



**SMART
MARKETING**

**EI TARVITSE ARVATA, KUN TIETÄÄ -
ASIAKASYMMÄRRYS LIIKETOIMINTASI
VAUHDITTAJANA**

6.9.2023

Hannaleena Koskinen & Niko Vahtola



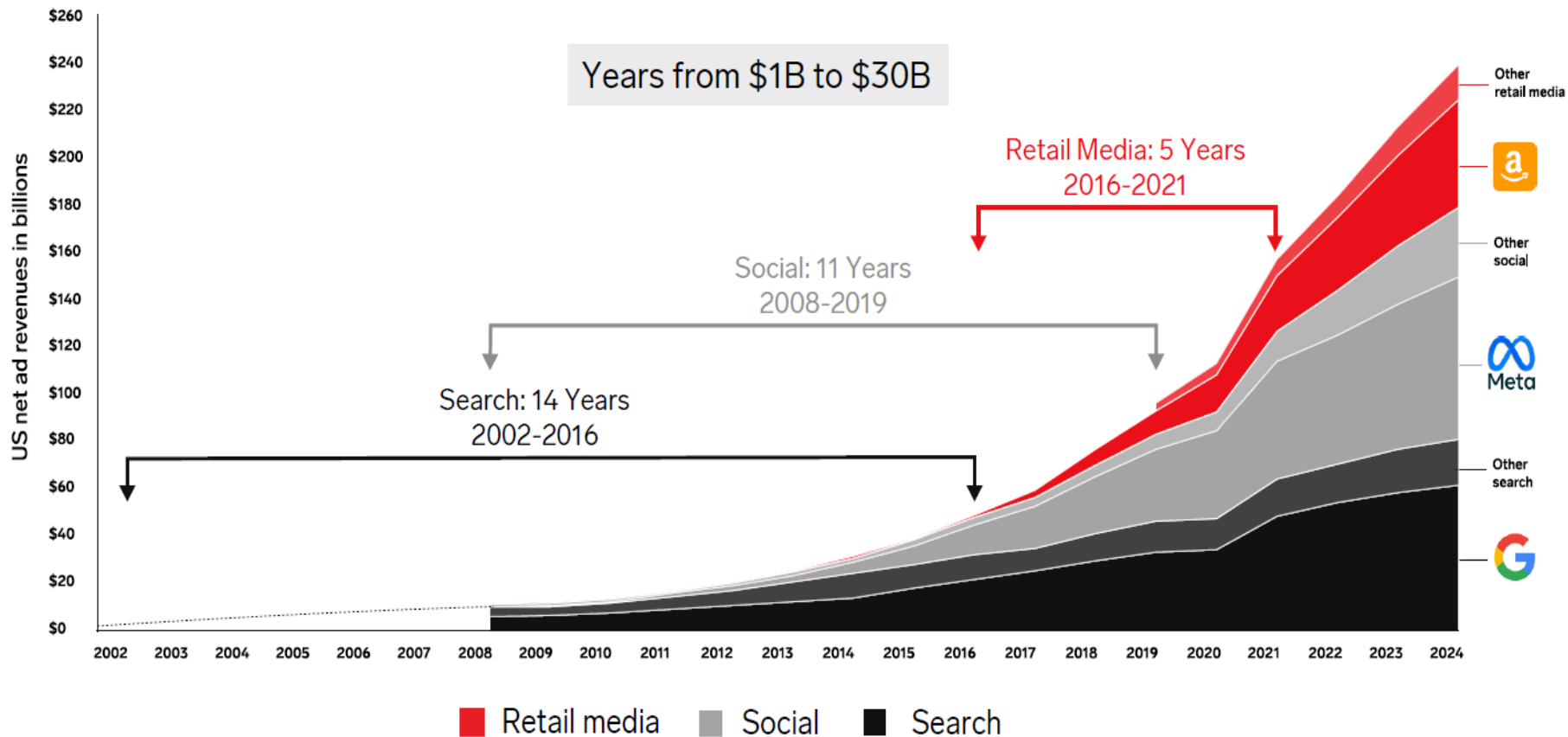
**SMART
MARKETING**

**KAUPAN MEDIA
EDELLEEN VAHVASSA KASVUSSA
MAAILMALLA**



RETAIL MEDIA – DIGITAALISEN MAINONNAN 'KOLMAS ISO AALTO'

USA: Digitaalisen mainonnan kehitys 2002–2024

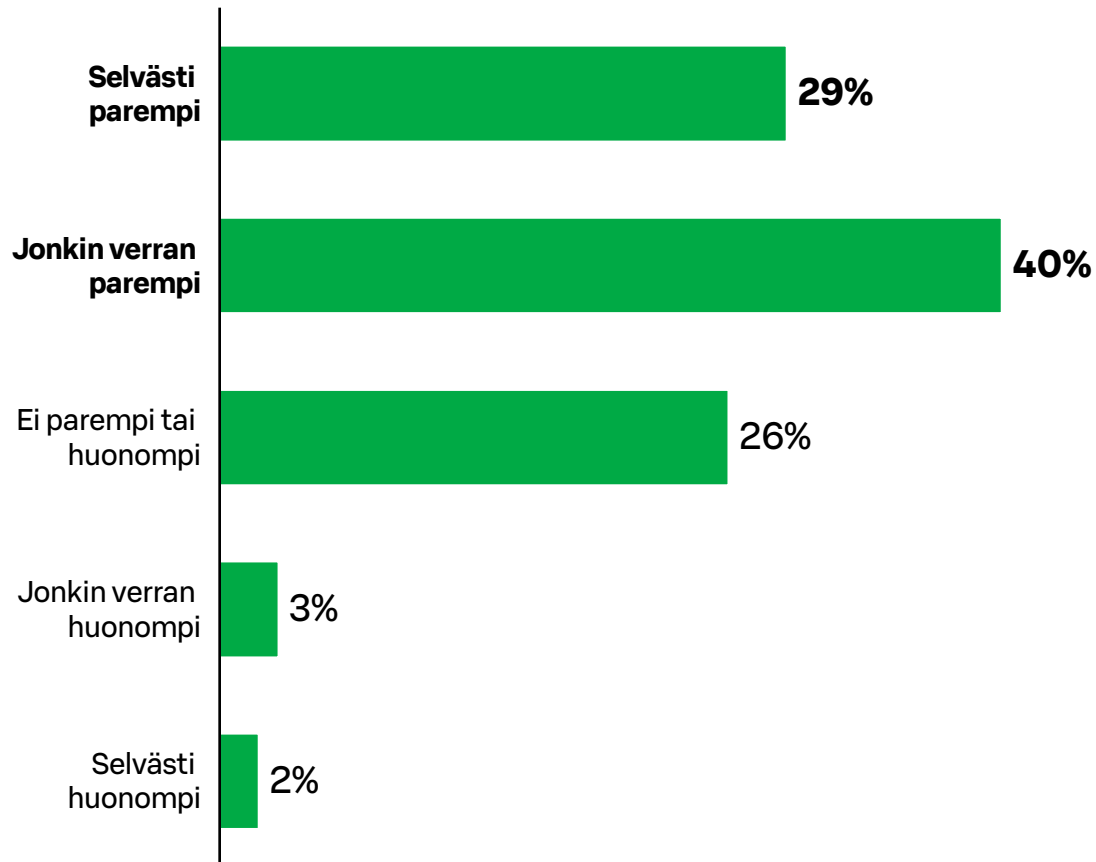


Lähde: Insider Intelligence, IAB

- **Digitaalinen mainonta kolmen ison pelurin hallussa:** Google, Meta ja Amazon
- **Amazon hallitsee kaupan mediaa USA:SSA.** Euroopassa ei yhtä vahvaa asemaa
- Perinteiset kaupan alan toimijat hakevat myös kasvua kaupan mediasta, 2024 ennusteet:
 - **Carrefour** 0,5 mrd € (~0,6 % lv:sta)
 - **Walmart** 4 mrd € (~0,6 % lv:sta)

MAINOSTAJIA KIINNOSTAA KAUPAN MEDIAN KORKEA SUORITUSKYKY

Kuinka kaupan median suorituskyky vertautuu muihin markkinointikanaviin?¹



Lähteet: (1) McKinsey Retail Media Network Survey (2022, n=188), (2) IAB



Keskeiset huomiot mainostajien näkemyksistä

- Lähes **70 % mainostajista** sanoo, että kaupan median suorituskyky on parempi kuin muissa markkinointikanavissa
- **Keskeiset mahdollisuudet**, joita mainostajat näkevät kaupan mediassa²
 1. Mitattavuus: raportointi sidottu myyntiin ('closed loop')
 2. Kauppojen data asiakkaista (1st party data)
 3. Tuotetasolle menevä tarkka data
 4. Asiakkaiden tavoittaminen ostohetkellä
 5. Markkinointiyhteistyö kauppojen kanssa
- Yli **80 % mainostajista** aikoo kasvattaa kaupan median käyttöä seuraavan 12kk aikana



MIKSI KAUPAN MEDIA KIINNOSTAA MYÖS KULUTTAJAA?

Asiakaskokemuksen kriittistä olla kaiken keskiössä.

Asiakkaan kokema lisäarvo muodostuu useampaa kautta

- 1. Helpottaa ostopäätösten tekemistä**
- 2. Säästää aikaa**
- 3. Inspiroi kokeilemaan uusia tuotteita**



71 %

ihmisistä haluaa personoitua palvelua

40%

toivoo kauppojen mainosnäyttöjen kertovan uutuuks-tuotteista

67%

tekee lopullisen tuotevalinnan vasta kaupassa

Lähteet: McKinsey, Thinking Fast & Slow, D. Kahnemann & co., Clear Channel – Suomalaisen ostopolku-tutkimus



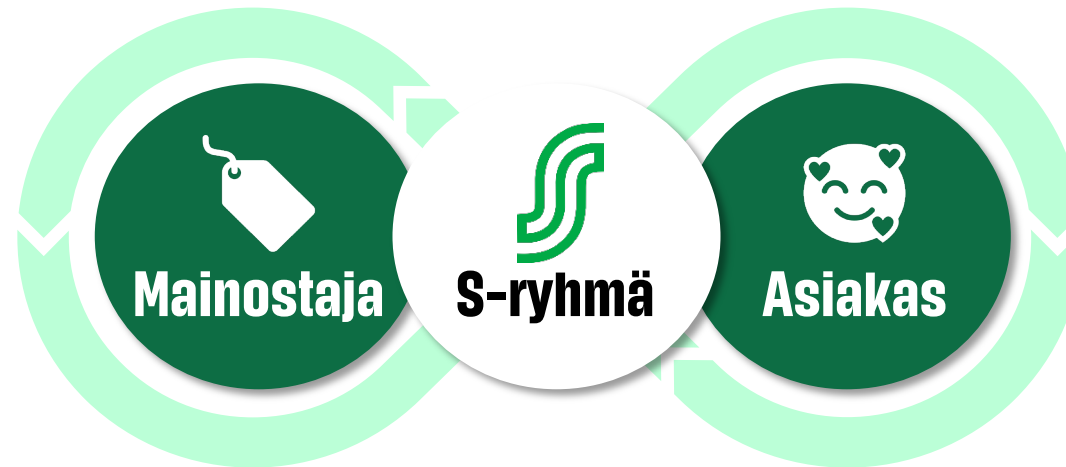
**SMART
MARKETING**

**S-RYHMÄN
ASIAKASYMMÄRRYSVETOINEN
KAUPAN MEDIA**



3X WIN

S-ryhmän kaupan median tavoitteena on yhdistää mainostajat ja kuluttajat relevantisti keskenään



Suomen tuloksellisin markkinointipalvelu

Ylivertaiseen asiakasymmärrykseen pohjautuva kohdennettavin ja mitattavin markkinointipalvelu

Kasvun ja transformaaion lähde

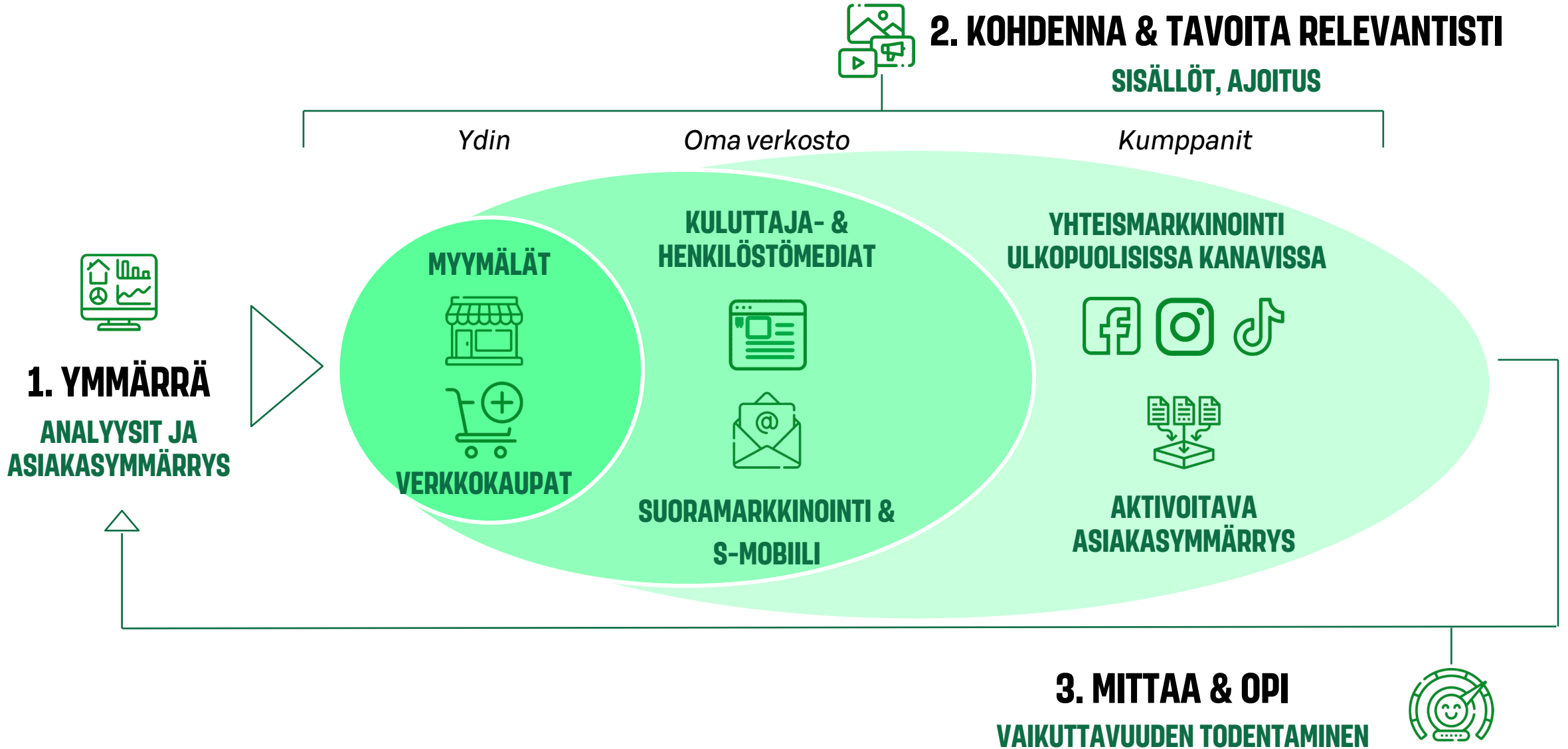
Kaupparyhmän myyntiä kiihdyttävä digitaalinen liiketoiminta, joka mahdollistaa osaltaan transformaaion

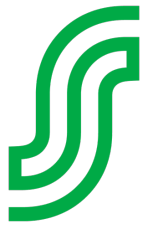
Arjesta juhlaa makusi mukaan

Parannamme asiakaskokemusta relevantilla, palvelevalla ja arkea helpottavalla markkinoinnilla



KAUPAN MEDIAN YTIMESSÄ ON ASIAKASYMMÄRRYS





SMART MARKETING TUO BRÄNDIT JA ASIAKKAAT LÄHEMMÄS TOISIAAN



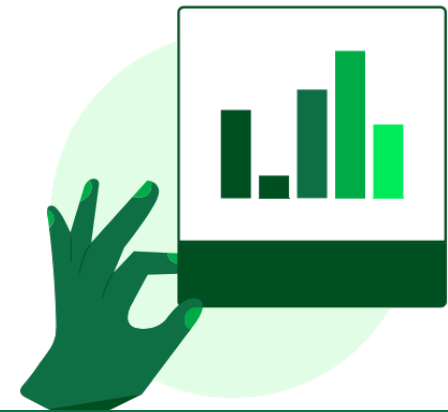
YMMÄRRÄ

Asiakkaan ostopolun ja arjen tarpeiden vahva ymmärrys dataan pohjautuen.



TAVOITA

Tavoitamme lähes jokaisen suomalaisen monikanavaisesti ja lähellä ostohetkeä



MITTAA

Todennamme markkinoinnin myynti- ja asiakasvaikutukset ostoeuroihin saakka

Oppiminen, onnistumisen monistaminen ja jatkuva parantaminen luo tuloksia

Ainutlaatuinen asiakas- ja markkinaymmärrys mahdollistaa tarkan ja tuloksellisen markkinoinnin sekä sen tehon mittaamisen.



LUKUISAT BRÄNDIT HYÖDYNTÄVÄT MENESTYKSEKÄÄSTI ASIAKASYMMÄRRYSTÄ LIKETOIMINTANSA VAUHDITTAJANA

MYNNIN KASVU & LANSEERAUKSET



 **Electrolux**



PHILIPS



HARTWALL



MOCCAMASTER
HANDMADE

TUNNETTUUS



UNIVISIO



SILMÄASEMA



Tefal

VIKING LINE



LOJALITEETTI & SITOUTTAMINEN



DANONE



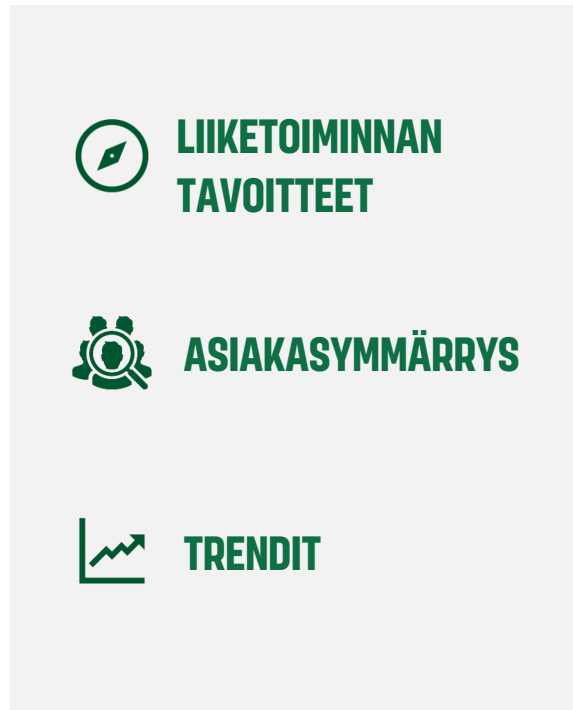
**BON
AQUA**

NOVITA





ASIAKASYMMÄRRYS ON ARVOKASTA VASTA, KUN SEN PYSTYY SITOMAAN LIIKETOIMINTAAN



1) TUNNISTA LIIKETOIMINTA-POTENTIAALI JA HAASTEET

Mistä kasvua?

2) LÖYDÄ POTENTIAALISIMMAT KOHDERYHMÄT

Ketkä ovat potentiaalisimpia asiakkaita?

3) VALITSE OIKEAT TAVAT KOHDEYLEISÖN TAVOITTAMISEEN

Mistä ja miten heidät tavoitetaan?

4) LIIKETOIMINTAVAIKUTUKSEN TODENTAMINEN

Mikä oli markkinoinnin vaikutus?

EI TARVITSE ARVATA, KUN TIETÄÄ

Smart Marketing on Suomen kattavin kaupan media.

Tehtävämme on lisätä S-ryhmän tavarantoimittajien ja kumppaneiden ymmärrystä potentiaalisimmista asiakkaistaan, ja tarjota kanavat heidän tavoittamiseen.

Asiakasymmärryksen avulla luomme liiketoimintaa kasvattavaa markkinointia, jonka vaikutus todennetaan aina ostoeuroihin saakka.

