

Digitaalinen Perus

MEDIAKORTTI 2026

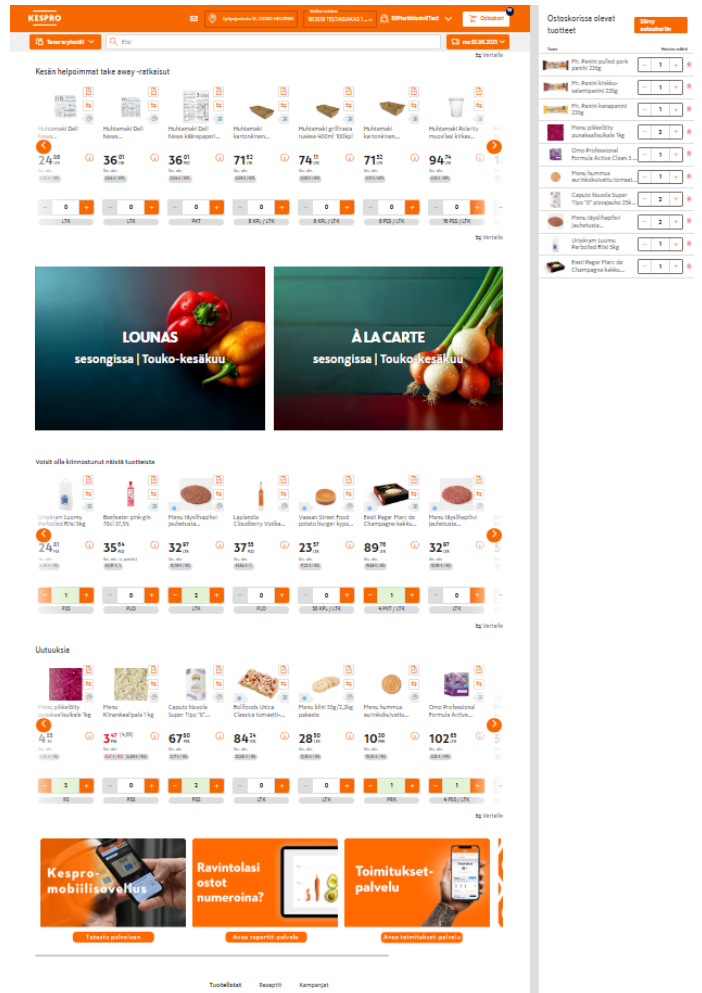
Kespron digitaalinen tilauskanava haltuun pienemmällä budjetilla, kohdennetusti

Kespro.net on Suomen suurimpia verkkokauppoja, jossa foodservice-asiakkaat vierailevat useita kertoja viikossa.

igitaalinen Perus paketti mahdollistaa tuotteiden nostamisen esille Kespron verkkokaupan etusivun tuotekarussellissa.

Lisäksi kohdennamme tuotteesi viestin parhaalle kohderyhmälle kohdennetulla uutiskirjeellä.

Paketteja saatavilla rajoitetusti.



Sisältää

Yhden tuotteen näkyvyyden Kespron verkkokaupan etusivun tuotekarussellissa sekä näkyvyyden Kespron valitsemassa asiakassegmentin perusteella kohdennetussa uutiskirjeessä.

Voit halutessasi tehostaa kampanjaasi Prosentin tuotekampanjalla (myydään erikseen)

Kespron yhteyshenkilö

Jani Lampinen
jani.lampinen@kesko.fi
puh. +358 50 381 3442

KESPRO

Palvelun sisällön määrittäminen:

Digitaalinen Perus

Digitaalinen Perus, jäljempänä Palvelu, on Kespron kanavissa toteutettava, Palvelun ostavan Tavarantoimittajan, jäljempänä Kumppani, tuotteen markkinointiin suunniteltu markkinointikampanja. Palvelu sisältää Yhden (1) tuotteen näkyvyyden Kespron verkkokaupan etusivun tuotekarusellissa, sekä näkyvyyden Kespron asiakassegmentin perusteella kohdennetussa uutiskirjeessä. Valittu asiakassegmentti, sekä näkyvyyden julkaisuajankohta määritellään tilauksen yhteydessä.

Kespron tuottaman Palvelun sisältö kumppanille:

Digitaalinen Perus-Palvelu sisältää:

1. Yhden (1) tuotteen tuotepaikan Kespron verkkokaupan etusivun tuotekarusellissa kahdeksi (2) viikoksi. Tuotepaikka sisältää tuotekuvan, tuotenimen, pakkauskoon sekä kyseisenä ajankohtana voimassa olevan asiakaskohtaisen hinnan. Tuotekaruselli sisältää usean kumppanin tuotteiden tuotepaikkoja. Tuotekarusellin sijainnin etusivulla määrittää Kespro.
2. Yhden (1) tuotteen Tuoteilmoituksen Kespron asiakassegmentin perusteella kohdennetussa uutiskirjeessä. Tuoteilmoitus sisältää Tuotekuvan, linkin tuotteen tuotesivulle Kespron verkkokaupassa, tuotenimen, SAP-koodin, Tuotteen hintakampanjassa voimassa olevan hinnan.

Uutiskirje, jossa Tuoteilmoitus on, suunnataan Kespron yksityisen horeca-sektorin tiettyyn asiakaskuntaan, eli segmenttiin. Kumppani ilmoittaa tilausvaiheessa, minkä segmentin Kumppani valitsee kohteena. Segmentit ovat:

- **Lounas:** Bruttokoko 6500 kontaktia (5300 uniikkia sähköpostiosoitetta)
- **Kahvila:** Bruttokoko 6200 kontaktia (4100 uniikkia sähköpostiosoitetta)
- **À la carte:** Bruttokoko 5100 kontaktia (4500 uniikkia sähköpostiosoitetta)
- **Pikaruoka:** Bruttokoko 2600 kontaktia (2000 uniikkia sähköpostiosoitetta)

Uutiskirje, jossa Tuoteilmoitus on, julkaistaan yhden (1) Kespron jakson aikana. Kespron jaksot, joita on viisi (5), on sidottu kalenterivuoteen seuraavasti:

- Tammi–helmikuu: noin kahden (2) kuukauden jakso
- Maalis–huhtikuu: noin kahden (2) kuukauden jakso
- Touko–elokuu: noin neljän (4) kuukauden jakso
- Syys–lokakuu: noin kahden (2) kuukauden jakso
- Marras–joulukuu: noin kahden (2) kuukauden jakso

Jaksojen tarkat alku- ja loppupäivämäärät määritellään Asiakassegmentin perusteella kohdennettu uutiskirje - Palvelun mediakortilla. Kumppani ilmoittaa Palvelun tilauksen yhteydessä, minkä jakson Kumppani valitsee.

Kumppanin vastuut:

Kumppani vastaa Palvelussa markkinoitavan tuotteen valinnasta, sekä yksilöivän tuotetiedon toimittamisesta Kespron tuotepäällikölle viimeistään 1 kk ennen valitun uutiskirjekakson alkua.

Yksilöivät tiedot ovat:

- **Tuotokuva**
- **Tuotenimi**
- **EAN-koodi**

Kespron on hyväksyttävä Kumppanin valitsema tuote. Kumppanin tulee toimittaa mainostettavasta tuotteesta syvätty tuotokuva. Tuotokuva ylläpidetään Kespron palveluihin Synkka-median kautta.

Palvelun tuottamisen ehdot:

Palvelussa nostettavan tuotteen tulee olla Kespron valikoimissa viimeistään 2 viikkoa ennen valitun uutiskirjekakson alkua ja 2 viikkoa toimenpiteen jälkeen. Tuotteita, jotka eivät vielä ole valikoimissa tai jotka on poistettu valikoimista ennen toteutusta, ei voida mainostaa palvelussa.