



MEDIAOPAS 2024

K KAUPPIASLIITTO



**K-KAUPPOISSA MYYNTI
MAISTUU *hyvältä***

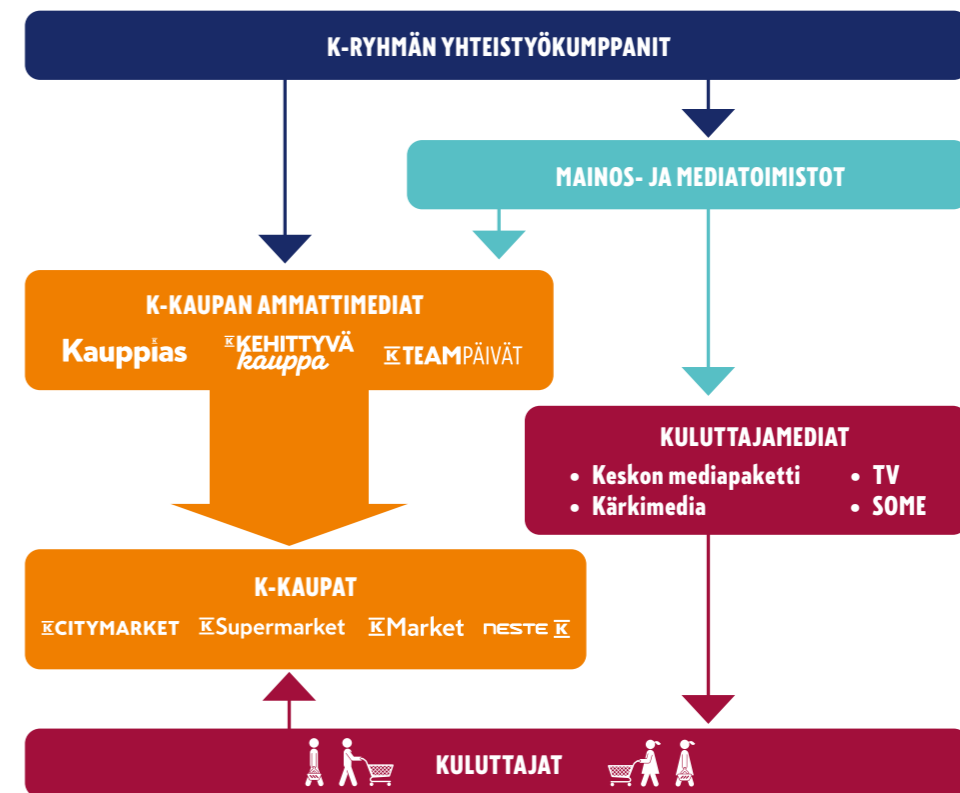
Kauppias

**KEHITTYVÄ
kauppa**

TEAMPÄIVÄT

Paluu perusasioihin: MYYNTI NOUSUUN K-AMMATTILAISTEN AVULLA

Taloudellisesti tiukkoina aikoina kannattaa keskittää panokset huippumyynnin saavuttamiseen. Se onnistuu viestimällä oikealle kohderyhmälle, oikeaan aikaan. Kauppiaille ja kauppojen henkilökunnalle kohdistettu ennakkomarkkinointi on tuotteesi menestymisen kannalta ensiarvoisen tärkeää. K-kaupan ammattimedia on vahva väylä tavarantoihtajien ja K-kauppojen välillä. Ammattimedioilla tavoitat lähes 20 000 K-ryhmän kaupossa työskentelevää myynnin ammattilaista. **Varmista myynnin kasvu esittelemällä uutuustuotteesi kaupan väelle hyvissä ajoin ennen kuluttajakampanjaa.** Kun markkinoit tuotteesi ensin kaupan väelle, he tietävät ja myyvät sen kuluttajan ostokassiin!



Kun haluat viestiä K-ruokakaupan väelle, ota yhteyttä!

Tommi Tanhuanpää
markkinointipäällikkö
puh. 010 533 6218
tommi.tanhuanpaa@k-kauppiasliitto.fi

Antti Koivula
myyntipäällikkö
puh. 010 533 6220
antti.koivula@k-kauppiasliitto.fi

Essi Etholén
assistentti
puh. 044 344 5591
essi.etholen@k-kauppiasliitto.fi

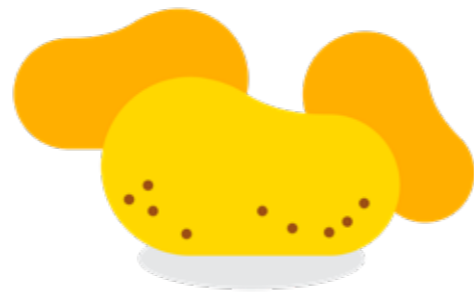
K KAUPPIASLIITTO

TRENDIVEIKKAUKSEN TULOS: VASTUULLISUUS ON SELKEÄ VOITTAJA

Tulevat ilmiöt kumpuavat tällä hetkellä maailmaa ravistelevista tapahtumista. Itsestä ja ympäristöstä huolehtiminen tuo lohtua maailman myllerryksen keskellä. Vastuullisuus-teema jatkaa hurjaa nousuaan. Sen lonkerot kietoutuvat elämän moniin eri osa-alueisiin. Toisena ilmiönä rinnalle kirii harkitun budjetin kuluttaminen. Tutustu trendeihin, ja mieti miten brändisi pystyy niihin vastaamaan!

Niukkuus nostaa niksikkyyttä

Fiksuja valintoja haetaan luovasti, kun hinnat kohoavat ja kodin laskut on otettava suurennuslasin alle. Ostokset suunnitellaan entistä tarkemmin. Kun euroista on niukkaa, on käyttöön otettu perinteiset tarkan markan toimintatavat. Kotona kokkaillaan yhä enemmän konstailematonta perusruokaa. Satokausijattelu nostaa päätään, ja sesongin raaka-aineet kiinnostavat sekä herkullisuutensa että hintansa takia. Huomiota kiinnitetään myös ruoanvalmistuksen energiatehokkuuteen. Ruokia valmistetaan useammaksi päiväksi kerrallaan eikä jämäruokia heitetä hukkaan.



Kaura kovassa kasvussa

Kaurapohjaiset kasviuomat ovat valloittaneet perinteisen maidon markkinoita. Nyt haetaan terveellisyyttä, vastuullisuutta ja vaivattomuutta. Valintoja tehdään nyt usein sen mukaan, miten paljon tuote kuormittaa luontoa tai kasvatetaan hiilijalanjälkeä. Yhä useammat asiakkaat ovat siirtyneet käyttämään kasvipohjaisia maitoa korvaavia tuotteita. Kasvipohjaisten juomien osuus koko maitotuoteryhmästä on yli tuplaantunut. Suomessa kuluttajien mieltymyksiä hallitsee selvin lukemin meille tuttu kaura. Kaurapohjaisista juomisista on tullut meillä supersuosittuja, ja uusia tuotteita syntyy jatkuvasti lisää.

Kestävät tuotteet kestävät tarkastelun

Kestävissä tuotteissa yhdistyy monia hyviä asioita, isoja ja pieniä valintoja. Kestävillä tuotteilla on pienempi ilmastovaikeus. Toimitusketjun läpinäkyvyys globaalisti nousee koko ajan tärkeämmäksi. Asiakkaat haluavat tietää tuotteen tai raaka-aineen vastuullisuuden koko ketjun ja tuotteen elinkaaren osalta. Yksi iso nouseva ryhmä kestävässä tuotteissa on kiertotaloustuotteet. Kierrätetyistä raaka-aineista tehtyjä tuotteita halutaan valikoimiin niin paljon kuin mahdollista. Nerokkaita ideoita syntyy jatkuvasti. Uudessa Pirkka Kaffe-tuotepereheessä kahvinporoista tehdään multaa ja kasvuravinnettä. Kahvinporot kerätään Neste K -asemilta, joilla juodaan miljoonia kuppeja kahvia vuosittain.

Merkitykselliset merkit

Ympäristötietoiset valinnat ovat tulleet ihmisille yhä tärkeämmiksi, ja siksi kaupassa kuluttajan apuna on useita valintoja ohjaavia merkkejä. Yhä useampi tuote tulee tulevaisuudessa hakemaan merkkiä, joka auttaa ekovalinnoissa. Esimerkiksi pohjoismainen Joutsenmerkki ja EU:n ympäristömerkki EU-kukka arvioivat laajasti tuotteiden ja palveluiden ympäristöystävällisyyttä. Merkkien kriteerit ovat tarkoituksella tiukat, ja kuluttaja voi uskoa, että kun hän valitsee ympäristömerkityn tuotteen, joku muu luotettava taho on jo arvioinut tuotteen ympäristöystävällisyyttä hänen puolestaan. Ruotsissa on jo jopa kokonaisia ympäristömerkittyjä kauppiaita. Milloin tulee ensimmäinen suomalainen ympäristömerkitty kauppa?

”
**SUURIN KASVUPOTENTIAALI
ON HELPOISSA JA HYVÄÄ
MIELTÄ TUOTTAVISSA
VASTUULLISUUSTEOSTEISSA.**



**MIKÄ ON
BRÄNDISI VAHVUUS
VASTUULLISUUDESSA?**

Vastuullinen brändi sekä houkuttaa että koukuttaa

Vastuulliset brändit ovat kovassa nousussa. Vastuullisuuden tulee ulottua asiakaslupauksesta sen lunastukseen. Kiertotaloutta toteuttavan brändäyksen ankkurit voidaan jakaa kolmeen osaan. Ensimmäinen niistä perustuu osaamiseen ja tietoon, jolloin tietoja annetaan vastuullisesti käyttäjien käyttöön – kuten Martat tekevät. Toiseksi vaaditaan tuottajan ja käyttäjän yhteistoimintaa. Se näky esimerkiksi käytettyjen puhelinten myynissä. Kolmanneksi tarvitaan asiakkaiden tai kumppaneiden arjen ja käytänteiden helpottamista ja parantamista. Esimerkiksi Olvi valmistaa ylijäämäappelsiineista lonkeroa. Vahva, vastuullinen brändi ohjaa valintoja tulevaisuudessa.

Hyvinvoinnista huolehtimista hellästi

Hyvinvointia vaalitaan sallivin valinoin. Kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin kuuluu monenlaisia ruokaa, uneen ja mielenterveyteen liittyviä tekijöitä. Fyysisen puolen lisäksi huomiota on alettu kiinnittää entistä enemmän myös henkiseen hyvinvointiin. Nousussa on vihannesten lisääntyvä käyttö, joustava kasvisyönti lihan käytöstä kuitenkin kokonaan luopumatta, suolan käytön vähentäminen, vastustuskykyä parantavat tuotteet ja aivojen hyvinvointia tukevat ruoat. Muutoksia tehdään lempeällä otteella tiukkaa ehdottomuutta välttämällä. Sallivuus ja omien tarpeiden parempi kuuntelu on tätä päivää.



Voittaja vastuullisuudessa

Päivittäistavarakauppa on arvioitu parhaiten yhteiskuntavastuuta kantavaksi toimialaksi jo 11. kerran peräkkäin. Yksittäisistä osa-alueista ykköseksi se arvioitiin YouGov Finlandin Toimialojen yhteiskuntavastuu -kyselytutkimuksessa 12/2022 veronmaksuvastuussa, työllisyysvastuussa sekä vastuussa ympäristöstä ja ilmastosta. Vaikka kulunut vuosi oli monin tavoin vaikea, päivittäistavarakauppa jopa paransi vastuullisuusmielikuvansa suomalaisten silmissä. Yli kymmenen peräkkäistä ykkössijaa tutkimuksessa kertoo suomalaisilla olevan vahva luotto päivittäistavarakaupan toiminnan vastuullisuuteen.

Lähiruokaa ja luovuutta

Ympäristövastuulliset valinnat pysyvät jatkossakin mielessä. Vaikka K-ryhmän Ruokailmiöt 2023 -tutkimuksessa yli 60 prosentti koki, että vastuullisesta ruoan ostamisesta on tullut selvästi vaikeampaa ruoan hinnan nousun takia, niin omien ruokavalintojen vaikutukset ympäristöön ovat edelleen yhä useamman pohdinnassa. Lähellä tuotetun ruoan suosio on kasvussa, ja myös omavaraisuuskeskustelu ohjaa suosimaan kotimaista. Eksoottisten raaka-aineiden käyttöä voidaan pitää jopa nolona – näin sanoi reilu 29 prosenttia vastaajista. Luovat ruoanlaittajat soveltavat kotimaisia raaka-aineita myös maailman makuihin.

Tiekartta terveellisyteen

Monien suomalaisten toiveissa on terveellisempi ruokavalio. Uusi K-terveellisystiekartta tarttuu ongelmaan tekemällä hyvinvointia edistävät ruokavalinnat asiakkaille mahdollisimman helpoksi kolmen selkeän ja mitattavan tavoitteen kautta. Tavoite nro 1: Suomalaiset syövät puoli kiloa kasviksia päivässä vuonna 2030. Tavoite nro 2: Lisätyn suolan, sokerin ja tyydyttyneen rasvan saannin vähentäminen. Tavoite huomioiden Pirkka-tuotteet reformuloidaan vuoden 2025 loppuun mennessä. Tavoite nro 3: Sydänmerkki lisätään Keskon omien merkkien tuotteisiin pakkausmuutosten yhteydessä vuoden 2024 loppuun mennessä. Mikä on sinun brändisi tiekartta terveellisyteen?





”
KAIKISSA TILANTEISSA
ASIAKKAAN PITÄÄ OLLA
YKKÖNEN.”

KAUPPIASTARINA

K-MARKET HUMMERI, RANTASALMI

Kauppiaa aloitti K-Market Sulkavan kauppiaana 1.9.

Tuoreita kukkia JA KYLÄKAUPPA- TUNNELMAA

K-Market Hummerin liikeideana on, että asiakkaat kokevat saapuvansa kotoisaan ja läheiseen kauppaan, jossa heitä kuunnellaan ja palvellaan hyvin ja iloisesti.

”Haluan kauppamme olevan houkutteleva. Tarjolla on paikallisia tuotteita. Asiakkaat huomioidaan kaikissa tilanteissa, ja henkilökuntaa on helppo lähestyä. Kun meiltä toivoo jotain tuotteita, pyrimme aina täyttämään toiveen”, pitkän kauppiaauran Rantasalmella tehnyt **Marjo-Kristiina Turunen** kertoo.

Tuoreista kukista kauppiaa ei tingi. Niitä löytyy eri puolilta kauppaan ympäri vuoden. ”Haluan, että täällä on kaunista ja osa siitä ovat tuoreet kukat. Kukkia pitää voida ostaa helposti”, Turunen kertoo.

Turunen on kehittänyt kaupasta monipuolisen lähipalvelukeskuksen. Kaupasta löytyvät postipalvelut, Postin automaatti, pakettipalvelu, asiakirjaluovutukset ja Veikkauksen piste. Kauppaan voi jättää pesuun mattoja. Paikalliseen apteekkiin voi myös tehdä tilauksen. ”Palvelujen monipuolisuus on se, mitä haluamme asiakkaille tarjota. Kaipa tämä on myös yleistietotoimista. Meiltä voi kysellä mitä vain”, Turunen sanoo.



Jatkuva kokeileminen JA LUPA EPÄONNISTUA

Pekurin vegehyllly on puheenaihe eri someyhteisöissä. Vegehyllly on yksi esimerkeistä, joilla entisen Stockmannin Herkun raunioille vuonna 2018 kohonnut K-Supermarket Pekuri on onnistunut valloittamaan asiakkaiden sydämet. Kaupan muita vahvuuksia ovat esimerkiksi panimo-osasto ja kalaosaamisen ympärille rakennettu palvelutiski. "Meiltä löytyy nyt koko Pohjois-Suomen paras ja Etelä-Suomenkin parhaiden kauppojen kanssa kilpailukykyinen vegehyllly", kauppiat **Jaana ja Mika Sara** kertovat.

Lupa epäonnistua kiteyttää hyvin kauppiaiden johtamisfilosofian. "Virheitä saa ja pitääkin tehdä, jotta asiat menevät eteenpäin. Olemme halunneet panostaa psykologiseen tur-

vallisuuden tunteeseen ja siihen, ettei kukaan joutuisi pelkäämään epäonnistumista omassa työssään", Mika Sara kertoo. Liikeideaan ja edelläkävijyyteen kuuluu Pekurissa myös jatkuva kokeileminen ja tietty yllätysmomentti. Joskus parhaat ideat syntyvät vaikka saunan lauteilla. "Keksimme toteuttaa leivosbuffan yhdessä kumppanin kanssa. Leivoksia myytiin monen viikon ajan hirveitä määriä", Mika Sara iloitsee.

Pekurin väki arvostaa korkealle K-Supermarket-ketjun vuoden 2022 myynninkehittäjä tunnustustaan. "Se oli mahtava tunnustus, ja kovasti olemmekin tehneet töitä. Olemme tehneet määrätietoista työtä, emmekä ole missään vaiheessa jääneet tuleen makaamaan" Jaana Sara sanoo.



” PARHAIMMILLAAN IDEA TULEE TIISTAINA, JA JO PERJANTAINA KAUPALLA ON OLLUT TÄYSI MENO PÄÄLLÄ.”





”MIETIN KOKO AJAN, MIKÄ ON SE SEURAAVA SUSHI.”

KAUPPIASTARINA
K-CITYMARKET, SALO

Täysuudistusta JA LUOTTAMUSKAUPPAA

Kalatiski erottuu Salon K-Citymarketissa laajalla valikoimallaan, josta löytyy myös erikoisuuksia. Tavoitteena on tarjota jokaiselle jotakin, myös erilaisissa hintaluokissa. Tuotteita tehdään paljon myös itse, ja kokonaisten kalojen fileointi on salolaisten erityisesti rakastama palvelu. Neljännen polven K-kauppias **Eemeli Aaltonen** toteaa kalakaupan olevan ennen kaikkea luottamuskauppaa, joka vaatii uskallusta kokeilla ja ottaa silloin hiukan hävikkiäkin vastaan.

Toukokuussa 2023 alkaneessa täysuudistuksessa keittiötoimintaa on tarkoitus lisätä. Hyviä askeleita on jo otettu täytettyjen patonkien ja sushipisteen osalta. Aaltonen kertoo monen epäilleen sushipistettä – turhaan. ”Sushi on nyt yksi kaupan myydyimmistä tuotteista. Myös mehukoneita epäiltiin, mutta päätin heti että kokeillaan niitä ainakin vuosi

ennen johtopäätöksiä. On tärkeää löytää keinot erilaistua kilpailijoista, ja mietin koko ajan, mikä on se seuraava sushi”, Aaltonen kertoo.

Aaltosen mukaan täysuudistuksessa ei ole luvassa taikatemppuja, vaan tavoitteena on uudistaa kaupan ilme, kasvattaa hyllymetrejä, lisätä valikoimaa sekä leventää käytäviä. Pitää hyllyt jatkossakin täynnä tavaraa ja reagoida toiveisiin. Siis: tehdä myyntiä. Uudistustyössä isoon rooliin pääsee kaupan henkilökunta, jonka osaamista Aaltonen kehuu vuolaasti. ”Kun lähemme uudistamaan osastoja, kauppiaan tehtävänä on antaa henkilökunnalle kaikki pelivälineet onnistua ja suunnitella omaa osastoaan”, Aaltonen sanoo.



YLI 50 UUTTA K-KAUPPIASTA VUONNA 2023



VESA JA KUKKA LAHTINEN
K-MARKET LOHJANPORTTI

Vesa Lahtinen on ollut kaupan työssä useissa eri K-ruokakaupoissa ja viimeisimmän vuoden K-Supermarket Munkissa. Kukka Lahtisella on myös 13 vuoden työkokemus kaupan töistä. Lohjanporttiin hän tulee K-Citymarket Kirkkonummelta.



JONNA TIMONEN
K-MARKET RUOKAVINKKI, OULU

Jonna Timonen on työskennellyt kaupan alalla vuodesta 2010 alkaen. Hän aloitti työt Siwa-ketjussa myyjänä ja eteni myymäläpäälliköksi saakka. Ketjun siirryttyä K-ryhmään myös Timonen siirtyi K-Market-ketjuun. Jonna on opiskellut ahkerasti työn ohella mm. esimiesvalmennuksen ja kauppiasvalmennukseen.



NINA WIKSTRÖM
K-MARKETIT RUSKEASUO JA
PIKKU HUOPALAHTI, HELSINKI

Nina Wikström on työskennellyt koko uransa kaupan alalla. Hän on aloittanut erikoistavarakaupasta ja toiminut viimeiset 10 vuotta tavaratalojohtajana K-Citymarketeissa eri toimipaikoissa. Kauppiasvalmennuksen hän suoritti K-Supermarket Nummelassa ja K-Supermarket Triplassa.



ALI JAHANGIRI
K-MARKET BIILITALO, HELSINKI

K-Market BiiliTalo on Ali Jahangirin ensimmäinen kauppa. Autotalolla on vahva historia Helsingissä. Keskeinen sijainti tuo asiakkaita sekä paikallisia että turisteja. Jahangirin tavoitteena on, että BiiliTalosta tulee Helsingin stadilaisiin ruokakauppa. Ura kauppiaina on stand up -koomikkona tunnetuksi tulleen Jahangirille uusi aluevaltaus.



**WALTERI KÖNTTÄ JA NOORA
LUOMA-KETURI,**
K-SUPERMARKET SUVITUULI, SYSMÄ

Walteri Könttä on toisen polven kauppias ja hän on työskennellyt ruokakaupassa lähes koko ikänsä. Viimeksi hän toimi Raisio Centerin myymäläpäällikkönä. Noora Luoma-Keturilla on ruokakaupan uraa reilut seitsemän vuotta. Viimeiset vuodet hän toimi Raisio Centerissä konttoristina hoitaen myös verkkokauppaa.

Kauppias

Kauppias on **K-kauppiasliiton jäsenlehti**, joka kertoo K-kauppiain työn kannalta merkittävistä uutisista ja asioista. Lehti seuraa aktiivisesti vähittäiskaupan kilpailutilannetta ja esittelee K-kauppiasliiton hallituksen tekemiä päätöksiä, kaupan edunvalvontaan liittyviä kysymyksiä sekä jakaa tietoa työsuhteasioista.

K-kauppiat ovat kauppiasyrittäjiä, joista jokainen vastaa itsenäisesti oman kauppansa toiminnasta. Kauppias-lehti on heille merkittävä uutiskanava, josta etsitään tietoa muun muassa yrittäjyyteen liittyvistä palveluista. **Ilmoittamalla tuotteestasi tai palvelustasi K-kauppiain omassa lehdessään, tavoitat heidät kaikki yhdellä kertaa.**

MEDIA, JOLLA PUHUT SUORAAN K-KAUPPIAALLE

ILMESTYMISAIKATAULU 2024

Nro	Varaus	Aineisto	Ilmestyy
1	5.1.	12.1.	26.1.
2	2.2.	9.2.	23.2.
3	23.2.	1.3.	15.3.
4	5.4.	12.4.	26.4.
5	10.5.	17.5.	31.5.
6-7	7.6.	14.6.	28.6.
8	26.7.	2.8.	16.8.
9	23.8.	30.8.	13.9.
10	27.9.	4.10.	18.10.
11	27.10.	1.11.	15.11.
12	22.11.	29.11.	13.12.

ILMOITUSHINNAT 2024

Koko*	Leveys	Korkeus	Hinta €
1/1	240	320	2 500
1/2 pysty	110	320	1 900
4. kansi**	240	293	2 500

* Ilmoituksen kokoon on lisättävä vähintään 5 mm:n leikkausvara.
** Huomioi 4. kannen ilmoituksen korkeus.

- Hinnat eivät sisällä arvonlisäveroa.
- Muut koot ja monisivuilmoitukset sekä stifti- ja liimatippaliitteet sekä muut sopimuksen mukaan.
- Lisäveloitukset: Määräpaikkakorotus 10 %

KAUPPIAS-LEHTI KERTOO K-KAUPPIAS- YRITTÄJÄLLE MERKITTÄVISTÄ ASIOISTA

- **K-kauppiain oma jäsenlehti**
- **Lähetetään K-kauppiaille ja luottamus-
tehtävissä toimiville keskolaisille**
- **11 numeroa vuodessa**
- **Painosmäärä 1750 kpl**



K KEHITTYVÄ kauppa

MEDIA, JOLLA TAVOITAT KOKO K-KAUPAN VÄEN

SUOMEN JOHTAVA VÄHITTÄISKAUPAN AMMATTILEHTI

- Tilataan K-kauppoihin ja myyjille kotiin
- Lähes 20 000 lukijaa
- 9 numeroa vuodessa
- Tutkimusnumero elokuussa
- Teemanumerot
- kauppiaalle printtilehti on edelleen luetuin

Kehittyvä kauppa on koko K-kaupan välle suunnattu ammattilehti, joka tarjoaa tietoa trendeistä ja ajankohtaisista aiheista, kehittää ammatillista osaamista sekä välittää inspiraatiota myyntityöhön. **Kehittyvä kauppa on arvostettu ammattilehti, jota lukee koko K-ryhmä.** Se on tilattu jokaiseen K-kauppaan, ja lisäksi kauppiat tilaavat sitä henkilökunnalleen myös kotiosoitteeseen.

Kehittyvä kauppa -lehden koulutuksellinen merkitys on suuri. Se tarjoaa tärkeää tietoa uutuustuotteista sekä tulevista kuluttajakampanjoista ja niiden aikatauluista kaupan henkilökunnalle. Ilmoitus Kehittyvä kauppa -lehdessä on ainutlaatuinen paikka valmentaa myyjät myyntityöhön. **Esittelemällä uutuutesi hyvissä ajoin ennen lanseerausta varmistat, että myyjät ovat valmiina ja tuotteesi myynti lähtee lentoon.**



Tutustu lehteen: k-kauppiasliitto.fi/kehittyvakauppa

ILMOITUSHINNAT 2024

Koko*	Leveys	Korkeus	Hinta euroa
2/1	430	280	6 900
1/1	215	280	3 900
1/2 vaaka	215	138	2 900
1/2 pysty	105	280	2 900
4. kansi**	215	250	4 300

* Ilmoitusaineistoon on lisättävä 5 mm:n leikkausvara.
** Huomioi 4. kannen ilmoituksen korkeus.

- Hinnat eivät sisällä arvonlisäveroa.
- Stifti- ja liimatippaliitteet sekä muut ilmoituskoot sopimuksen mukaan.
- Lisäveloitukset: Määräpaikkakorotus 10 %

ILMESTYMISAIKATAULU 2024

Nro	Varaus	Aineisto	Ilmestyy	Teema
1	14.12.23	20.12.23	12.1.	Alkuvuoden uutuudet
2	23.1.	31.1.	16.2.	
3	26.2.	28.2.	22.3.	Kesän juomat -liite
4	26.3.	2.4.	18.4.	Kesän uutuudet, Jäätelöliite
5-6	26.4.	6.5.	24.5.	Kaupan Tekijät
7-8	29.7.	7.8.	23.8.	Syksyn uutuudet, Koulutusteema
9	30.8.	4.9.	20.9.	
10	2.10.	9.10.	25.10.	K-Team Päivät -ennakkoteema
11	30.10.	6.11.	22.11.	Kaikki koossa

Katso lisätiedot: www.k-kauppiasliitto.fi
> Kehittyvä kauppa > Ilmoita lehdessä > Kehittyvä kauppa mediakortti 2024

UUTUDET JA ERIKOISTUOTTEET



KESÄSESONKI JA GRILLAUSKAUSI



Uudet konseptit



Haussa huomiota? KOKEILE LIITETTÄ!

Kehittyvä kauppa -lehti on erinomainen paikka liitteelle, kun haluat puhutella K-kauppojen ammattilaisia erityisen painokkaasti ja mieleen jäävästi. Innovatiivisella ja luovasti toteutetulla liitteellä herätät innostusta ja vahvistat viestiäsi oikeassa kohderyhmässä. Liite on **tutkitusti kustannustehokas tapa markkinoida uutta tuotetta**, sillä sen huomioarvo on perinteistä ilmoitusta suurempi. Liite poimitaan usein talteen ja säilytetään huomattavasti kauemmin kuin lehti. Liite on oiva tapa avata sesonki ja aktivoida K-kaupan väki.

MITÄ LUOVEMPI RATKAISU, SITÄ TEHOKKAAMPI TULOS

Lisäkansiliite on erinomainen keino nostaa tuotteen huomioarvo huippuunsa hyödyntämällä esimerkiksi pakkauksen muotoa ja ulkonäköä. **Useampisivuinen liite** tarjoaa käyttösi reilusti painopinta-alaa, ja siihen saat mahtumaan tärkeät tiedot tuotteesta ja kuluttajakampanjasta sekä valikoimasta. Lisäksi hyviä vaihtoehtoja ovat **sisäänpistoliite** tai **tuotenäyte** lehden välissä.



Ota yhteyttä,
ja ideoidaan sinun
tarpeisiisi sopiva
liiteratkaisu
yhdessä!

LISÄMYYYNTIÄ INSPIROIVILLA TEEMALIITTEILLÄ

Teemaliitteet jaetaan kaikkiin K-ruokakauppoihin innostamaan myyjä tekemään tilauksia. Liitteen avulla on helppo löytää uutuudet ja tilata tuotteet ajoissa. Varaa paikkasi liitteestä ja varmista, että tuotteesi löytyvät jokaisen K-kaupan hyllystä!

TULOSSA: KESÄN JUOMAT 2024

Teemaliite esittelee tulevan suven suosikkijuomat. Se inspiroi kaupan väkeä juomatilauksiin. Liitteen avulla on helppo löytää kesän uutuudet ja tilata tuotteet ajoissa.

Ilmestyy
22.3.24

TULOSSA: JÄÄTELÖKESÄ 2024

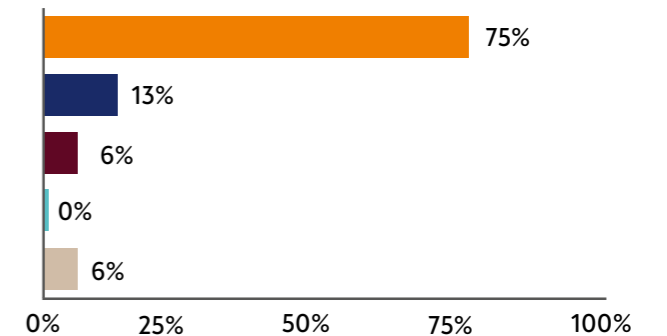
Teemaliite esittelee kesän cooleimmat ja suussasulavimmat jäätelöt. Siitä kaupan väki löytää parhaat ideat jäätelövalikoimaan ja esillepanoihin. Tällä liitteellä varmistat menestyksekkään jäätelökesän.

Ilmestyy
18.4.24



Ilmestyy
28.9.23

KUINKA HYÖDYLLISEKSI KOIT JÄÄTELÖKESÄ-TEEMALIITTEEN?



- 5 Erittäin hyödyllinen
- 4
- 3
- 2
- 1 Ei lainkaan hyödyllinen

Tutkimuslähde: Rian Oy / Kehittyvä kauppa -lehden lukijatutkimus, marraskuu 2022

Varaa paikkasi teemaliitteeseen heti!

MYÖS MARKKINOINNISSA TUTKITTU TIETO ON PARAS TIETO

Kehittyvä kauppa -lehden ilmoitukset ovat tärkeitä työhön liittyvän tiedon välittäjiä K-kaupan henkilökunnalle. **Mai-nostajana haluat varmasti tietää, kuinka hyödyllisenä myyjät ja kauppiat pitävät lehteä ja siinä julkaistavia ilmoituksia.**

Kehittyvä kauppa -lehti teettää vuosittain lukija- ja ilmoitus-tutkimuksen. Tutkimuksen avulla päästään tarkastelemaan lehden tärkeyttä eri ketjuissa työskenteleville henkilöille, ilmoitusten huomioarvoa ja vaikuttavuutta sekä lehden merkitystä uutuustuotteiden tiedottamisessa. Tulokset käydään jokaisen ilmoittajan kanssa yhdessä läpi, ja ne antavat tärkeää tietoa ilmoitusten kohdistamisesta omalle kohde-ryhmälle sekä faktaa eri ketjujen ja tavararyhmien tarpeista. **Tulosten ansiosta saat ilmoituksestasi jatkossa entistä toimivampia.**

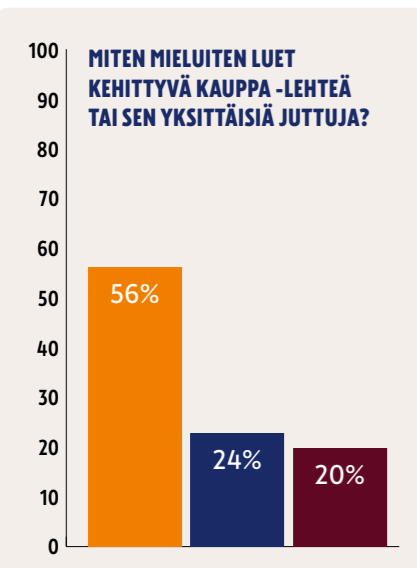
Elokuussa ilmestyvä Kehittyvä kauppa -lehti on tutkimus-numero, jonka jokainen ilmoitus tutkitaan tarkkaan. Tutki-musnumeron teema on syksyn uutuudet, joten se on otol-linen paikka kertoa kerralla koko K-ryhmälle kauppaan lan-seerattavista syksyn tuotteistasi.



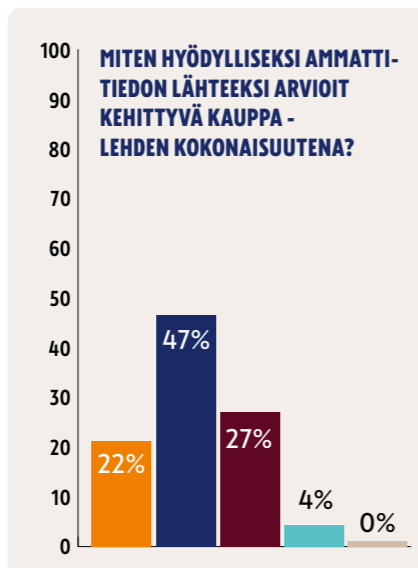
Yli puolet myyjistä ja kauppiaista

- lukee Kehittyvä kauppa -lehden lähes kokonaan.
- saa parhaat tiedot uutuuksista lehdestä.
- kokee lehden hyödylliseksi ammattitiedon lähteeksi.

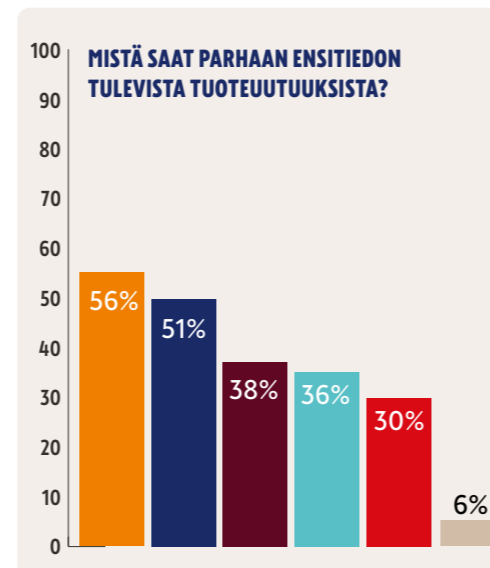
Tutkimusnumeron teemana syksyn uutuudet - varaa paikkasi!



- Printtilehtenä
- Mobiililla, tabletilla tai tietokoneella
- Sekä että



- 5 Erittäin hyödyllinen
- 4
- 3
- 2
- 1 Ei lainkaan hyödyllinen



- Tavarantoimittajalta, edustajalta
- Kehittyvä kauppa -lehdestä
- Keskosta, ketjuyksiköltä
- Tavarantoimittajalta, tuotekatalogista
- Keskosta, tavarakaupalta
- Jostain muualta

K TEAMPÄIVÄT

K-RYHMÄN VUOSITTAINEN VERKOSTOITUMISEN ykköstopahtuma!

VERKOSTOIDU,
VAIKUTA
JA VIIHDY.





**K-TEAM PÄIVÄT
HELSINGIN
MESSUKESKUKSESSA
2.11.2024.
MYYNÄI ALKAA
MAALISKUUSSA,
VARAA PAIKKASI!**



Vuoden odotetuin – ja täysin ainutlaatuinen – vähittäiskaupan alan suur tapahtuma tulee taas 2.11.2024 Helsingin Messukeskukseen. K-Team Päivät kokoavat yhteen lähes 10 000 K-kaupan ammattilaista, keskolaisia ja yhteistyökumppaneita ympäri Suomen saman katon alle inspiroitumaan ja oppimaan. Ammattitapahtuma on iso elämys, jota kaupoissa odotetaan aina yhtä suurella innolla. Tätä tilaisuutta sinun ei kannata jättää väliin! Tapahtuma on vuoden paras paikka näyttää, esitellä ja kertoa K-kaupan ammattilaisille tietoja tulevista uutuustuotteista yhden päivänä aikana.

Tavarantoimittajan huippuhyödyt:

- **Esittelet uutuudet suoraan K-kauppiaille ja K-kauppojen myyjille.**
- **Teet tuotteesi tunnetuksi K-ryhmän ammattilaisille.**
- **Saat aitoa palautetta tuotteistasi kentältä.**
- **Pääset K-ryhmän ainutlaatuisimpaan verkostoitumistapahtumaan.**
- **Yli 750 K-kauppiasta vuonna 2023.**
- **Mukana yli 200 päivittäistavaran ja raudan tavarantoimittajaa.**

K-KAUPPA ON *kohtaamispaikka*



K KAUPPIASLIITTO

K-KAUPPIASLIITTO RY
Työpajankatu 12, 00580 Helsinki
puh. 010 53 010
www.k-kauppiasliitto.fi