

## Petteri Kopsen Jaiku-ajasta 90 prosenttia oli kurjaa

14.5.2009 15:17 — Perttu Pitkänen  
[perttu.pitkanen@sanoma.fi](mailto:perttu.pitkanen@sanoma.fi)

First Hopin ja Jaikon perustaja Petteri Koponen ei maalaile ruusuista kuvaa uuden yrityksen aloittamisesta. Mahdollisuus vaikuttaa omaan työhön ja yrityksen menestyminen ovat kuitenkin oman yrityksen palkitsevia puolia.

- Pitch-pitch-pitch-pitch, on **Petteri Kopsen** tärkein neuvo aloitteleville yrityksille.

Pitching on idean myymistä mainospuheella. Kopsen mukaan start-up -yrityksen perustajan pitää ylipitchata omaa yritystään ja ideaansa ja kaikkialla: sijoittajille, asiantuntijoille, tutuille, taksikuskeille...

- Mistä tietää että start-up -yrittäjä pitchaa? Siitä että hänen suunsa liikkuu, Koponen siteeraa yritysoppaita.

Kopsen luulisi tietävän mistä puhuu, sillä hän on perustanut jo kaksi it-alan yritystä, joista hän ja sijoittajat ovat tehneet onnistuneen "exitin" eli päässeet eroon hyvällä voitolla. Tietoliikenneyritys First Hop myytiin yhdysvaltalaiselle Airwide Solutions -yhtiölle ja mikrobloggeripalvelu Jaiku hakukoneyhtiö Googlelle vuonna 2007. Koponen on myös ohjelmistoyhtiö Exoven perustaja.

Nykyisin hän työskentelee Lontoossa Googlen uuden liiketoiminnan kehitystehtävissä [Kopsen kävi Suomessa puhumassa sijoittajien ja start-upien kohtaupaikaksi tarkoitetussa MoneyTalks Forum Special -tapahtumassa](#).

### Muille kertominenjalostaa omaa ideaa

- Pitch-learn-pitch-learn, on Kopsen jalostetumpi motto.

Omaa yritysideaansa muille selittämällä oppii samalla myös itse.

- Jos kukaan ei innostu yrityksestä ja ideasta, on siinä varmasti jotain pielessä. Lisäksi muille ideasta kertoessaan

---

saa yleensä myös hyvää palautetta.

Koponen kertoo Googlella olleensa kuuntelemassa yrityksiä, jotka tulevat jo toista kertaa täsmälleen saman esityksen kanssa. Sellainen ei herätä rahoittajissa luottamusta yrityksen kykyyn vastata asiakkaiden tai käyttäjien tarpeisiin.

Ahkera pitchaaminen kuitenkin tehoaa, joskus yli odotusten.

- Kun olimme Piilaaksossa hankkimassa rahoitusta Jaikulle, aloimme parin viikon jälkeen kuulla pääomasijoittajilta, että olimme kuulemma mullistamassa mobiiliviestintää ja parempia kuin Twitter. Ne olivat samoja asioita, joita me olimme sanoneet eri tapaamissa. Emme ruvenneet väittelemään, varmaan se sitten on niin, jos kerran niin sanotaan, Koponen hymyilee.

Jaiku onnistui keräämään rahoittajia. Se neuvotteli sijoittajien kanssa lisärahoituksesta vielä päivää ennen kuin sopimus yhtiön myymisestä Googlelle lyötiin lukkoon. Koposen mukaan start-upin on kerättävä rahaa koko ajan, varmuuden vuoksi.

Koposen mukaan ideaa ei kannata salata siksi, että pelkää jonkun kopioivan sen.

- Ideavarkaus on paljon pienempi uhka kuin se, että start-up on tekemässä surkeaa tuotetta.

## **Älä palkkaakavereita**

Koposen mukaan on totta, että suomalaisilla alkuvaiheen yrityksillä on liian pienet tavoitteet.

- Suuren idean toteuttaminen on yhtä vaikeaa kuin pienenkin, sillä suuret ideat houkuttavat parempia tekijöitä.

Myös liika monimutkaisuus on Koposen mukaan suomalaisille tyypillistä.

- Suomalaisilla ja itä-eurooppalaisilla insinööreillä on paljon teknistä osaamista, ja palveluista tehdään joskus liian monimutkaisia. Jos pääomasijoittajat eivät sitten innostu palvelusta, siihen lisätään vielä lisää ominaisuuksia, mikä tekee siitä vielä monimutkaisemman.

Hyvänä esimerkkinä yksinkertaisesta palvelusta Koponen mainitsee Twitterin, Jaikua paljon suosittumman mikrobilogipalvelun. Palvelun käyttö on todella yksinkertaista, joten kaikki osaavat heti käyttää sitä.

Koponen varoittaa palkkaamasta kavereita, sillä

---

ystävyyssuhteet joutuvat vaaraan, jos heidät joutuu erottamaan. Aloittava yritys tarvitsee parhaat mahdolliset neuvojat ja työntekijät, sillä yritys on vain niin hyvä kuin sen heikoin lenkki.

- Silloinkin on syytä miettiä ideaa uudestaan, jos se ei kiinnosta parhaita tekijöitä.

Koposen mukaan nyt on hieno aika perustaa yritys, sillä lahjakkaita tekijöitä on todennäköisesti helpompi saada kuin nousukautena.

### **Start-upin perustajilla on rankkaa**

Koposen mukaan ensimmäiset sopimukset määrittävät yrityksen, joten niiden eteen kannattaa tehdä paljon työtä.

Yrityksen perustajille tämä merkitsee pitkiä päiviä, jolloin oman perheen kanssa vietetään paljon vähemmän aikaa kuin työkavereiden.

Yrityksen perustaja on myös sen tärkein myyntimies, sillä varsinkin Yhdysvalloissa perustajan odotetaan osallistuvan tärkeisiin tapaamisiin.

- Perustajasta tulee joskus yrityksen kasvun pullonkaula.

Koponen sanookin olleensa start-up -aikanaan onneton noin 90 prosenttia ajasta.

- Mutta jälkeinpäin se tuntuu tosi hyvältä.

Litteenä olevassa videossa Koponen kertoo start-upeihin erikoistuneelle [Tiburón-tv -verkkosivustolle](#) Jaikun perustamisesta sekä sen kilpailijasta Twitteristä.

<embed src="http://blip.tv/play/ge9F5vQ4kMQs%2Em4v" type="application/x-shockwave-flash" width="558" height="450" allowfullscreen="true"></embed>

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2009/05/14/petteri-koposen-jaiku-ajasta-90-prosenttia-oli-kurjaa/200912223/66>