

KESKO CMD 2018

# Kannattavaa kasvua päivittäistavarakaupassa kaikissa kanavissa

Ari Akseli, päivittäistavarakaupan toimialajohtaja

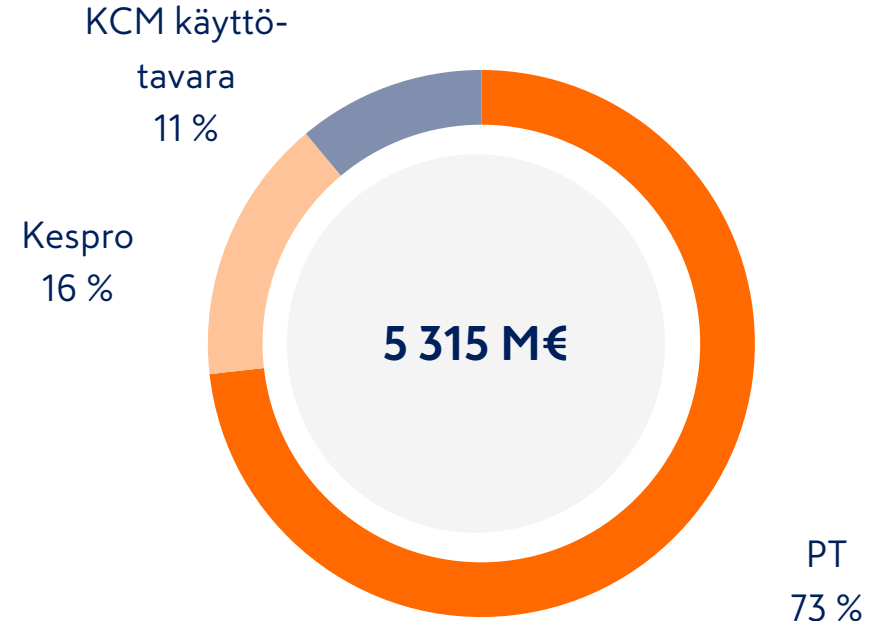
Anni Ronkainen, CDO

# Päivittäistavarakauppa lyhyesti

- Kannattavuus Euroopan huipputasoa
- Laatujohtaja Suomen päivittäistavarakaupassa ja foodservice-markkinassa
  - Toiseksi suurin toimija Suomen päivittäistavarakaupassa
  - Kespro foodservice-markkinajohtaja Suomessa
  - Nopeasti laajeneva verkkoruokauppaverkosto
- K-ryhmän markkinaosuus korkeimmillaan yli 15 vuoteen (~37,0 %)
- 1,2 miljoonaa päivittäistä asiakaskäyntiä
- Yli 1 200 myymälää toimii kauppiaaliiketoimintamallilla

## Liikevaihto

Liukuva 12 kk Q1/18



# Onnistunut strategian toteutus



## Kasvu ja kannattavuus



	2015	2017
Markkinaosuus	32,7 %	37,0 %
Liikevoitto	177 M€	203 M€



## Brändien ja kauppojen uudistaminen



Kaikkien ketjubrändien uudistaminen  
800 kauppaa 1 200:sta uudistettu



## Kauppiasliiketoimintamallin kehittäminen



557 kauppaa ja 220 kauppiasta mukana monikauppamallissa



## Asiakas ja laatu



Päivittäinen asiakasvirta noussut: 900 000 → 1,1 milj.  
Kauppakohtaisten liikeideoiden käyttöönotto  
Uusi asiakaspalautejärjestelmä: yli miljoona yhteydenottoa vuosittain  
Uusi ruoan verkkokauppa ja K-Ruoka-mobiilisovellus, jolla yli 500 000 käyttäjää

# Onnistumisia strategian toteutuksessa



K-kauppiasyrittäjyys ja kauppakohtaiset liikeideat



Kauppojen uudistukset lähimarkkinassa



K-Citymarketin markkinaosuus

**PÍRKKA**

Omat merkkituotteet



Brändien ja kauppojen uudistukset



Foodservice-liiketoiminta



Uudet mobiilipalvelut ja ruoan verkkokauppa

# K-kauppiasyrittäjät tekevät jokaisesta K-kaupasta erilaisen



Jokainen K on erilainen,  
asiakaskuntansa mukaan räätälöity

**Perusasiat kunnossa**  
**= kilpailukyky**  
Ketjuvalikoimaan ja -hinnoitteluun  
sitoutuminen

**Ketjun kilpailuedut**  
Kaupan liikeidea huomioi ketjun strategian

**Kauppakohtainen liikeidea**  
**= kaupan kilpailuetu**  
Kaupan oma visio suunnannäyttäjänä



# Lähes 60 %:n osuus lähimarkkinasta

- Vahva myynnin kasvu lähimarkkinassa
- Kauppaverkoston kattava uudistaminen
- Suomen Lähikaupan osto on aito menestystarina
  - Kokonaisinvestointi noin 120 M€
  - 400 uutta K-Marketia, lisämyyntiä lähes 700 M€
  - Myynnin kasvu noin 15 %
  - Synergiahyödyt saavutetaan ennakoitua nopeammin
  - Kaikki kaupat siirretty kauppiaille kesäkuun 2018 loppuun mennessä



# K-Citymarketin markkinaosuus kasvussa

- Hypermarket-konseptin kokonaisvaltainen uudistaminen
- 56 kaupan uudistukset toteutettu, kaikki ketjun kaupat uudistettu vuoden 2018 loppuun mennessä
- Tuoreosastojen jatkuva kehittäminen
- Hyvää kehitystä myös käyttötavaroissa
  - Valikoimaoptimointi
  - Omien merkkien (Hemtex, mywear) myynninosuus kasvanut
  - Kosmetiikkaosastojen uudistaminen
- Nykyinen myymäläverkosto on optimaalinen ja kilpailukykyinen





# Erottautuminen ja kannattavuuden parantaminen omilla tuotemerkeillä

- Tällä hetkellä 2 800 tuotetta
- Yli 500 toimittajaa yli 30 maassa
- Tavoitteena kasvattaa omien tuotemerkkien myynninosuus 19 prosentista 21 prosenttiin

**PÍRKKA**

**PÍRKKA** *Parhaat*





# Brändiuudistukset ja kauppojen uudistaminen jatkuvat

**Kauppakohtaisen liikeidean tehokas toteutus – Jokainen K on erilainen**

**Kauppaverkoston kehittämisessä painopiste kasvukeskuksissa**

## CITYMARKET

Myynti 2,1 mrd. €  
Kattava konseptiuudistus, **56** tavarataloa 81:stä uudistettu. Nykyinen kauppaverkosto optimaalinen ja kilpailukykyinen.

## Supermarket

Myynti 1,8 mrd. €  
Brändiuudistus, **128** kauppaa 241:stä uudistettu. Kauppaverkoston kannattava laajentaminen.

## Market

Myynti 2,0 mrd. €  
Brändiuudistus, yli **700** myymälää 800:sta uudistettu. Kauppaverkoston kannattava laajentaminen.

## NESTE

Myynti 0,1 mrd. €  
Liikenneasemakonseptin jatkokehitys, **57** asemaa 70:stä uudistettu. Tulevaisuuden liikenneasemaverkostossa 85 asemaa.

# Foodservice-liiketoiminnan kehittäminen

## Markkinatrendit



Foodservice-tukkukaupan markkina kasvaa edelleen vahvasti



Pirstoutuneet asiakasryhmät



Ulkona syöminen ja noutoruoka kasvussa

## Kespro tänään



### Avainluvut

- Liikevaihto 827 M€\*
- Markkinajohtaja
- Korkea asiakastyytyväisyys



### Asiakkaat

- Yksityiset horeca-asiakkaat
- Ketjuasiakkaat
- Julkinen sektori
- Jälleenmyynti
- K-ruokakaupat

\* Liukuva 12 kk Q1/18



# Jatkuvan kannattavan kasvun strategia



# Päivittäistavarakaupan markkinat



Kokonaismarkkina kasvaa edelleen



Kuluttajien ostovoima kasvaa



Kuluttajat arvostavat vaivattomuutta



Ulkona syöminen ja noutoruoka kasvussa



Tiukka hintakilpailu on tullut jäädäkseen



Kuluttajien kiinnostus siirtyy premium-tuotteisiin



Verkkokauppa kasvussa



Uusia liiketoimintamahdollisuuksia esim. apteekkitoiminnan ja alkoholilainsäädännön vapautumisen myötä

# Strategisena päämääränä kannattavan kasvun jatkuminen



Asiakas-  
lähtöisimmät ja  
inspiroivimmat  
ruokakaupat



Myymäläverkoston  
kehitys ja  
uudistaminen



Saumaton  
monikanavainen  
asiakaskokemus



Kauppia-  
yrittäjyyden  
kehittäminen  
kilpailuetuna



Foodservice-  
liiketoiminnan  
kasvattaminen

# Asiakaslähtöisimmät ja inspiroivimmat ruokakaupat

## Arvonluonti jatkossa

- Kauppakohtaiset liikeideat laajalti käyttöön
- Tiedon avulla henkilökohtaisempi asiakaskokemus
- Tuleviin trendeihin ja tutkimukseen perustuva jatkuva konseptikehitys
- Kilpailukykyisesti hinnoitellut menekkituotteet ja niitä täydentävät, lisäarvoa tuovat kauppakohtaiset tuotteet





# Myymäläverkoston kehitys ja uudistaminen



## Arvonluonti jatkossa

- Verkoston ylläpito ja laajentaminen kannattavasti
- Painopiste kasvukeskuksissa
- Kesko yhä useammin omistaa strategiset kauppapaikat

# Saumaton monikanavainen asiakaskokemus



## Arvonluonti jatkossa

- Ruuan verkkokaupan laajentaminen kattamaan 75 % kotitalouksista ja K-kuljetuksen laajentaminen kattamaan 50 % kotitalouksista
- Lisätään data-analytiikan (tekoäly) ja palvelumuotoilun edellytyksiä ja hyödyntämistä

TILAA TÄNÄÄN  
**K-Ruoka**  
VERKKOKAUPASTA

k-ruoka.fi/kauppa  
K-Ruoka-sovellus

# Kauppiaсыrittäjyyden kehittäminen kilpailuetuna

## Arvonluonti jatkossa

- Vuoden 2018 loppuun mennessä yli 600 kauppaa toimii monikauppamallilla
- Kauppakohtaisten liikeideoiden laajentaminen
- Satsaukset laadun parantamiseen jatkuvat



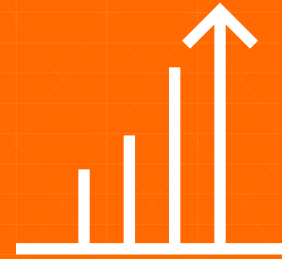


# Foodservice-liiketoiminnan kasvattaminen

## Arvonluonti jatkossa

- Omien tuotemerkkien kehittäminen
- Tuoretuotteiden myynnin kasvattaminen
- Uusiasiakashankinta
- Täydentävät yritysostot kuten Reinin Liha ja Kalatukku E. Eriksson





# Yksi Euroopan kannattavimmista vähittäiskauppiaista





# Saumaton asiakaskokemus kaikissa kanavissa ja kaikilla laitteilla

Anni Ronkainen, CDO



# Kuluttajien, datan ja mobiilin voima muuttaa liiketoimintaa



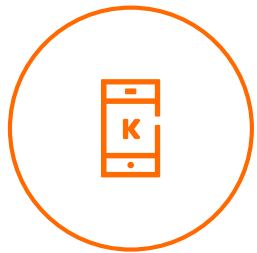
**Kuluttajien tieto, valta ja yksilöllisyys** kasvaneet



**Data ja tekoäly** muuttavat yrityksiä merkittävästi



**Positiivinen asiakaskokemus** jokaisessa kontaktipisteessä



**Mobiliteetti** – asiakkaat ovat aina online



**Globalisaatio** muuttaa asiakasodotuksia ja kilpailua



**Markkinointiteknologiat** muuttuvat organisaatioita nopeammin

# Monikanavainen asiakkuus on arvokkaampaa



Samat asiakkaat käyttävät sekä perinteisiä että digitaalisia palveluita, joten palveluiden on oltava saumattomasti integroituja



Asiakaslähtöiset palvelut synnyttävät myyntiä ja asiakasuskollisuutta tekemällä ostamisesta helpompaa laitteesta, ajasta ja paikasta riippumatta



Voittajina selviytyvät ne, jotka onnistuvat yhdistämään inhimilliset kohtaamiset kaupoissa ja kehittyneet digitaaliset palvelut

# Nykyään kaikki perustuu dataan



# K-AI auttaa päätöksenteossa ja antaa asiakkaille inspiraatioita

## K-AI parantaa avainprosesseja

- Valikoimasuunnittelu
- Hinnoittelun optimointi
- HR-prosessit
- Logistiikka
- Markkinointi
- Riskienhallinta



## K-AI tuo selviä etuja asiakkaalle

- Personoitu markkinointi
- Personoidut suositukset
- Personoitu haku verkkopalveluissa

**Parempi asiakaskokemus kaikissa ostopolun kontaktipisteissä**



# K-AI auttaa tuottamaan henkilökohtaisempia asiakaskokemuksia

## KAI ► PERSONOIDUT EDUT



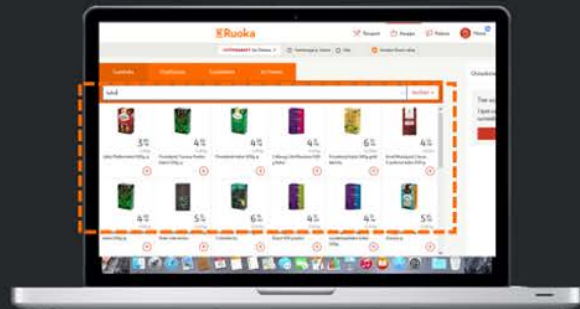
## KAI ► PERSONOIDUT SUOSITUKSET



## KAI ► OMAT RESEPTIT



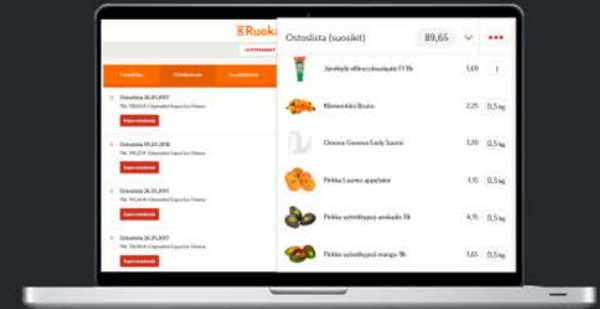
## KAI ► PERSONOITU HAKU



## KAI ► ITSELLE OLENNAISET SISÄLLÖT



## ► OMA OSTOHISTORIA JA SUOSIKIT



# Ruoan verkkokauppa kasvaa nopeasti



Ruoan verkkokauppa kasvoi 30 % vuonna 2017, tällä hetkellä kasvua 60 % edellisvuodesta



Noin 130 K-ruokakauppaa tarjoaa tällä hetkellä verkkokauppapalveluita



Keskiostos viisinkertainen kivijalkaan verrattuna



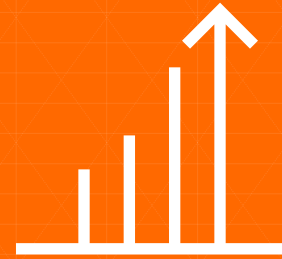
Palvelun piirissä 3,0 miljoonaa suomalaista



Lisää asiakasuskollisuutta ja K-ruokakauppojen myyntiä



Suurissa kaupungeissa verkkokaupassa tarjolla K-Citymarketien yli 20 000 tuotteen valikoima  
Kuljetukset tehokkaasti K-kuljetuksella



# Kannattavuus Euroopan huipputasoa – palvelemme asiakkaita saumattomasti kaikissa kanavissa