

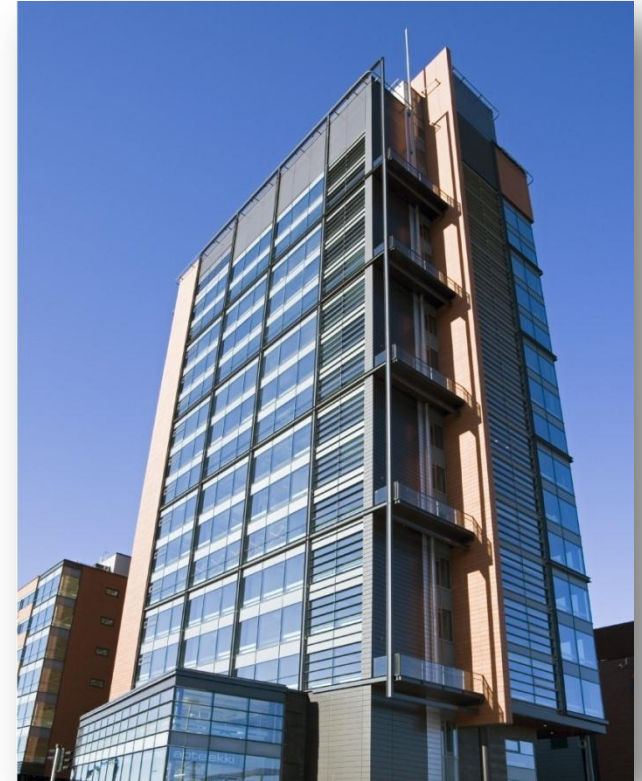
www.analyse2.com

Kalafoorumi 2012
Markkinatiedon
hyödyntäminen

analyse²

Lyhyesti:

- Tiedolla johtamisen ratkaisuja keskusliikkeille ja elintarvikealan yrityksille
- 50 henkilöä, ylempi korkeakoulu-, tai yliopistotausta (toimiala ja IT),
- Yli 60 elintarvikeyritystä asiakkaina, kattaa n. 60% markkinasta
- VK-puolen tuotteet: Galaxy, Kesko tiedonjakopalvelu, erillisanalyysit
- Tiedon keräämiseen pohjautuvat ratkaisut: Food Service -seuranta ja SELMA



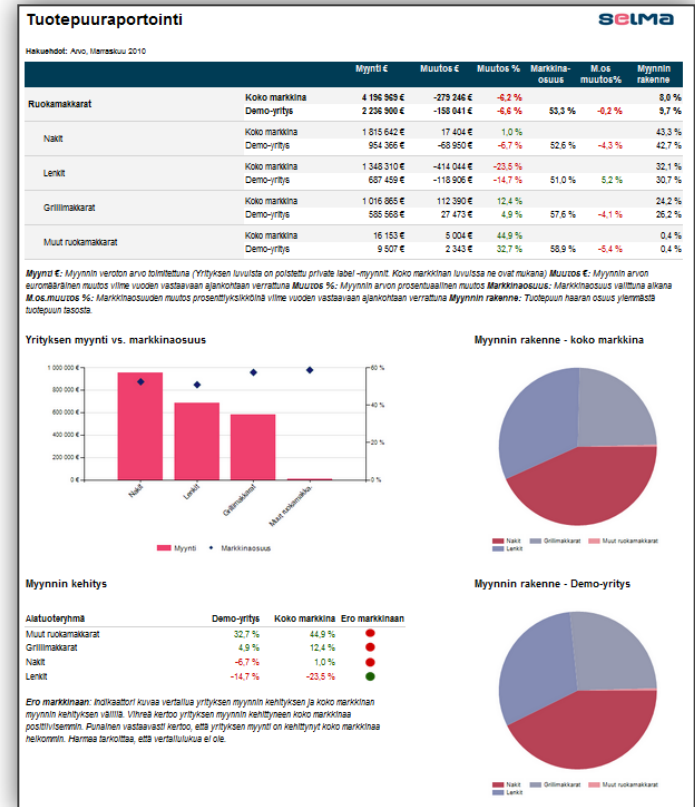
SELMA ja Food Service pähkinänkuoressa

SELMA- ja Food Service -palvelut ovat toteutettu yhteistyönä Analyse²:sen ja Elintarviketeollisuusliiton kesken.

Palvelut perustuvat mukana olevien yritysten omaan lähtödataan ja ovat tästä syystä ulkopuolisista riippumattomia palveluita.

Palveluiden kehityksessä on otettu kilpailulainsäädäntö vahvasti huomioon.

Palvelut ovat oikeudenmukaisia – kaikki voivat olla mukana ja käyttömaksuissa huomioidaan yrityksen koko.



Lähtötiedot

ELSi:llä lähetetään kolmet eri tiedot:

- Tuotetiedot
- Asiakastiedot
- Myyntitiedot

Tuotetiedot

Tuotetiedot pitävät sisällään tuotteita yksilöivää tietoa, kuten nimen, EAN-koodin ja tuoteryhmittely-tiedon

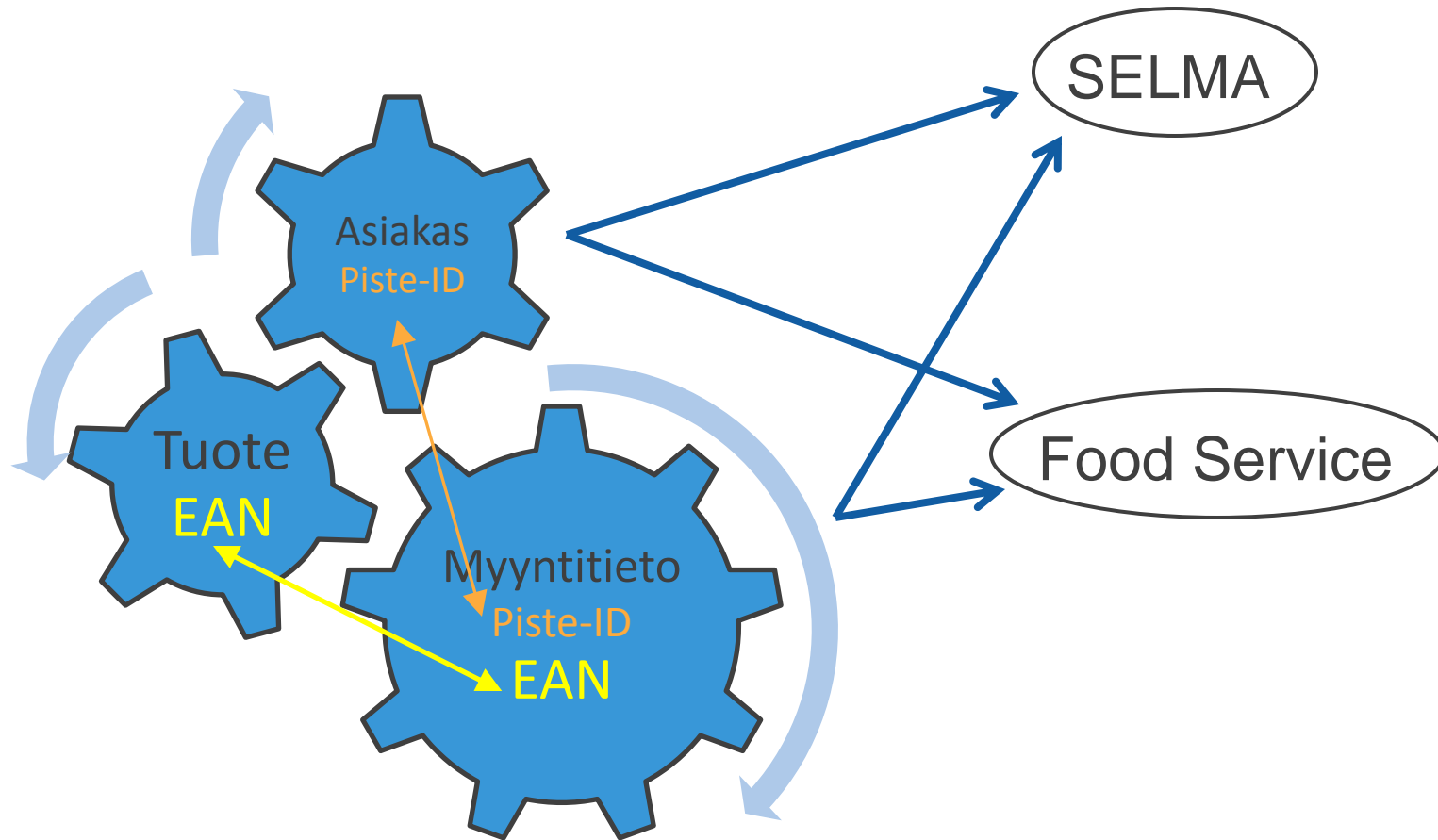
Asiakastiedot

Asiakkaisiin liittyvä informaatio, osoitetiedot yms. löytyvät asiakastiedoista

Myyntitiedot

Myyntitiedoista ilmenee myyntitapahtumat viimeisen kuukauden osalta – mitä tuotteita on myyty, kuinka paljon, ja minne

Tietojen yhteys



SELMA:an mukaan

SELMA:n hallinnoinnista vastaa ETU Oy (ETL:n tytäryritys), joka tekee sopimukset mukaan tulevan yrityksen kanssa.

SELMA:n toteutuksesta vastaa Analyse², joka kerää yritysten lähtötiedot ja koostaa SELMA-raportit.

SELMA:an mukaantuleminen käynnistyy allekirjoittamalla lähtötietojen luovutussopimus, joka oikeuttaa yrityksen SELMA-vuosiraporttiin omista tuoteryhmistä.

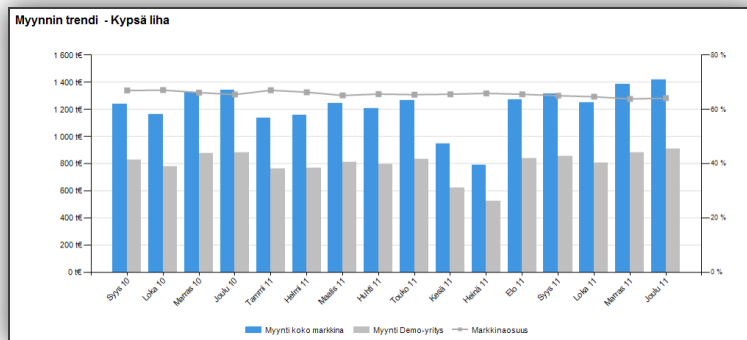
SELMA lähtötietojen luovutussopimuksen allekirjoitettuaan ja aloitettuaan tietojen toimituksen, yritys voi liittyä mukaan palveluun, jolloin on oikeutettu peruspalvelun mukaisiin raportteihin sekä mahdollisuuteen tilata lisäarvorapotteja.

Food Serviceen mukaan

Food Service toimii hyvin pitkälle samalla periaatteella kuin SELMA. Ainoa ero on siinä, että sopimukset tehdään suoraan Analyse²:sen kanssa.

Myös Food Servicessa tehdään lähtötietojen luovutussopimus, joka oikeuttaa ilmaiseen vuosiraporttiin.

Raportointipalveluista tehdään erillinen sopimus, jossa määritellään mistä tuoteryhmistä ja millä tasolla raportointia yritykselle toteutetaan.



SELMA-portaali

Palvelut ovat yhden helppokäyttöisen selainpohjaisen liittymän alla. Portaaliin kirjaudutaan omilla henkilökohtaisilla tunnuksilla. Portaalista löytyvät sekä SELMA-raportit että Food Service -raportit.



The screenshot shows the SELMA portal interface. At the top, there is a header with the SELMA logo and the text 'SELMA-portaali'. Below the header is a navigation menu with the following items: 'SELMA-portaali', 'SELMA-raportit', 'Food Service -raportit', 'Omat raportit', 'ELSi', and 'Demo'. The main content area features a light blue box with the heading 'Tervetuloa Suomen elintarvikemarkkinoille!' and the text 'SELMA-portaali kerää yhteen VK- ja Food Service -markkinoiden seurantaan kehitetyt raportointipalvelut.' Below this, the 'SELMA' logo is displayed in red. A paragraph of text describes the service: 'SELMA on Analyse²:sen ja Elintarviketeollisuusliitto ry:n yhteistyössä rakentama palvelu Suomen elintarvikemarkkinoilla toimiville yrityksille, jossa raportoidaan vähittäiskauppa-markkinoiden myyntiä ja kehitystä. Ensimmäisessä palvelun on tarkoituksena vastata kysymykseen ja tarpeeseen kokonaismarkkinatiedosta. Kokonaismarkkinatieto konkretisoi yritykselle erilaisina hyötyinä - tiedolla johtaminen ja sitä kautta kannattavimmat investoinnit, paremmat myyntineuvotteluasemat ja yleisesti ottaen tehokkaampi toiminta. Tulevaisuudessa on jatkojalostuksena tarkoituksena tarjota asiakkaille syvempää tietoa markkinoiden kehityksestä mm. attribuuttien ja trendien avulla.' Below the text are two bullet points: '• [Tuotepuuraportointi](#) - Tuotepuuraportit antavat ajantasaista tietoa eri tuoteryhmien markkinatilanteesta ja niiden kehityksistä. Raportointi tapahtuu tuotepuumuodossa' and '• [Myynnin trendi](#) - Myynnin trendi raportilta saa tarkasteltavakseen tietyn tuotepuun haaran myynnin kehitystä viimeisen 16 kuukauden aikana.'

Miksi SELMA?

Toimialan raportointi SELMA:n avulla

luotettavaa ja joustavaa

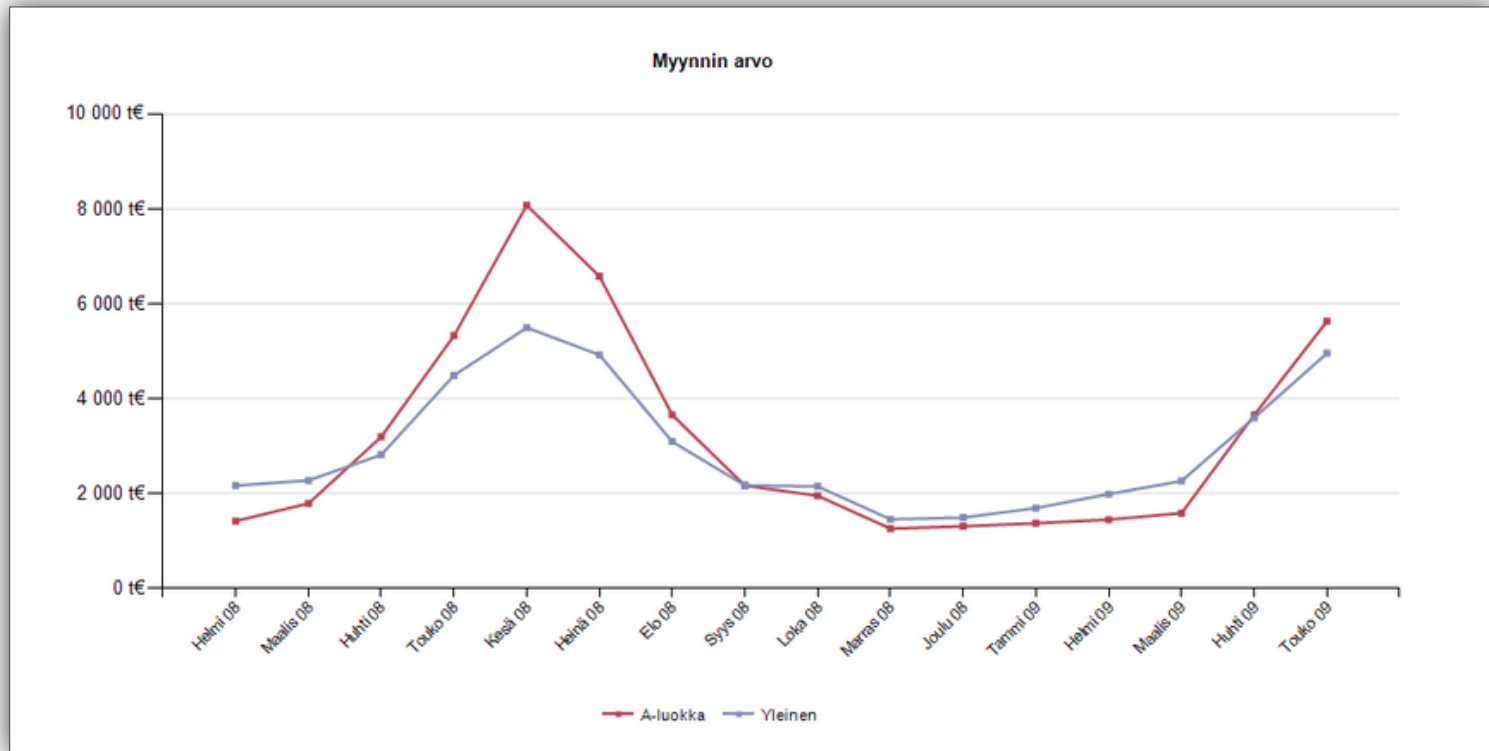
Markkinatieto kala-alalla

Jokaisella toimialalla on omat erityispiirteensä.

- Suuria muutoksia viimeisien vuosien aikana.
- Sesongit ja kysynnän vaihtelu – saatavuuden ennustaminen.
- Paikallisuus – pitkät kuljetusmatkat
- Tuoretta, pakastettua vai jalostettua
- Myynti ja ostaminen – käytössä tietoa samasta lähteestä.
- ETL:n rooli etujärjestönä.

Case 1: Grillimakkarapihvit

Grillimakkaroiden kysynnän vaihtelut tunnetaan SELMAN avulla



Case 1: Grillimakkarapihvit

Ruokamakkaroitten tuoteryhmän rakenteeseen ei kuitenkaan ole otettu mukaan grillimakkarapihvejä: Grillimakkarat jakaantuvat A-luokkaan ja yleiseen

Alatasojen myynnin trendi - liukuva 16 kk

SELMA

Hakuehdot: Arvo, Grillimakkarat, Helmikuu 2008 - Toukokuu 2009

	Helmi 08	Maalis 08	Huhti 08	Touko 08	Kesä 08	Heinä 08	Elo 08	Syys 08
Grillimakkarat	3 597 t€	4 075 t€	6 016 t€	9 819 t€	13 572 t€	11 503 t€	6 758 t€	4 346 t€
A-luokka	1 425 t€	1 795 t€	3 197 t€	5 327 t€	8 074 t€	6 578 t€	3 661 t€	2 169 t€
Yleinen	2 172 t€	2 281 t€	2 819 t€	4 492 t€	5 498 t€	4 924 t€	3 098 t€	2 176 t€
	Loka 08	Marras 08	Joulu 08	Tammi 09	Helmi 09	Maalis 09	Huhti 09	Touko 09
Grillimakkarat	4 110 t€	2 726 t€	2 812 t€	3 075 t€	3 447 t€	3 858 t€	7 259 t€	10 589 t€
A-luokka	1 956 t€	1 265 t€	1 315 t€	1 378 t€	1 455 t€	1 590 t€	3 658 t€	5 631 t€
Yleinen	2 154 t€	1 461 t€	1 497 t€	1 697 t€	1 992 t€	2 268 t€	3 600 t€	4 958 t€

analyse²

Case 1: Grillimakkarapihvit

Tuotetasoisen tiedon ansiosta segmentointinäkökulma voidaan muuttaa tai syventää, jotta tarpeellinen informaatio saadaan raportoinnista ulos

Tuotepuuraportointi		SELMA					
Hakuehdot: Arvo, Heinäkuu 2009		Myynti €	Muutos €	Muutos %	Markkina- osuus	M.os muutos%	Myyntin rakenne
Grillimakkarat	Koko markkina	4 630 255 €	810 293 €	21,2 %			62,3 %
	Demo-yritys	2 838 985 €	308 223 €	12,2 %	61,3 %	-4,9 %	64,4 %
Makkarat	Koko markkina	2 847 470 €	611 601 €	27,4 %			61,5 %
	Demo-yritys	1 539 182 €	175 957 €	12,9 %	54,1 %	-6,9 %	54,2 %
Makkarapihvit	Koko markkina	1 782 785 €	198 693 €	12,5 %			38,5 %
	Demo-yritys	1 299 803 €	132 266 €	11,3 %	72,9 %	-0,8 %	45,8 %

Case 2: Pakasteliha

Lihatuoteryhmän raportoinnissa oli käytössä tuotepuu, joka ei vastannut liiketoiminnalliseen kysymykseen:

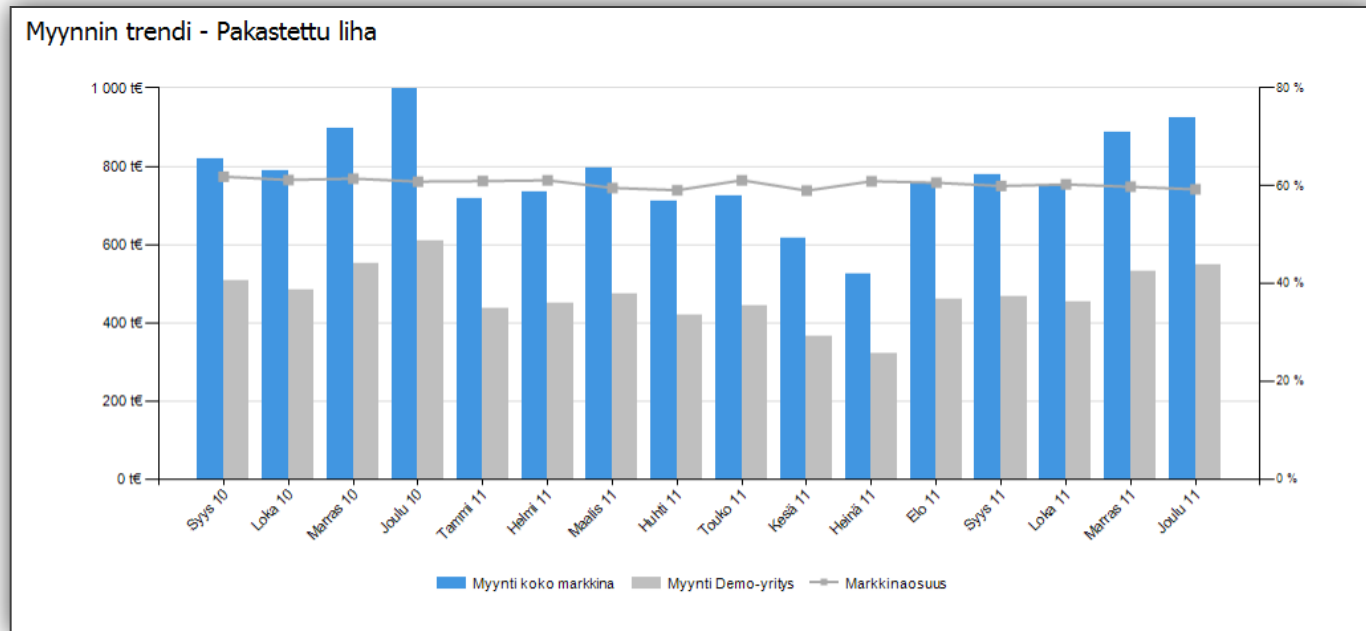
- Liha

- Nauta
- Sika
- Broileri
- Kalkkuna
- Muut

Ongelmana se, ettei raportoinnista saanut ulos tietoa pakastetun lihan kehityksestä viime vuosina

Case 2: Pakasteliha

Tuoteryhmän tuotteille koodattiin pakastetuote-attribuutti, jonka avulla voitiin tarkastella pakastelihojen myyntiä



Rekka suistui ojaan Hangossa, pakastelihat levisivät tielle

23.1.2012 17:40 |  0 |  Suosittele  1

A A

STT-HS

HANKO. Pakastelihalastia kuljettanut rekka suistui osittain tieltä ojaan ja kaatui valtatie 25:llä Hangon kohdalla. Osa rekan kuljettamasta pakastelihakuormasta levisi tielle, koska kontti hajosi törmäyksessä. Palomiehet joutuivat purkamaan käsipeilillä noin 20 000 kilon edestä lihapaketteja. Terveysviranomaiset asettivat lihat käyttökieltoon.

Liikenne saadaan palautettua normaaliksi valtatie 25:llä iltakuuden kieppeillä. Siihen asti liikenne ohjataan kulkemaan kiertotietä Viskontien ja Koverharin tien kautta.

Rekan kuljettaja ei loukkaantunut.

Pelastuslaitoksen mukaan tie onnettomuuspaikalla muutama kilometri Lappohjasta Hangon suuntaan oli hyvin polanteinen, eli tien pintaan oli pakkautunut lunta.

Tervetuloa rakentamaan yhdessä koko
elintarvikealan yhteistä
markkinatiedon seuranta palvelua!



Analyse²

Kiitos

analyse²