

**13.10.2016
TAVARANTOIMITTAJA-
TILAISUUDEN
WORKSHOPPIEN
ENNAKKOMATERIAALIT**



Lokakuun tavarantoimittajatilaisuuden workshopit

- Tuotteiden (kausi)lahjapakkaukset
- Vastuullisuus ympäristönäkökulmasta
- Rajallisesti saatavat tuotteet sekä kausituotteet
- Dollyjen ohjaus

**(KAUSI)LAHJA-
PAKKAUKSET
WORKSHOP**



6.10.2016

Kausilahjapakkaukset nykyään

- Tällä hetkellä kausilahjapakkauksia on vain joulusesongissa
- Kausilahjapakkaukset ovat myymälöiden tilattavissa 14.11. – 21.12.2016 lukuun ottamatta kuohuviinejä, jotka ovat tilattavissa 29.12.2016 asti.
 - Tänä aikana ko. tuotteen jakelu tapahtuu kausilahjapakkauksessa tai ilman pakkausta myymälän oman valinnan mukaan.
- Lahjapakkausten tulee olla materiaaliltaan laadukkaita ja kestäviä ja ulkoasultaan sellaisenaan lahjaksi kelpaavia.
- Kausilahjapakkauksia voi tarjota seuraaviin tuoteryhmiin, seuraavin hintarajauksin:
 - punaviinit; vähittäismyyntihinta yli 10 €
 - valkoviinit; vähittäismyyntihinta yli 10 €
 - kuohuviinit; vähittäismyyntihinta yli 10 €
 - samppanjat
 - portviinit, madeirat ja sherryt
 - konjakit
 - tumma rommi
 - viskit
 - gin
 - maustetut viinat
 - liköörit

(Kausi)lahjapakkausten tarpeet

	Näkökulma	Tarve	Toteuma / edellytykset
	Asiakas	• Ostaa lahjaksi • Helppo ostaminen • Eri sesongit	1. Arvioi tarpeita kausilahjapakkausten takana, onko muita? 2. Mieti tarpeen toteuttamisen edellytyksiä eri näkökohdista
	Alko	• Asiakastarpeen täyttäminen • Elämyksellisyyden tarjoaminen	
	Tavarantoimittajat	• Tuotemerkin rakentaminen • Myynnin varmistaminen	

RAJALLISESTI SAATAVAT TUOTTEET JA KAUSITUOTTEET WORKSHOP



13.10.2016

26.8.2016 workshopin saldo

Kiteytys workshopista:

- Yleisesti ottaen osallistujat kokivat noin 30 % rajallisen saatavuuden (erikoiserät) hakuihin tarjottavista tuotteista olevan todellisuudessa rajallisia saatavuudeltaan.
- Erikoiserillä nähtiin olevan tärkeää merkitystä juomakulttuurille ja arvon kasvattajina. Tuo vaihtelevuutta valikoimiin. Myös laadun varmistaminen nähtiin hyvänä nykytoiminnassa.
- Suurimmat kehityskohteet nähtiin olevan:
 - Pitkä tuotteiden varauksessa oleva aika
 - Suuritöisiä ja läpimeno epävarmaa
 - Toivottiin tasapuolista alustavaa karsintaa
 - Määrän arviointi → arvioitu kysyntä hakuun?
- Tavoite ja esitetyt näkökulmat nähtiin kokonaisuudessaan oikeansuuntaisina.

Kiteytys workshopista:

- Markkinointi ja esillepano:
 - Laajempi yhteisesittely – erikoiserien yhteisesittely
 - Erilaisia teemoja – laajempia kokonaisuuksia
 - Verkkokauppa ei ainoana kanavana
- Haut/tarjoaminen:
 - R-haut nettiin kuukausittain (ei osana ostosuunnittelua)
 - Mahdollinen ennakkovarausmahdollisuus kuluttajille
 - Lisäosto-optio
 - Useampi tuote valittaisiin/haku
- Valikoimaantulon jaksotus:
 - Viikoittainen päätoiveena, kuukausittainen toive yhdeltä ryhmältä

Uudistumistarve on todellinen

	Näkökulma	Ajuri	Tarve
	Asiakas	- Kokeilunhalu kasvaa - Juoma- ja ruokakulttuurin kehittyminen - Yhteisöllisyys ja verkkokaupan yleistymisen	- Lisää valikoimaa - Lisää uutuuksia - Uutuuksia kaikkiin segmentteihin, erityisesti premium - Nopeasti saatavilla olevat tuotteet
	Alko	- Valikoimamäärän ja uutuuksien määrän kasvattaminen - Kysynnän pirstaloituminen	- Resurssien tehokas käyttö ja prosessien hiominen - Suurempien ja tehokkaiden kokonaisuuksien huomiointi: tuotekohtaisuudesta kokonaisuuksiin - Erikoiserien kaupallistaminen
	Tavarantoimittajat	- Kilpailun kiristyminen - Tuottajayhteistyö - Toiminnallinen tehokkuus - Kysynnän pirstaloituminen ja elinkaarien lyheneminen	- Läpimenomahdollisuuksien kasvattaminen - Haun tuotevarausten nopeuttaminen tuottajilta nopeammin - Kysynnän arviointi ja määrä - Riittävä toiminnallinen tehokkuus ja kysynnän kaupallinen maksimointi

Prosessiuudistusehdotus

Tavoitteena toteuttaa uudistustarpeet asiakas, Alkon ja tavarantoimittajan näkökulmista

Rajallisesti saatavat tuotteet

- Selkeästi toisistaan eroava 2-tasomalli:
 1. Suuremman kysynnän erikoiserät
 2. Pienen kysynnän erikoiserät
- 1. Suuremman kysynnän erikoiserät
 - Haut 3 x vuodessa → reagointinopeus/suunnitelmallisuus
 - Ostetaan useampi tuote/haku: valikoimiin ”ryppäinä” kuukausittain → kokeilunhalu
 - Skaalautuva määrä: n. 300 tuotetta/v visiona (2015: 150 tuotetta) → kulttuuri
 - Kohdennettu suuriin myymälöihin ja oma erityisesillepano → kaupallinen potentiaali
 - Myös muilla myymälöillä mahdollisuus hyödyntää
 - Reitti vakiovalikoimaan minimimyyntivaatimuksen toteutuessa: tavarantoimittaja sitoutuu min. 4 kk tuotesaatavuuteen → elinkaari
 - Kevennetty ja nopeutettu prosessi → lyhyet haun tuotteiden varausajat
- 2. Pienen kysynnän erikoiserät: suoraan neuvottelemalla tuotepäällikön kanssa
 - Vain ”erityismyymälöihin” ja eMyymälään
 - Alko sitoutuu määrään (tavoite ulosmyynnille < 4 kk)
 - Selkeät pelisäännöt ja rajat tuoteryhmittäin: maksimiostomäärät jne.
 - Valikoimaantulot viikottain

Kausituotteet

- Kaksi todettua tarvetta:
 1. Kaudet, joilla mahdollisesti pidempää elinkaarta (esim. roseet)
 2. Selkeät, lyhyen elinkaaren kaudet (esim. joulutuotteet)
- 1. Kaudet, joilla mahdollisesti pidempää elinkaarta
 - Alustava kausikalenteri edelleen ostosuunnittelun yhteydessä
 - Haun julkaisu alko.fi-sivuilla
 - **Muutos: tuotteilla mahdollisuus jatkaa vakiovalikoiman päätuotteina, jos tuotteella saatavuutta**
 - **Perustetaan uusi valikoimaluokka**
- 2. Selkeät, lyhyen elinkaaren kaudet
 - Alustava kausikalenteri edelleen ostosuunnittelun yhteydessä
 - Haun julkaisu alko.fi-sivuilla
 - Tuotteen elinkaari loppuu kauden loppumisen jälkeen

Ennakkotehtävä

- 1. Mieti, ovatko dialla 3 todetut ajurit ja tarpeet oikeat.**
 - Jos ei, mitä puuttuu ja miksi.
- 2. Pohdi, viekö dialla 4 kuvattu prosessiuudistus oikeaan suuntaan.**
 - Mikä hyvää?
 - Mikä mietityttää?
 - Mikä huonoa?

YMPÄRISTÖ WORKSHOP



6.10.2016

Workshop – ympäristö

A woman with dark hair in a ponytail, wearing a blue shirt and yellow earplugs, is seen from the side, working on a production line. In the foreground, several dark glass bottles with red and yellow labels are lined up on a conveyor belt. The background shows a blurred industrial setting with machinery and other bottles.

Alkoholijuomien ympäristövaikutuksista aiheutuu:

- Pakkauksista n. 22-33 %
- Maataloudesta n. 20-25 %
- Juomateollisuuden polttoainepäästöistä n. 20 %

Asiakkaidemme odotukset

- Asiakas haluaa saada riittävästi tietoa tuotteen vastuullisuudesta:
 - Tarvitaan selkeät mittarit ja jäljitettävyys, joiden perusteella kuluttaja voi tehdä arviointia ostohetkellä
 - Alkon toimittava vastuullisesti ja läpinäkyvästi



Nykytila

- Alko tukee ympäristönäkökulmaa kannustamalla tuotteiden liittämistä kierrätysjärjestelmään. Siksi wide+, wide ja mainstream peittotasojen hauissa on mainittu, että tuotteen liittäminen kierrätysjärjestelmään voidaan katsoa eduksi.
- Alko haluaa tukea siirtymistä kevyempiin pakkauksiin, ja siksi mm. useissa viinien hauissa mainitaan, että kevyt pakkaus voidaan katsoa eduksi. Kevyen pakkauksen (0,75 litran viinipullo) rajaksi on määritetty 420 grammaa. Jotta kevyt pakkaus voitaisiin katsoa eduksi, tyhjän pullon paino on mainittava tarjouksen lisätietokentässä.
- Sertifikaateista luomu, biodynaaminen ja eettisen kaupan tuotteet saavat tuotetietoihin erillisen lisämerkinnän.

Workshop-keskustelu 1 –

Miten autamme asiakasta tekemään ympäristöystävällisiä ostopäätöksiä?

1. Miten pakkausviestintää voidaan hyödyntää kertomaan tuotteen/pakkauksen ympäristöystävällisyydestä ?
2. Miten tuottaja ja maahantuoja voi viestiä paremmin tuotteen/pakkauksen ympäristöystävällisyydestä?
3. Miten Alko voi viestiä paremmin ympäristöystävällisistä tuotteista/pakkauksista tasapuolisuusvaateet huomioiden?

Workshop-keskustelu 2 –

Miten voimme yhdessä edistää hankintaketjun ympäristöystävällisyyttä?

1. Miten nopeutamme siirtymistä ympäristön kannalta parempiin pakkausvaihtoehtoihin?
2. Mitä keinoja teillä on käytössänne edistääksenne myymienne tuotteiden ympäristöystävällisyyttä?
3. Miten Alko voi tukea ja auttaa teitä viestimään ympäristöasioiden tärkeydestä hankintaketjun alkulähteille?

DOLLYJEN OHJAUS WORKSHOP



6.10.2016

Sisältö

- Nykytilanne
- Tarpeet
- Ehdotetut muutokset
- Hyödyt ja uhat

Nykyiset dolly-kriteerit

- Jatkuvasti dollylla ja minidollylla toimitettavat tuotteet valitaan seuraavasti:
 - Tarkastellaan 4. kertaa vuodessa, viimeisimmän täyden 12kk:n myyntitiedon mukaan (poislukien yritys- ja yhteisömyynti)
 - 200 000 myyntiyksikköä /liukuva 12kk, poislukien yritys- ja yhteisömyynti.
 - Hanapakkaukset 200 000 litraa/liukuva 12kk.
- Kausidollyt valitaan seuraavasti
 - Punaviinit (joulu ja pääsiäinen):
 - Tuotteen myynti ylittää marras-joulukuussa 10 000ploa ja on tarkasteluhetkellä vähintään 30% 12kk liukuvan jakson pullomääräisestä myynnistä
 - Tuotteen myynti ylittää 80 000 eur verotonta liikevaihtoa ja on tarkasteluhetkellä vähintään 30% 12kk liukuvan jakson verottomasta liikevaihdosta
 - Joulusesongin ajaksi dollylle tarjotut punaviinit voivat jatkaa valikoimissa seuraavaa pääsiäistä edeltävät kaksi viikkoa.
 - Kuohuviinit (huhti-, touko- ja kesäkuu):
 - Tuotteen myynti ylittää huhti- touko- ja kesäkuussa 10 000ploa ja on tarkasteluhetkellä vähintään 30% 12kk liukuvan jakson pullomääräisestä myynnistä
 - Glögit voidaan ottaa valikoimaan dollylle pakattuna loka-joulukuussa.

Nykytilanne

Dollyjen jatkuvan esillepanon tarve myymälöissä vähenee jatkuvasti ja käyttö keskittyy entistä enemmän sesonkeihin

- 2,5 viikon riittoraja –suositus vähentänyt pysyviä dollyja myymälöistä
- Myynti hajoaa jatkuvasti useammille nimikkeille ja suurien menekkituotteiden määrä laskee
- Myymälöiden konseptiuudistus tuo myymälöihin skaalautuvuutta:
 - Erikoisliikemäisen ilmeen varmistaminen (visuaalisuus, elämyksellisyys ja ilmavuus)
 - Riittävän valikoiman ja saatavuuden varmistaminen hyllyiltä.
 - Myymälöiden kalustus muuntautuu tarpeen mukaan: esillepanot sesongeissa dollyilla ja hiljaisempina aikoina kalusteissa.

Dollytarve myymälöissä

	Dollytarve Alkossa	Dollytarve myymälässä	
	Tuotenimikkeiden määrä - Alittavat 2,5 viikon riittorajan (suositus) - 5 tai useammassa myymälässä	Keskiarvo Nimikemäärä per myymälä, jotka alittavat 2,5 vko riittorajan	Vaihteluväli Nimikemäärä per myymälä, jotka alittavat 2,5 vko riittorajan
12 kk juokseva seuranta	56	7,6	1 - 23
3 kk juokseva seuranta (sisältää juhannuksen ja kesäsesongin)	57	8	1 - 31

26.9.16 tilanne:

- Valikoimassa 112 dollya
- Joissa 83 eri nimikettä

- Nykyinen suositus myymälöille: Dollylla jatkuvasti pidettävän tuotteen alitettava 2,5vko riittoraja
 - Sesonkidollyt valitaan tuoteryhmiensä myyvimmistä tuotteista tasapuolisuus näkökulmat huomioiden.
- **Dollyvalikoimaa ei tarvitse kasvattaa, mutta sen laadullisiin tekijöihin etenkin sesonkien osalta tarvitaan tarkennusta.**

Tarpeet



Asiakkaat



Alko



Tavarantoimittajat

Olemassa
olevat hyödyt

Tuotesaatavuuden varmistaminen menekkituotteissa ja sesongeissa

Esillepanotapa helpottaa tuotevalintaa (lisäarvo etenkin sesongeissa)

Nopeaa ostamista

Havaitut
tarpeet

Dollyvalikoiman nopeampi reagointi kysynnän vaihteluun (esim. tuotearvostelujen vaikutus)

Sesonki- ja kausituotteiden saatavuuden varmistaminen riittävällä leveydellä

Laajemmin erilaisia tuotteita dollylla (esim. hintapiste, makutyyppi)

Dollyvalikoiman yksinkertaisempi ohjaus

Erikoisliikemäisen ilmeen
korostaminen

Ehdotetut muutokset dollyvalikoimaan:

Vaihtoehto 1:

Vapautetaan sesonkidollyjen ohjaus

Esimerkki:

Jatkuvasti toimitettavan dollyvalikoiman kriteerit ennallaan

- Mukaan myös liikevaihtokohtainen raja esim. 1 000 000€ /12kk

Sesonkidollyt

- Kaudet ennallaan
- Tavarantoimittaja voi vapaasti tarjota dollylla toimitettavaksi tuotteita sesongin ajaksi

Vaihtoehto 2

Vapautetaan sesonkidollyjen ja minidollyjen ohjaus

Esimerkki:

Jatkuvasti toimitettavan dollyvalikoiman kriteerit:

- Normaalidollyjen kohdalta kriteerit ennallaan (mukaan mahdollisesti myös liikevaihtokohtainen raja)
- Minidollyja voi ilmoittaa valikoimaan vapaasti

Sesonkidollyt

- Kaudet ennallaan tai lisätään
- Tavarantoimittaja voi vapaasti tarjota dollylla toimitettavaksi tuotteita sesongin ajaksi

Vaihtoehto 3

Vapautetaan dollyjen ohjaus kokonaan

Esimerkki:

- Tavarantoimittaja voi vapaasti ilmoittaa tuotteet, joita toimittaa myymälöihin myös dollylla (ml. mini ja tavallinen)
- Mahdollisuus tarjota myös kausituotteet dollylla
- Dollyvalikoiman muutokset voimaan hinnastojaksoittain

KK: 02-05 / 06-09 / 10-01

Dollyvalikoiman vapauttamisen hyödyt & uhat



Asiakkaat



Alko



Tavarantoimittajat

Hyödyt

Helpottaa asiointia ja tuotevalintaa

- Laajempi tarjonta erilaisia tuotteita dollyesillepanoissa
- Parempi tuotesaatavuus (esim. kausituotteet)

- Mahdollistaa keskihinnan kehittämisen sesonkien dollyesillepanoissa.
- Laajempi tuotekirjo dollytuotteissa palvelee erilaisten myymälöiden tarpeita.
- Hallinnointi tulee yksinkertaisemmaksi, kun myyntitarkastelu poistuu.

- Mahdollistaa myös arvokkaampien tuotteiden noston dollylle.
- Mahdollisuus tarjota tuote dollylla heti kun asiakaskysyntä kasvaa
- Sesongeissa voi tarjota dollyt huomioiden ajantasainen kysyntä ja saatavuus

Uhat

- Ei löydä enää kysytyimpiä edullisia tuotteita dollyesillepanoista sesongeissa.

- Dollyjen hallinnointityö voi lisääntyä mikäli dollymäärä kasvaa ja muutoksia variantteihin tehdään useammin.

- Ennustettavuus voi olla vaikeampaa, jos dollyvalikoima on nykyistä laajempi.
- Paine kasvattaa dollylla olevien tuotteiden määrää.

KIITOS

