

Seppälälle AdProfit 2004 -kilpailun voitto

Seppälä poki AdProfit 2004 -palkinnon kampanjallaan ”Seppälä 2002 – 2004, myynti ja brandi nousuun mainontaa vähentämällä”.

Menestyksekkään brandin uudelleen asemoinnin keskeisimmät tekijät olivat myymälän ymmärtäminen tärkeimmäksi mediaksi ja *Seppälä muotilehtenä* -konsepti, joka nivoi yhteen mediamainonnan ja myymälätoimenpiteet niin, että kaikki toimet mediasta näyteikkunaan, myymälään ja yksittäiseen tuotetarjoukseen saakka muodostivat ketjun, joka lopulta johti ostoon.

Uuden strategian tulokset näkyivät jo syksyllä 2003 selkeänä ostavien asiakkaiden määrän kasvuna. Keväällä 2004 oli tapahtunut ennen näkemätön muutos: ostavien asiakkaiden määrä oli kasvanut yli 10 % verrattuna vastaavaan ajanjaksoon edellisenä vuonna. Kevään 2004 branditutkimus kertoi, että Seppälän profiili oli kirkastunut, mainonnan muistaminen oli parantunut huikella tavalla ja mainonta herätti myös spontaaneja tavoiteposition mukaisia mielikuvia.

Seppälän markkinointijohtaja Tiina Kuusisto kuvaa onnistumista näin (01/2005): ”Keskeistä on ymmärtää kaikkien osa-alueiden vaikutus kuluttajan muodostamaan mielikuvaan. Vaatevähittäiskaupassa markkinointistrategian kaikki osa-alueet ovat kriittisiä kuluttajan brandikohtaamisen kannalta ja näin vaikuttavat brandin arvoon, joka Seppälän tapauksessa voidaan selkeimmin mitata sillä, miten hyvin kassakone käy. Kysymys on joukkuepelistä, jossa tuotteiden, logistiikan, esillepanon, myymäläviestinnän ja mediamainonnan täytyy pelata samaan maaliin. Seppälä on kulkenut pitkän matkan Stockmann-konsernin kannattavimmaksi osaksi vaikeassa markkinassa. Siihen on omalta osaltaan vaikuttanut koko Seppälän henkilökunta ja Bob Helsingin kanssa tehty markkinointistrategiaan, konseptikehitykseen sekä myymälämarkkinoinnin ja mainonnan kehittämiseen tehty työ.”

Kampanja on esimerkki siitä, kuinka oivaltavalla mediastrategialla ja huolellisesti mietityillä välineiden yhteisapelillä nostetaan markkinointiviestinnän tehoa aiempaa pienemmällä kokonaispanostuksella.

Kampanjan tekijät

Mainostoimisto Bob Helsinki: Anu Igoni, AD; Joni Kukkohovi, AD; Kari Eilola, copywriter; Mira Olsson, copywriter; Timo Silvennoinen, copywriter; Jaakko Veijola, graafinen suunnittelija; Marko Parkkinen, toimitusjohtaja; Minna Läntinen; tuotantopäällikkö

Seppälä Oy: Tiina Kuusisto, markkinointijohtaja; Heikki Väänänen, toimitusjohtaja; Annu Pätiälä, markkinointipäällikkö; Memme Ilmakunnas, tuotejohtaja; Anja Valtteri, tuotejohtaja

Mediatoimisto OMD Finland: Anja Metso, media manager; Tina Terho, deputy managing director

Copeland: Mary Lee Sjönell, agency producer

LISÄTIETOJA:

Seppälä, markkinointijohtaja Tiina Kuusisto, p. 050 505 1145
Bob Helsinki, toimitusjohtaja Marko Parkkinen, p. 044 580 2676

Kuvamateriaalia tilattavissa osoitteesta: maria.saari@stockmann.fi