

Gia-palkintomatka opetti ja inspiroi

TEKSTI JA KUVAT EMMA SUOMINEN

Viikko maaliskuisessa Chicagossa opetti Maria Drockilalle, että pienikin voi pärjätä. Hänen nimeään kantava kynttiläpaja sai hyvää palautetta maailmanlaajuisen Gia-kilpailun finaalissa.

Gia Suomen voittaja



Global innovator award

Gia-kilpailussa on kansallinen ja kansainvälinen taso. Kansallisella tasolla voittajat valitsevat koko kilpailua järjestävän IHA:n (International Housewares Association) yhteistyökumppanit, kodinsisustusalan ammattijulkaisut 22 eri maassa. Kansainvälinen loppukilpailu järjestetään vuosittain Chicagossa alan messujen yhteydessä (International Home & Housewares Show). Finalistiryityksistä enintään viisi palkitaan kunniamaininnalla. Raati koostuu kansainvälisesti arvostetuista vähittäiskaupan ammattilaisista. Kunniamainintojen lisäksi yksi finalistiryitys saa Top Window -palkinnon. Gia-palkinto jaettiin ensimmäisen kerran vuonna 2000.

Maria Drockila Oy edusti Suomea Chicagossa järjestettävässä Gia-kilpailussa. Gia on kansainvälinen kodinsisustusalan palkinto, jonka finaaliin pääsivät maakohtaisten kilpailujen 23 voittajaa. Kilpailumatka avasi Maria Drockilan silmät monessakin mielessä. Ensimmäisenä hänelle tulee mieleen, mitä olisi pitänyt tehdä toisin.

– Kun seuraavan kerran joku lähetetään Suomesta kilpailuun, kerron mielelläni kokemuksistani.

Häntä itseään nimittäin kaduttaa, ettei hän soittanut (kaikille) Suomea aikaisemmin edustaneille, jotta olisi paremmin tiennyt, mihin valmistautua.

– Meidän olisi pitänyt osata kertoa asioista siltä pohjalta, mihin loppukilpailussa tullaan kiinnittämään huomiota. Nyt yritimme tarjota kaiken.

Esittelymateriaali Gia-kilpailua varten piti kerätä samaan aikaan kun myymälöissä oli paras joulusesonki käynnissä. Valmistautumiseen jäi siis parantamisen varaa.

– Forman puolesta saimme kyllä kaiken mahdollisen avun, Drockila kiittelee. Hän oli erittäin tyytyväinen Pipsa Luhtasen tekemään portfolioon.

Palaute lisäsi luottamusta omaan yritykseen

Drockilan mukaan tämän vuoden Gia-finaalissa painotettiin asiakkaista huolehtimista ja työntekijöiden kouluttamista.

– Tuomarit sanoivat julkisesti, että viidestä voittajaryityksestä oli yksimielisyys, mutta me olimme yksi heidän suosikeistaan heti niiden jälkeen. Emme saaneet mitään negatiivista palautetta. Toisaalta se on harmi – olisi ollut kiiva tietää, miten voisimme heidän mielestään kehittyä, hän kertoo.

Esimerkiksi työntekijöiden kouluttamisesta Drockilalla olisi ollut enemmänkin sanottavaa, kuin mitä esittelymateriaalista loppujen lopuksi kävi ilmi.

– Nämä asiat on ehkä suurissa yrityksissä kirjattu paremmin ylös kuin meillä, mutta olen erittäin ylpeä asiakaspalvelumme tasosta ja henkilökunnan halukkuudesta kouluttautua. Tälläkin hetkellä kolme yrityksen 14 työntekijästä saa lisäkoulutusta tehtävänsä.

Drockila itsekin kouluttautuu aina kun aikataulu antaa siihen myöten.

– Me emme tietenkään pienenä yrityksenä voi pärjätä prosesseissa isojen kanssa. Mutta mitä prosesseissa hävitään, se voitetaan vuorovaikutuksessa. Emme vain osanneet tuoda sitä puolta riittävän vahvasti esiin. Olisi muutenkin pitänyt nostaa häntää enemmän.

Maria Drockila Oy:n taival ei ole ollut mikään jatkuvien onnistumisten sarja. Niinpä Drockila ja hänen mukanaan palkintomatalla ollut Trine Katajisto olivat vähän yllättyneitä palkintomatkan ylellisyydestä. – Ei olisi uskonut vuonna 1999, että vielä ollaan Chicagossa skoolaamassa samppanjaa. Se tuntui niin absurdilta, Drockila nauraa. Matkan järjestelyistä ja kustannuksista vastasi kilpailun järjestäjä International Houseware Association.

Ideota esillepanoon ja brändin luomiseen

Itse kilpailun ja palkintomatkan parhaana antina Drockila pitää sitä että sai häntä vaivanneisiin asioihin ratkaisuja. Kilpakumppanien ja muiden matkan aikana esiteltyjen yritysten kautta löytyi uusia ajatuksia esimerkiksi tuotteiden esillepanoon, miten sitä saisi visuaalisemmaksi rytmittämällä tuotteet näyttävämällä tavalla. Uudet opit laitettiin heti käytäntöön.

– En ole vielä ikinä nähnyt Orimattilan myymälää niin kauniina kuin nyt! Drockila iloitsee.

Gia-kilpailun yhteydessä järjestettiin ammattilaisille avoimet messut. Finalistirytykset olivat messuilla näyttävästi esillä. Lisäksi yksi kilpailun päätuomareista luennoi brändin rakentamisesta ja hallinnasta. Ohjelmaan sisältyi myös kattava kierros paikallisiin yrityksiin ja gaalailallinen.

Amerikan malliin kaikki oli suurta ja hienoa. Drockila puhuikin viikon kestäneestä matkastaan elämyksenä. Kaikille päiville ei ollut tiukkaa aikataulua, joten Drockila ja Katajisto ehtivät tutustua kaupunkiin myös itsenäisesti.

Kilpakumppaneista Drockilalle jäi erityisesti mieleen tanskalainen Inspiration.

– Yrityksellä on yli satavuotiaat perinteet. Silti se vaikutti raikkaalta ja huokui hyvää meininkiä.

Yritys kehittyi

Gia-kilpailun finaalissa palkitut yritykset tulivat Australiasta, Belgiasta, Englannista, Saksasta ja Tanskasta.

Matka antoi mahdollisuuden luoda kontakteja yrityksiin ympäri maailmaa. Nyt Drockila tietää enemmän myös Amerikan markkinoista.

– Tiiviisti sanottuna omassa päässä tapahtui paljon.

Drockila ei usko että olisi voinut saada matkasta paljoa enempää irti, vaikka olisi voittanut koko kilpailun.

– Yritys kehittyi matkan ansiosta niin paljon. Ja kun meidän kilpailukykyimme kasvaa, se kehittää koko alaa.

Suomen Gia-voitto ja Chicagon-matka eivät ole ainakaan hiljentäneet Maria Drockilan vauhtia. Syksyllä hän lanseeraa Maria D -franchisingkonseptin. Chicagosta löytyikin vaikutteita myös tulevan franchisingmyymälän väriytykseen, materiaaleihin ja koko visuaaliseen ilmeeseen. ●



Maria Drockila suunnittelee Helsingin myymälästään tehtaan poistomyymälää. Taustalla myyjä Nonna Riepponen.

