



VAASAN OY:N SIDOSRYHMÄTIEDOTE 3/2009

UUSI NIMI VAASAN OY
OTETAAN NYT KÄYTTÖÖN

SUOMALAINEN SUOSII
PAAHDETTUA LEIPÄÄ

MISTÄ ON HYVÄ
ASIAKASSUHDE TEHTY?



YHDESSÄ KASVUUN

NIMENMUUTOKSEN KYNNYKSELLÄ

Vaasan & Vaasan Oy:stä tulee ytimekkäästi VAASAN Oy 31. elokuuta alkaen. Uusi nimi on meille oivallinen valinta, sillä se on sama kuin tuotemerkkimme VAASAN. Nimenmuutos on luonteva kehitysaskel yhtiössämme, joka on useiden vaiheiden myötä kasvanut Suomen johtavaksi leipomoalan toimijaksi. Uskon myös, että yhtiön nimenmuutos vahvistaa tuotemerkkimme asemaa.

Kun Vaasan & Vaasan Oy aloitti toimintansa vuonna 1999, Vaasan kaupunki vastusti nimen Vaasan Oy käyttöä. Vuosien aikana nimemme on kuitenkin hyvän työn tuloksena vakiintunut niin, että olemme nyt saaneet uuden nimen rekisteröityä. Kiitos kuuluu myös asiakkaillemme, jotka ovat puoltaneet nimenmuutosta.

Yhtiömme pitkä historia Suomessa takaa sen, että meillä on suuri määrä kokemusta leipomotoiminnasta. Olen sitä mieltä, että kokemusta ja aiempia onnistumisia pitää arvostaa, mutta menestyvän yrityksen on suuntauduttava tulevaisuuteen. Meillä tämä tarkoittaa yhtä yritystä ja kolmea eri liiketoiminta-aluetta – tuotetta leipää, leivonnaispakasteita sekä hapankorppuja ja näkkileipiä.



Meille on tärkeää kyky nähdä tulevaisuuteen, ennakoida näkemäämme ja tarttua asioihin. Tämä edellyttää meiltä kaikilta ketteryyttä ja rohkeutta. Menestyksemme rakentuu suuren yhtiön vahvuuksista ja kyvystämme hyödyntää paikallisesti toimivia yksiköitämme.

Täällä Suomessa vietämme tänä

vuonna 160-vuotissyntymäpäivää. Konsernissamme on yli kahden sadan vuoden kokemus leipomotoiminnasta ja olemme alan johtava yritys Suomessa ja Baltian maissa. Hapankorppujen valmistuksessa olemme maailman ykkösiä ja näkkileivissäkin olemme hopeasijalla. Kotona paistettavissa leivonnaisissa olemme Pohjolan suurin toimija. Meillä työskentelee noin 3 150 ihmistä kuudessa eri maassa ja tuotteitamme myydään noin 50 maassa.

Tulevaisuudessa kuluttajat haluavat entistä terveellisempää ja maukasta ruokaa. Uskomme, että hyvältä maistuvat leivät ja herkulliset leivonnaiset ovat keskeisellä sijalla tässä kehityksessä. VAASAN leipoo suomalaisten suosikkileivät – paikallisesti eri puolilla Suomea. Olemme valtakunnallisesti toimiva elintarvikealan yritys, jolla on pienen leipomon sielu.

Haluankin kutsua meitä Suomen monipaikallisimmaksi leipomoalan toimijaksi, joka toimii nyt uudella, luontevalla nimellä VAASAN Oy.

Kalle Tanhuanpää
toimitusjohtaja



VAASAN OY:N SIDOSRYHMÄ-
TIEDOTE ILMESTYY KOLME
KERTAA VUODESSA.

YHTEYSTIEDOT

VAASAN Oy,
SIDOSRYHMÄTIEDOTE, TOIMITUS
PL 250, 02631 ESPOO

YHTEYSTOIMITTAJA

Päivi NYSTRÖM
PUH. 020 446 2081
PAIVI.NYSTROM@VAASAN.COM

TOIMITUS

VAASAN OY:STÄ:
Päivi NYSTRÖM JA Sirpa SALONEN,
Taitomyllly Oy

TAITTO JA ULKOASU

ADSEK B9 OY

PAINOPAIKKA

LIBRIS OY

SIDOSRYHMÄ-TIEDOTTEEN
3/2009 TEEMANA ON:
YHDESSÄ KASVUUN



LEIPOO SUOMALAISTEN SUOSIKKILEIVÄT

MISTÄ ON HYVÄ ASIAKASSUHDE TEHTY?

AVOIMUUDESTA, LUOTTAMUKSESTA JA TIIVIISTÄ YHTEYDENPIDOSTA.

Toimiva kumppanuussuhde ei synny yhdessä yössä, vaan suhdetta rakennetaan rauhallisesti ajan mittaan. Parhaimmillaan yhteistyö on mutkatonta yhdessä tekemistä, josta molemmat hyötyvät.

K-citymarket Rovaniemen kauppias **Jukka Vornasella** virtaa suonissaan kauppiaan veri. Vornanen on kauppias kolmannessa sukupolvessa, ja hänkin on ehtinyt olla tehtävässään jo neljäntoista vuoden ajan. Siinä ajassa hän on ehtinyt nähdä monenlaisia tavarantoimittajia, joten hänellä on hyvä näkemys siitä, millainen on toimiva kumppanuussuhde.

”Hyvä kumppanuus syntyy molemminpuolisesta luottamuksesta ja vuorovaikutteisuudesta”, hän summaa.

”Ja tietenkin tavarantoimittajalla pitää olla hyvä valikoima hyviä ja tasalautuisia tuotteita, jotka toimitetaan meille sovitusti”, hän lisää.

VAASAN Oy:n Pohjois-Suomen asiakasryhmäpäällikkö **Pekka Barsk** on samoilla linjoilla.

”Kumppanuus on yhdessä tekemistä, josta molemmat hyötyvät. Asiasta pitää pystyä puhumaan niiden oikeilla nimillä, olipa kyse sitten ruusuista tai risuista. Oma tavoitteeni tietenkin on, että kauppias soittaa juuri minulle ajattellessaan leipää”, hän kuvailee.



K-citymarket Rovaniemen kauppias Jukka Vornanen on iloinen hyvästä yhteistyöstä VAASAN Oy:n kanssa.

Barskista ja Vornasesta näkee ja kuulee, että yhteistyö on mutkatonta. Miehet keuhuvat toinen toistaan vuoron perään ja kertovat kokemuksia menneisyydestä kuin yhdestä suusta.

Tarkkaa kuuntelua ja runsasta tiedonjakoa

Mitä tiivis kumppanuussuhde sitten tarkoittaa päivittäisessä toiminnassa? Sekä Barsk että Vornanen korostavat tiivistä yhteydenpitoa ja yhdessä suunnitteleminen. Kumppanuus ei synny silloin tällöin tapaamalla, vaan puhelinlangat laulavat usein ja kasvokkain tavataan useita kertoja kuussa.

”Minun tehtäväni on auttaa kauppiasta löytämään paras mahdollinen leipävalikoima. Se löydetään yhdessä lähi- ja kaukoliikkeen peilaamalla, paikalliset kuluttajat tuntemalla ja uusia ideoita rohkeasti palloilemalla”, Barsk kertoo.

”Ja tietenkin kuuntelen tarkkaan, mitä kokemuksia kauppiailta on ja minäkälisiä toiveita ne ovat herättäneet”, hän lisää.

Vornanen kiittelee VAASAN-yhteis-

työtä nimenomaan siitä, että hänen toiveitaan kuunnellaan ja hän saa vastaavasti paljon tietoa Barskilta. Hän tietää myös paikallisuuden olevan tärkeä voimavara VAASAN Oy:lle.

”On hienoa, että täällä Rovaniemellä on VAASAN-leipomo. Arvostan sitä itse ja tiedän, että sillä on tärkeä merkitys myös paikallisille kuluttajille.

Rohkeita paikallisia lanseerauksia

Vaikka ketjut ohjaavat vahvasti sitä, miten asioita tehdään, kauppiaan kädet eivät ole suinkaan kokonaan sidotut.

”Ketjutekeminen on hyvä runko omalle tekemiselle. Kauppakohtaisesti sitten joustetaan ja toteutetaan asioita itselle sopivalla tavalla”, Vornanen toteaa.

Vornanen kertoo, että hyvä kumppanuussuhde tarkoittaa myös sitä, että esimerkiksi uutuustuotteiden paikallisia lanseerauksia suunnitellaan yhdessä kumppanin kanssa. Kun ketjun raamit on saatu, Barsk ja Vornanen rakentavat yhdessä sopivan lanseeraustavan Rovaniemelle.

K-citymarket Rovaniemessä on esimerkiksi aseteltu uutuustuotteita esille joskus aivan muuallekin kuin vain leipäosastolle. Toisaalta on nähty tärkeäksi, että ihmiset pääsevät maistamaan uusia tuotteita, jotta ostoinnostus herää. Barsk muistelee, että joskus he järjestivät muun muassa lohorieskatarjoilun, jolla saatiin moni asiakas innostumaan rieskasta uudella tavalla.

”Ajatuksia pitää lennättää koko ajan, ja ideoita pitää uskaltaa rohkeasti ehdottaa. Niiden avulla saamme kookkuttua kuluttajan ostamaan lisää leipää. Ja sehän on tietysti niin kaupan kuin meidän toiveemme”, Barsk paljastaa.

Teksti: Taru Tuominen

Kuvat: Harri Tarvainen



VAASAN Oy:n Pohjois-Suomen asiakasryhmäpäällikkö Pekka Barskin tehtävänä on varmistaa, että kaupassa on paras mahdollinen leipävalikoima.





VAASAN PAAHTORUUDUT – AIVAN UUDENLAISET PAAHDETTAVAT LEIVÄT!

Keskeltä kolmiroleivän muotoon taittuvat VAASAN Paahtoruudut tuovat paahtoleipävalikoimaan uusia tuulia ja maittavia makuja. Mehevä sisus ja rapea pinta siemenineen takaavat makunautinnon vain sipaisulla levitettä.

Tutkimuksen* mukaan suomalaisista jopa 76 prosentilla on tapana paahtaa leipää. Paahtetun leivän makua pidetään hyvänä, ja se tuo vaihtelua normaalille arkileivälle. Lisäksi tutkimuksessa toivottiin paahtoleipähyllyyn erityisesti siemeniä ja rouheita sisältäviä leipiä.

”Vaaleissa leivissä VAASAN-uutuudet ovat kehittäneet koko tuoteryhmän myyntiä. Nyt kaupalla on mahdollisuus luoda kasvua paahtoleipätuoteryhmässä. VAASAN Paahtoruudut ovat täysin uudenlainen paahtettava leipä, joka on testattu useissa kuluttajatutkimuksissa. Nämä tutkimukset ovat osoittaneet selkeästi korkean ostokiinnostuksen”, kertoo tuoteryhmäpäällikkö **Jenni Suvanto**.

Uutuuden kiinnostavuutta lisää monikäyttöisyys. VAASAN Paahtoruudut sopivat lapsiperheen arkileiväksi tai esimerkiksi alkupaloihin.

VAASAN Paahtoruudut -leipää on saatavilla kahta eri makua. Toista makuvaihtoehtoa maustaa unikonsiemeneripottelu ja toista porkkanarouhe sekä vaalea pellavaripottelu. Pintaripottelu korostaa leivän rapeutta ja luo sille houkuttelevan ulkonäön.

* Consumer Compass 2009:
Paahtamisen Internet-tutkimus

Teksti: Kati Huhta-aho
Kuvat: VAASAN Oy



VAASAN SAARISTOLAISPALAT 100-PROSENTTISESTI TÄYSJYVÄRUKIISTA

Syksyllä herkutellaan hyvällä omallatunnolla, kun VAASAN kattaa kalakeiton kaveriksi VAASAN Saaristolaispalat -palaleivät. Uutuusleivässä viehättää tumman, maltaisen maun lisäksi se, että VAASAN Saaristolaispalat on leivottu 100-prosenttisesti täysjyväruukiista. Kuluttajatutkimusten mukaan ostokiinnostus VAASAN Saaristolaispalat -leipää kohtaan on korkea.

VAASAN Saaristolaispalat -leipä tarjoaa vaihtelua arkiselle ruisleivälle jokapäiväisissä käyttötilanteissa. Uutuuden pakkaus on erottuva, ja se kommunikoi ydinasian selkeästi. Helppokäyttöisiä paloja pakkauksessa on kuusi.

"Herkutteluleipänä tunnettu saaristolaisleipä tuodaan nyt arkisiin käyttöyhteyksiin. Uutuus on kaikin puolin kätevä. Palaleipä on helppo käyttää, se sopii moniin tilanteisiin ja sen pakkaukoko on hyvä. Leivän makeustaso sopii monelle. Lisäksi täysjyväruukiista leivottu VAASAN Saaristolaispalat on markkinoiden rukiisiin saaristolaisleipä. Nämä kaikki ominaisuudet houkuttelevat tälle leipätyypille uusia käyttäjiä", kertoo tuoteryhmäpäällikkö Heidi Erämaa.

Lähde: Inspirans Oy/ kuluttajatutkimus, helmikuu 2009.

Teksti: Kati Huhta-aho
Kuvat: VAASAN Oy



TIESITKÖ?

- SAARISTOLAISLEIPÄÄ SISÄLTÄVÄ OSTOSKORI ON ARVOLTAAN KORKEAMPI TAVALLISEEN LEIPOMOTUOTEKORIIN VERRATTUNA.
- OSTOSKORIN ARVOA NOSTAVAT KÄYTTÖYHTEYSTUOTTEET. SAARISTOLAISLEIVÄN KANSSA MAISTUVAT ERITYISESTI ESIMERKIKSI KYLMÄSAVUSTETTU JA GRAAVATTU KALA, LIHAFIILEET SEKÄ JUUSTOT.

LÄHDE: KAUPAN ASIAKASRYHMÄTIETO

Kuluttajilta kuultua

"OIKEASTAAN OLEN OIKEIN KAIVANNUT SEMMOISTA HYVÄÄ SAARISTOLAISLEIPÄÄ, MITÄ AINA LÖYTYISI KAUPOISTA."

"MÄ VOISIN SYÖDÄ TÄTÄ AAMUPALALLA JA ILTAPALALLA. MÄ LUULEN, ETTÄ LAPSETKIN VOISIVAT TYKÄTÄ."

"KYLLÄ MÄ VOISIN OSTAA TÄTÄ IHAN ARKILEIPÄNÄ."



VAASAN Toast poistaa pikkunälän

VAASAN Toast on ruokaisa välipala, jossa on kahden rouheisen vehnäviipaleivän välissä kinkkua ja juustoa sinapin kera. Herkullinen uutuus on sulattaen valmis pariloitavaksi. Helppo herkku on valmis 2-3 minuutissa.



Ison nälän vie VAASAN XXL Panini

VAASAN XXL Panini on herkullinen ja helppo välipala, joka maistuu esimerkiksi kahvilassa tai ulkoilmatapahtumassa. Uutuuden makuja ovat broilerti-momaatti ja salami-juusto. Tuote on sulattaen valmis pariloitavaksi, ja se valmistuu 2-3 minuutissa.



Sulattaen valmis VAASAN Kypsa lihapiiras

Suuren asiakasvirran myyntipisteillä on tarve kypsille, sulattaen tarjoiluvalmiille tuotteille. VAASAN Kypsa lihapiiras on kypsä, sulattaen valmis leivonnaispakkaste, jossa on maukas ja murea kuori. Kooltaan se sopii niin aikuisille kuin lapsille.



VAASAN PIENI PYÖREÄ 25 VUODEN IKÄÄN

Kun VAASAN PIENI PYÖREÄ tuli markkinoille vuonna 1984, nousi Suomessa varsinainen näkkileipäbuumi. Idea pyöreään muotoon saatiin näkkileipätehtaalla muotista, jolla taikinamatosta otetaan näytteitä.

VAASAN PIENI PYÖREÄ -näkkileivän käteen sopiva koko viehätti ennennäkemättömänä kuluttajia. Lisäksi paahteinen reuna korostaa rukiista makua.

Suosiota siivitti myös tv:ssä ja radiossa soinnut iloinen mainoslaulu. Sanat ”Sen tekee koko, sen tekee maku, sen tekee pieni pyöreä muoto” muistaa varmasti moni.

VAASAN PIENI PYÖREÄ -näkkileivästä tuli suomalaisten suosikki kertahetimitä. Menekki oli niin valtavaa, että tuotteen tv-mainonta piti keskeyttää ja toimitukset kauppoille piti kiintiöittää, jotta tuotanto pysyi kysynnän perässä.

VAASAN suosikinäkkileivät valmis-

tuvat Kotkassa, VAASAN Oy:n näkkileipätehtaalla, joka on maailman toiseksi suurin näkkileipätehdas.

Näkkileivän näkeminen kannustaa ostoon

Nyt eletään näkkileivän yhtä sesonkiaikaa. Syksyllä, samoin kuin alkuvuodesta, näkkileipä maistuu erityisen hyvin sen terveellisyyden ja kuitupitoisuuden vuoksi.

Kolmas näkkileivän sesonki on kesä, jolloin näkkileipää ostetaan leivän hyvän säilyvyyden vuoksi esimerkiksi kesämökille tai veneelle.

Tuoteryhmäpäällikkö **Jenni Suvanto** tietää, miten näkkileipä päättyy kuluttajien ostoskoriin:

”Näkkileipä on tuoteryhmä, joka elää muistuttamisesta. Tuotteen näkeminen kaupassa muistuttaa kuluttajaa ostotarpeesta tai johtaa heräteostok-



seen.”

Alkuvuodesta VAASAN PIENI PYÖREÄ -näkkileivät saivat uudet pakkaukset. Pirteät pakkaukset erottuvat hyvin hyllystä, ja niistä on helppo luoda näyttäviä esillepanoja.

Samalla kun pakkaukset uudistuivat, päivitettiin myös sekä Ruis- että Monivilja-varianttien reseptejä. Nyt molemmat valmistetaan 100-prosenttisesti täysjyväviljasta.

Teksti: Kati Huhta-aho

Kuva: VAASAN Oy

UUSI MARKKINOINTIJOHTAJA MIIKA HELENIOUS ESITTELYSSÄ

Keväällä VAASAN Oy:ssä aloittanut markkinointijohtaja **Miika Helenius** on mies paikallaan vastaamaan VAASAN-brändistä sekä Tuoret leipomotuotteet-liiketoiminta-alueen tuotevalikoimasta, sillä hänellä on vuosien kokemus erilaisista kuluttajatuotteista ja suomalaisista kuluttajista.

Ennen VAASAN Oy:lle tuloaan Helenius työskenteli mainostoimisto DDB:n varatoimitusjohtajana ja vastasi muun muassa McDonald'sin asiakkuudesta.

”Markkinointiviestinnän lisäksi olin mukana muun muassa kehittämässä McDonald'sin tuotevalikoimaa, ja olen ylpeä siitä, että myynnissä on edelleen joitakin minun ideoimiani tuotteita”, Helenius sanoo.

Helenius on työskennellyt aiemmin myös kaupan ketjujen ja useiden muiden kuluttajatuotteiden parissa, mikä auttaa uudessa tehtävässä. Hänen mukaansa markkinointi ei voi olla erillinen toiminto, vaan sen on oltava mukana

kaikessa yrityksen toiminnassa, osana kokonaisuutta.

”Voidaksemme vastata asiakkaidemme haasteisiin ja auttaa heitä kasvattamaan omaa myyntiään meidän on tärkeää ymmärtää syvällisesti esimer-



TEHTÄVÄMME ON TUODA YHTEISTYÖHÖN ASIAKKAIDEMME KANSSA TIETOA SUOMALAISTEN KULUTTAJIEN TOIVEISTA, SANOO VAASAN OY:N UUSI MARKKINOINTIJOHTAJA MIIKA HELENIOUS.

kiksi kaupan toimintamalleja. Tehtävämme on tuoda yhteistyöhön asiakkaidemme kanssa tietoa suomalaisten kuluttajien toiveista ja tarpeista, tarjota niihin tehokkaita ratkaisuja ja auttaa sitä kautta kaupaa saavuttamaan omat tavoitteensa.”

Myymäla kaiken ytimessä

”Myymäla on meille tärkein media, ja siksi satsaamme siihen paljon”, Helenius sanoo.

Hän tietää, että se, miten toimitukset myymälöihin toimivat, miten leivät tuodaan myymälässä esille ja miten leipä löytää tiensä kuluttajan ostoskoriin, vaikuttavat kaikki sekä kaupan että VAASAN Oy:n menestykseen.

”Siksi on tärkeää muistaa, että on samantekevää, miten hienoa tuotekehitystä tai markkinointia teemme, jollei tuotteitamme löydy helposti sieltä, mistä kuluttaja niitä etsii”, hän pohtii.

Teksti ja kuva: Susanna Paloheimo

