

Tiedote 23.10.2009

Jauheliha valittiin vuoden markkinointiteoksi

Tänään jaetaan historiallinen palkinto, kun Suomen ensimmäinen jauhelihan markkinointikampanja saa arvokkaan tunnustuksen. Vuoden Markkinointiteko -palkinto annetaan tänä vuonna Snellmanin Kunnon Jauhelihalle. Markkinointikampanjan Snellmanille on suunnitellut SEK.

Poikkeuksellisen Snellmanin markkinoinnista on tehnyt se, että kukaan ei ole aiemmin kampanjoinut jauhelihalle, vaan lihajalosteiden markkinointi on keskittynyt uutuustuotteisiin. Snellman lanseerasi tämän vuoden tammikuussa ensimmäisenä jauhelihan, joka valmistetaan aina tuoreesta suomalaisesta lihasta. Snellmanin jauhelihatuotteet saivat nimen Kunnon Jauheliha.

”Uskomme, että keskeisin syy tunnustukselle on se, että niinkin arkinen ja markkinoinnissa lähes unohdettu volyymituote kuin jauheliha sai nimen ja se onnistuttiin brändäämään arvoisellaan tavalla”, toteaa Snellmanin markkinointijohtaja **Peter Fagerholm**.

Miljoona kiloa lisää jauhelihaa

Jauheliha on yksi Suomen merkittävimmistä elintarvikkeista, sillä puolet suomalaisten syömästä lihasta on jauhelihaa. Vuoden markkinointiteoksi valittu kampanja oli erittäin tuloksekas. Kampanjan aikana Snellmanin jauhelihan myynti kasvoi 30 prosenttia, mikä tarkoitti yli miljoonan jauhelihakilon lisäystä kysynnässä.

”Markkinoinnissa olemme viestineet Kunnon Jauhelihan edun eli tuoreuden mahdollisimman suoraviivaisesti. Snellman on pidetty brändi, jossa yhdistyy tinkimätön käsityöläinen ammattitaito, mutta samalla vaatimattomuus. Mainonta on siksi sävyltään snellmanilaista ja lämpimän humoristista. Voisi sanoa, että Snellman on alan ensimmäinen vaatimaton brändi”, toteaa suunnittelujohtaja Tommi Laiho **SEKistä**.

Vuoden Markkinointiteko -palkinnon jakaa vuosittain Suomen Markkinointiliitto MARK.

Lisätietoja:

SEK, suunnittelujohtaja Tommi Laiho, tommi.laiho@sek.fi, p. 050-3100659

Snellman Oy, markkinointijohtaja Peter Fagerholm, peter.fagerholm@snellman.fi, p. 050-5533665

SEK on Suomen johtava markkinoinnin, markkinointiviestinnän ja viestinnän yhtiöryhmä. Sen muodostavat kansainvälistyviä brändejä rakentava mainostoimisto SEK & GREY, asiakassuhdemarkkinointiin keskittynyt GREY DIRECT & DIGITAL, pienten ja keskisuurten mainostajien palveluun erikoistunut SEK PRO,

tuotantotoimisto SEK POINT, viestintä- ja markkinointi-PR-toimisto GCI sekä viestintään keskittyvä liikkeenjohdon konsulttitoimisto Perfecto. SEKiä omistavat Salomaa Yhtiöt Oy ja Grey Global Group.