

Ollin ja Joken seikkailut rommi- bisneksessä amerikkalaisen pornotähden kanssa

Kesäkuun 2. päivä ilmestytävä *Maisteluni. Romminmakuinen tarina yrittäjyydestä* -tietokirja kertoo vitsistä alkunsa saaneen rommibrändin tarinan. Perustajien haaveissa siinsivät miljoonat ja maailmanvalloitus – todellisuudessa mikään ei mennyt niin kuin piti.

Mainosmiehet Olli Hietalahti ja Jouko Laune olivat kuvausmatkalla Amsterdamissa vuonna 2004, kun katse pysähtyi baarissa rommijulisteeseen. Hervoton idea syntyi saman tien: julisteesta silmään iskenyt *ron* tarkoittaa espanjaksi rommia, ja yksi maailman kuuluisimmista Roneista on pornotähti Ron Jeremy. *Mitä jos perustaisi Ron de Jeremy -rommibrändin...*

Ja ei kun hommiin. Pullo hahmoteltiin viidessä minuutissa baarikuitin takapuolelle. Illan aikana herrat kehittivät brändiä ja laativat suunnitelman maailman valloittamiseksi.

Tämän jälkeen he hautasivat idean viideksi vuodeksi.

Vuosi 2009. Mainostoimistoarki tympäännyttää, asiakkaat pännivät, työn merkityksellisyyden kanssa on vähän niin ja näin. Hyvä hetki palata sen hölmön rommi-idean pariin.

Yrittäjyyden korkeakoulu – kun melkein kaikki menee pieleen

Maisteluni kertoo uskomattoman tositarinan Ollin ja Joken kahdentoista vuoden seikkailuista alkoholibisneksessä.

Mehevin anekdootein höystetty teos käy läpi yrittäjien matkan pystymetsästä maailmalle. Hämmentävät neuvottelut Ron Jeremyn kanssa, googlailut, mistä sitä rommia saa, villit markkinointikiertueet pornotähden kanssa Amerikassa ja Australiassa ja monet muut kommellukset kerrotaan letkeästi ja umpirehellisesti. Jollain ilveellä ummikot onnistuvat kehittämään huipputuotteet ja rakentamaan jakeluverkoston ympäri maailmaa.

Maisteluni on myös tarina vaikeuksista ja niiden voittamisesta. Tehdas palaa, selkään sataa puukkoja, yhtiökumppani kuolee, yllä leijuu jatkuva konkurssin uhka, ja lopulta mies pullon kyljessä, Ron Jeremy pidätetään seksuaalirikoksista epäiltyinä. The End? Niinhän sitä luulisi...

Teos on visuaalisesti näyttävä ja läpikuvitettu – siinä on yli 80 kuvaa miesten matkan varrelta.

Kirjan on kirjoittanut toinen rommibrändin perustajista, copywriterina entisessä elämässään toiminut Olli Hietalahti.

MAISTELUNI. Romminmakuinen tarina yrittäjyydestä -kirjan kustantaa Troijan Hevonen. Kirja julkaistaan 2. kesäkuuta.



Olli Hietalahti (s. 1968) on koulutukseltaan kauppatieteiden maisteri. Valmistumisensa jälkeen hän työskenteli yli 15 vuotta copywriterina useissa eri mainostoimistoissa – ura alkoi Contrasta, jatkui SEK & Greyn ja Euro RSCG:n kautta hasan & partnersille, ja sieltä perustamaan mainostoimisto Kingiä. Alkoholibisnekseen hän hyppäsi Kingistä vuonna 2010.

Hietalahden yhdessä yhtiökumppani Jouko Launeen kanssa perustama One Eyed Spirits Oy on luonut Ron de Jeremy -rommibrändin (nykyisin Come Hell or High Water) sekä Tom of Finland Organic Vodkan. He ovat myös konsultoineet useita eri alkoholitoimijoita brändin rakennukseen liittyen.

Olli on naimisissa ja hänelle on kolme lasta. Hän harrastaa koripalloa, telemarkia, golfia ja lukemista.

Lisätietoja, arvostelukappaleet ja haastattelupyynnöt:

Rami Ahonen
Kustantamo Troijan Hevonen
rami@troijanhevonen.fi
050 352 4847

Kuvamateriaali

Osoitteesta www.troijanhevonen.fi/media on ladattavissa kirjan kansi, kuva kirjailijasta sekä avainkuvia kirjasta.



TROIJAN
HEVONEN