

001	002	003	004	005	006	007	008	009	010	011	012	013	014	015	016	017	018	019	020	021	022	023	024	025	026	027	028	029	030	031	032	033	034	035	036	037	038	039	040	041	042	043	044	045	046	047	048	049	050	051	052	053	054	055	056	057	058	059	060	061	062	063	064	065	066	067	068	069	070	071	072	073	074	075	076	077	078	079	080	081	082	083	084	085	086	087	088	089	090	091	092	093	094	095	096	097	098	099	100
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----



Palkinto äidille. Äitienpäivänä kymmeniä äitejä palkitaan presidentin myöntämällä mitalilla. **Sivu 14**

Somen voima. Kauhajoella todettiin sosiaalisen median olevan kätevä apu luokkakokouksen järjestelyssä. **Sivu 12**

Juhlapöydän komistus. Täyte-kakun koristeluun voi saada ideoita juhlan luonteesta. **Sivu 15**



Sampo Kaulanen järjestää lähes päivittäin arvontoja Facebook-sivuillaan. Niiden ansiosta tykkääjien määrä kasvaa lähes sadalla päivässä. ”Yhteydenottoja tulee niin hirveästi, etten millään ehdi vastata kaikille”, kauppias harmittelee.

Äkäslompolon kyläkauppias haluaa kääntää rahavirrat pohjoiseen

K-kauppias Sampo Kaulanen pani itsensä likoon ja sukelsi syvälle sosiaaliseen mediaan, kun perheyrittäjä koki kovia. Jounin Kauppa Yllästunturin kupeessa nauttii nyt jättimäisestä julkisuudesta.

KOLARI (MT)
Yrittäjä **Sampo Kaulanen**, 35, pystyy taas nukkumaan yönsä. Vielä muutama vuosi sitten unet vei pelko perheyrittäjän konkurssista.
Nyt Jounin Kaupalla menee kuitenkin taas hyvin. Neljän tappiollisen vuoden jälkeen kaksi viime vuotta tulos on ollut plussan puolella.
”Töitä on tehty ihan sikana”, verkka-reihin ja pipoon sonnustautunut kauppias toteaa.
Vuonna 2013 Kaulanen alkoi tietoisesti tuotteistaa itseään, kun rahaa ei ollut markkinointiin.
Lappilainen on onnistunut mutkattomalla olemuksellaan ja avokätisillä arvonnoillaan keräämään Jounin Kaupalle yli 260 000 seuraajaa Facebookissa.
Puhelin pirisee vähän väliä, ja Kaulasen sormet hakeutuvat älypuhelimelle.
Aluksi työntekijät ihmettelivät kauppiaan intoa päivittää kuulumisiaan so-

siaalisessa mediassa. Kun tulosta alkoi tulla, someintoa ei enää ihmetelty.
Velkaa lähes 14 miljoonaa
Kaulasen isoisa **Jouni Kaulanen** perusti kaupan 65 vuotta sitten Äkäslompoloon palvelemaan Yllästunturin turisteja. Vuonna 2008 pojanpoika otti kaupan ohjauksen käsiinsä.
2000-luvun hurmoksessa Ylläksen yritykset laajensivat ja S-ryhmä suunnitteli tulon Jounin Kaupan apajille.
Vasta-aloitannut Kaulanen päätti myös laajentaa ja kerkesi kopata Alkon ja apteekin K-kaupan katon alle.
Kilpailijan torppaaminen onnistui, mutta vanhan kaupan remontin ja uuden rakentamisen budjetti paisui kolmanneksen. Hän toteutti 13,5 miljoonan euron investoinnin velkarahalla.
Kolme viikkoa uuden kaupan avaajien jälkeen yhdysvaltalainen investointipankki Lehman Brothers kaatui, lainamarkkinat romahtivat ja Ylläksen kävijämäärät kääntyivät laskuun.
Miljoonaveloista ja juoksevista kuluista selvittääseen uutuudenkarhea kauppa tarvitsi kipeästi lisää asiakkaita.
Kaulanen pani itsensä likoon vuonna 2010 MTV3:n Diili-ohjelmassa ja sai mitä halusi – näkyvyyttä. Lisää vettä myllyyn toi vuosina 2012 ja 2013 esitetty Ylläksen yrittäjästä kertova tosi-tv-sarja Huipulla tuulee.
Liikevaihto kolminkertaistui
Sampo Kaulasen aikana Jounin Kaupan liikevaihto on kolminkertaistunut.
”Monella yrittäjällä tuote on kunnossa, mutta yrityksellä ei ole näkyvyyttä. Itselläni on toisinpäin.”
Kaulasta työllistävät puhelilaisuudet



Jounin Kaupassa on tarjolla lappilaisia herkuja kuten hällakastiketta.

ympäri Suomea. Yrittäjän tarina kiinnostaa, eivätkä Kaulaselta itseltäänkään ideat loppu. Kampanjaa, kilpailua ja tempausta pukkaa toisensa perään.
Ajokilometrejä auton ratissa tulee tuhansia viikossa.
Kaulanen on jo palkannut uuden myymäläpäällikön, joka vastaa jatkossa K-marketista.
”Peruskivijalka prakaa, jos itse yrittäisin vielä pyörittää ruokakauppaa.”
Ruokakauppa on yrityksen lypsävä lehmä.

Kylä kuihtuu kesällä
Jounin Kauppaa, kuten muitakin hiihtokeskuksen yrittäjiä, vaivaa kausiluonteisuus.
”Pääsiäisen jälkeen Äkäslompolo on täysin kuollut”, Kaulanen toteaa.
Jotain kertoo se, että ruokakaupassa tehdään pääsiäisviikon aikana saman verran ostoksia kuin touko–kesäkuussa yhteensä.
”Kaupan pitää kuitenkin olla auki joka päivä.”
Kaulanen haluaa kehittää alueen ympärivuotisuutta. Onnistuneeksi kampanjaksi hän mainitsee viime kesänä järjestämänsä Hullunpolkasun.
”Lupasin Facebookissa, että jos tempaus saa 50 000 tykkäystä, puen ylleni kireän trikooasun ja pyöräilen Norjaan.”
Tarvittava määrä peukkuja kertyi kuudessa päivässä, ja tapahtuma keräsi paljon kiinnostusta. Mukaan lähti noin 40 pyöräilijää.
Tänä kesänä Kaulanen aikoo järjestää tapahtuman uudelleen ja kasvattaa siitä ”pohjoiskalotin suurimman pyöräilytapahtuman”.
Hän toivoo, että norjalaiset oppisivat tuntemaan myös Ylläksen. Levin he jo tietävät.
”En usko staattiseen verkkomai-nontaan, että jos panet miljoona euroa markkinointiin, niin ihmisiä alkaisi virrata. Pitää tavata kasvatusten ja raahata ihmisiä tänne.”
Esikuvana Vesa Keskinen
Kun Kaulanen on alkuun päässyt, häntä ei pysäytä mikään.
Kyläkauppiaan tavoitte tulevaisuudelle ei ole mitenkään vaatimaton: Hän

haluaa Jounin Kaupasta koko maailman tunnetuimman kyläkaupan.
”Tuurin kyläkauppa väittää olevansa Suomen tunnetuin. Jätetään se sinne”, Kaulanen naurahtaa ja kertoo arvostavansa kyläkauppias **Vesa Keskinen**.
”Kaveri ei ole mikään tyhjäpää, vaikka hän omat asiansa joskus sotkeekin.”
Kaulanen uskoo, että kun toimii omalla alallaan muista erottuen, on mahdollisuus pärjätä.
Kauppa ja porinat verkkoon
Noin neljänsadan asukkaan Äkäslompolo ei kymmenistä tuhansista hiihtovieraistaan huolimatta voi muuttua liikenteen ja kaupankäynnin solmukohtaksi.
Etelän massat eivät aja 900 kilometrin matkaa Länsi-Lappiin ostamaan edullista pallogrilliä tai teknistä urheilulupaita.
Siksi Kaulanen taustajoukkoinen pystyttää parhaillaan verkkokauppa.
”Sinne tulee tarjoustuotteita, omista kangaskuoseista tehtyjä vaatteita, kursssierä...”
Lisäksi kauppias suunnittelee eräänlaista verkkolehteä, jonne hän värvää tunnettuja kirjoittajia.
Kaulasen ajatus on siirtää niin kaupankäynti kuin kaupan ympärillä käyvä porinakin uusille verkkosivuille.
”Panostuksista osa laitetaan verkkoon ja osa kivijalkaan. Sitten painetaan nappia ja katsotaan, mitä tapahtuu.”
Riskinottoa ei, luovaa hulluutta ja optimismia. Niillä Äkäslompolon kauppias aikoo ponnistaa maailmanmaineeseen.

Monella yrittäjällä tuote on kunnossa, mutta yrityksellä ei ole näkyvyyttä. Itselläni on toisinpäin.

KUKA?



Kolmannen polven kyläkauppias

Sampo Kaulanen pyörittää Suomen suosituimmaksi kaupaksi tituleerattua Jounin Kauppaa Kolarin Äkäslompolossa. **Kaupan perusti** hänen isoisänsä Jouni Kaulanen vuonna 1950.
Pojanpoika aloitti kauppiana vuonna 2008 ollessaan 29-vuotias.
Jounin Kauppa työllistää hiihtosesonkina jopa 40 henkilöä, sesongin ulkopuolella 10–12.
Liikevaihtoa kertyi viime vuonna 9,6 miljoonaa euroa.
Palkittu muun muassa Lapin vuoden nuorena yrittäjänä, vuoden K-kauppiaspersoonana sekä somekuninkana.
Uusperheeseen kuuluvat Michele-vaimo sekä neljä lasta, joista nuorin pariskunnan yhteinen.