

2005-03-23

Muurikka ennen ja jälkeen E-askeleen

MUURIKKA[®]
WWW.MUURIKKA.COM

Otsikot

MUURIKKA™

- ❖ **Muurikan tarina**
- ❖ **Muurikka lyhyesti**
- ❖ **Ennen E-askelta**
- ❖ **Tavoitteet**
- ❖ **Jälkeen E-askeleen**
- ❖ **Hyödyt**

Tarina

MUURIKKA™

- Muurikan historia alkaa 70-luvun puolivälistä, tarkemmin vuodelta 1976, jolloin mies nimeltään Mikko Kahelin tuli pyytämään muuripatansa halkaisemista sellaiseen muotoon, että hän voisi käyttää sitä helpommin muurinpohjalettujen paistamiseen. Reijo Sistonen ei suostunut leikkaamaan pataa padan huonon kunnon takia ja koska sellaiset padat ovat keräilyharvinaisuuksia vaan hän teki säiliön miesluukun hukkapalasta ensimmäiset viisi kappaletta Muurikka-muurinpohjapannuja .
- Pannuja käytettiin alkuun muutamassa perheessä lähinnä letun paistoon. Vuosien myötä kuitenkin havaittiin, että pannu toimii hyvin myös pihvin, kalan jne. paistamisessa. 70 - 80-lukujen vaihteessa Muurikasta alettiin kehittämään erillistä tuotetta ja markkinointi aloitettiin.
- Ensimmäinen suurempi Muurikka-kauppa, joka tehtiin Moskovassa eräänä sumuisena syksy-yönä v.1981 Finnoilin silloisen pääjohtajan kanssa. Seuraavan päivänä tehty kauppa purettiin mutta jo seuraavana yönä se tehtiin uudelleen
- Määrä oli useiden muisteluiden mukaan 6000 kpl, jonka puheen lunastaminen hirvitti alkuun Finnoilin pääjohtajaa, kun asia otettiin keskusteluun seuraavassa tapaamisessa. Keskustelun jälkeen pääjohtaja suostui lunastamaan kolmen tuhannen kappaleen osuuden tästä tilauksesta ja Muurikasta tuli Finnoilin kevään 1982 kampanjatuote. Muurikkaa myytiin ko. kevään aikana loppujen lopuksi lähestulkoon 7000 kappaletta ja se oli Finnoilin historian menestyksekkäin ei autotarvike kampanja.

Muurikka lyhyesti

MUURIKKA™

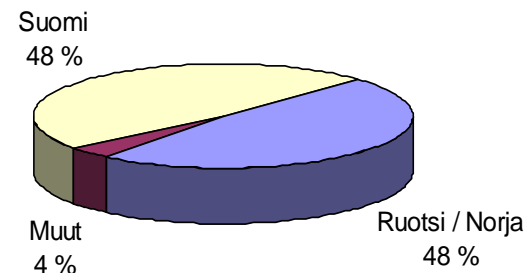
- **Toiminta-ajatus:**

- Tuoda elämyksiä ruoanlaittoon, sisustamiseen ja vapaa-aikaan kuluttajien tarpeita vastaavilla tuotteilla.
- Tarjota yrityksen palvelut asiakkaille helposti ja luotettavasti.

- **Lyhyt kuvaus yrityksen toiminnasta:**

- Kodin ja pihapiirin tunnelmatuotteiden, myynti ja markkinointi hyödyntäen Muurikan brandiä.
- Tuotteiden jakelu kotimaassa pääosin keskusliikkeiden kautta.
- Vienti agenttien välityksellä.

Liikevaihdon jakautuminen 2004



Ravaava takka

MUURIKKA



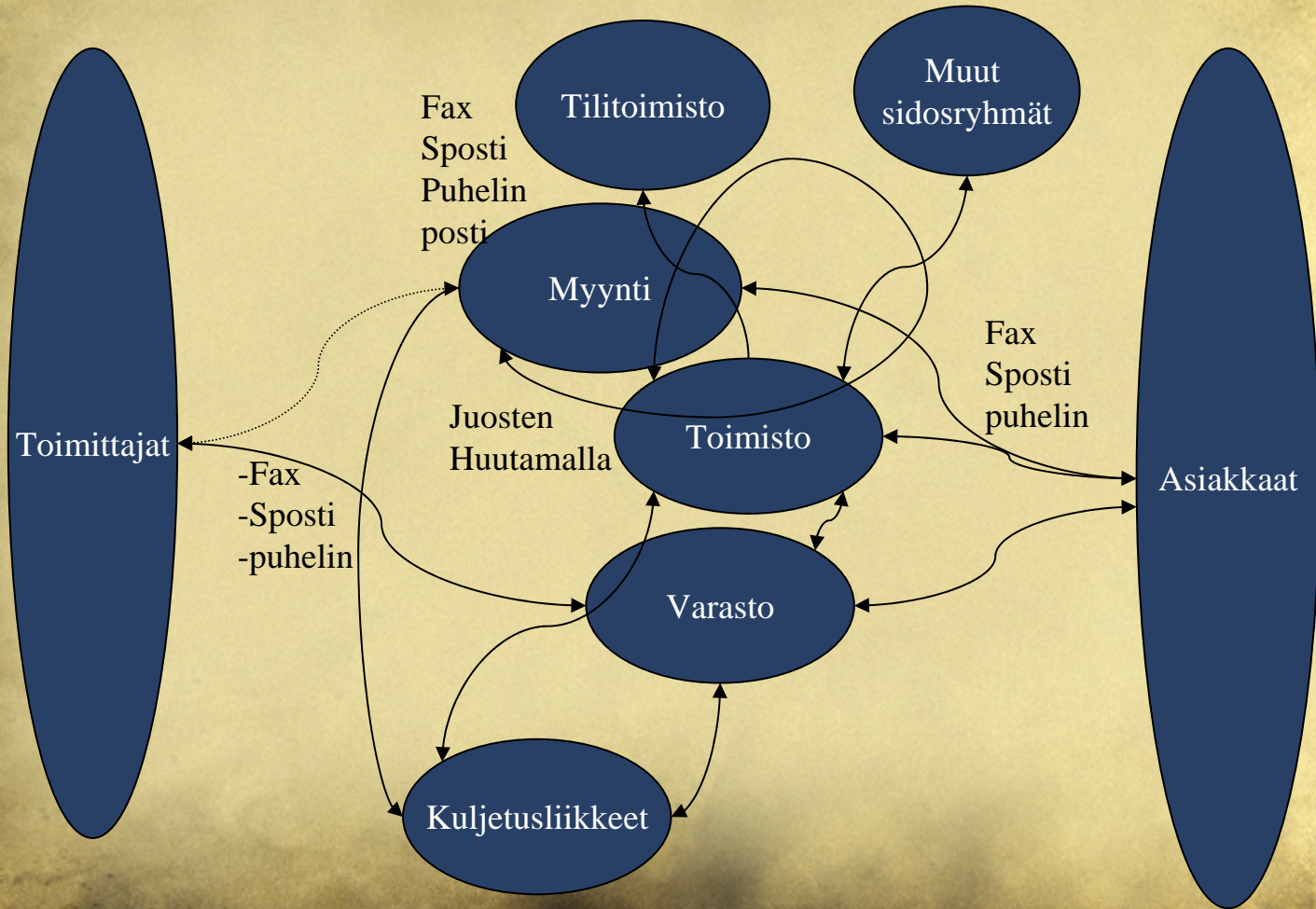
Öljylamput kynttilänjalat

MUURIKKA



Tiedonhallinta ennen E-askelta

MUURIKKA™

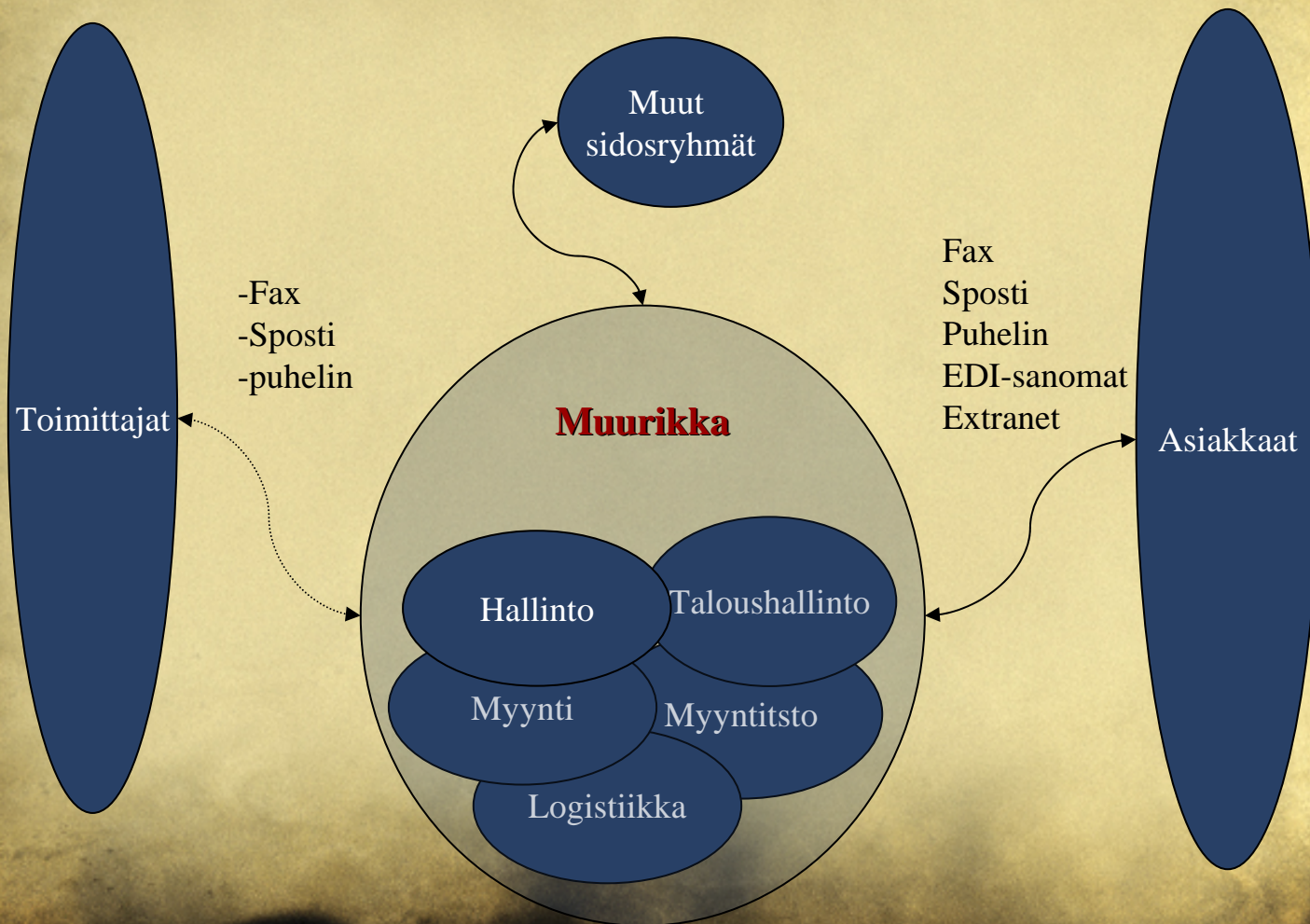


Verkkoliiketoiminnan kehitystavoitteet **MUURIKKA**

- kilpailuaseman parantaminen
- tiedonkulun nopeuttaminen ja virheettömyys, päällekkäisen työn vähentäminen, keskitetty tiedonhallinta.
- tiiviimpien asiakassuhteiden rakentaminen, asiakastyytyvyyden parantaminen ja vuorovaikutuksen lisääminen
- asiakastietojen kerääminen ja hyödyntäminen
- myynnin lisääminen nykyisille asiakkaille
- kustannussäästöjen aikaansaaminen verkkoliiketoimintaa hyödyntämällä

Tiedonhallinta E-askeleen jälkeen

MUURIKKA



Konkreettiset hyödyt

MUURIKKA™

Keskitetty tiedonhallinta

Verkotetut toimipisteet

Hallittu toimitojen ulkoistaminen

Linkitys asiakkaiden myyntijärjestelmiin

Toimintojen läpinäkyvyys yrityksen sisällä

Kesää odotellessa

MUURIKKA

