



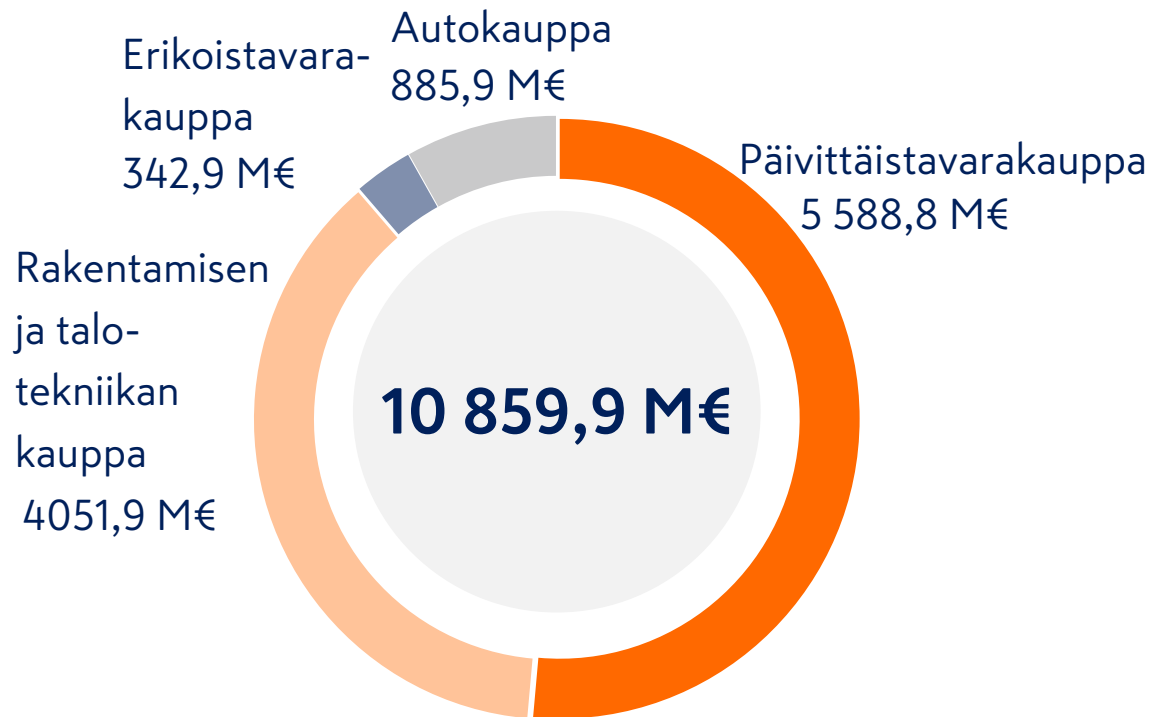
Ari Akseli, Keskon päivittäistavarakaupan toimialajohtaja

Kasvu jatkuu myös poikkeustilanteessa

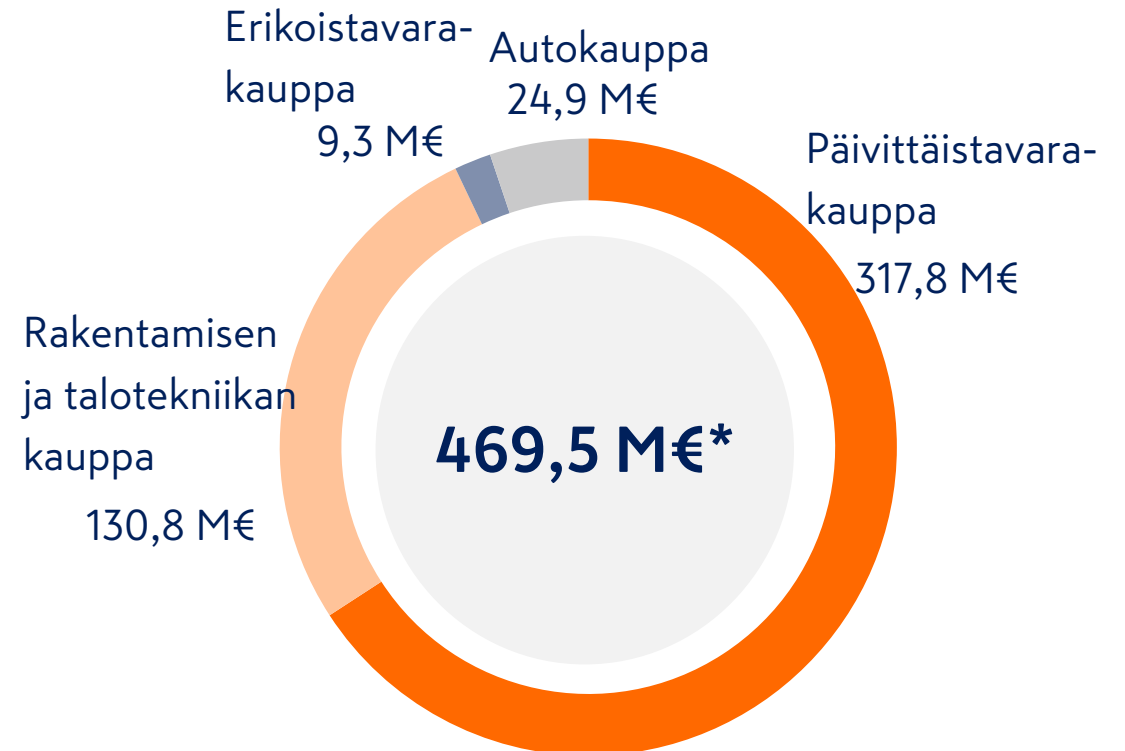


Keskon liikevaihto ja liikevoitto toimialoittain

Liikevaihto



Vertailukelpoinen liikevoitto



Jatkuvat toiminnot
Liukuva 12 kk Q1/2020

2 *sis. yhteisiä toimintoja ja eliminointeja -34,0 M€





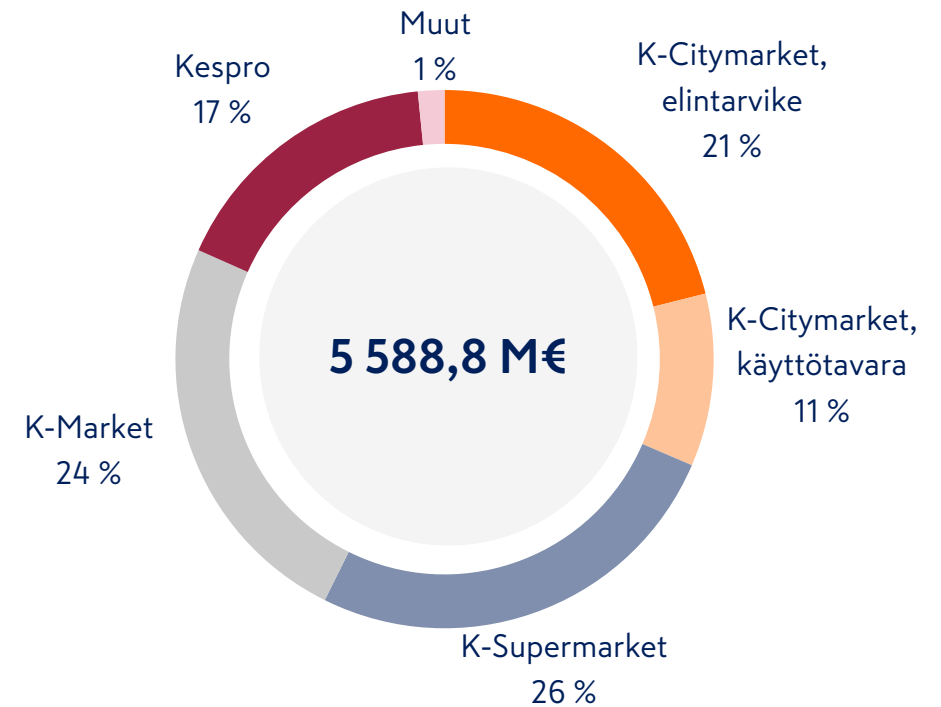
PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA

Hyvä asiakaskokemus keskiössä myös poikkeustilanteessa

Päivittäistavarakauppa lyhyesti

- Yli 1 200 kauppiasmallilla toimivaa kauppaa
- Markkinaosuus oli 36,5 % (03/2020)
- Noin 1,3 miljoonaa päivittäistä asiakaskäyntiä
- K-Citymarket, K-Supermarket, K-Market ja Neste K –liikenneasemat
- Suomen suurin päivittäistavarakaupan verkkokauppa
- Kespro on Suomen johtava Foodservice-palvelujen tarjoaja

Liikevaihto Q1 2020, liukuva 12 kk



Myynnin kasvun kulmakivet



Asiakaskokemuksen
parantaminen kaikissa
K-ruokakaupoissa



Digitalisaation
tarjoamien
mahdollisuuksien
hyödyntäminen



K – Maailman
vastuullisin kauppa



K – Paras kumppani
tavarantoimittajille
kasvattaa myyntiä ja kehittää
omia merkkejä



Foodservice-liiketoiminnan
kasvattaminen

Kauppakohtaisessa liikeideassa edelleen potentiaalia kasvulle

- Kauppakohtaisen liikeidean toteuttaminen koko kauppaverkostossa
- Ketjukonseptin roolin ja sisällön yhdistäminen yhä toimivammalla tavalla kauppakohtaiseen liikeideaan
- Kauppakohtaisen liikeidean toteuttaminen myös K-Citymarketin käyttötavarassa: strategiset valinnat ja uudistaminen
 - Markkinaa parempi myynnin kehitys



Keskeiset toimenpiteet epidemian aikana

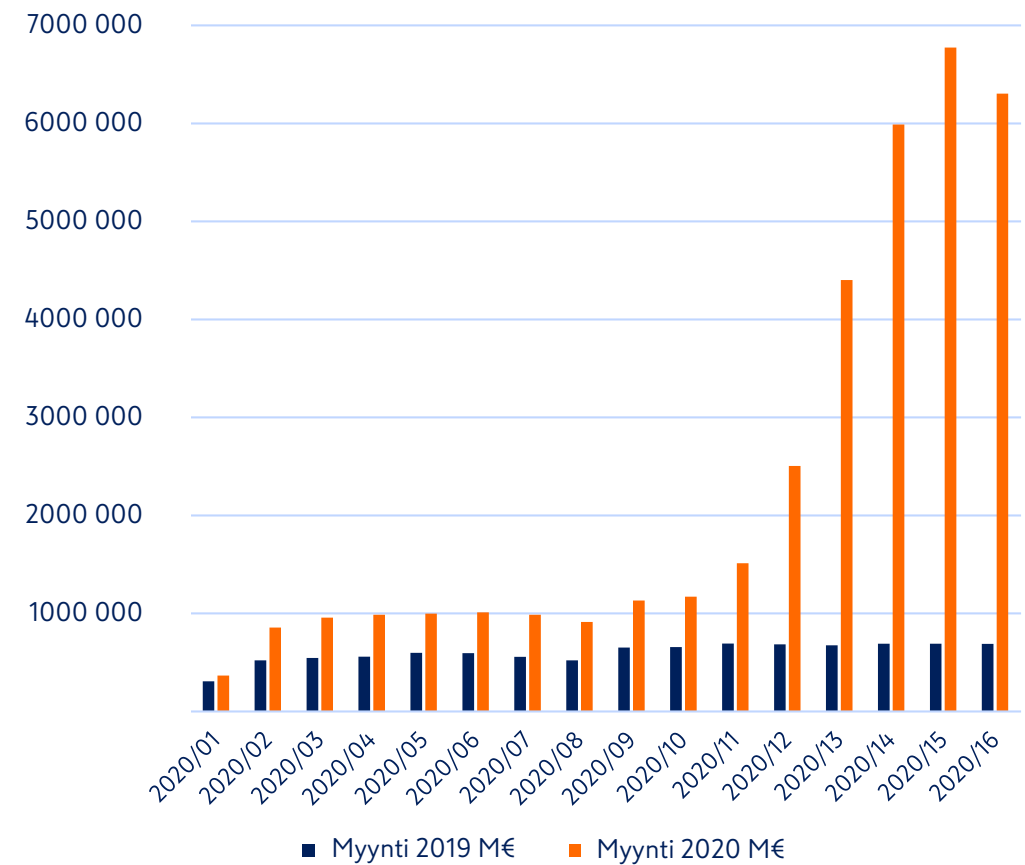
- # Asiakkaiden ja työntekijöiden turvallisuuden varmistaminen
- # Hankinta- ja toimitusketjujen toiminnan turvaaminen kaikissa tilanteissa
- # Verkkokauppapalveluiden nopea kasvattaminen
- # Kehityshankkeiden lykkääminen ja painopiste poikkeustilanteen hoitamisessa
- # Kassavirran turvaaminen:
 - Henkilöstökulusäästöt, tällä hetkellä lomautettuna yli 1000 henkilöä
 - Muiden kiinteiden kustannusten leikkaukset
 - Investointien rahavirran leikkaaminen alle 200 milj. euroon vuonna 2020
 - Asiakassaamisten ja luottoriskien tehokas hallinta
- # Rahoituksen saatavuuden ja riittävyyden varmistaminen

Ruoan verkkokauppa kovassa kasvussa

K-ruoka.fi:stä tullut Suomen suurin ruoan verkkokauppa, kasvu parhaimmillaan yli 800 % viikossa

- Pystytty vastaamaan hyvin verkkokaupan voimakkaaseen kysynnän kasvuun
- K-ruoka.fi-verkosto laajenee nopeasti, noin 20 uutta kauppaa liitetään verkkopalveluun viikoittain
- Tällä hetkellä K-ruoka.fi-palvelua tarjoaa yli 400 K-ruokakauppaa
- Erittäin hyvä asiakastyytyväisyys NPS 82
- Ruoan verkkokaupan myynnin osuus noussut 5 %:iin vähittäismyynnistä huhtikuussa

Verkkokaupan myynti viikot 1-16/2020



Foodservice-liiketoiminta poikkeustilanteessa

- Kespron myynti laskenut noin 50 % ravintoloita ja ruokaloita koskevien rajoitusten
- Tehokas kustannusten hallinta:
 - Henkilöstön siirrot muun muassa foodservice-varastosta ketjuliiketoiminnan varastolle
 - Lomautukset
 - Kehityshankkeiden lykkääminen ja/tai pysäyttäminen
- Asiakassaamiset hyvin hallinnassa
- Ravintolayritysten nouto- ja toimituspalveluita tuettu, ravintolayrittäjien tarjontaa mukaan vähittäiskauppaan (esim. Olon vappumenu, Finnjävel)
- Uuden henkilöstöpoolin kautta Kespron asiakasyritysten henkilöstölle on tarjottu työtä vähittäiskaupassa
- K-RuokaPro -verkkokauppa vahvemmin myös kuluttajille



Omat merkit ja kanta-asiakkuus

Omat merkit

- Herkkukauppa ja halpakauppa saman katon alla
- Omien merkkien myynti kasvanut koronan aikana yhden %-yksikön

Kanta-asiakasohjelma K-Plussa

- Tunnistettujen ostosten määrä on kasvanut
- Asiakkaiden arvio K-Plussan kokonaishyödyistä ja kanta-asiakaseduista on kasvanut

Uudistamme K-Plussaa

- Teknologiauudistuksen lisäksi kehitämme kauppakohtaista asiakasviestintää, asiakkaiden palveluja ja palkitsemista

Rekisteröitymisaste (Päivittäistavarakauppa)



Aktiiviset K-Plussa-asiakkaat (henkilöitä 1-12/2019)



Uusia ravintolabrändejä lanseerauksessa keväällä

Vain
K Kaupoista

- Jim Lim by Farang: kotimaiset raaka-aineet HK ja Maustaja
- Naughty BRGR tuoteperheen laajennus; mukana myös pienempiä toimijoita mm. Helsingin makkaratehdas
- Kariniemen gourmet, ravintolatasoisen kanatuotteet
- Yhteistyöpilotti Antellin kanssa KCM-ketjussa, Antell valmisruokaa palvelutiskeihin paikallisista ravintoloista



Uudet brändilanseeraukset K-Citymarketeissa



Skechers vko 14

Maailmankuulu
kenkäbrändi
Amerikasta koko
perheelle



Produkt vko 15

Muotia miehille



Guppy vko 15

Uusi lastenvaate
brändi



Ellen Tracy vko 17

Ikoninen naisten
vaatteen brändi
Amerikasta



fire&glory vko 18

Muotia naisille

Uutuuksia K-Citymarket käyttötavaraosastoilla



myhome 10/2019

- Lanseeraus aloitettiin syksyllä 2019.
- Valikoima saanut positiivista palautetta.
- Suurin brändi kodin tuotelinjalla.



Leluosastot 11/2019

- Leluosastojen uudistukset joulukauppaan 2019
- Kevään 2020 aikana suurimpien kauppojen inspiroivuuden lisääminen



Urheiluosastot ja AVIA 01/2020

- Urheiluosastojen uudistus ja AVIA lanseeraus
- Koripalloliitto vahvasti mukana

Autetaan yli 70-vuotiaita kauppa-apu lanseerattiin 3.4.

Mahdollistaa sujuvan kauppa-asioinnin riskiryhmille ja 70+ -ihmisille

- Suomessa oli vuoden 2019 lopussa lähes 875 000 yli 70-vuotiasta. Avun tarpeen mittakaava ja laajuus on erittäin merkittävä

K on vastuuta kantava yhteiskunnallinen toimija

- Tukee viestiämme maailman vastuullisimpana ruokakauppana
- Toimiva yhteistyö mm. järjestöjen, vapaaehtoisten sekä urheiluseurojen kanssa
- Luo toimintamalleja, jotka palvelevat asiakkaita poikkeustilan jatkuessa

K:n ketterä kauppiasyrittäjäyysmalli toimii poikkeustilanteessa

- K:n strategia – laaja kauppaverkosto, kauppiasvetoisuus ja vahva paikallinen läsnäolo - vahvuustekijöitä erityisesti poikkeustilanteissa



Ole osa hyvän ketjua – osta työtä Suomeen

Yhteiskampanja suomalaisen työn puolesta – K mukana ainoana kaupan ryhmänä

- K-ryhmä, Suomalaisen Työn Liitto ja sen jäsenyritykset yhteistyössä Ruokatieto ry:n ja Kotimaiset kasvikset ry:n kanssa lanseerasivat viestintäkampanjan, joka kannustaa suomalaisia ostamaan suomalaista ruokaa, käyttötavaroita ja rautakaupan tuotteita.
- Mukana K-ruokakaupat ja K-Rauta sekä yli 130 tavarantoimittajakumppania
- Kampanja käynnistyi yhteistiedotteella 30.4.



Kasvustrategian toteutusta jatketaan, mutta nyt painopiste kriisin hallinnassa





Maailman vastuullisin
ruokakauppa.