti myyntiosaaaja Vikmanin mukaansa Tammisaareen. Ympäri käytiin ja yhteen tultiin kymmenen vuotta myöhemmin, kun Tammisaaren Autokeskus sulautui osaksi Lohjan Autokeskusta.

Mistä on hyvä automyyjä tehty?

Lars Vikman jos kuka on oikea henkilö arviomaan, mistä aineksista hyvä automyyjä on tehty.

– Hänen tulee olla ennen kaikkea rauhallinen ja asiakasta kuunteleva, ei missään nimessä tyrkyttävä, luonnehtii Vikman perusominaisuuksia. Myös huumorintaju on tärkeää.

– Ja se kuuluisa psykologinen silmä. Väitän, että osasin 95 prosentin varmuudella sanoa, kuka myymälään tulevista ihmisistä oli liikkeellä tositaroituksella. Kaikkia asiakkaita oli kohdeltava samanarvoisin, olivat he sitten herroja tai narreja, miehiä tai naisia, nuoria tai vanhoja. Jos kauppaan tuli pariskunta, oli osattava huomata, kumpi perheessä heiluttaa tahtipuikkoa ja puhuttava ensin hänelle. Suoraan ei kannattanut mennä asiaan, vaan pieni jutustelu, small talk, pohjusti maaperää.

Vikman kertoo, että toisinaan oli osattava olla myös jämäkkä.

– Kerran jouduin toteamaan asiakkaalle, joka oli pappi, että tätä autoa en myy sinulle. Hän halusi ostaa Wartburgin, mutta rattivaihteen käyttäminen osoittautui ylivoimaiseksi.



Koeajo hänen kanssaan oli sen verran raastava kokemus, että auto jäi liikkeeseen.

Aitoihin hevosvoimiin

Lars Vikman on mielellään jakanut oppejaan ja osaamistaan vielä noviisivaiheessa oleville automyyjille. Ja kyllä tätä peräti yhdeksän kertaa palkittua miestä onkin kannattanut kuunnella. "Ammattitaidollaan ja tarmokkuudellaan Lars Vikman on saavuttanut myyntitulokset, joiden perusteella hänet ylennetään Toyota-myyjien korkeimpaan luokkaan", todetaan maahantuojaan myöntämissä kunniakirjoissa.

– On minulla ollut todella hyviä asiakkaitakin. Eräs maalausliikettä pyörittänyt yrittäjä osti minulta useita kymmeniä autoja. Jokaisen auton perään hän halusi järjestysnumeron kertomaan, kuinka mones auto se hänelle oli. Viimeisin numero oli muistaakseni 134, Vikman kertoo.

Omaa ammattitaitoaan hän kehitti lukuisilla Toyotan ammattiopistossa järjestelyillä kursseilla. Hän on kuitenkin sitä mieltä, että työ opettaa parhaiten.

– Ja sitten on toki sellaisia ihmisiä, joista ei myyjää kerta kaikkiaan tule. Sekin täytyy hyväksyä.

Automyyntin luonne on vuosikymmenten kuluessa muuttunut.

– Aiemmin oltiin tyytyväisiä vähempään. Nyt asiakkaiden vaatimustaso, samoin kuin tiedon määrä, on kasvanut valtavasti. Menneinä vuosina autonluovutus oli merkittävä tapahtuma. Sen kunniaksi juotiin aina kahvit, ja luovutushetkestä otettiin valokuva, joka lähetettiin asiakkaalle. Netti ja etämyynti ovat tehneet kaupanteosta arkipäiväisempää. Vaihtautokin saatetaan ostaa verkosta sitä edes näkemättä, saati koeajamatta.

Kun Vikman vuonna 2013 jäi eläkkeelle, hänelle jäi entistä enemmän aikaa monikymmenvuotiselle harrastukselleen. Moottorihevosvoimien sijasta hän keskittyy nyt aitoihin hevosvoimiin. Ravihevosiä kasvattava Vikman tosin naurahtaa, että onpa Vermossakin vielä tullut autokauppoja hierottua.

2010-LUKU



- **MAAILMANLAAJUISEN FINANSSIKRIISIN SEURAUKSENA UUSIEN AUTOJEN MYYNTI VÄHENEE USEIMMISSA LÄNSIMAISISSA.** Suomessa aallonpohja saavutetaan vuonna 2009, jolloin rekisteröidään vain 90 000 uutta autoa. Koko 2010-luku on auto-kaupassa vaikeaa aikaa. Yli 120 000 uuden auton myynteihin päästään vain vuosina 2011 ja 2018.
- **AUTOMYYNNIN KEHITYS ON HEIKKOA MYÖS LOHJAN SEUDULLA,** mutta Lohjan Autokeskus pysyy koko 2010-luvun myynnin kehityksessä plussan puolella, ja sen toiminta on selkeästi kannattavaa.
- **VOLKSWAGEN HAASTAA PITKÄAIKAISEN MARKKINAJOHTAJA TOYOTAN.** Kuuden vuoden ajan sitä myydään niukasti enemmän kuin Toyotaa, joka palaa markkinajohtajan paikalle vuonna 2017 ja on sitä myös vuosina 2018 ja 2019. Suomessa poikkeuksellisen suosittu Skoda on kolmanneksi ostetuin automerkki.
- **TOYOTAN MALLEISTA SUOSITUIMPIA OVAT VUODESTA TOISEEN AURIS, AVENSIS JA YARIS.** Vuonna 2019 kuningas palaa valtaistuimelleen, kun Corollasta tulee Suomen ostetuin auto. Uusia suosikkeja ovat lisäksi C-HR ja RAV4.
- **AUTOMYYNTIÄ JARRUTTAÄ POUKKOILEVA AUTOVEROTUS,** joka aiheuttaa epävarmuutta ostopäätöksiin. Samaa suuntaa vaikuttaa jatkuvasti vellova keskustelu siitä, mitä käyttövoimaa autoissa tulevaisuudessa suositaan.
- **VUONNA 2012 SSO OSTAA LOHJAN AUTO-KESKUKSEN KOKO OSAKEKANNAN.** Vuonna 2016 SSO:n autotoimialan johtajaksi nimitetään Tom Mörck ja samalla Lohjan Autokeskuksen toimitusjohtajaksi nimitetään Guy Sjöberg.
- **SAMALLA KUN YHTEISKUNTA DIGITALISOITUU, DIGITALISOITUVAT MYÖS AUTOT.** Ne sisältävät monenlaista tekniikkaa, kuten kaistavahteja, hands free-toimintoja, navigointijärjestelmiä sekä vireystilanvahteja. Mukautuvat vakionopeudensäätitimet, tutkat ja peruutuskamerat alkavat olla vakiovarusteena yhä useammissa autoissa.
- **HUOLI ILMASTONMUUTOKSESTA PITÄÄ JATKUVASTI YLLÄ KESKUSTELUA KÄYTTÖVOIMASTA.** Hybridiautojen suosio kasvaa selvästi, ja vähitellen varteenotettavaksi vaihtoehdoksi nousevat myös täyssähköautot. Vähäpäästöisiä autoja aletaan tukea uusilla ajoneuvoveron kevennyksillä.



Kauppalauantai-tapahtumat vetivät runsaasti väkeä 2010-luvulla



Lohjan Autokeskuksen henkilökuntaa 2010-luvun alussa.



Palvelulla erottaudutaan

AUTOSIHTTEERI IRENE AIHIO on nähnyt aitiopaikalta, kuinka autokauppa on viimeisten 20 vuoden aikana muuttunut. Yhä harvempi asiakas tulee paikan päälle myymälään autoja ihas-telemaan ja valintojaan miettimään. Renkaiden potkijoita ei liikkeissä tänä päivänä näy.

– Sähköiset kanavat ovat tulleet vahvasti mukaan auto-kauppaan 2010-luvulta lähtien. Nyt moni tutkii jo ennakoon asioita netistä ja tietää meille tullessaan tasan tarkkaan, millaisen auton haluaa. Iso osa myyjien työpäivästä kuluu tiskin takana tietokoneen ääressä. He seuraavat erilaisia liidejä ja yhteydenottoja muun muassa Toyotan sivuilta, Nettiauto-verkkokauppapaikan sivuilta sekä meidän omilta verkkosivuilta, Aihio kertoo.

Aikaisemmin, kun nettiä ei vielä ollut, autonäyttelyillä oli iso rooli. Uudet automallit esiteltiin niissä ensimmäisen kerran. Aihio muistaa, kuinka tungos viikonloppunäyttelyissä oli melkoinen.

– Markkinointi kokonaisuudessaan oli menneinä vuosina enemmän omissa käsissämme. Tänä päivänä päämies määrittää sitä tarkasti myymäläsisustuksen pienintä yksityiskohtaa myöten. Kaiken kaikkiaan erilaiset normit ja standardit ovat tiukentuneet. Toisaalta maahantuoja myös tukee jälleenmyyjien markkinointia.

Aihio muistelee, kuinka vielä 2000-luvun alussa Lohjan Autokeskus järjesti käytettyjen autojen huutokauppoja myymälöiden pihalla ja tarjosi keväisin ja syksyisin kaikille Toyota-asiak-

Autosihteeri Irene Aihio on itsekkin autoileva nainen. Hän kertoo, että autojen sähköistyminen ja hybridi-teknologia kiinnostavat yhä useampaa autonostajaa.



kailleen ilmaisen renkaanvaihdon. Jonot niihin olivat monesti järjettömän pitkät.

Vaikka erilaisilla markkinointitempauksilla on halki maailman sivu vauhditettu kaupankäyntiä, Lohjan Autokeskuksessa on aina uskottu, että parasta myynninedistämistä on hyvä asiakaspalvelu.

Kun autot tänä päivänä ovat tekniikaltaan ja malleiltaan yhä lähempänä toisiaan, asiakaspalvelun tärkeys vain korostuu. Tämä ymmärretään myös Toyotalla hyvin.

– Toyota palkitsee meitä siitä, että olemme jatkuvasti kärkipäässä sen asiakastytyväisyystutkimuksissa samoin kuin siitä, että henkilökuntamme osallistuu aktiivisesti ja monipuolisesti Toyotan järjestämiin koulutuksiin, Aihio kertoo.

Reilu työyhteisö

Yksi Lohjan Autokeskuksen vahvuuksista ovat pitkät työsuhteet, joiden aikana ammattitaito ehtii hioutua huippuunsa. Sellainen on takanaan jo myös Irene Aihiolle. Hän tuli nykyisen työnantajansa palvelukseen vuonna 1998 kesätöiden kautta, ja vakituiseksi autosihteeriksi hänet nimitettiin seuraavana vuonna.

Aihio hoitaa osto- ja myyntireskontraa, kassakirjauksia, pankkiyhteyksiä sekä avustavan kirjanpidon. Työnkuvaan kuuluu toisinaan myös autojen myyntiin liittyvien osamaksusopimusten ja vakuutuspapereiden tekoa. Hän hallinnoi myös autokaupan erilaisten ohjelmien käyttäjätunnuksia.

– Jo ennen kuin hain töihin Lohjan Autokeskukseen, minulla oli vahva mielikuva siitä, että tässä autokaupassa asiakasta palvellaan hyvin. Tuttaviltani olin kuullut lisäksi, että täällä naisasiakkaita kohdellaan täysin tasa-arvoisesti miesten kanssa ja heidät otetaan yhtä lailla tosissaan. Myös työyhteisönä tämä on osoittautunut reiluksi ja tasa-arvoiseksi. Yhteishenki on hyvä ja Lohjan Autokeskusta työnantajana arvostetaan.

Ilmapiiri on sellainen, että olemme ylpeitä omasta työstämme. Mitään ei tehdä hutaisten. Emme halua, että kukaan tulee sanomaan, että olemme hoitaneet jonkin asian huolimattomasti.

Irene Aihio on myös itse autoileva nainen. Alla on kullannvärinen Toyota Yaris hybridi. Yhtä hohdokkaanvärinen oli myös ensimmäinen oma auto, Datsun Cherry.

– Olen mieltynyt väreihin, jotka erottuvat. Edellinen autoni oli turkoosi, hän naurahtaa.

Kilometrejä naiselle kertyy vuodessa noin 15 000. Hybridimoottori säästää polttoainekuluissa mukavan summan vuodessa.

– Autojen sähköistyminen ja hybriditeknologia kiinnostavat juuri nyt erittäin monia ihmisiä. Niistä meillä kysellään jatkuvasti.

Asiakasomistajan autokauppa

Vuonna 2009 autojen myynti Suomessa sakkasi. Ensirekisteröintien määrä putosi ensimmäistä kertaa alle 100 000 auton sitten 90-luvun laman.

– Silloin elettiin tarkan euron päiviä. Piti huolella miettiä, mihin oli varaa, Aihio muistelee.

Autojen myynti oli tahmeaa lähes koko 2010-luvun, mutta Lohjan Autokeskus säilytti näissäkin olosuhteissa kannattavuutensa. Vuodesta 2018 lähtien tilanne on parantunut, kun kauppa on käynyt jälleen hyvin.

– Voimavaramme ovat pitkäaikaiset ja uskolliset asiakassuhteet sekä taloudellisesti vahva omistaja, Suur-Seudun Osuuskauppa SSO, joka on turva ahdingoissa. Asiakasomistajille olemme osa osuuskaupan palvelukokonaisuutta. Heidän osuutensa kaikista asiakkaistamme on todella merkittävä ja kasvaa koko ajan, Aihio toteaa.



Täyden palvelun autotalo

KUN NYKYISIN HUOLLON vastaanottajana työskentelevä Erkki Erolahti vuonna 1980 tuli Lohjan Autokeskuksen palvelukseen, koko talon väki osallistui Samurai-projektiin. Sen tarkoituksena oli japanilaisen palvelufilosofian istuttaminen osaksi arjen työtä. Erolahden pitkä ura asentajana jatkui aina vuoteen 2003 asti, ja sen kuluessa hän ehti osallistua lukuisiin Toyotan järjestämiin ammatillisiin koulutuksiin. Nykyisin Erolahti huolehtii töiden vastaanoton lisäksi autonvuokrauspalveluista.

Henry Veiksolan ura alkoi vuonna 1997 automyyntin assistenttina, tsupparina, niin kuin hän itse tuolloista tehtävänsä kuvaa. Siitä nuorukainen siirtyi varaosapuolelle harjoittelijaksi, ja jo vuonna 1999 hänet nimitettiin varaosamyyntin päälliköksi. Hän oli ottanut vaarin toimitusjohtaja Henrik Janssonin

sanoista, että täällä saa kehittyä ja ottaa vastuuta, jos siihen on halua.

Timo Mäki tuli vuonna 2013 korjaamopäällikkö Timo Järvinen rinnalle kasvaakseen täyttämään hänen isot saappaansa. Työhönottohaastattelun lopuksi kokenut kaima oli todennut, että ei me jumalauta enää uusia haastatteluja tarvita, tervetuloa huomenna töihin.

Kun Järvinen jäi eläkkeelle, Mäestä tuli korjaamopäällikkö. Töiden ohessa hän on suorittanut työnjohtajan erikoisammattitutkinnon. Veiksola puolestaan suoritti oppisopimuksena johtamisen erikoisammattitutkinnon.

Kaikki miehet sanovat olevansa hatunnoston velkaa Järviselle, joka rakensi toimivan organisaation, puhalsi siihen

Henry Veiksola, Timo Mäki ja Erkki Erolahti ovat sitä mieltä, että automyyjä myy ensimmäisen auton ja toimiva jälki-markkinointi ne seuraavat.

vahvan tiimihengen ja kehitti ketterän toimintamallin. Siinä nopeus tuo tehokkuutta, joka puolestaan näkyy hintakilpailukynä ja korkeana tuottavuutena. Kaiken keskiössä on kuitenkin asiakas. Nopea ja tehokas toimintamalli säästää asiakkaan aikaa.

– Ja onhan meillä täällä jättävän taitava mekaanikkoporukka, on ollut alusta lähtien. Heidän merkityksensä hyvän maineen luomisessa on ollut aivan ratkaiseva, miehet sanovat.

Jätä se ammattilaisille

Kaikki saman katon alta on ollut Lohjan Autokeskuksessa kantava ajatus toiminnan alusta saakka. Tänä päivänä tämä täyden palvelun autotalo tarjoaa uusien ja vaihtoautojen lisäksi autonvuokrausta, huolto- ja korjauspalveluita, korikorjaamon palveluita, lisävarusteiden ja varaosien myyntiä, tuulilasien vaihtoa sekä rengashotellipalveluita. Myös autonmaalaus hoituu alihankintatyönä. Ja jos asiakas sitä toivoo, auto vieläpä katsastetaan hänen puolestaan.

Taakse ovat jääneet ne ajat, jolloin autoja rassailtiin autotalleissa ja takapihoilla.

– Pahimmillaanhan siinä kävi niin, että, että kun yritti säästää satasen tekemällä itse, aiheutti tonnin vahingon, Erkki Erolahti muistelee.

– Pellin alle ei tänä päivänä kannata lähteä omin päin sorkkimaan, vaan jättää korjaustyöt alan ammattilaisille. Esimerkiksi hybridi-autoissa on korkeajännite, Henry Veiksola varoittelee.

Timo Mäki kertoo, että autojen sähköistyminen sekä erilaiset navigointi- ja multimediajärjestelmät ovat tuoneet lisää vaikeuskerrointa autonhuoltoon. Jo vianmääritys on aikaisempaa paljon monimutkaisempaa, joten vaatimukset osaamiselle ja koulutukselle kasvavat jatkuvasti. Myös monenlaisia erikoistyökaluja tarvitaan.



Yhteistyöllä se sujuu

Muutokset eivät näy vain huoltohallissa, vaan myös tiskin takana, jossa työ on tänä päivänä todella kiireistä.

– Sähköiset varausjärjestelmät toki helpottavat työntekoa, mutta ovat samalla haaste asioiden hallinnoinnille, kun yhteydenottoja tulee monesta suunnasta, Erolahti tietää.

– Vielä jokin aika sitten käytössä olivat huolto- ja tilauskirjat. Nykyisin kaikki toimii sähköisissä järjestelmissä, Veiksola jatkaa.

Onnistuneen jälkimarkkinoinnin perusasiat eivät kuitenkaan ole muuttuneet miksiäkään. Avainasemassa ovat edelleen hyvä asiakaspalvelu sekä huollon ja korjausten laatu. Niissä Lohjan Autokeskus pärjää asiakkailta saadun palautteen mukaan erinomaisesti.

– Toiminnan korkeasta laadusta kertoo sekin, että useat asiakkaat ostaessaan vaihtoautona jonkin muun merkkisen auton kuin Toyotan, tekevät sen sillä ehdolla, että voivat tuoda auton huoltoon meille. Silloin kauppapapereihin kirjoitetaan ”luvattu huoltaa täällä”, Veiksola kertoo.

Vaikka muitakin merkkejä huolletaan, on Toyota jälkimarkkinoinnin näkökulmasta se paras auto.

– Se on selkeä auto, josta vianetsintä on helppoa. Diagnosointiin on olemassa tarkat ohjeet ja manuaalit, kuten myös korjaus- ja huoltotoimenpiteisiin. Jälkimarkkinoinnin kehittämisessä Toyota on ollut monella tavalla edelläkävijä ja aina askeleen edellä muita, Mäki arvioi.

Lohjan Autokeskuksessa ei ole ”kahden kerroksen väkeä”. Yhteistyö automyyntin ja jälkimarkkinoinnin välillä on saumaton.

– Tämä on sopivan kokoinen työporukka. Tiivis yhteistyö eri osastojen välillä näkyy päivittäisessä tekemisessä. Kun työntekijät tulevat hyvin juttuun keskenään, syntyy iloinen ilmapiiri. Sen asiakkaat kyllä huomaavat, miehet toteavat.

Useasti palkittu Lohjan Autokeskus

Lohjan Autokeskus on historian saatossa saanut paljon tunnustusta ja lukuisia palkintoja toiminnastaan ja saavutuksistaan sekä kansainvälisesti että kotimaassa. Niitä on satanut niin koko yritykselle kuin yksittäisille henkilöille.

Merkittävin tunnustuksista on Toyota Auto Europen jakama Ichiban-palkinto. Se myönnetään parhaiten menestyneille jälleenmyyjille. Toyota-jälleenmyyjä on Euroopassa yli 2 500, joista tavoitellun tunnustuksen saa vuosittain vain 44 jälleenmyyjää.

Ichiban-sana tulee japaninkielisestä ilmaisusta Okyakusama Ichiban, mikä tarkoittaa suomeksi asiakas on ykkönen. Toyotan mukaan palkinto kertoo omaa kieltään jälleenmyyjän tinkimättömästä työstä täydellisen asiakastytyvyyden saavuttamiseksi. Lohjan Autokeskukselle Ichiban-tunnustus on myönnetty vuosina 2015 ja 2021.

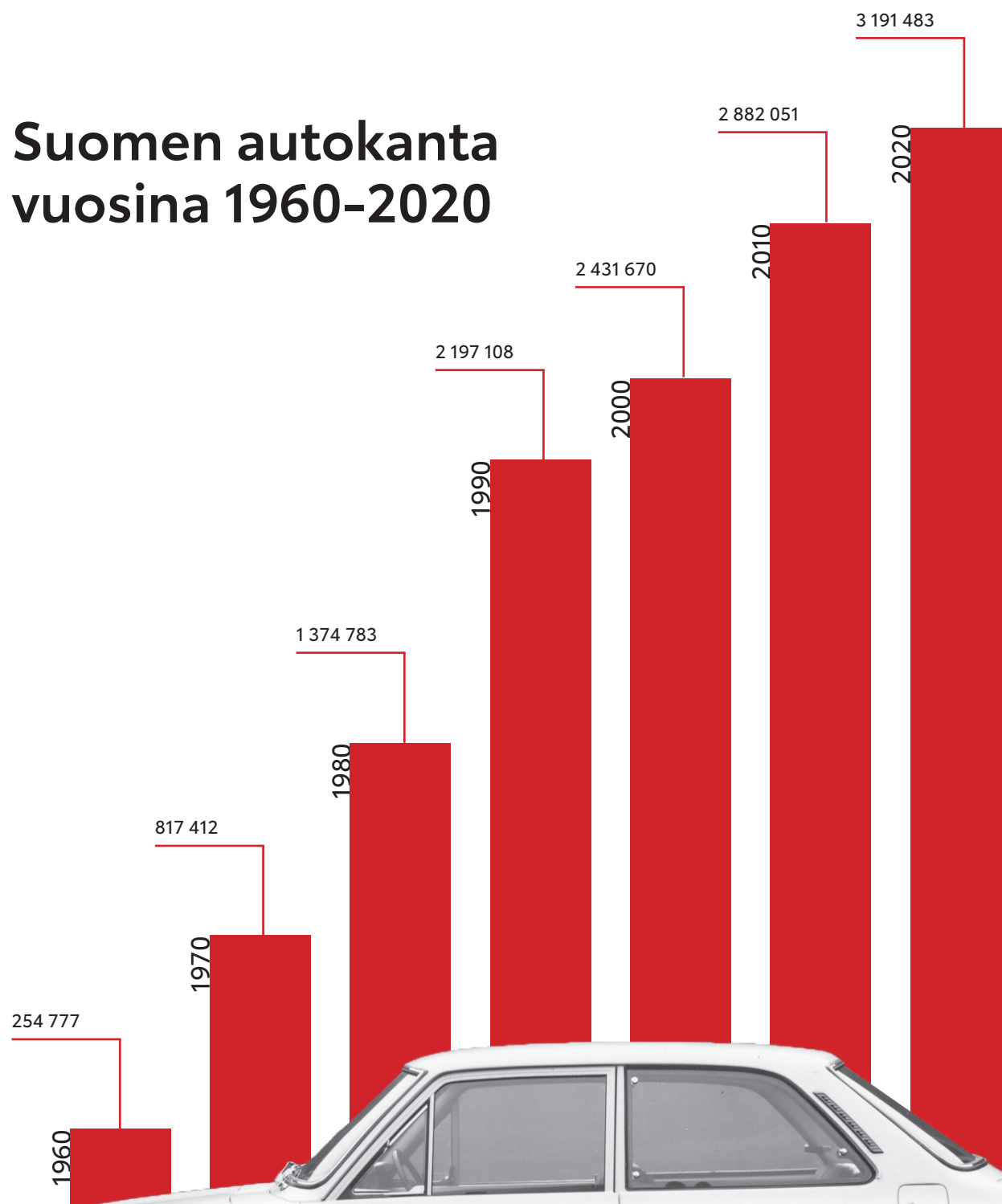
Toyotan myynnin Euroopan mestaruuden Lohjan Autokeskus voitti vuonna 1982. Golden Award -palkinto kertoo parhaasta myyntituloksesta kaikkien Euroopan jälleenmyyjien joukossa. Komean pokkaalin pokkasi toimitusjohtaja Helge Laakso Monacossa järjestetyssä tilaisuudessa.

Samurai-kypärää pidetään Japanissa erittäin arvostettuna lahjana. Lohjan Autokeskus sai kunnian tulla Samurai-kypärän omistajaksi, kun se menestyi erinomaisesti Shogun-kilpailussa vuonna 1985. Kilpailu oli maailmanlaajuinen ja koski niin henkilö- kuin tavara-autojen myyntiä.

Vuoden Piirimyyjäksi Suomessa Lohjan Autokeskus valittiin vuonna 1977. Huolto- ja varaosatoiminnot saivat korkean luokan tunnustuksen, kun ne saavuttivat Toyota Service Management -ohjelmassa kultaisen eli parhaan mahdollisen tason vuosina 2016–2017.



Suomen autokanta vuosina 1960-2020



2020-LUKU



● VUONNA 2020 LOHJAN AUTOKESKUKSEN TOIMITUSJOHTAJAKSI NIMITETÄÄN NIKO KÄHKÖNEN.

● VUONNA 2021 LOHJAN AUTOKESKUS SAA JO TOISEN KERRAN ARVOSTETUN ISCHIBAN-PALKINNON.

● SÄHKÖAUTOJEN MYyntI YLEISTYY EUROOPASSA. Sitä vauhdittavat EU:n autonvalmistajille määräämät päästörajoitukset, joiden seurauksena useat suuret autonvalmistajat ilmoittavat, että pelkästään polttomoottorilla toimivia automalleja ei enää tulevaisuudessa valmisteta. Tämä lisää myös hybridautojen suosiota.

● VUONNA 2020 SUOMESSA ON TIELIIKENTEESSÄ 2,6 MILJOONAA POLTTOMOOTTORIAUTOA, 121 000 HYBRIDIAUTOA JA 9 700 TÄYSSÄHKÖ-AUTOA. Täyssähköautojen osuus on vielä marginaalinen, mutta selvässä kasvussa. Edelliseen vuoteen verrattuna niiden määrä yli tuplaantuu.

● NORJASSA VALTIO TUKEE VOIMAKKAASTI SÄHKÖAUTOILUA. Vuonna 2020 yli puolet ensirekisteröidyistä autoista on täyssähköautoja.

● TOYOTA ILMOITTAU, ETTÄ SE ESITTELEE VUOTEEN 2025 MENNESSÄ GLOBAALISTII 15 TÄYSSÄHKÖISTÄ MALLII. Uuden Toyota bZ -täyssähköperheen ensimmäinen tulokas on bZ4X-malli, joka ensiesitellään 2022.

● MYÖS VETYÄ KÄYTTÖVOIMANA HYÖDYNTÄVÄ TEKNOLOGIA OTTAA ENSIASKELEITÄÄN. Toyota on aloittanut polttokenno- eli vetyauton kehittämisen jo vuonna 1994. Toyotan lisäksi kehitystyössä ovat pitkällä Honda, Hyundai, BMW ja Audi. Maailmalla Toyota myy Mirai-nimistä vetyautoa, jonka tuontia suunnitellaan myös Suomeen vuonna 2022. Mirai on japania ja tarkoittaa tulevaisuutta.

● LOHJAN AUTOKESKUS HANKKII SALON MERINIITYSTÄ TILAT UUELLE VAIHTOAUTOIHIN ERIKOISTUNEELLE TOIMIPISTEELE. Iso, 1 488 neliömetrin kokoinen LA-auto avattiin tammikuussa 2022. Tavoitteena on parantaa Salon alueen asiakasomistajien ja muiden asiakkaiden autokaupan palveluja.

● 2020-LUVUN ALUSSA SUOMEN AUTOKAUPPA KÄY VERKKAKASTI. Vuonna 2020 uusia henkilöautoja rekisteröidään 96 415. Suurin yksittäinen syy huonosti käyvään kauppa on koronapandemia, joka pysäyttää uusien autojen tilaukset lähes kokonaan. Autoalan Keskusliitto arvioi, että vuonna 2021 myynti nousee 106 000 kappaleeseen.

● VALTIOEUVOSTO TEKEE TOUKOKUUSSA 2021 PERIAATEPÄÄTÖKSEN TIELIIKENTEEN PÄÄSTÖJEN PUOLITTAMISESTA VUOTEEN 2030 MENNESSÄ. Täyssähköautojen kauppa vauhditetaan poistamalla niiltä autovero.



Isciban on tavoiteltu palkinto Euroopan yli 2 500 Toyota-jälleenmyyjän keskuudessa. Kuvassa vas. SSO:n toimitusjohtaja Tapio Finér, Lohjan Autokeskuksen toimitusjohtaja Niko Kähkönen sekä myyntijohtaja Jussi Mäkelä ja asiakkuuspäällikkö Tomi Aulavuo Toyota Auto Finlandista.



Lohjan Autokeskuksen uusi toimipiste LA-auto Salossa on erikoistunut vaihtoautoihin.



Autokauppa ottaa uuden suunnan

LOHJAN AUTOKESKUKSEN toimitusjohtaja Niko Kähkönen tunnustautuu japanilaisen kulttuurin ja tekniikan ihailijaksi. Ranteessa tikittää Seiko-merkkinen kello ja töihin hän on ajellut luonnollisesti Toyotalla. Miehen ensimmäisen oma ”kunnon auto” oli sekin Toyota, mallia Camry.

– Aina kun istun autoni rattiin, iloitsen siitä, kuinka hyvin tuote on tehty, Kähkönen sanoo.

Autoja, joita itse arvostaa, on ilo myydä. Vuonna 2021 kauppa Lohjan Autokeskuksessa on käynyt erinomaisesti ja se on ollut tuloksellisesti ennätyksellistä. Monia uusia toimintatapoja on otettu onnistuneesti käyttöön. Yksi tällainen on netissä tapahtuva autojen etämyynti.

– Hiljattain meiltä lähti Toyota ostajalle Ivaloon. Toimitam-

me jo yli puolet myymistämme vaihtautoista oman toimialueemme ulkopuolelle ympäri Suomen.

Autokauppa on suuren murroksen kynnyksellä. Niko Kähkönen on osaava mies luotsaamaan Lohjan Autokeskusta sen seitsemännelle vuosikymmenelle uusien haasteiden aallokossa.

Tähdet ovat olleet sopivassa asennossa, kun mies on edennyt askel kerrallaan automyyjästä toimitusjohtajaksi. Ensimmäinen vakituinen työpaikka oli Metro-Autossa vuosituhannen alussa. Yrityksen kruununjälkivi oli Opel, joka vuonna 1999 oli Suomen myydyin automerkki. Kähkösen tehtävänä oli kuitenkin myydä ennen muuta Seatia.

– Sitä pitikin oikeasti myydä, sillä Seatia ei tultu varsina-

Toimitusjohtaja Niko Kähkönen luotsaa Lohjan Autokeskusta uuteen aikaan. Käynnissä on monella tapaa iso murros. ”Jatkossa myymme autojen lisäksi yhä enemmän monipuolisia liikkumiseen liittyviä palveluja.”



sesti hakemaan. Tämä oli minulle todellinen myynnin korkeakoulu.

Kähkönen suoritti ”koulunsa” hyvin ja oli pian Suomen paras Seat-myyjä. Sama toistui, kun hän seuraavaksi myi Citroenia Vehon palveluksessa. Tämän jälkeen huippumyylle aukesivat esimiestehtävät Metro-Auton myyntipäällikkönä.

Vuonna 2008 Kähkönen muutti maalle Pusulaan. Työpaikka oli nyt SSO:n omistama Lohjalla ja Salossa toimiva PP-Auto ja vakanssina myyntipäällikkö. Lohjan Autokeskukseen Lohjan Autotalon vetäjäksi Kähkönen siirtyi vuonna 2017 ja koko yrityksen toimitusjohtajana hän aloitti 2020.

Markkina-alueena koko Suomi

Kun vaihtoautokauppa kasvaa 50 prosenttia vuodessa, kuten Lohjan Autokeskuksessa vuonna 2021, tarvitaan lisää tilaa. Kähkönen iloitsee vuoden 2022 alussa Saloon avattavasta vaihtoautojen outlet-mymälästä.

– Kasvun tiellä ollaan. Näkymät myös uusien autojen myyntiin ovat hyvät, sillä Toyotan mallistoon on tullut ja on tulossa paljon uutta ja uudenlaista – mielettömän makeita autoja. Mielikuvat tylsästä Toyotasta voi viimeistään nyt heittää romukoppaan.

Mutta vaikka brändi-imagoa on laajennettu nuorekkaampaan suuntaan, laatu, luotettavuus ja turvallisuus sekä erinomainen jälkimarkkinointi ja hyvä jälleenmyyntiarvo ovat edelleen primääritekijöitä.

Kähkösen mukaan autokaupassa ei jatkossa myydä vain autoja, vaan yhä enemmän liikkumiseen liittyviä palveluja. Tähän myös Toyotalla ja Lohjan Autokeskuksessa valmistaudutaan.

– Käynnissä on iso murros. Lanseeraamamme Toyota kuukaudeksi käyttöön -palvelu on esimerkki tästä. Uudet tavat omistaa auto ovat tulleet jäädäkseen: yksityisleasing, kimp-pa-auto ja jopa tuntikäyttö. Näitä vahvistamme jatkossa.

Verkko on tänä päivänä kauppapaikoista tärkein. Siellä on pystyttävä erottautumaan ja olemaan nopea eli vasteaikojen myös iltaisin ja viikonloppuisin on oltava lyhyitä. Luonnollisesti tarjolla on oltava paljon kiinnostavia tuotteita. Tästä syystä

Lohjan Autokeskukseen palkattiin hiljattain ostopäällikkö hankkimaan lisää vaihtoautoja.

– Enää ei riitä, että meillä on hyvä markkinaosuus omalla toimialueellamme. Lohjan Autokeskuksen markkina-alueena on nyt koko Suomi. Entistä tärkeämpi kohderyhmä ovat lisäksi SSO:n autoilevat asiakasomistajat. Siinä on meille iso potentiaali, sillä läheskään kaikki asiakasomistajat eivät vielä hanki autoaan osuuskaupan omasta autokaupasta.

Asiakas on kuin vieras kotonani

Lohjan Autokeskukselle myönnettiin vuonna 2021 toisen kerran Ischiban-palkinto, korkein kunnianosoitus, minkä Toyotan jälleenmyyjä voi saada. Se kertoo erinomaisesta asiakastyytyväisyydestä.

– Toyotan periaatteiden mukaan meidän on kohdeltava asiakasta kuin vierasta, joka tulee kotiimme. Olen äärettömän ylpeä sitoutuneesta henkilökunnastamme. Meillä on paljon pitkiä työsuhteita ja paljon pitkiä asiakassuhteita. Totta kai asiakastyytyväisyyteen vaikuttaa lisäksi kilpailukykyinen hinnoittelu sekä autokaupan välirahassa että huolto- ja korjaamopalveluissa, Kähkönen toteaa.

Vaatimukset automyylille ovat muuttuneet niistä päivästä, kun Kähkönen aloitti oman uransa. Myyntitaidot ovat edelleen a&o, mutta lisäksi myyjän täytyy olla aikamoinen digiosaaja, tekninen asiantuntija, pankkineuvottelija, vakuutusasiantuntija, ympäristöasiantuntija, joskus jopa psykologi. Melkoinen multitalentti siis.

Työ autojen parissa on Kähköselä lapsuuden unelmien täyttymys.

– Olen aina ollut autoihminen, pidän nimittäin sekä autoista että ihmisistä.

Rakkaus menopeleihin syttyi jo paloruiskun kokoisena.

– Aluksi leikin pikkuautoilla ja heti lukemaan opittuani ahmin Tuulilasia ja Tekniikan MaaIlmaa. Tein ruutuvihkoon vertailuja saman kokoluokan autojen teknisistä ominaisuuksista ja jaoi pisteitä niin, että meidän auto aina voitti.



Lohjan Autokeskus

Lohjan Autokeskuksen Lohjan yksikön henkilökunta ryhmäkuvassa

Alarivissä vasemmalta oikealle Niclas Karlsson, Irene Aihio, Sami Sarjula ja Jyrki Saario. Keskellä Niko Mäkelä, Sakari Mannerkoski, Sulevi Sundman, Risto Uusitalo, Niko Kähkönen, Hans Lindroos, Henry Veiksola ja Timo Mäki. Takarivissä Daniel Hakala, Harri Elo, Erkki Erolahti, Tomi Nielikäinen, Esa Pirinen, Jukka Seger, Miki Peltola ja Pekka Kiviranta. Poissa kuvasta ovat Pirjo Hölttä, Jani Vanhanen, Tommy Juuma ja Jari Rönnerg.



 **Tammisaaren
Autokeskus**

 **Ekenäs
Bilcentral**

Tammisaaren Autokeskuksen henkilökunta ryhmäkuvassa

Alarivissä vasemmalta oikealle Rasmus Näsman, Sabina Carlsson, Petteri Bäckroos ja Kalle Ihalainen. Takarivissä Ina Oittinen, Johnny Öhman, Tommy Kevin, Kjell Gustafsson, Kjell Sundström, Agneta Lehtinen, Asko Lehtiniemi, Sampsa Saarinen ja Jan-Erik Barsas. Poissa kuvasta on Kaj Sjöman.



Tekstit ja toimitus: Viestintäsalot Oy

Visuaalinen ilme ja taitto: Mika Näreharju, SSO

Kuvat: Studio Petteri Kitti, Toyota Motor Finland, Lohjan Autokeskus

Painopaikka: Hokki-Paino 2022