



TIETOTILIN- PÄÄTÖS

2021 KESKON VUOSIRAPORTTI



TIETOTILINPÄÄTÖS

JOHDON PUHEENVUORO	2
DATASTRATEGIA	5
Päivittäistavarakauppa hyödyntää dataa laaja-alaisesti	8
ASIAKAS JA DATA	9
Jotta kaupassa olisi kiva käydä	10
Verkkokauppa kasvaa	13
Paras asiakaskokemus mobiilissa ja verkossa	14
Tehokkuuden parantaminen dataa hyödyntämällä	19
KESKON TIETOTASE	20
KYBERTURVALLISUUS JA TIETOSUOJA	24
Tieto- ja kyberturvallisuus	25
Tietosuoja	26
DATAVASTUULLINEN RUOKAKAUPPA	28

MIKÄ ON TIETOTILINPÄÄTÖS JA MIKSI TEIMME SELLAISEN?

Tietotilinpäätös kuvaa datan hyödyntämistä asiakkaan ja liiketoiminnan eduksi Keskon strategian mukaisesti. Datan merkitys asiakaskokemuksen rakentamisessa, verkko- ja kivijalkakaupan sekä toimitusketjun johtamisessa sekä tehokkuuden parantamisessa on keskeinen.

Dataan liittyy liiketoiminta- ja asiakashyötyjen lisäksi myös uhkia ja riskejä, joita Kesko hallinnoi aktiivisesti. Vahva tietosuoja, kyberturvallisuus sekä määräystenmukaisuus ovat vahva perusta, jonka varaan kaikki muu rakentuu. Nopeasti kehittyvä teknologia ja muuttuva sääntely haastavat meitä pysymään koko ajan askeleen edellä asiakkaidemme, kumppaneidemme ja toimintamme suojaamisessa.

Kesko on ollut Suomessa edelläkävijä vastuullisuusviestinnässä. Läpinäkyvä viestintä datan hallinnasta ja hyödyntämisestä sekä datan avulla tapahtuvasta kestävästä arvonnluonnista ovat osa uudistuvaa vastuullisuusviestintää ja eurooppalaisen, yksilön oikeuksia arvostavan datatalouden hengen mukaista.

Keskon ensimmäinen tietotilinpäätös keskittyy päivittäistavarakaupan kuluttajaliiketoimintaan Suomessa.



JOHDON PUHEENVUORO

2021 KESKON TIETOTILINPÄÄTÖS



PÄÄJOHTAJALTA

KESKO LUO DATAN AVULLA KESTÄVÄÄ STRATEGISTA KILPAILUETUA

Kevään 2021 strategiatyön tuloksena nostimme entistä vahvemmin strategian ytimeen asiakaskokemuksen jatkuvan parantamisen, digitaalisten palveluiden edelleen kehittämisen sekä vastuullisuuden.

Meille tärkeimmät tavoitteet digitalisaation ja datan hyödyntämisessä ovat asiakaskokemuksen parantaminen sekä omien toimintojen tehostaminen. Näillä on keskeinen vaikutus liiketoiminnan tulokseen ja omistaja-arvon kasvuun.

Kesko on perustellusti digitalisaation edelläkävijä kaupan alalla. Laadukas data ja sen avulla tuotetut lukemattomat palvelut tuottavat arvoa asiakkaille, kauppiaille, kumppaneille ja koko liiketoiminnalle. Datan vaikuttavuus rinnastuu siksi taloudelliseen ja inhimilliseen pääomaamme. Esimerkkinä tästä ensiluokkaiset verkkokaupan palvelut, jotka pohjautuvat laadukkaaseen dataan ja sen hyödyntämiseen.

Dataohjautuneena kaupan alan toimijana kertynyt datapääomamme on maailmanluokkaa. Se mahdollistaa meille paljon, eikä rajaa ole näkyvissä. Kovassa kilpailussa ja muuttuvassa toimintaympäristössä parhaan asiakaskokemuksen ja uusien palvelujen tuottamiseksi tarvitaan jatkuvasti uudenlaisia tapoja kerätä, jalostaa ja hyödyntää tietoa. Taloudelliset investoinnit ja henkiset

panostukset tiedon laatuun ja hyödyntämiseen ovat kehitystyön ytimessä.

Keskon matka datan hyödyntäjänä on hyvässä vauhdissa. Datan hyödyntämätön ja koko ajan avautuva potentiaali innostaa meitä etenemään vauhdilla eteenpäin. Arvioimme, että hyödynnämme nykyisestä tietopääomastamme noin 25 prosenttia. Realistinen tavoitteemme on tuplata datan käyttöaste vuoteen 2025 mennessä. Yhdessä vahvistuvan tietopääoman kanssa tämä avaa Keskolle merkittäviä arvonluonnin mahdollisuuksia.

Meille datavastuullisuus tarkoittaa, että pyrimme luomaan datasta kestäväää arvoa liiketoiminnallemme, sidosryhmillemme ja yhteiskunnalle sekä ympäristölle. Se on luonteva osa jokapäiväistä toimintaamme laajan yhteisömme eri puolilla. Tämä on myös osa vastuullisuuttamme niin asiakkaidemme palveluntarjoajana kuin yhteiskunnallisena toimijana.

Tämä on Keskon ensimmäinen tietotilinpäätös ja samalla Suomen ensimmäinen pörssiyhtiön julkaisema tietotilinpäätös. Tietotilinpäätös osaltaan osoittaa, että suhtaudumme vastuullisesti tiedon käsittelyyn ja hyödyntämiseen.



Mikko Helander
pääjohtaja

CHIEF DIGITAL OFFICERILTA

TIETO ON ASIAKASKOKEMUKSEN YTIMESSÄ

Data on keskeistä kaikessa toiminnassamme. Digitalisaatio ja asiakaskokemus ovat Keskon strategiassa kaksi keskeistä, toisiinsa kytkeytyvää teemaa. Kehitämme itseämme tiedolla johdetuksi organisaatioksi, jossa tieto, analytiikka ja tekoäly tukevat liiketoimintaa sekä operatiivisella että strategisella tasolla. Tiedon ja digipalvelujen avulla luomme aitoa lisäarvoa asiakkaillemme sekä kannattavaa kasvua niin Keskolle, K-kaupoille kuin K-ryhmän kumppaneillekin.

Tiedolla johtaminen on tuotu vahvasti osaksi kauppojen toimintaa ja K-kauppiaita tuetaan luomaan omat kauppakohtaiset liikeideansa asiakastietoa hyödyntämällä. Päivittäistavarakaupassa panostamme vahvasti ruoan verkkokaupan kehittämiseen. Uskomme ruoan verkkokaupan myynnin kasvun jatkuvan ja pysyvän jatkossakin aiempaa korkeammalla tasolla.

Data tukee myös päätöksentekoa ja sen avulla luodaan työkaluja, jotka helpottavat muun muassa kauppojen valikoimasuunnittelua ja hinnoittelua. Digitaaliset markkinointinäytöt tekevät kaupoista aiempaa tärkeämpiä markkinointikanavia.

Rakentamisen ja talotekniikan kaupan toimialalla olennaista on räätälöidä digi- ja verkkopalvelut kolmen erilaisen asiakasryhmän – teknisen tukkukaupan asiakkaiden, ammattirakentajien ja kuluttajien – tarpeita vastaaviksi. Autokaupassa digimatka on vasta alussa, mutta digitalisaatiolla on merkittävä rooli toimialan uudistamisessa. Digitalisaatio vaikuttaa kaikkiin autokaupan toimintoihin uusien autojen mynnistä aina huoltoon ja käytettyjen autojen ostoon ja myyntiin sekä IT:n, rahoituksen ja vakuuttamisen kaltaisiin tukitoimintoihin.

Tämä tietotilinpäätös keskittyy erityisesti päivittäistavara- ja kuluttajaliiketoimintaan, vaikka digitalisaatio on keskeisessä roolissa Keskon kaikkien kolmen toimialan kasvustrategiassa. Data on sekä liiketoiminnan edellytys että merkittävä arvonluonnin mahdollisuus.

Data on uudenlaista ja arvokasta pääomaa, jota on vaalittava ja jonka tuottomahdollisuudet on tunnistettava ja hyödynnettävä. Asiakkaan on aina voitava luottaa siihen, että hyödynnämme kaikkea tietoa vastuullisesti ja asiakkaalle hyötyä tuottavalla tavalla sekä kerromme tietojen käytöstä läpinäkyvästi.



Anni Ronkainen
Chief Digital Officer



DATASTRATEGIA

2021 KESKON TIETOTILINPÄÄTÖS



DATASTA KESTÄVÄÄ ARVOA JA KILPAILUETUA

Keskon tavoitteena on olla kaupan alan edelläkävijä digitalisaatiossa. Asiakaskokemuksen parantaminen sekä operatiivisen tehokkuuden lisääminen ja parantaminen ovat keskeisiä datan hyödyntämisen osa-alueita. Keskon vahvaa tietopääomaa hyödynnetään lähteenä myös uusilla, data- ja analyysipalveluiden sekä medialiiketoiminnan kaltaisilla alueilla.

Keskolla on pitkä kokemus asiakasdatan, tuotedatan ja operatiivisen datan hyödyntämisestä ja tiedolla johtamisesta. Datatieteisiin ja liiketoiminta- ja data-analytiikkaan pohjautuvat sovellukset ovat olleet käytössä jo pitkään, mutta tulevana vuosina teknologian kehitys avaa täysin uusia mahdollisuuksia.

AINUTLAATUINEN TIETOPÄÄOMA

Pitkällä aikavälillä rakentunut ja kasvanut datapääomamme ja sen hyödyntäminen muodostavat yhä merkittävämmän osan liiketoiminnan kilpailukyvyistä ja erottavasta kilpailuedusta. Datalla on myös suuri merkitys toiminnan tehokkuuden, taloudellisuuden ja luotettavuuden parantamisessa.

Kaiken perustana ovat vahvat tietoturvan, tietosuojan ja riskienhallinnan toimintamallit. Henkilö- ja asiakastietojen hallinnassa ja hyödyntämisessä noudatetaan paikallista EU-tason sääntelyä.

Tavoitteena tuplata datan käyttöaste

2025
mennessä

Datajohtamisen kolme tasoa Keskossa



UUSILLE ALUEILLE

Keskon tavoitteena on kehittyä dataa hyödyntävästä organisaatiosta datakeskeiseksi yritykseksi. Data, analytiikka ja tekoäly tuottavat liiketoiminnalle yhä lisääntyvää arvoa sekä strategisella että operatiivisella tasolla. Kesko uudistaa kokonaisarkkitehtuuriaan sekä data ja analytiikka -alustansa voimakkaasti avatakseen uusia mahdollisuuksia datan monipuolisempaan, lisääntyvässä määrin reaaliaikaiseen hyödyntämiseen. Myös ekosysteemit ja kumppanuudet korostuvat - esimerkiksi

uusi K Data -alusta sovelluksineen ja rajapintoineen avaa uusia arvonluonnin mahdollisuuksia Keskon lisäksi myös sen kumppaneille.

DATAN KÄYTTÖASTEEN NOSTAMINEN

Keskon datapääoman arvo kilpailuedun ja tehokkuuden lähteenä perustuu sen mahdollisimman korkeaan käyttöasteeseen. Datalla ei ole Keskolle itseisarvoa, vaan sen arvo perustuu useisiin erilaisiin hyötyihin, joita sen avulla tuotetaan.

Datan hyödyntäminen taloudellisesti tuottavasti ja vastuullisesti perustuu mahdollisimman korkeaan datan kokonaislaatuun, tiedonhallinnalla saavutettavaan hyödynnettävyyteen ja luotettavuuteen sekä jatkuvasti kehitettäviin data-, analytiikka- ja DevOps-kyvykkyyksiin. Strateginen päämäärä on lisätä tietopääoman hyödyntämistä nykyisestä noin 25 prosentista 50 prosenttiin vuoteen 2025 mennessä.

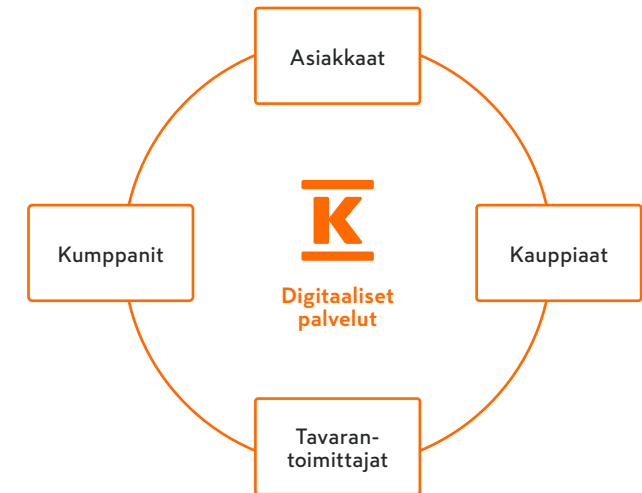
ARVOA KESKOLLE JA KUMPPANEILLE

Luomme datan avulla arvoa oman toimintamme lisäksi myös ympärillemme. Kesko kehittää ja tuottaa jatkuvasti kasvavaan datapääomaan perustuvia palveluita useille eri kohderyhmille. Digitaaliseen arvonnäkökulmaan osallistuvat K-kauppiat, asiakkaat, tavaroiden ja palveluiden tuottajat sekä kumppanit. Verkoston jatkuva

kehittäminen tarjottujen digitaalisten palveluiden sekä sisäisten kyvykkyyksien näkökulmasta on Keskolle strateginen prioriteetti, joka palvelee kestävän kilpailuedun rakentamista lyhyellä, keskipitkällä ja pitkällä aikavälillä.

Kesko kehittää aktiivisesti K-ryhmän yhteistä digitaalista K Verkostoa (K Network), joka yhdistää asiakkaille, K-kauppiaille sekä tavarantoimittajille ja kumppaneille tarjottavien palveluiden taustateknologioita ja tietopääomia. Tämä edellyttää useiden nykyisten datakeskeisten kyvykkyyksien strategista kehittämistä, merkittävässä määrin myös yhteistyössä kumppaneiden kanssa. Keskeisiä tunnistettuja kehitettäviä kyvykkyyksiä ovat konseptikehitys, palvelumuotoilu ja -suunnittelu, edistynyt analytiikka (AI) sekä Keskon tietopääomaa kokoava data-alusta.

Keskon digitaalinen verkosto



Datan käyttöastetta kasvattavia osa-alueita

Datan jalostusaste	>	Kasvatamme datan jalostamisen kyvykkyyksiä ja datan hyödynnettävyyttä eri sovelluksissa.
Datalla johtaminen	>	Lisäämme datan hyödyntämistä strategisessa, taktisessa ja operatiivisessa päätöksenteossa.
Digitaaliset palvelut	>	Parannamme aktiivisessa tuotannollisessa käytössä olevien datavarojen määrää ja laatua.
K datakulttuuri	>	Vahvistamme datan liiketoimintaomistajuutta ja asemaa liiketoiminnan arvonnäkökulman keskiössä.

Päivittäistavarakauppa hyödyntää dataa laaja-alaisesti

Päivittäistavarakaupan datan hyödyntämisen avainalueet ovat kauppakohtaiset liikeideat, laadukas asiakastieto ja sen laaja hyödyntäminen, vahva digitaalinen osaaminen sekä tehokkaat prosessit. Asiakaskokemuksen rakentamisessa korostuu ketjujen vahvuuksien yhdistäminen kauppakohtaisten liikeideoiden päälle.

Päivittäistavarakaupan tavoitteena on tarjota henkilökohtaisin ja arvostetuin asiakaskokemus. Tavoitteena on kasvattaa markkinaosuutta, parantaa kannattavuutta ja vahvistaa asiakastytyväisyyttä.

Digitaalisten palveluiden käytön helppous, hyödyllisyys ja saavutettavuus ovat keskeisiä suunnitteluperiaatteita Keskon suunnitelmassa uusia palveluita ja kehittäessä nykyisiä palveluitaan.

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN PRIORITEETIT

Kauppakohtaiset liikeideat näkyviksi asiakkaille

Paras monikanavainen asiakaskokemus

Johtava valikoimamielikuva ja erilaistuminen

Hintakilpailukyvyyn vahvistaminen

Asiakaslähtöinen päätöksenteko dataa hyödyntämällä

Asiakkaiden auttaminen vastuullisten valintojen tekemisessä

Paras valikoima ja palvelu foodservice-liiketoiminnassa

Halutuin kumppani ja liiketoiminta-alusta

DATAN HYÖDYNTÄMISEN NÄKÖKULMA

Kauppakohtainen liikeidea perustuu analyttisesti tuotettuun asiakas-, liiketoiminta- ja markkinaymmärrykseen.

Monikanavaisen asiakaskokemuksen jatkuva kehittäminen, muotoilu ja tuottaminen dataan ja analyytiikkaan perustuen.

Valikoimajohtaminen perustuu laaja-alaiseen datan hyödyntämiseen

Digitalisaatio ja datakyvykkyudet tukevat voimakkaasti operatiivista tehokkuutta ja hinnoittelua. Ohjelmistoautomaatio ja robotiikka avainasemassa.

Osa-alueessa korostuvat voimakkaasti sekä datan laatu että analyttiset kyvykkyudet. Tavoitteena datan käyttöasteen nostaminen.

Asiakkaat voivat tehdä ympäristön, kotimaisuusasteen sekä oman hyvinvoinnin kannalta positiivisia ostopäätöksiä hyödyntämällä raportointi- ja tuotetietopalveluita, erityisesti K-Ostokset-palvelua.

B2B-liiketoiminnassa asiakas- ja liiketoimintaymmärrys merkittävässä määrin datalähtöistä. Tehostaminen automaation avulla.

Hyödylliset, liiketoimintaa tukevat datapalvelut keskeinen osa alustan tuottamaa arvoa asiakkaille, kaupoille, tavarantoimittajille ja muille kumppaneille.



ASIAKAS JA DATA



2021 KESKON TIETOTILINPÄÄTÖS

DATASTA ARVOA ASIAKKAALLE JA LIIKETOIMINNALLE

Data auttaa lunastamaan Keskon lupauksen ”Jotta kaupassa olisi kiva käydä”. Asiakasdataa ja muita keskeisiä datalähteitä hyödynnetään kattavasti mahdollisimman henkilökohtaisen monikanavaisen asiakaskokemuksen tuottamisessa kivijalka- ja verkkokaupassa sekä digitaalisesti eri kanavissa.

Vahva tietoon perustuva asiakasymmärrys auttaa yllättämään asiakkaan positiivisesti aina uudestaan. Päivittäistavarakaupassa onnistuminen perustuu erityisesti kauppakohtaisiin liikeideoihin sekä asiakastiedon päivittäiseen hyödyntämiseen kaupan, valikoimien ja markkinoinnin johtamisessa.

Tavoitteena on kasvattaa markkinaosuutta, parantaa kannattavuutta sekä vahvistaa asiakastyytyväisyyttä. Asiakaskokemuksen rakentamisessa korostuu ketjujen vahvuuksien yhdistäminen kauppakohtaisten liikeideoiden päälle.

Jotta kaupassa olisi kiva käydä

K-ryhmän kauppiaasyrittäjät ovat oman asiakaskuntansa ja kauppansa parhaita asiantuntijoita. Yli puolet K-ruokakauppiaista toimii kauppakohtaisen liikeidean mallilla: jokainen kauppakokonaisuus on erilainen sen

perusteella, missä päin Suomea kauppa sijaitsee ja minkälaisia asiakkaita se palvelee. Erilaisuus rakennetaan dataa huolellisesti ja monipuolisesti hyödyntämällä.

Keskon laaja-alaisesti kertyvän datapääoman ja analytiikan merkitys kauppakohtaisen liikeidean mahdollistamisessa ja jatkuvassa ylläpidossa on keskeinen. K-ruokakauppojen valikoimiin ehdotetaan dataan perustuen uusia, erilaistavia, vastuullisia ja kunkin kaupan paikalliselle asiakaskunnalle parhaiten sopivia tuotteita ja palveluita.

Myynnin lähes reaaliaikainen raportointi sekä korkealaatuinen asiakas- ja markkina-alue-tiedon hyödyntäminen mahdollistavat jatkuvan kauppakohtaisen liikeidean kehittämisen, valikoiman optimoinnin sekä valikoima-, kampanja- ja hintapäätösten testaamisen.

Jatkuvasti parantuva näkemys valikoiman onnistumisesta kiertonopeuden, myynnin ja katerakenteen näkökulmasta tuottaa taloudellista arvoa kauppiaille. Lisäksi ympäristö hyötyy pienentyvän hävikin ansiosta.

Kesko on kehittänyt ja kehittää jatkuvasti sovelluksia tukemaan kauppakohtaisen liikeidean toteutumista ja sen kohdennettua markkinointia asiakkaille. Palvelut ja sovellukset ovat kauppiaasyrittäjän ja myymälähenkilöstön aktiivisessa käytössä. Dataa hyödyntävien palveluiden tarjoamasta tuesta huolimatta vahvin näkemys ja kokemus asiakkaiden tarpeisiin vastaamisesta on usein asiakaskuntansa tuntevalla kauppialla ja hänen henkilöstöllään.

Case: Tammiston K-Citymarketia ja Intersportia johdetaan datalla

K-Citymarket Tammistossa kauppiaina vuonna 2020 aloittanut Kimmo Sivonen päätti nostaa Keskon tarjoaman datan ja analytiikan kauppakohtaisen liikeideansa kehittämisen ja toteuttamisen ytimeen. Tulokset ovat erinomaisia.

DATAN AVULLA LUOTIIN ELÄMYKSELLINEN KAUPPA

Alkuvuonna 2021 kokonaisuudistuksen kokenut K-Citymarket Tammisto rakennettiin markkina- ja asiakastietoa hyödyntäen ja paikallisia asiakkaita ymmärtäen. Tuloksena on elämyksellinen ruokakauppa, jossa on erittäin laajat, ja täsmällisesti asiakastoiveiden perusteella johdetut, valikoimat ja miljö.

K-Citymarket Tammisto on Euroopan ensimmäinen hypermarket, jossa sijaitsee panimo. Tammistossa on myös K-Citymarket-ketjun ensimmäinen oma kahvipahtimo ja yrttikasvattamo sekä suuri määrä erilaisia ravintolatason tuotteita.

Tammikuussa brittiläinen kaupan alan tutkimus- ja asiantuntijaorganisaatio IGD valitsi kaupan vuoden 2022 Must-see stores -listalle. IGD:n Must-see stores on yksi IGD:n kaikkein suosituimmista vuosittaisista julkaisuista. IGD valitsi jo syksyllä Tammiston K-Citymarketin kuukauden kaupaksi. ”K-Citymarket Tammisto on rakennettu omia asiakkaitamme varten. Uudistuksessa lähdimme siitä, mitä asiakkaamme valikoimaltamme toivovat. Sen ympärille

rakensimme inspiroivan miljöön. Paras palkinto on, että asiakkaat ovat tyytyväisiä, asioivat meillä yhä uudelleen ja antavat hyvää palautetta”, kauppias Kimmo Sivonen sanoo.

Asiakassuhde muodostuu viime kädessä asiakkaan ja kauppiaan välille. Kauppias kehittää ja johtaa omaa kauppaansa asiakasta kuunnellen ja asiakastarpeisiin reagoiden.

ANALYTIikka AUTTAA TIEDOLLA JOHTAMISTA

Keskon erityinen vahvuus on kauppakohtainen liikeidea, jossa kauppiaan vision tukena hyödynnetään Keskon tarjoamaa dataa ja analyttisiä työkaluja. Yksittäisen kaupan erottuvuutta, asiakaskokemusta ja tehokkuutta johdetaan lisääntyvässä määrin dataa tarvittaessa lähes reaaliaikaisesti hyödyntämällä.

Hyötyjä saadaan strategisella ja operatiivisella tasolla, kauppakohtaisen liikeidean suunnittelusta päivittäisten päätösten tukemiseen. Tärkeimpiä osa-alueita ovat markkinointi ja kampanjat, valikoiman ja hyllykokonaisuuksien optimointi, hinnoittelu, tavaravirtauksen ja hävikin hallinta, resurssisuunnittelu sekä ennustaminen.

Voidakseen huomioida oman alueensa asiakasprofiilin sekä kohdata kilpailevan tarjonnan kauppialla on

oltava ajantasainen tieto kilpailutilanteestaan ja markkinapotentiaalistaan. Näin hän kehittää kauppansa valikoimaa, palveluja ja aukioloaikoja sekä ohjaa hinnoittelua kilpailukykyisesti.

Asiakaskokemusta mitataan useammalla mittarilla. Hymy-palautteet mittaavat asiakaskokemuksen eri osa-alueita päivittäin. Tätä tukevat suosittelemiseen perustuvat NPS-tutkimukset, asiakastytyväisyystutkimukset sekä henkilöstötutkimukset.

Uudistusten jälkeen K-Citymarket Tammiston saamat arviot nousivat kaikissa tutkimuksissa. Asiakaspalautteissa vahvuuksina korostuivat asiakaspalvelu, henkilökunta ja palveluasenne sekä valikoima.

HYÖDYT SYNTYVÄT K-RYHMÄN SISÄLLÄ YLI KETJURAJOJEN

Tammistossa toimii myös K-ryhmän Intersport-ketjun urheilukauppa. Keskon yhteinen data ja analytiikka -alusta mahdollistaa samalla alueella toimiville kauppiaille paikallisen asiakasprofiilin hyödyntämisen. Asiakas hyötyy keskittämisen eduista. Kauppiat ja Kesko hyötyvät kertyvästä datasta, jonka perusteella palveluja ja valikoimaa kehitetään kilpailuedun saavuttamiseksi ja ylläpitämiseksi.

Case: K-Valikoima auttaa K-kauppiasta johtamisessa

K-ryhmän kauppiasyrittäjät ovat oman kauppansa ja asiakaskuntansa parhaita asiantuntijoita. Keskon keskeisenä tavoitteena on mahdollistaa ja tukea heidän onnistumistaan myös tuottamalla dataa erilaisista lähteistä. Olennaista on, että data on helposti kauppiaan ja hänen henkilöstönsä käytössä.

Erotukseksi Suomen muista päivittäistavara-kaupan toimijoista, kaikissa K-ruokakaupoissa toimii K-kauppiasyrittäjä ja suuri osa toimii kauppa-kohtaisen liikeidean mallilla. Nopea digitalisaatiokehitys sekä Keskon laaja-alaisesti kertyvän datapääoman ja analytiikan merkitys kauppa-kohtaisen liikeidean mahdollistamisessa ja jatkuvassa ylläpidossa on keskeinen.

K-ruokakauppojen valikoimiin ehdotetaan dataan perustuen uusia, erilaistavia ja vastuullisia, kunkin kaupan paikalliselle asiakaskunnalle parhaiten sopivia tuotteita ja palveluita. K-Valikoima on sovellus, joka helpottaa kaupan päivittäistoiminnan johtamista.

Kauppialla saattaa olla useita kauppia, joiden kilpailukyvyyn varmistavista valikoimamuutoksista vastaa osaava henkilöstö. K-Valikoiman avustamalla päätöksillä tuotevalikoimaan lisätään ja siitä poistetaan tuotteita. Päätökset tehdään kilpailija- ja kysyntädataan perustuen.

Kauppiasyrittäjä Eero Pyyllä on Pohjois-Helsingissä kolme K-Marketia: Siltämäessä, Suutarilassa ja Töyrynummen alueella.

”K-Valikoima on hyvä, johtamista tukeva sovellus päivittäisten päätösten tekoon. Yhdessä kaupassa sen avulla tehdään satoja tuotevalikoimaa koskevia päätöksiä kuukaudessa. On kuitenkin tärkeää ymmärtää kokonaisuus. Kauppias ja kokenut henkilökunta tuntevat asiakkaansa ja heidän ostokäyttäytymisensä. Päätöksiä yhden tuotteen osalta ei tehdä irrallaan kokonaisuudesta”, Eero Pyy toteaa.

K-Valikoima kerää tietoa eri lähteistä. Jatkuvasti parantuva näkemys valikoiman onnistumisesta kiertonopeuden, myynnin ja kateakenteen näkökulmasta tuottaa taloudellista arvoa kauppiaille. Lisäksi ympäristö hyötyy pienentyvän hävikin ansiosta.

”On selvä, että K-Valikoima ei tee päätöksiä, mutta sen jalostama ja tuottama informaatio helpottaa ja nopeuttaa päätöksentekoa. Data

yhdistettynä ammattitaitoiseen hiljaiseen tietoon tuottaa oikeita, kilpailijaseurantaan perustuvia ratkaisuja”, Pyy toteaa.

Päätöksenteon nopeutuminen lisää liiketoiminnan laatua ja tehokkuutta, mistä hyötyy koko arvoketju. Hyödyt kertautuvat yli 800 K-Market-kaupassa läpi Suomen. Toki hyötyjä syntyy myös muissa K-kaupoissa, mutta K-Market-ketju on kauppamäärältään K-ryhmän suurin.



Verkkokauppa kasvaa

Ruoan verkkokauppa on kuluttaja-asiakkaille merkittävin digitaalinen palvelumme. Päivittäistavaran verkkokauppa on viime vuosina ottanut koronapandemian seurauksena suuren kehitysloikan. Verkkokauppakäynnit K-ryhmässä ovat lisääntyneet voimakkaasti ja esimerkiksi ruoan verkkokaupan myynti on kasvanut vuodesta 2019 noin 448 prosenttia. Vuonna 2021 ruoan verkkokaupan myynti oli noin 244 miljoonaa euroa (sis. alv) ja se vastasi 3,2 prosenttia Keskon päivittäistavara-kaupan kuluttajamyynnistä.

Kesko on onnistunut kauppiasmallinsa avulla vastaamaan nopeasti kasvaneeseen kysyntään liittämällä nopeasti uusia K-kauppoja verkkokaupan piiriin ja skaalamaan ryhmän digitaalista kyvykkyyttä uusille alueille. Verkkokaupamme vahvuuksia ovat kattava kanta-asiakasohjelma, hyvä hintakilpailukyky, verkon ja kivijalan vahvuudet yhdistävä konsepti, markkinoiden laajin valikoima (jopa 40 000 tuotetta) sekä joustavat toimitusvaihtoehdot.

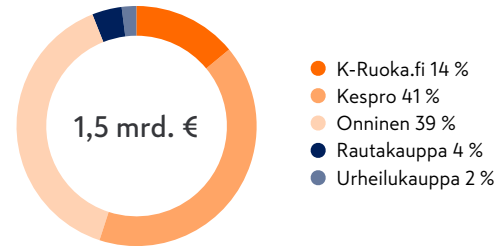
Keskossa verkkokauppaa kehitetään yhdistämällä kauppakohtaisen liikeidean, kivijalkakaupan ja ketjumaisen liiketoiminnan vahvuuksia.

Suomen ensimmäinen kaupan yhteyteen rakennettava automaattivusteinen verkkokaupan keräilyjärjestelmä käyttöön

2022.

Keskon uusi kanta-asiakastietojärjestelmä sekä data ja analytiikka -alusta parantavat verkkokaupan houkuttelevuutta sekä kilpailukykyä. Kesko pyrkii kehittämään ylivertaista digitaalista asiakaskokemusta eri asiakassegmenteille.

Digitaalisen kaupan myynti K-ryhmässä 2021



Vuoden 2021 lopussa 517 K-ruokakauppaa tarjosi ruoan verkkokaupan palveluita (2020: 500 ja 2019: noin 230). Ruoan verkkokaupassa asiakastyytyväisyyttä kuvaava NPS-luku oli vuoden lopussa joulukuussa 81. Arvioissa korostuu laaja valikoima ja korkea laatu.

K-ryhmän myynnistä yli 10 prosenttia tulee digitaalisten kanavien kautta ja kasvu on ollut nopeaa. Digitaalinen myynti vuoden 2021 aikana oli noin 1,5 mrd. euroa. Yritysmyyntin osuus digitaalisesta myynnistä on keskeinen. Yritysmyyntin osuus on noin 4/5 digitaalisesta myynnistä ja kuluttaja-asiakasmyyntin noin 1/5.

Keskeisiä verkkokaupan kehittämisen ajureita ovat valikoiman ja hintakilpailukyyn jatkuva parantaminen, kauppakohtaisen liikeidean konseptin potentiaalın saavuttaminen sekä toimitusvaihtoehtojen ja -aikojen monipuolistaminen. Keräilyn tehokkuutta parannetaan voimakkaasti ottamalla käyttöön automatisoitu varasto- ja keräilykeskus.



Case: K-Citymarket Ruoholahteen Suomen ensimmäinen kaupan yhteyteen rakennettava automaattivusteinen keräilyjärjestelmä

Suomen ensimmäinen ruokakaupan yhteyteen tuleva automaattivusteinen keräilyjärjestelmä valmistuu keväällä 2022 K-Citymarket Ruoholahteen Helsinkiin.

”Olemme innolla mukana kehityshankkeessa. Kyseessä on uusi avaus koko suomalaisessa ruoan verkkokaupassa. Verkkokauppa on kiinteä osa kaupamme toimintaa ja se helpottaa yhä useamman asiakkaan arkea. Verkkokauppatilausten keräily siirtyminen pääosin muihin tiloihin tuo myös väljyyttä kaupan käytäville”, K-Citymarket Ruoholahden kauppiaas Tero Huhtala kertoo.

K-Citymarket Ruoholahti on verkkokaupan tilausmäärissä yksi K-ryhmän vilkkaimmista. Siellä on jo pitkään panostettu ruoan verkkokauppaan, ja sen erinomainen kyky hyödyntää automaatiota mahdollistaa jatkokehityksen. K-Citymarket Ruoholahti valikoitui ensimmäisen automaattivusteisen keräilyjärjestelmän sijoituspaikaksi myös keskeisen sijaintinsa takia.

AUTOMAATIO SÄILYTTÄÄ LAAJAN VALIKOIMAN, MUTTA LISÄÄ TEHOKKUUTTA

Automaattivusteinen keräilyjärjestelmä mahdollistaa ruoan verkkokaupan toimitukset asiakkaalle läheltä tehokkaasti. Järjestelmä rakennetaan kaupan yhteyteen, jolloin keräys tehdään edelleen lähellä asiakasta mahdollistaen nopeat toimitukset sekä pienemmän kuljetusten ympäristökuorman.

Suomen kokoisessa markkinassa tehokkain tapa ruoan verkkokauppalalveluun on tähän asti ollut palvelun tarjoaminen kivijalkaverkostoa hyödyntäen. Pääkaupunkiseudulla nousseet volyymit ovat tehneet kuitenkin mielekkääksi uusien toimintamallien hakemisen ja käyttöönoton.

Nyt rakennettava automaattivusteinen keräilyjärjestelmä pohjautuu Micro Fulfillment Center -konseptiin (MFC). Keräysteho nousee manuaaliseen kauppakeräilyyn verrattuna noin nelinkertaiseksi, mutta asiakkaalle pystytään edelleen tarjoamaan laaja valikoima sisältäen myös paikallis- ja palvelutiskin tuotteet.

Paras asiakaskokemus mobiilissa ja verkossa

TAVOITTEEMME ON TARJOTA MAHDOLLISIMMAN ELÄMYKSELLINEN JA HYÖDYLLINEN ASIAKASKOKEMUS DIGITAALISISSA KANAVISSAMME

Dataa ja analytiikkaa hyödynnetään laaja-alaisesti asiakasymmärryksen rakentamisessa sekä palveluiden asiakaslähtöisessä kehittämisessä ja räätälöinnissä. Vähintään yhtä tärkeitä asioita ovat palveluiden helppokäyttöisyys ja luotettavuus. Saavutettavuus- ja tietosuojasuunnittelu ovat osa jokaisen palvelun kehittämistä ja ylläpitämistä.

Onnistumme, kun palveluistamme on hyötyä asiakkaalle ja niitä on helppo käyttää. Palveluun kirjautumisen myötä tarjolla on yksilöllisiä suosituksia ja sisältöjä. Osuvien sisältöjen tarjoaminen asiakkaille oikeaan aikaan ja oikeassa kanavassa on olennaista. Itselle sopivilta tuntuvat tarjoukset, tuotesuosituksien ja -vinkit sekä yksilölliset sisällöt ilahduttavat ja helpottavat arjessa. Tämä edellyttää Keskolta kykyä hyödyntää laaja-alaisesti dataa ja muotoilla digitaalisia palveluita ja viestintää asiakaskeskeisesti.

K-ryhmän digitaalisissa palveluissa on noin

25 miljoonaa
käyntiä kuukaudessa.

Case: Rakentamisen ja talotekniikan kaupassa digitaaliset kanavat kasvavassa roolissa

Suomessa K-Raudan verkkokaupan myynti kasvoi 42 prosenttia vuonna 2021. Yritysasiakaspuolella uusi K-RautaPro-verkkopalvelu palvelee ammattiasiakkaita. Myös Onninen Express -myymäläverkoston asiakaskokemusta on parannettu lanseeraamalla uusia digitaalisia palveluja ja Suomessa Onnisen myynnistä jo noin 25 prosenttia tapahtuu digitaalisten kanavien kautta.

Digitaalisissa palveluissa ja niiden kehittämisessä asiakas on tekemisen keskiössä. Digitaalisia palveluita odotetaan koko ajan enemmän ja asiakkaille erilaiset asiat ovat merkityksellisiä ja niiden tärkeys vaihtelee asiakasryhmittäin ja maittain.

Mutta kyse on muustakin kuin verkkokaupasta. "Digitaaliset tilauskanavat ovat myös ammattilaisille tarjottavia erilaisia tilausratkaisuja tai asiakkaan tiloissa olevia palveluvarastoja, joihin liittyviä prosesseja on digitalisoitu", kertoo rakentamisen ja talotekniikan toimialalla digitaalisuudesta vastaava johtaja Johanna Kontio.

Yritys- ja kuluttaja-asiakkaiden tarpeissa on eroavuuksia, mutta yhteistä molemmille asiakasryhmille on toive kattavista ja ajantasaisista tuotetiedoista. Laadukkaat tuotetiedot tarjoavat perustiedot tuotteen teknisistä

ominaisuuksista, tuotekoodit, mitat, painot, värit, korkealaatuiset tuotekuvat, ajantasaiset dokumentit ja sertifikaatit tuoteturvallisuuden näkökulmasta sekä asennusohjeet, videot ja tiedot asennuksessa tarvittavista tuotteista ja varaosista. Ne helpottavat asiointia ja varmistavat, että asiakas ostaa oikean tuotteen. "Kyse on niin kriittisestä asiasta, että tuotetietojen rikastamis- ja järjestelmän kehitystyötä tekee tälläkin hetkellä liki sadan hengen tiimi eri toimintamaissa. Mahdollisuudet ja vaatimukset vaihtelevat valtavasti maittain. Tämä on meille erittäin iso panostus", Kontio sanoo.

"Digitaalisten palveluiden ytimessä on asiakkaan arjen helpottaminen. Kun onnistumme tekemään myyjän työn helpommaksi, hän pystyy palvelemaan omaa asiakastaan paremmin ja luomaan parhaan asiakaskokemuksen",

Johanna Kontio ynnää. Esimerkiksi hän nostaa myyjän työpöydän, jonka avulla Onnisen myyjät pystyvät tekemään tehokkaasti asiakkaan tilaukset hyödyntäen kaikkea tuotetietoa ja kaikkia verkkoon vietyjä asioita sekä seuraamaan, että toimitus menee asiakkaalle ajallaan ja sovitusti.



Case: Autokaupassa digitalisaatio osana parempaa palvelua

Autotoimiala, autoilu ja liikkuminen kehittyvät nopeasti. Autoilun ja liikkumisen uudet muodot edellyttävät toimintamallien, palveluiden ja teknologioiden jatkuvaa kehittämistä. Autoilun yleinen sähköistyminen ja internetiin yhdistetyt autot, jotka saavat jatkuvasti tietoa muun muassa keliolosuhteista, ovat esimerkkejä toimialan innovaatioista. Myös perinteinen autokauppa digitalisoituu ja tavoitteenamme on olla digitaalisen autokaupan johtava toimija Suomessa ja tarjota täysin paperiton prosessi tilauksesta luovutukseen. Haemme aktiivisesti synergiaetuja Keskon eri toimialojen välillä ja hyödynnämme yhteistä asiakasdataa digitaalisten palveluiden ja paremman asiakaskokemuksen luomiseksi. Olemme uudistaneet verkkosivumme toiminnallisuuksia ja tuomme käytettyjen autojen kauppaan digitaalisia analytiikkatyökaluja.

Digitaalisten palveluiden laajentuessa myös myyjän rooli ja osaamistarpeet muuttuvat. Verkkosivuiltamme löytyy kattavasti autojen ominaisuuksia ja asiakkaalla on mahdollisuus rakentaa oma toiveautonsa jo ennen kauppaan menoa. Tällöin myyjän on kyettävä luomaan lisäarvoa ratkomalla asiakkaan tarpeita ja toiveita, jotka saattavat liittyä esimerkiksi lastenvaunujen, polkupyörän tai muiden harrastevälineiden kuljettamiseen, tai vaikkapa koiraverkon asentamiseen.



VERKKOPALVELUT HALLITSEVAT, MOBIILI NOUSEE

Viikkotasolla Keskon päivittäistavarakaupan Suomen digipalveluissa kävi vuonna 2021 keskimäärin 2,9 miljoonaa asiakasta, joista yli 10 prosenttia käytti palveluita kirjautuneena. Suurin osa asiakkaita käy eri verkkosivuilla, mutta K-Ruoka -mobiilisovelluksen käyttö yleistyy voimakkaasti. Mobiilisovelluksen keskimääräiset viikkokäynnit kasvoivat lähes 30 prosenttia edellisvuodesta.

Tammikuussa 2022 Keskon suosituimmat digipalvelut kuluttaja-asiakkaille

1.	K-Ruoka.fi	8,9 miljoonaa käyntiä
2.	K-Ruoka -mobiilipalvelu	4,4 miljoonaa käyntiä
3.	K-Rauta.fi	2,4 miljoonaa käyntiä
4.	Intersport.fi	2,3 miljoonaa käyntiä
5.	Budgetsport.fi	1,1 miljoonaa käyntiä
6.	Plussa.fi	0,4 miljoonaa käyntiä

Kesko on keskittänyt merkittävimmän osan vähittäiskaupan kuluttaja-asiakkaiden yleisistä ja kirjautuneille asiakkaille tarjotuista personoiduista palveluista K-Ruoka-palveluun, joka on hyvin saavutettavissa sekä verkkoselaimessa että erillisessä mobiilisovelluksessa. Palvelut ovat saatavilla yhden kirjautumisen kautta ja mahdollistavat käyttäjälle kaikkien keskeisten Keskon digitaalisten palveluiden käyttämisen yhden sovelluksen kautta.

K-Ruoka (verkko- ja mobiili)

- Pääasiallinen digitaalinen ostamisen ja sisältöjen kanava kuluttaja-asiakkaille
- Ruoan verkkokauppa, sisältäen älykkäät ostoslistat ja laadukkaat tuotetiedot
- Tuote-, resepti- ja kauppahaku
- Personoidut asiakaskohtaiset sisältö- ja tuotesuosituksukset sekä tarjoukset
- Vuorovaikutus oman / omien K-kauppiaiden kanssa

K-Ostokset

- Omien ostosten tutkiminen tuoteryhmittäin ja tuotteittain eri aikaväleillä, jopa viiden vuoden ajalta
- Mahdollisuus tutkia omien ruokaostosten kotimaisuustasoa ja asettaa tavoite sen nostamiseksi. Tämän jälkeen asiakas saa suosituksia kotimaisista tuotteista.
- Mahdollisuus seurata omien ruokaostosten ilmastovaikutuksia ilmastotason ja eri tuoteryhmien hiilijalanjäljen avulla. Mahdollisuus asettaa tavoite laskea ruokaostosten hiilijalanjälkeä, minkä jälkeen asiakas saa konkreettisia neuvoja omien ruokaostosten ilmastokuorman pienentämiseksi.
- Mahdollisuus tarkastella sokerin, suolan, kasvisten, punaisen lihan ja kalan kulutusta. Omia tietoja voi verrata kansallisiin ravitsemussuosituksiin. Mahdollisuus asettaa kulutukseen liittyviä tavoitteita, minkä jälkeen asiakas saa konkreettisia neuvoja tavoitteen saavuttamiseksi.
- Palvelu on asiakkaiden käytössä K-Ruoka-mobiilisovelluksen ja K-Ruoka.fi-sivuston kautta.

Plussa.fi ja K-Plussa asiakaspalvelu

- Plussa-edut, Plussa-raha ja -tapahtumat
- Omat asiakastiedot, suostumukset ja kiinnostuksenkohteet
- Omat kortit ja rinnakkaiskortit
- Saavutettavissa suoraan tai K-Ruoka-palvelun kautta

K-Kuitit

- Reaaliaikaiset kuitit ja kuittiarkisto
- Takuutodistukset
- Saavutettavissa suoraan tai K-Ruoka-palvelun kautta

Identiteetin ja pääsynhallinnan palvelu

K-Tunnus, eli K ID asiakasidentiteetin- ja pääsynhallinnan palvelu, on K-ryhmän verkkopalvelujen olennainen osa. Se mahdollistaa asiakkaan turvallisen kirjautumisen useaan K-ryhmän digitaaliseen palveluun, yhdistää onlinekäyttäjän Plussa-jäsenyyteen sekä mahdollistaa palvelujen personoinnin. K ID on datakriittinen palvelu, ilman sitä digitaaliset palvelut eivät voi hyödyntää tehokkaasti Plussa-dattaa tai saada rikasta tietoa käyttäjistään.

Palvelu on käytössä Plussa.fi -palvelussa ja uudessa K-Ruoka mobiilisovelluksessa. Vuoden 2022 alussa K-Tunnusta käytetään kaikkien eri toimialojen kuluttajapalveluissa (K-Rauta.fi, K-Lataus, K-Ruoka.fi)

Case: Henkilökohtainen ostosvalmentajasi K-Ostokset

Ostoskorin avulla muutetaan maailmaa ja rakennetaan omaa hyvinvointia, kauppakäynti kerrallaan. K-Ostokset-palvelu auttaa ymmärtämään miten. K-Ostokset-palvelu kertoo, miltä ostoksesi näyttävät ilmaston, kotimaisuuden tai ravintosuosittelun näkökulmasta ja myös auttaa eteenpäin, jos haluat asioihin muutosta.

Kotimainen ruoka on asiakkaille ja Keskolle sydämen asia. K-Ostosten kotimaisuustaso kertoo, miten paljon ostoksissa on kotimaista ruokaa muihin asiakkaisiin verrattuna. Kotimaisuustasoa voi seurata pitkällä aikavälillä, ja sille voi asettaa oman tavoitteen. Palvelu kertoo tämän jälkeen, miten matka tavoitteeseen etenee ja antaa myös ostoskoriin sopivia tuotesuosituksia kotimaisista tuotteista.

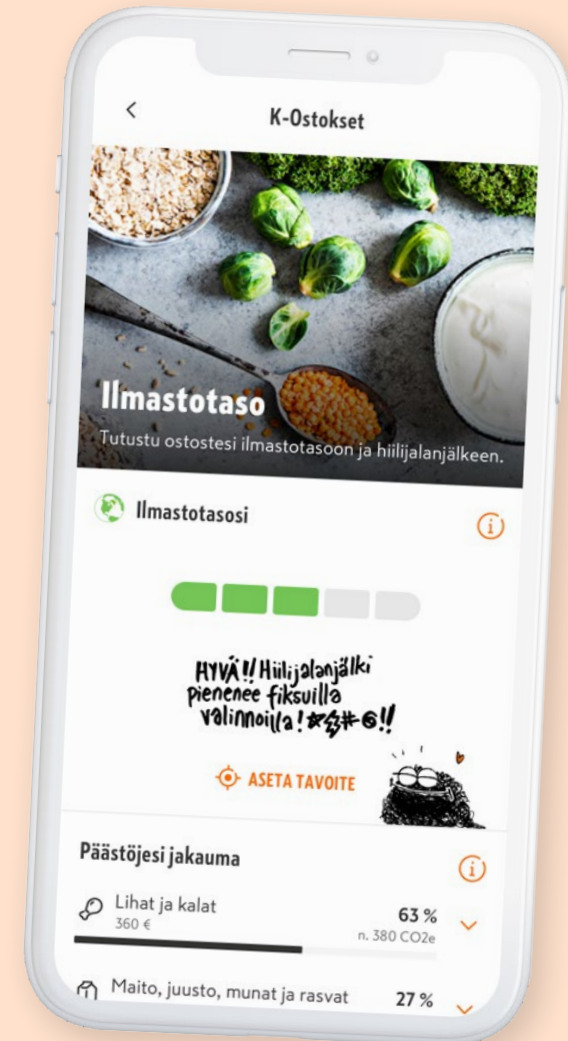
Monet asiakkaat haluavat pohtia omia kulutustottumuksiaan ilmastonmuutoksen näkökulmasta ja tehdä entistä ilmastoystävällisempiä valintoja ruokakaupassa. Tähän tarpeeseen vastaa K-Ostosten hiilijalanjälkimitari. Sen avulla voi tutkia ostosten ilmastovaikutusta kokonaisuutena ja tuoteryhmittäin. Oman ilmastotavoitteen asettamisen jälkeen saa suosituksia tavoitetta edistävästä tuotteista.

Ruoka on keskeinen osa terveyttä ja hyvinvointia. K-Ostokset auttaa ymmärtämään, kuinka paljon sokeria,

suolaa, kasviksia, kalaa ja punaista lihaa ostoksista löytyy. Ravitsemusmittari on Pohjoismaiden ensimmäinen ostodataan perustuva ja sen avulla omaa kulutustaan voi verrata kansallisiin ravitsemussuosituksiin. Omien tavoitteiden asettaminen on jatkossa helpompaa, sillä esimerkiksi sokerin vähentämisen seuranta onnistuu päivittäin.

Uusin ominaisuus on Ruokavuotesi-tarina, jonka K-ryhmä tarjoaa asiakkailleen ensimmäisenä Suomessa. Tarina summaa asiakkaan ostokset ja huippuhetket vuoden 2021 Plussa-ostosten perusteella. Se kertoo visuaalisesti kiinnostavassa muodossa, mikä tekee asiakkaasta hänen ostostensa perusteella uniikin suhteessa muihin, ja mitkä ovat olleet esimerkiksi hänen suosikkituotteensa viime vuonna.

Vuoden 2022 alkupuolella K-Ostokset-palvelu yhdistettiin aiempaa tiiviimmin K-Ruoka-mobiilisovellukseen, jolloin oma ostosvalmentaja on aiempaa helpommin saatavilla arjen päätösten tueksi.



Tehokkuuden parantaminen dataa hyödyntämällä

KESKEINEN OSA DATAN JA DIGITALISAATION HYÖDYISTÄ PERUSTUU KESKON OPERATIIVISEN TEHOKKUUDEN LISÄÄMISEEN DATAN JA ANALYTIIKAN AVULLA

Keskon kaltainen monialainen toimija voi mahdollistaa merkittäviä synergioita toiminnan suuruuden ekonomiaa hyödyntämällä. Tämä edellyttää yhteistä arkkitehtuuria, ydinteknologioita sekä jaettua data ja analytiikka -alustaa.

Lisäksi tehokkuutta voidaan lisätä prosessitehokkuutta ja automaatiota lisäämällä. Kesko hyödyntää prosessien uudelleensuunnittelua toiminnanohjausjärjestelmässään, ja lisää voimakkaasti ohjelmistorobotiikan käyttöä. Tällä hetkellä Keskolla on tuotannossa yli 200 robottia.

Kolmas tehokkuuden parantamisen muoto on data- ja analytiikkakyvykkyyksien hyödyntäminen. Edistynyttä analytiikkaa hyödynnetään vähittäiskaupan ydinprosessien tehostamisessa, mikä edelleen parantaa kannattavuutta. Data on myös keskeisessä roolissa niin strategisessa kuin operatiivisessa päätöksenteossa.

Case: Ohjelmistorobotti auttaa reklamaatioiden käsittelyssä

Keskon keskusvarastoilta lähtee päivittäin satoja tavarakuormia K-ruokakauppoihin. Aina silloin tällöin toimituksista puuttuu yksittäisiä tuotteita. Tilanteen korjausta varten kaupan edustaja on tehnyt ilmoituksen, joiden käsittely on vienyt paljon aikaa.

Toimitusketjun ohjaus tarttui ongelmaan yhdessä Intelligent Automation -yksikön kanssa ja selvitti prosessiautomaation hyödyntämistä ilmoitusten käsittelyssä. Pian pilotoitiin automaation tukemaa reklamaatioselvitystä, jossa ohjelmistorobotiikka käsitteli, kontrolloi ja ratkaisi kauppohen tekemiä ilmoituksia puuttuvista tuotteista liiketoiminnan ohjeiden perusteella. Jo ensimmäisessä käyttöönotossa ohjelmistorobotiikka onnistui käsittelemään 25–30 prosenttia ilmoituksista automaattisesti.

Pilottikäytöstä kerätty data auttoi ymmärtämään paremmin koko prosessin kulkua ja pullonkauloja sekä tunnistamaan kehitysmahdollisuuksia. Nopeasti selvisi, että pitkään käytössä ollut perinteinen toimintamalli voidaan korvata uusilla automatisoiduilla työkuluilla. Erilaisia työkuluja on useita kymmeniä ja ne hyödyntävät ohjaustekijöinä ydintietojen lisäksi myös erilaisia taustamuuttujia ja kontroleja esimerkiksi tuotteeseen liittyen. Tämä tehosti reklamaatioiden käsittelyä merkittävästi.

Ohjelmistorobotiikan hyödyntäminen opettaa kehittämään prosesseja kokonaisvaltaisesti ja keskittymään kokonaisuuden kannalta arvokkaimpien työvaiheiden tunnistamiseen ja optimointiin. Rohkeus haastaa perinteisiä toimintamalleja ja tarjota tilalle parempia on myös arvokas datakulttuuria edistävä muutosajuri.



KESKON TIETOTASE

2021 KESKON TIETOTILINPÄÄTÖS



KESKON TIETOTASE

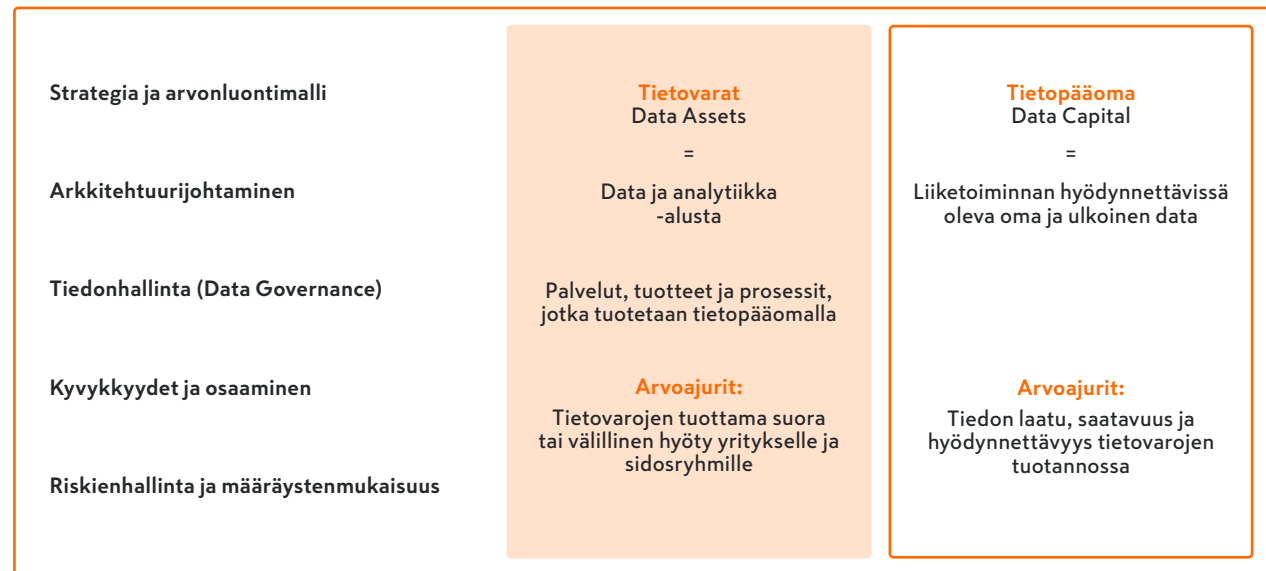
Keskon tietotase kuvaa eri liiketoimintojen käytettävissä olevaa omaa ja ulkoista tietopääomaa sekä tietovarvoja eli arvoa tuottavia datatuotteita, -palveluita ja -prosesseja.

Keskon tietotase tarjoaa kokonaisnäkyvän data- ja asiakaskeskeiseen liiketoimintaan. Datalla ei ole Keskossa itseisarvoa, vaan arvo perustuu datan tuottamaan hyötyyn liiketoiminnassa. Malli tukee tietopääoman ja sen hyödyntämisen strategista ja liiketoimintalähtöistä johtamista.

Tietotaseessa yhdistyy tietopääoman puolella tapahtuva datan hyödynnettävyyden (fit for use), laadun ja elinkaaren johtaminen sekä tietovarojen puolella tapahtuva datan hyödyntäminen arvoa synnyttävällä tavalla. Arvonluonti toteutuu Keskon data ja analytiikka -alustan palveluissa sekä Keskon omaa toimintaansa sekä asiakkaita ja sidosryhmiä varten tuottamissa digitaalisissa palveluissa, tuotteissa ja prosesseissa.

Tietopääoman johtamisen avainprosessi on tiedonhallinta (Data Governance). Tiedonhallinta keskittyy tiedon elinkaaren, laadun, varastoinnin, hyödynnettävyyden sekä riskienhallinnan prosesseihin. Näin varmistetaan

Keskon tietotase



tietovarjien eli digitaalisten palveluiden ja tiedolla johdetun päätöksenteon mahdollisimman korkea laatu, saatavuus ja luotettavuus liiketoiminnan, asiakkaiden, K-kauppioiden sekä kumppaneiden ja tavarantoimittajien näkökulmasta.

Keskon tietopääoma suomalaisista päivittäistavarakaupan asiakkaista on Suomessa ja maailmanlaajuisestikin väestömäärään ja myyntiin suhteutettuna omaa luokkaansa.

Tietopääoma on huomattava sekä ajallisen kattavuuden että datan määrän näkökulmasta. K-Plussa-kanta-asiakasohjelma käynnistyi marraskuussa 1997 ja tällä hetkellä lähes 90 prosenttia suomalaisista kotitalouksista on liittynyt siihen. Päivittäistavarakaupassa Keskon markkinaosuus on noin 37 prosenttia.

Yhdessä meillä on valtava määrä käyttökelpoista dataa

Tiedolla johtaminen on kaiken toiminnan keskiössä

Eräitä tiedolla johtamiseen liittyviä tunnuslukuja Suomen toiminnastamme



3,3 miljoonaa

Pluska-asiakasta
(v. 2021 lopussa)



Lähes **200 000**

eri päivittäistavara-
kaupan tuotetta myynissä (v. 2021)



Yli **2 miljoonaa**

asiakaspalautetta
(päivittäistavara-
kaupat, v. 2021)



Yli **1 miljoonaa**

käyntiä K-Ruoka-
mobiilisovelluksessa
viikossa (12/2021)



1 200

K-ruokakauppaa



Yli **2 miljoonaa**

asiakaskohtamista päivässä Suomessa
K-ryhmän kivijalka- ja verkkokaupoissa (v. 2021)



Yli **2 000**

K-kumppania (päivittäistavara-
kaupan tavarantoimittajaa v. 2021)



23 000

asiakasta mukana
kehitystyössä (K-Kylä, v. 2021)

Keskon rajattu tietotase 2021

	TIETOVARAT Data Assets	TIETOPÄÄOMA Data Capital
Määritelmä	Arvoa synnyttävät digitaaliset palvelut, tuotteet ja prosessit, jotka tuotetaan tietopääomaa hyödyntämällä	Käytettävissä oleva oma ja ulkoinen data
Päämäärä	Datan liiketoiminnallisen arvon ja asiakashyödyn johtaminen	Datan laadun, määrän, hyödynnettävyyden ja riskienhallinnan johtaminen
Toimintamallit	Asiakas- ja liiketoimintaprosessit Analyysi-, päätöksenteko- ja riskienhallintaprosessit Tietosuojan ja tietoturvan toimintamallit	Tiedon laadunhallinta- ja korjausprosessi Tiedonhallinta
Esimerkkejä palveluista	Kuluttaja-asiakkaille <ul style="list-style-type: none"> K-Ruoka (sovellus ja mobiili) Verkkokaupat, mm. <ul style="list-style-type: none"> k-ruoka.fi k-rauta.fi budgetsport.fi intersport.fi k-auto.fi k-lataus.fi K-Ostokset K-Kuitit K-Plussa K-Tunnus Tietosuojapalvelut 	Oma tietopääoma (esimerkkejä) <ul style="list-style-type: none"> Asiakastieto Plussa-data Kuittidata (vähittäismyynti) Tukkumyynti Valikoima-, hinta- ja logistiikkadata Kampanja- ja mediadata Verkkoseläiludata (sivustot, sovellukset ja verkkokauppa) Kauppa- ja verkostodata Oma rikastettu tuotetieto Operatiivinen ERP-tieto HR-data
	Yritysassiakkaille <ul style="list-style-type: none"> Verkkokaupat, mm. <ul style="list-style-type: none"> kespro.fi k-rautapro.fi onninen.fi + onnisen muiden toimintamaiden sivustot Rajapinta- ja EDI-palvelut Raportointipalvelut Tuotetietopalvelut toimintamaiden sivustot 	Ulkoinen tietopääoma (esimerkkejä) <ul style="list-style-type: none"> Digi- ja väestötietovirasto (mm. osoitetiedot) Hiilijalanjälki- ja muu vastuullisuusdata Tuotetiedot rakentaminen ja talotekniikka Tilastokeskus Markkinadata Sosiaalinen data Kauppa- ja logistiikkakiinteistöjen käyttö- ja olosuhdetieto
	K-kauppiaille <ul style="list-style-type: none"> K-Valikoima K-Kampanja K-Markkinointi K-Deski K-Tuote Hymy, NPS K-Raportointi Digital Signage -näyttöpalvelut Sähköiset hintanäytöt 	
	Kumppaneille ja tavaran toimittajille <ul style="list-style-type: none"> K-Toimittaja (ml. tiedonjakopalvelut) K-Mediaratkaisut Datapalvelut tuotannon ja tuotekehityksen tueksi 	
	Keskon sisäiset palvelut <ul style="list-style-type: none"> Ennustaminen ja raportointi, mm. talous, HR-analytiikka Verkostosuunnittelu Riskienhallinta Kiinteistöjohtaminen Business Insight K-Consent (evästeiden hallinta) 	

Raportti ja siinä käytetty tietotasemalli perustuu suomalaisen Functos Oy:n Integroidun tietotilinpäätöksen (Balanced Data Insight) -konseptiin.



KYBERTURVALLISUUS JA TIETOSUOJA

2021 KESKON TIETOTILINPÄÄTÖS



KYBERTURVALLISUUS JA TIETOSUOJA

Tietoturvan ja tietosuojan toteutuminen on keskeinen osa Keskon toimintavarmuutta sekä sidosryhmäluottamusta. Nopeasti kehittyvä teknologia ja muuttuva sääntely haastavat meitä pysymään askeleen edellä asiakkaidemme, kumppaneidemme ja toimintamme suojaamisessa.

Vahvat jaetut toimintamallit ja turvallisuusteknologiat turvaavat oman toimintamme sekä asiakkaiden, työntekijöiden ja muiden sidosryhmiemme tietoja. Tiedonhallinnalla varmistamme, että henkilötietoja käsitellään huolellisesti, turvallisesti ja soveltuvan tietosuojalainsäädännön mukaisesti. Teemme töitä sen eteen, että huomioimme mahdollisimman hyvin kaikessa toiminnassamme myös kasvavat tietosuojaan liittyvät odotukset sekä tietosuojalainsäädäntöön kohdistuvat muutokset.

Sidosryhmiemme odotukset tietosuojan kommunikointia kohtaan kasvavat tasaisesti. Kesko käsitteli vuonna 2021 yhteensä 1 101 tietosuojasivustolla tehtyä toimenpidepyyntöä. Lisäksi tietosuojakyselyitä tehtiin muissa kanavissa.

Tieto- ja kyberturvallisuus

Kesko kehittää ennakoivasti valmiuttaan vastata tietoturva- ja kyberuhkiin sekä huolehtia toimintansa iskunkestävyydestä ja jatkuvuudesta erityyppisissä häiriötilanteissa.

Sisäisenä osaamis- ja palvelukeskuksena toimii konsernin tietoturvayksikkö. Yksikkö vastaa järjestelmätason tietoturva-arkkitehtuurista ja -toimintamalleista, sekä kouluttaa ja palvelee konsernin muita yksiköitä tietoturvakysymyksissä.

Vuonna 2020 toteutetun IT-palvelujen hankinnan jatkoksi uudistimme myös järjestelmätason tietoturvapalveluita ja siirsimme ne uudelle palveluntuottajalle onnistuneesti, ilman katkoja tai ongelmia palveluissa. Muutos vahvisti tietoturva-arkkitehtuuriamme, kun keskeisiä tuotteita vaihdettiin tehokkaampiin, laajemman havainnointikyvyn ja kattavamman reagoitukyvyn tuotteisiin. Keskon tietoturvatilannetta seurataan ja johdetaan reaaliaikaisesti keskitetystä tietoturvaavalmomosta.

JOHTAMIS- JA OHJAUSMALLI

Keskolla on yhtiön hallituksen hyväksymä tietoturvapoliittikka. Se määrittelee tietoturvan perusvaatimukset ja luo pohjan politiikan mukaisen

toiminnan suunnittelulle ja käytäntöön viemiselle. Tietoturvaluottamusta toteutetaan ja kehitetään riskilähtöisesti käyttäen tarkoituksenmukaisia ja kustannustehokkaita ratkaisuja. Tietoturvan ohjausmalli on osa Keskon ryhmätasoisista riskienhallinnan ohjausmallia.

Keskon tietoturvapoliittikka on esitetty Keskon verkkopalvelussa osoitteessa <https://www.kesko.fi/yritys/politiikat-ja-periaatteet/tietoturvapoliittikka/>

TIETOTURVAN VARMISTAMINEN TOIMINNASSA

Tietoturvan toteuttaminen Keskossa perustuu toisiaan tukeviin toimintamalleihin ja varmistuksiin. Teemme tietoturvariskien arviointia säännöllisin väliajoin, osana uusien palveluiden ja järjestelmien kehittämistä ja käyttöönottoa sekä merkittävien muiden muutosten yhteydessä. Keskon tietoturva-vaatimukset määrittävät sopimus- ja kumppaneilta vaadittavan tason tietoturvan osalta. Tarvittaessa vaatimusten mukainen taso todennetaan auditoinnein.

Tietoturvatilanteesta raportoidaan normaalin sisäisen valvonnan sekä sisäisten ja ulkoisten tarkastusten yhteydessä. Arvioimme teknistä tietoturvaa jatkuvasti ja teemme tärkeimpiin ympäristöihin erillisiä tietoturvatarkastuksia.

Käytössämme on useita erilaisia, säännöllisesti toteutettavia toimenpiteitä työntekijöiden tietoturvasuostietoisuuden parantamiseksi. Näitä ovat muun muassa verkkokoulutukset, simulaatiot sekä sisäinen uutisointi ajankohtaisista merkittävistä tietoturva-aiheista.

Vuonna 2021 tietoturvakäsitelmä koulutti aktiivisesti Keskon IT:n ja liiketoimintojen tiimejä uusista tietoturvapalveluista, -vastuista, -uhkista sekä niihin vastaamisesta. Lisäksi järjestettiin kohderyhmäkohtaista tietoturvan täsmäkoulutusta.

Harjoitustoiminta on aktiivista. Vuonna 2021 harjoiteltiin tietojenkalastelun (phishing) tunnistamista ja estämistä. Yhteiskunnallisesti merkittävä harjoitus oli Huoltovarmuuskeskuksen Tieto 20 -harjoitus, jossa Keskon tiimi harjoitteli yhteistoimintaa laajassa, koko yhteiskuntaa koskevassa kyberhäiriötilanteessa.

Tietosuoja

Keskon tietosuojan toimintaohjeet ja -tavat perustuvat voimassaolevaan sääntelyyn ja tietosuojapolitiikkaan. Seuraamme aktiivisesti tietosuojaan liittyviä kehityskulkuja sekä lainsäädäntöhankkeita ja valmistaudumme vastaamaan niihin mahdollisimman hyvin. Datan käytön lisääntyminen sekä erilaisten teknologioiden ja sovellusten

nopea kehitysvauhti edellyttää myös meiltä jatkuvaa riskienhallintaa ja muutoksia tietosuojatoimintaamme.

Suunnitteleme henkilötietojen käsittelyn etukäteen ja varmistamme, että käsittely on lainmukaista, kohtuullista ja läpinäkyvää ja se tapahtuu tiettyä, nimettyä tarkoitusta varten laissa säädetyn oikeusperusteen nojalla. Henkilötietoja käsitellään vain siinä määrin ja niin kauan, kun se on käyttötarkoituksen kannalta tarpeellista.

Pyrimme varmistamaan käytettävien tietojen oikeellisuuden ja tietoja päivitetään henkilöltä itseltään tai luotettavista lähteistä. Henkilötietojen suojalla tarkoitetaan myös jokaiselle turvattua oikeutta tutustua tietoihin, joita hänestä on kerätty ja tarvittaessa myös saada itseään koskevat virheelliset tiedot oikaistuksi ja tarpeettomat tiedot poistetuiksi. Kun henkilötietojen käsittelyn peruste loppuu, tiedot tuhoetaan asianmukaisella tavalla.

TIETOSUOJAN VARMISTAMINEN TOIMINNASSA

Keskon K Compliance -ohjelma sisältää tietosuojaohjelman. Ohjelman tavoitteena on lisätä keskolaisten tietoisuutta ja osaamista tietosuojan toimintaohjeisiin ja -sääntelyyn liittyen sekä edistää tietosuojakulttuurin korkeaa tasoa. Lisäksi ohjelma tukee datariskien tunnistamista ja hallitsemista Keskon yksiköissä osana konsernitaseista määräystenmukaisuuden huolellista toteuttamista.

RISKIARVIOINTI

Säännöllinen tietosuojan riskiarviointi muodostaa tietosuojan vuosisuunnitelman ja -ohjelman suuntaviivat. Arviointi tehdään yhteistyössä Keskon

riskienhallintaorganisaation kanssa ja sitä päivitetään riskienhallintaprosessin mukaisesti neljä kertaa vuodessa.

OHJEISTUKSET

Tietosuojaohjeistukset koskevat kaikkia keskolaisia ja käsittävät keskeiset säännöt, toimintaohjeet ja prosessit tietosuojan toteuttamiseen, poikkeamien ja riskien tunnistamiseen sekä käsittelyyn.

Ohjeistukset käsittävät yleisen tietosuojakäsikirjan sekä maakohtaiset sitä täydentävät ohjeet. Yhdessä ne määrittelevät tietosuojan toteuttamisen määräysten ja sääntelyn mukaisesti Keskon kaikissa konserniyhtiöissä ja toimintamaissa, paikallinen sääntely huomioiden.

KOULUTUS JA VIESTINTÄ

Kesko huolehtii henkilöstön riittävästä tietosuojaosaamisesta koulutuksien ja tiedottamisen avulla. Tietosuojakoulutus on osa uuden keskolaisen perehdytyspakettia.

Keskon työntekijöillä on mahdollisuus suorittaa tehtävänsä vaatimusten mukaiset tietosuoja- ja turvakoulutukset Keskon verkkokoulutusympäristössä. Koulutus on pakollinen kaikille toimihenkilöille, asiantuntijoille ja johdon jäsenille. Vuonna 2021 yhteensä 7 297 keskolaista Suomessa suoritti koulutuksen. Tietosuojakoulutusta on saatavilla myös kauppia yritysten henkilökunnalle K-ryhmän yhteisessä K Academyssä.

Tietosuojan eri teemoihin keskittyviä Data Protection Interest Groupeja järjestetään neljä kertaa vuodessa. Niissä käsitellään ajankohtaista tietosuojan sovelluskäytäntöä,

viranomaisohjeita, lainsäädäntömuutoksia sekä parhaita käytäntöjä kullekin ryhmälle olennaisesta näkökulmasta.

Säännöllistä koulutus- ja ajankohtaistoimintaa täydentävät tarvepohjaiset kohdennetut tietosuojaan koulutustapahtumat eri yksiköille.

Tietosuoja-aiheista viestitään sisäisesti useissa toisiaan täydentävissä kanavissa, esihenkilöviestintä mukaan lukien. Kaikki tietosuoja koskevat ajankohtaiset ohjeet ovat helposti koko henkilöstön saatavilla.

Keskolla on erillinen asiakkaille, henkilöstölle, K-kauppiaille sekä yhteistyökumppaneille suunniteltu tietosuojasivusto, jonka kautta rekisteröidyt voivat käyttää tietosuoja-asetuksen mukaisia oikeuksiaan rekisterikohtaisesti. Lisäksi pyynnön voi tehdä muissakin sellaisissa kanavissa, jotka mahdollistavat pyynnön tekijän henkilöllisyyden varmistamisen.

[→ Lue lisää Keskon tietosuojasivustolta](#)

VALVONTA, EPÄKOHTIIN PUUTTUMINEN JA VIRANOMAISPROSESSIT

Kesko huolehtii tietosuoja-asetuksen mukaisten rekisteröityjen oikeuksien toteutumisesta informoimalla heitä tietojen käsittelystä sekä määrittämällä toimintamallit ja ohjeet niihin tilanteisiin, joissa rekisteröidyt haluavat käyttää em. oikeuksiaan. Tietosuojavaastaavan rooli

valvonnassa, ohjauksessa, neuvonnassa ja poikkeamien hallinnassa on keskeinen.

Kesko dokumentoi kaikki tietoturvaloukkaukset ja tekee tietoturvaloukkauksista ilmoitukset tietosuojaviranomaiselle ilmoituskynnyksen ylittyessä. Kesko ilmoittaa tietoturvaloukkauksesta viipymättä myös henkilölle, jonka henkilötietojen suoja on vaarantunut, tietosuoja-asetuksen edellyttämässä korkean väärinkäytös- tai vahinkoriskin tilanteissa.

Tietosuojapojikkeamasta tai epäilystä väärinkäytöksestä voi tehdä nimettömän ilmoituksen Keskon SpeakUp-ilmoituskanavaan.

JOHTAMISMALLI

Tietosuojaorganisaatio konsernitasolla käsittää Keskon tietosuojavaastaavan, tietosuojajuridiikkaan keskittyvän Corporate Counselin sekä kaksi tietosuoja-asioihin ja toimenpidepyyntöihin erikoistunutta henkilöä Compliance & Ethics -tiimissä.

Kukin liiketoimintayksikkö tai rekisterinpitäjä arvioi ja valvoo tietosuojaan toteutumista omissa toiminnoissaan. Jokaisella liiketoiminnan henkilörekisterillä on sääntelyn edellyttämä rekisterinomistaja. Tietosuojaan päivittäistä toteuttamista sekä riskien ja poikkeamien tunnistamista tukevat koulutetut Data Protection Championit. Rekisteröityjen toimenpidepyyntöihin vastataan kyseessä olevan rekisterin omistavassa liiketoiminnassa, tarvittaessa konsernitaso tietosuojaorganisaation tukemana.

TOIMENPIDEPYYNNÖT JA POIKKEAMAT

Vuonna 2021 Kesko käsitteli 1 101 erillisen tietosuojasivuston kautta tullutta toimenpidepyyntöä. Lisäksi toimenpidepyyntöjä käsiteltiin muissa kanavissa. Kesko havaitsi ja tutki Suomen toiminnoissaan vuonna 2021 yhteensä 497 (2020: 910) tietoturvaloukkausta. Näistä 79 (2020: 122) ylitti ilmoituskynnyksen ja niistä tehtiin ilmoitus tietosuojavaaltuutetulle sekä yksittäisissä tapauksissa myös rekisteröidylle itselleen.

Toimenpidepyyntöjen määrän on havaittu olevan kytköksissä asiakasviestinnän ja -tiedottamisen määrään. Loppuvuonna tiedotettiin myös muutoksista tietosuojaselosteisiin, mikä herätti asiakkaita tarkastamaan omia tietojaan. Valtaosa toimenpidepyynnöistä kohdistuu omien tietojen tarkistamiseen ja korjaamiseen. Poistopyynnöt liittyvät tyypillisesti tilanteeseen, jossa asiakas kokee asiakassuhteen päättyneen tai muutoin haluaa estää tietojensa keräämistä. Erityisesti harvemmin hankintoja tekevät asiakkaat voivat kokea asiakasviestinnän tarpeettomaksi.

Toimenpidepyyntöjen jakautuminen 2021





DATAVASTUULLINEN RUOKAKAUPPA

2021 KESKON TIETOTILINPÄÄTÖS



DATAVASTUULLINEN RUOKAKAUPPA

Keskossa vastuullisuus on strateginen valinta ja osa jokapäiväistä työtä. Datan vastuullinen hyödyntäminen tarkoittaa läpinäkyvyyttä, korkeaa tietosuojaa ja yhteisen, kestävä arvon luomista.

Keskon datavastuullisuudessa lähtökohtana on yksilön datan suojaaminen ja sen kestävä, läpinäkyvä hyödyntäminen liiketoiminnassa sekä positiivisten vaikutusten tuottaminen asiakkaalle, sidosryhmille ja yhteiskunnalle. Luottamus näiden lähtökohtien toteutumista kohtaan on keskeinen edellytys datan jakamiselle yksilön ja yrityksen välillä.

DATA AUTTAA VAIKUTTAMAAN POSITIIVISESTI

K-ryhmä auttaa asiakkaitaan toimimaan vastuullisina kuluttajina. Data auttaa ymmärtämään oman ostoskorin ympäristö- ja ilmasto vaikutuksia sekä kotimaisuusastetta. Hyvinvointia tuetaan tarjoamalla tietoa elintarvikkeiden ravitsemuksellisista ominaisuuksista. Ymmärrys oman ostokäyttäytymisen vastuullisuusnäkökulmista ja laajemmista vaikutuksista auttaa tekemään kestäviä päätöksiä arjessa.

VASTUULLISTA JA IHMISKESKEISTÄ DATAN HYÖDYNTÄMISTÄ

Datan ja tekoälyn hyödyntäminen perustuu vastuullisuuteen ja eettisiin periaatteisiin. K-ryhmässä asiakkaan dataa hyödynnetään asiakkaan eduksi, ja esimerkiksi tarjoukset, tuotesuosituksukset ja kohdennettu viestintä tapahtuvat aina asiakkaan lähtökohdista. Asiakkaalla on oikeus valita itselleen sopivat viestintämuodot ja halutessaan rajoittaa tai estää omien tietojensa käyttö.

Asiakkaan tiedot ovat turvassa Keskossa. Kesko käsittelee henkilötietoja huolellisesti, määräysten ja sääntelyn mukaisesti ja turvallisesti. Tietojen käytöstä ja elinkaaren hallinnasta kerrotaan kattavasti rekisteriselosteissa ja tietosuojaan liittyvät pyynnöt täytetään kattavasti.

K-ryhmässä datavastuullisuuden avainnäkökulmat ovat seuraavat:

VAIKUTUS	PERUSTELU
Ilmasto- ja ympäristö	<ul style="list-style-type: none">• Oman kulutuksen hiili-intensiteetin ymmärtäminen K-Ostokset -palvelussa• Tuotteiden hiilijalanjälki (tällä hetkellä tuoteryhmätasolla)• Yksittäisten elintarvikkeiden muut ympäristövastuullisuuden mittarit ja sertifikaatit, esimerkiksi luomu, vesijalanjälki
Toimitusketju	<ul style="list-style-type: none">• Oman ostoskorin kotimaisuusasteen ymmärtäminen K-ostokset -palvelussa• Yksittäisten elintarvikkeiden kotimaisuusaste• Yksittäisten elintarvikkeiden muut sosiaalisen vastuun sertifikaatit, esimerkiksi Reilu Kauppa
Hyvinvointi, terveellisyys ja turvallisuus	<ul style="list-style-type: none">• Omien ostosten terveys- ja hyvinvointiprofiilin ymmärtäminen K-Ostokset-palvelussa• Kattavat tuotetiedot tuotetasoisesti• Mahdollisuuksia lisätä yksilöllistä hyvinvointia tukevia suosituksia osaksi K-Ruoka/K-Ostokset -palvelua (mm. älykäs ostoslista, reseptiikka, omien tavoitteiden mukaiset tuotesuosituksiset, inspiraatio)
Eettinen AI	<ul style="list-style-type: none">• Vahvat eettiset periaatteet ja käytännöt tekoälyn ja asiakastiedon sekä analytiikan hyödyntämisessä (profilointi, automaattinen päätöksenteko, läpinäkyvyys)
Resurssi- ja materiaalihokkuus	<ul style="list-style-type: none">• Energiatohokkuuden jatkuva olosuhde- ja laitedataan perustuva optimointi kiinteistöissä ja myymäläkalusteissa• Tavaravirtojen sekä logistiikka- ja jakelureittien optimointi• Hävikin minimointi ennustavan analytiikan ja valikoimasuunnittelun avulla



Päätoimitalo K-Kampus
PL 1, 00016 Kesko
Käyntiosoite: Työpajankatu 12, 00580 Helsinki
Puhelin: 010 5311

www.kesko.fi/sijoittaja



JOTTA KAUPASSA OLISI KIVA KÄYDÄ