



# Periytys Kesä 2017

Iiris Nokka, Neea Takala, Janita Mikkola

26.6.2017

# MARU Second Hand & Outlet

Vaateliike täynnä tarinoita.



## Sisällys

Historia .....	2
Toimintamalli .....	3
Yhteistyökumppanit .....	4
Asiakkaiden palautteista kerättyä .....	5
Tarinoita .....	6
Talous .....	8
Mahdollisuudet .....	12
Yhteystiedot .....	13

## Historia

Maru Second Hand pop-up -liikkeen perusti Tiimiakatemia Ideaosuuskunta Dynaamia.

Nimi valittiin Facebookissa järjestetyllä nimikilpailulla, jossa tulevat asiakkaat saivat ehdottaa nimiä uudelle, persoonalliselle second hand -kaupalle Jyväskylään. Nimeksi valikoitui "Maru": se tarkoittaa japanin kielellä "ympyrää". Se kuvastaa sitä kierrätyksen kehää, jota Maru pitää yllä tarjoamalla shoppailijoille laadukkaita ja hyväkuntoisia käytettyjä vaatteita.

Liike kulki nimellä Maru Second Hand kaksi kesää Dynaamian tyttöjen Tanja Heikkilän ja Camilla Heikkilän pyörittämänä.

2015 kesäkuu - syyskuu: Torikeskus

2016 kesäkuu - elokuu: Kauppakeskus Tawast

Osuuskunta Wedian Neea Takala ja Janita Mikkola sekä Osuuskunta Globaattorin Iris Nokka yhdistivät voimansa syyskuussa 2016, ja alkoivat pyörittämään liikettä ympärivuotisesti Jyväskylän ydinkeskustassa, Kävelykadun varrella sijaitsevassa kivijalkamyymälässä.

Neealla oli haaveena tuoda Jyväskylään outlet-merkkivaatteita, ja ensimmäinen yhteistyökumppani löytyi heti. Paikallinen sarjayrittäjä myi Marulle pienen Euroopasta tuoman outlet-varastonsa, ja näin liike sai lisänimen: MARU Second Hand & Outlet.

Maru vakiinnutti jalansijaansa Jyväskylässä pienessä kivijalkamyymälässä yhdeksän kuukauden ajan, kunnes yrittäjäkolmikko halusi kokeilla siipiä hieman isommassa tilassa ja suuremman asiakasvirran äärellä edes pienen hetken ajan, jotta Marun todellinen potentiaali saataisiin esiin. Maru muutti Jyväskylän Kauppakeskus Forumiin 1. kerrokseen 1.6.2017 pop-up -sopimuksella, joka päättyy 30.8.2017 uuden vuokralaisen muuttaessa tilalle.

Muutto Forumiin on todettu erittäin hyväksi päätökseksi jo näinkin lyhyessä ajassa, sillä kauppakeskuksessa asiakasvirta on yli tuplasti suurempi kuin kivijalkamyymälässä. Vaikka Kävelykatua pitkin kävelee vieläkin enemmän ihmisiä, kynnys astua kivijalkakauppaan on suurempi kuin liikkeeseen ajelehtiminen kauppakeskuksessa, jossa ihmiset liikkuvat jo valmiiksi ostohousut jalassa.

Neea, Janita ja Iris pyörittivät Marua kolmistaan kivijalkaliikkeessä ensimmäiset viisi kuukautta, kunnes avuksi tuli harjoittelija - ja lyhyen ajan sisään toinenkin. Tämä mahdollisti sen, että kolmelta tytöltä vapautui viikoista paremmin aikaa työvuorojen ulkopuolella tehtävään kehitystyöhön mm. markkinoinnin, talouden ja innovoinnin saralla. Harjoittelijat mahdollistavat myös sen, että liikkeessä on koko ajan ainakin kaksi henkilöä töissä, jolloin asiakaspalvelun taso paranee, eikä tule kiire hinnoitella vaatteita.

# Toimintamalli

Maru ei omista myynnissä olevia vaatteita, vaan ihmiset saavat tuoda omia vaatteitaan myytäväksi myyntitiliperiaatteella.

Vaatteiden tuomista varten varataan ensin aika, jotta henkilökunta voi varmistaa, että hyllytila riittää kaikille halukkaille. Vaatteiden tulee olla:

- Hyväkuntoisia
- Puhtaita
- Sesongin mukaisia
- Nykyaikaisia

Myyntitilin avausmaksu on 15 euroa ja vaatteet ovat tällöin myynnissä 2 viikkoa. Myytyjen tuotteiden verottomasta (alvittomasta) hinnasta asiakas saa 50 % provisiota, toinen puoli jää palkkioksi Marulle hinnoittelusta, esillepanosta, ahkerasta myynnistä ja markkinoinnista.

Mikäli asiakkaan vaateen jälleenmyyntiarvo ylittää 100 €, provisioprosenteissa tullaan vastaan. Merkkivaatteet ja arvokkaat kangasmateriaalit ovat myös tervetulleita.

Ajanvarauksia hajautetaan ma - to -välille, ja yhdellä kertaa myyntiin voi tuoda max. 30 vaatetta tai asustetta. Myyntiajan jälkeen asiakkaalla on viikko aikaa hakea myymättä jääneet vaatteet pois (tai vaihtoehtoisesti he voivat luovuttaa vaatteet Marulle myöhempää myyntiä tai vaatekierrätystä varten).

## **Yksittäiset vaatteet**

Useilla asiakkailla on myös vain 1-3 vaatekappaletta, jotka he haluavat tuoda myyntiin (esim. kallis takki, hääpuku, vanhojentanssimekko). 1-3 vaateen kanssa asiakas pääsee jonon ohitse ilman ajanvarausta, ja tällöin kahden viikon myyntijakso maksaa 5 €/vaate. Myyntiaika alkaa heti tuontiviikosta seuraavalla viikolla.



## Yhteistyökumppanit

Marulaiset ovat aina arvostaneet suomalaista designia, ja ovat halunneet tuoda asiakkaille lisäarvoa jälleenmyymällä suomalaisia designtuotteita käytettyjen ja outlet-vaatteiden lisäksi. Kaikki yhteistyökumppanien tuotteet ovat provisiomyyntiperiaatteella Marulla myynnissä.

**Outlet Second Hand Luxus** - Toimittanut Marulle outlet-vaatteita maaliskuusta 2017 lähtien, myöskin provisiomyynnillä.

**Yo Zen Design** - Erittäin suosittu korubrändi Oulusta, Marun vanhin kumppani ja ollut lähes perustamisesta asti mukana.

**UNIQUE Fashion Clothes** - Keväällä 2017 aloittanut kahden siskoksen, Melinan ja Serenan, paikallinen pieni vaateyritys, joka tuunaa vaatteita sekä tekee kierrätysmateriaaleista uusia. Ollut Marulla toukokuusta 2017 lähtien.

**AnnastiinaDesign** - Annastiina Kinnunen on nuori jyvaskyläläinen graafinen suunnittelija, joka lähti kokeilemaan, mitä kaikkea laserleikkurilla voi tehdä. Tuotti juuri ensimmäisen korumallistonsa, ja on ollut Marulla myynnissä vasta kesäkuusta 2017 lähtien.

**RIVA Clothing** - JAMKin liiketalouden opiskelijoiden Eevan ja Rikun perustama vaatebrändi, joka on noussut suureen suosioon jyvaskyläläisten keskuudessa. Marulla kesäkuusta 2017 lähtien.

**WayOut** - Osuuskunta Wedian poikien osaltaan pyörittämä huonepakobisnes tarvitsi fyysisen paikan, mistä voi ostaa heidän lahjakorttejaan pakopeliaikojen ulkopuolellakin. Marulta niitä on saanut vuoden 2016 joulukuusta lähtien.





## Asiakkaiden palautteista kerättyä

Vaatteiden **myyntipalvelu** on todella suosittu, eikä sitä edes tarvitse välttämättä markkinoida, sillä muuten jonot venyvät helposti pitkiksi. Maru hoitaa vaatteiden hinnoittelun, ryppyjen höyryttämisen sekä esillepanon. - *“Helppoa, kun tarvitsee vain tuoda vaatteet tänne eikä tarvitse huolehtia muusta.”*

---

Yleensä kun uusi asiakas astuu liikkeeseen, hän hämmästyy kun tajuaa, että **vaatteet ovatkin käytettyjä**. Asiakkaat ovat sanoneet, että yleiskuva on raikas, hyväkuntoisia käytettyjä vaatteita myyvä kauppa, joka valikoi myyntiin vain laadukkaita vaatteita. Vaikka hintataso on perinteistä kirpputoria korkeampi, se näkyy tuotteiden laadussa ja liikkeen tasokkaassa hengessä. Siksi asiakkailta tulee erittäin harvoin negatiivista palautetta second hand -tuotteiden hinnoista.

---

*“Ihana kun joissakin vaatteissa on semmoinen tarina.”* **Vaatteiden tarina** -konsepti on asiakkaalta tullut idea. Eräs asiakas tosiaan löysi meiltä vanhan, vielä alkuperäisessä laatikossa olevan Guessin lompakon, ja mietiskeli, että voi kun tietäisi tämän tarinan. *“Teidän pitäisi kerätä ihmisiltä tarinoita näistä tuotteista, kun tämäkin on voinut tulla vaikka toiselta puolelta maapalloa. Olisi niin mukava tietää tämän lompakon matka.”* Ja niin aloimme tekemään. Aloimme kyselemään vaatteiden tuojilta, olisiko hänellä mitään tarinoita kerrottavana jostakin vaatteistaan. Idea oli heidän mielestään ihana, ja monet asiakkaat toivat tullessaan jopa valmiiksi paperille kirjoitettuja tarinoita rakkaista, jopa tunnearvoa omaavista vaatteistaan ja kengistään. Tätä konseptia kannattaisi toteuttaa ja markkinoida enemmänkin, sillä ne vaatteet, joissa on Vaatteen tarina -lappu, myyvät usein kuin hääkä - ne nimittäin antavat ostajalle tunnesiteen ja sitä kautta lisäarvoa.

---

*“Hienoa, että tuette paikallisia pikkuyrityksiä.”* Marun **yhteistyökumppanit** tosiaankin ovat paikallisia, suurimmaksi osaksi jopa jyväsyläläisiä ja kaiken lisäksi ekologisuuksi ja kierrätystä kannattavia yrityksiä. Niinkuin Maru itsekin! Haluamme pitää yhtä, ja muun muassa AnnastiinaDesign ja UNIQUE Fashion Clothes ovat juuri aloittaneet, eikä heidän tuotteitaan edes saa vielä mistään muualta kuin Marusta. Ja mikä tärkeintä: ne ovat kauniita. Ne ovat asioita, joita Marun asiakkaat tuntuvat arvostavan suuresti.

---

*“Se teidän uutiskirje on aivan erilainen kuin muut. Oikein odotan sitä aina sunnuntaisin.”* **Maruposti** on uutiskirje, jonka idea tuli myöskin asiakkaalta. (Parhaat ideat tulevat aina asiakkailta.) Koska marulaiset näkevät uuden erän vaatteet ennen muita, miksei kaikki halukkaat voisi nähdä niitä myös? Rakensimme konseptin ympärille kanta-asiakaskampanjan: *“Haluatko nähdä uuden erän vaatteet ennen muita? Täytä tähän sähköpostiosoitteesi, niin lähetämme sinulle viikoittain kurkistuksen uuden vaate-erän aarteisiin ennen kuin ne tulevat myyntiin. Saat myös alennuskupongin!”* Maruposti on ollut erittäin pidetty.

## Tarinoita

Marulla käy monia vakioasiakkaita, jotka haluavat bongata aina uuden erän vaatteet läpi. Joistakin heistä tulee marulaisille hyvinkin läheisiä, ja joskus he saattavat jakaa aika henkilökohtaisiakin tarinoita. Yksi on erityisesti jäänyt Janitan mieleen:

### Kristallikivi

Talvella eräs keski-ikäinen, energisellä rokkiasenteella varustettu teräsmimmi, jonka olin tavannut ennenkin, tuli Marulle tällä kertaa hieman väsyneen oloisena. Hän bongasi rekistä lähes uudenveroisen, punaisen lyhyen nahkatakkin, ja ihastui siihen. Hän meni sovituskoppiin sovittamaan sitä, ja ihastui lisää. Takilla oli jonkin verran hintaa, sillä se oli tunnettua merkkiä. Hän arpoi takin ostoa kauan. To be honest, se näytti älyttömän hyvältä hänen päällään, ja sanoinkin sen hänelle. Yhtäkkiä hän kurkisti sovituskopista, ja sanoi: *“Et usko, mitä juuri tapahtui. Mä päätin mielessäni, että JOS täältä nahkatakkin taskusta löytyy jotakin kivaa, niin ostan sen. Laitoin käden taskuun, ja katso mitä sieltä löytyi.”* Taskusta löytyi teelusikan pään kokoinen kristallinkirkas, kaunis hiottu kivi. Mitä? Miten?! Asiakas oli haltioitunut; tämän täytyi olla merkki. Hän ostaa takin.

Sanoin kassalla tälle rokkimimmille, että tulet sitten keväämmällä nahkatakisäillä pyörähtämään tässä ja näyttämässä sen sun päällä! Yhtäkkiä asiakkaalla kostui silmät. Hän sanoi, että: *“Et uskokaan, kuinka paljon merkkää se, että sanoit minulle noin. Tulin nimittäin juuri syöpähoidoista, ja se on ollut aika rankkaa. Lääkäri sanoi, että senkun vain suunnittelet tulevaa; eihän siitä mitään tule jos pelkään tehdä jotakin, koska voin kuolla huomenna. Että en muka voisi ostaa tätä takkia, koska en ehkä pääsisi käyttämään sitä keväällä.”*

Kyllähän siinä minullakin kostui silmät.

- Janita

### Monacon ruhtinaan tavannut kultaliivi

Eräs rouva toi meille kerralla myyntiin useita vintage-vaatteita 60- ja 70-luvuilta. Hän kertoi meille tarinan 70-luvulla teetetystä mustan- ja kullanhoitoisesta pitkästä ja kauniista juhlatiivistä. Se päällä, tämä rouva oli aikoinaan kätellyt Monacon ruhtinatar Grace Kellyä. Ripustimme tarinan vaatteeseen kiinni.

Myöhemmin eräs toinen asiakas tuli liikkeeseemme kysymään, olisiko meillä myynnissä mitään vintage-henkistä. Harjoittelijamme Jere muisti kultaliivin, ja näytti sen tälle naiselle. Hän ihasteli vaatetta, kunnes huomasi lapusta pukimon nimen: Wiener Konfektion. Pukimo, jossa vaate oli teetetty, oli naisen läheinen ystävä, joka toimi 70-luvulla yksityisyrittäjänä ompelijana - juuri hän oli siis

ommellut tuon kyseisen liivin! Nainen oli haltioissaan, erityisesti koska vaatteella oli niin hieno tarinakin kerrottavanaan. *“Voi että, soittaisin heti ystävälleni, jos hänellä ei olisi jo niin huono kuulo! Uskomaton yhteensattuma!”* Hän osti vaatteen ja lähti jatkamaan matkaansa yhtenä hymynä!

## **Ei vaan voi vastustaa kiusausta**

Me marulaiset ollaan yhtä lailla meidän asiakkaidemme asiakkaita. Hinnoittelun lomassa saamme etuoikeutetusti nähdä tulevan vaate-erän aarteet ennen asiakkaita. Joskus se tarkoittaa sitä, että vastaan tulee joku ihana vaate, joka jonkun meistä marulaisista on vain pakko ostaa. Voimme hyvällä omallatunnolla tehdä ostoksia itsekin, sillä useimmiten sen hinnoittelee joku muu kuin itse ostaja-marulainen, emmekä ota henkilökunta-alennusta asiakkaan myyntiosuudesta, vaan omastamme.

Kerran, kun Iris oli työvuorossa, minä (Janita) ja Neea olimme tulossa Marulle palaveeraamaan takahuoneeseen. Heitimme tavaramme Marulle, ja huomasin Iiriksen yllä erään vaatetuojan mustan neuleen, ja sanoin silmää vinkaten Iirikselle: *“Heh, jaahas, uusi vaate sovituksessa?”* Lähdimme Neean kanssa hakemaan syötävää, ja kun tulimme takaisin, Iiriksen päällä ollut neule oli vaihtunut toiseen, beigenvärisen! Nauroimme, ja Iris vain totesi, että on ihan pulassa näiden kaikkien vaatteiden kanssa.

- Janita

## **Kuinka monta kertaa pystyt kertomaan...**

“Mistä nämä vaatteet tänne tulevat?”

(kerro)

“Minulla on vaatekaapissa tosi hyviä, ihan käyttämättömiä vaatteita, joita voisin tuoda tänne!”

*Tämä on inside-läppä, jonka ymmärrät sitten kun olet ollut Marulla kuukauden.*



# Talous

Miten on mennyt taloudellisesti?

- (tarkentavia selityksiä)
- (tarkentavia selityksiä)
- (tarkentavia selityksiä)

(Tässä taulukossa oli taloudellinen historia vuodelta 2015 - 2017.)

## MARU Second Hand & Outletin arvo

Mitä Maru kokonaisuudessaan sisältää?

Osuuskunta Wedia osti Marun 2016 syyskuussa Dynaamilta summalla x € + 5 % ensimmäisen kuukauden liikevaihdosta. Yrittäjänvaihdoksesta lähtien Marun arvo on noussut muun muassa seuraavista asioista: kaikki kiinteät myymäläkalusteet (miinus rekit), henkarit, nettisivut (joita ei ennen ollut), uutiskirje + tilaajat, somenäkyvyys, lisää mallinukkeja.

LIIKETOIMINNAN OSA	ARVO
Liiketoimintamalli <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asiakaskunta</li> <li>- Tunnettuus</li> <li>- Valmis konsepti</li> </ul>	x €
Markkinointimateriaalit (luvut kerätty 26.6.) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Logo, nykyiset julisteet, valmiit pohjat julisteisiin</li> <li>- Facebook-sivut, 2025 sivutykkääjää, <a href="http://www.facebook.com/marusecondhand">www.facebook.com/marusecondhand</a></li> <li>- Instagram-seuraajat, 476 seuraajaa, <a href="http://www.instagram.com/marusecondhand">www.instagram.com/marusecondhand</a></li> <li>- MARUposti-uutiskirjepohja ja sähköpostilista, 308 tilaajaa</li> <li>- Nettisivut, <a href="http://www.marusecondhand.com">www.marusecondhand.com</a></li> <li>- Blogi, 15 kirjoitusta, <a href="http://www.marusecondhand.com/blogi">www.marusecondhand.com/blogi</a></li> </ul>	x €
Alkuvarasto <ul style="list-style-type: none"> <li>- Katso erittely seuraavalta sivulta</li> </ul>	x €
Perehdytys <ul style="list-style-type: none"> <li>- Työpäiväperehdytys 7 pv</li> <li>- Markkinointiperehdytys 1 pv</li> <li>- Talousperehdytys 1 pv</li> <li>- Tuki, aina kun tarvitsee! 24/7</li> </ul>	5 % ensimmäisen kuukauden liikevaihdosta
<b>MARUN HINTA / YHTEENSÄ</b>	<b>x €</b> <b>+ 5 % ensimmäisen kuukauden liikevaihdosta</b>

## Varasto ja omaisuus

VARASTO	KPL MÄÄRÄ	HINTA KPL (ALV 0%)	YHTEENSÄ
Henkarit	399 x puiset Huivihenkarit Pienet klipsuhenkarit 159 x housuhenkarit 16 x puiset housuhenkarit	x x x x x	x €
Perusrekit	2 x mustat 3 x valkoiset 5 x metalliset 7 x puiset harjanvarret	x x x x	x €
Rekit	1 x takkirekki 2 x hakaristit	x x	x €
Mallinuket	3 x torso 2 x torso jalalla 1 x mies 1 x nainen	x x x x	x €
Vaatteiden säilytyskassit IKEA	10	x	x €
Myyntitiski	1	x	x €
Pöydät / Laatikot / Tasot	3 x Pystytaso 2 x Laatikosto 1 x Valkoinen pöytä 1 x Musta hylly 1 x Huiviseinä	x x x x x	x €
Tuolit	5 x Ikea-jakkarat 3 x muut	x x	x €
Verhot	2 x iso verho 2 x pieni verho	x x	x €
Peilit	5	x	x €
Varastohyllyt	2	x	x €
Mikro	1	x	x €
Rekit pöytätasolla	2	x	x €
Kassakone	1	x	x €
Tulostin + muste	1	x	x €
Kaiuttimet	1	x	x €
Höyrytin	1	x	x €
A-ständi + vedenkestävät	1 + 2	x	x €

julisteet			
Hinnoittelutarvikkeet	Hinnoittelupistooli Valokuvapaperi Muovikiinnikkeet	X X X	X €
Peruukit	3	X	X €
Toimistotarvikkeet	Kynät, sakset, narut, nitoja, rei'itin, kaikki pikkutilpehööri	X	X €
<b>YHTEENSÄ</b>			<b>X €</b>

Keskisuomalainen, 1. lokakuuta 2016

**Janita Mikkola (vas.), Neer Takala ja Iiris Nokka luotsaavat naisten käytettyihin vaatteisiin ja asusteisiin keskittyneitä Maru Jyväskylässä.**

**Muotikauppa**

**Elokuussa kasvu**

- Muotikauppa kasvoi elokuussa 8,1 prosenttia. Kasvu oli ensimmäistä kertaa sitten syyskuun 2012. Yhtä nopeaa kasvu ei olla nähty sitten vuoden 2010 marraskuun.
- Muotikaupan pitkä taantuma on harventanut toimijoiden määrää. Myynnissä kappalemäärät ovat olleet muuttuneet, mutta keskihinta on pudonnut. Vaikeina aikoina kuluttajat ovat suosineet halvempia tuotteita, vaatteita ja kenkiä.
- Alalla odotetaan kasvun jatkumista. Aiemmin myynnin perusteella varsinkin kevät näyttää myyntiä.
- Erityisesti miesten puoleutuminen on pistämässä muotikauppaa.
- Pääkaupunkiseudun ja kasvukeskusten kuluttajat kuluttavat lujastaan reilusti muuta mitä enemmän muotia ja sporttia.

Lähde: teksti: jama/ta/ta; TMS ry

# Kierrätys luo pohjaa bisnekselle

## Maru Second Hand & Outlet: Aiemmin kesäkausiina toiminut naistenvaateliike avasi Jyväskylään ympärivuotisen myymälän.

**Jyväskylää**  
Heidi Pitkämä

Kuluttajien kiinnostus second hand -muotiin eli käteettyihin asusteisiin näkyi myös Jyväskylässä, jossa naistenvaateliike Maru Second Hand & Outlet avasi syyskuun alussa ympärivuotisen myymälän Kauppakadun varrella Jyväskylän keskustaan.

Ennen Jyväskylän muotikauppa Maru ehti toimia kaksi kesää Jyväskylän Tiirikatemien opiskelijoiden kausimylälänänsin Torikeskuksessa ja sitten Kauppakeskus Tavastissa. Myymälä nyt osuuskunnan kautta pyörittävät tiin yrittäjät Neer Takala, Janita Mikkola ja Iiris Nokka uskovat konseptin kantavan myös kesäsesonin ulkopuolella.

–Projektille luettiin löppestä jatkaja, ja aika nopealla aikataululla tartuimme tähän. Näkyvyys uudeksi paikaksi on hyvä, ja lemme lyhyessä ajassa saaneet paljon myös ihan uusia asiakkaita, Takala kertoo.

Uudet vetäjät laajensivat myymälän valikoimaa käytetyistä vaatteista, asusteista ja kengistä outlet-tuotteisiin, mikä näkyy myös myymälän nimessä. ”aloka myyntiä haaveilleensa jo pitkään mekkivaatteiden outlet-myymälän

perustamisesta Jyväskylään. Maru arviot mahdollisuuden toteuttaa tätä haaveita pienimuotoisesti.

–Löysimme Jyväskyläläisen yhteistyökumppanin, jonka kautta saimme ensimmäisen erän tuotteita. Reikissä on muun muassa mekkivaatteiden suunnittelijoiden mallikappaleita sekä osia suuremmista mallistoista, Takala hahmottaa.

**Second hand -vaateliike** potkkaa osin perinteisistä kirppuroista nyt toimintatavollaan kuin ulospaanoinkin. Omla myyjäpaikkajä ei ole, vaan Takala, Mikkola ja Nokka valikoivat myyntiin tulevat tuotteet, laittavat ne esille ja huolehtivat hinnoittelun ohella esimerkiksi vaatteiden siityksestä. Myyjä puolestaan maksaa myyntinistä provision.

–Nykykaista, hyväkuntoista, puhtaata, sesonkikin sopivaa, Mikkola luettelee myyntiin otettaville vaatteille asetut kriteerit.

–Asiakkaalle second hand -myymälä näyttää enemmän tavallisen vaateliikkeenä kuin kirpputorina, hän uskoo.

Kolmikko kertoo halkeaneensa oppia Maru konseptin valitsemiseen ennenminkään muun muassa raastettuista keskityneistä muotiliikkeistä kuin kierräsmyy-

**Haluamme luoda jatkumoa vaateen käyttöle.**

Neer Takala

malloista.

–Esiilepano ja trendit ovat tärkeitä, ne osallaan saanevat, mikä myy, Takala pohtii.

**Myymälän nimi, Maru,** on japania ja tarkoittaa ympyrää.

–Haluamme luoda jatkumoa vaateen käyttöle, Takala sanoo. Kiinnostus kierrätykseen on yrittäjien havainneiden mukaan vahva. Maru ottaa vastaan myytävät tuotteet ajankäytön kanssa, ja kalenteri on jo nyt viikkoja eteenpäin täynnä.

–Sillä tavoin saamme pidettyä luvun kaussa, emme huku vaatteisiin, Nokka toteaa nauhahtaan.

Maru asiakaskunta on laaja.

–Ikähaarukka on kaksikymppisistä 80-vuotiaisiin. Myös myyntiin tulevat vaatteet ovat laadusta lähtien, mikä on meidän näkökulmastaamme aarteita, joiden jälleennympäry on edelleen korkeaa, Takala sanoo.

Mahdollinen laajentaminen myös miesten käytettyihin vaatteisiin kiinnostaa.

–Miesten vaatteita on jo moni asiakas tarjonnut toomaan myyntiin, mutta ongelmia on lyyssä. Tällä hetkellä kysyntä on sitä, miten saataisiin myös miehet shoppailemaan second hand -myymälöihin, Mikkola sanoo.

## Mahdollisuudet

Marulla on vakiintunut asiakaskunta, ja lisää uusia asiakkaita tulee joka päivä. He toivovat, että toiminta jatkuisi, sillä Jyväskylässä ei ole toista samankaltaista tai ainakaan saman laajuista second hand -liikettä, etenkin myyntipalvelun kera. Palautteen ja kommenttien perusteella asiakkaat eivät näe MARU Second Hand & Outletia perinteisenä kirpputorina. Monet asiakkaat ovat sanoneet, että inhoavat kirppareita, mutta rakastavat Marua. Marulla ei tarvitse penkoa sotkuisia pöytiä, eikä myöskään myynnissä olevia vaatteita tarvitse käydä siistimässä järjestykseen päivittäin.

Marulle on mahdollista tehdä myös verkkokauppa. Sitä suunniteltiin pitkän aikaa, mutta loppujen lopuksi aikaresurssit eivät riittäneet sen toteuttamiseen. Nettikauppa on mahdollista toteuttaa nykyisille Marun nettisivupohjalle, Wix.comiin. Myös Facebook-kauppaa mietittiin. Jos nettikaupan haluaa toteuttaa, Janitan aiheeseen liittyvästä esseestä voisi olla apua (essee käsittelee erityisesti Facebook-kaupan mahdollisuuksia): <http://esseepankki.tiimiakatemia.fi/marulle-nettikauppa> .

Marun on mahdollista jatkaa joko pop-up konseptilla, kuten se alkoikin (esim. kesäkuukaudet toukokuusta elokuuhun). Toisaalta, kun liike on nyt pyörinyt yli vuoden yhtäjaksoisesti, Maru on saanut runsaasti lisää vakioasiakkaita sekä jalansijaa ja jonkin verran tunnettuutta Jyväskylän kirpputori- ja vaateskenessä. Eräs asiakas sanoi: *“Toivottavasti Maru jatkuisi edes jossain muodossa, sillä se on rikkaus Jyväskylälle.”*

Ympärivuotisessa liiketoiminnassa on myös etuna sesonkikampanjoiden hyödyntäminen myynnissä ja markkinoinnissa. Hyvin myyviä sesonkeja ja kampanjapäiviä on olleet mm. Black Friday -viikonloppu, ystävänpäivä, äitiänpäivä sekä joulusesonki erityisesti yhteistyökumppanien tuotteiden myynnin osalta (Yo Zen ja WayOut-lahjakortit). Myös Jyväskylän Elävä Kaupunginkeskusta ry:n ja Sisustuskärpänen -putiikin yrittäjän Heidi Lehdon järjestämät tapahtumat kivijalkamyymälöille ovat antaneet mukavasti näkyvyyttä ja lisää myyntiä.

Tampereen Proakatemiaalta on muutama tosissaan kiinnostunut henkilö tuomaan **Marun liiketoimintakonseptin Tampereelle**. Neea kävi kevään lopussa Tampereella juttelemassa tiimiyrittäjä Katarina Ojaselle tästä, joka lähtisi mielellään projektia vetämään kesän loputtua. Tässä on siis suuri mahdollisuus saada myös passiivista lisätuloa, ja lisää kokemusta toiminnan laajentamisesta!

## Yhteystiedot

Kiitos, kun luit! Otathan yhteyttä, jos tulee kysyttävää. Vastaamme mielellämme! :)

Hymyterveisin,

*Janita Mikkola, Neea Takala ja Iris Nokka  
Marutyöt*

### **Yhteyshenkilö periyttämisessä:**

**Janita Mikkola**  
**puh. 040 521 2920**  
**[maru.secondhand@gmail.com](mailto:maru.secondhand@gmail.com)**

**MARU Second Hand & Outlet**