

3 • 2009

# Suora

Suomen Suoramainonta Oy:n asiakaslehti

- Suunnittele suora netissä
- Jyväskylään uusi jakeluyhtiö
- Kotijäätelö luottaa Suoraan

# Suora tuo ostajat

## SuoraNet on saanut alkunsa

**SuoraNet sai alkunsa** vuosi sitten keskellä Suomen parhaita suvea. Miksi? Mikä sai ajatukset juoksemaan kehitystyön parissa kesken lomakauden?

**Suoramainonnan tehokkuus** on suurelta osin kiinni kohderyhmästä. Halusimme luoda työkalun, joka helpottaa asiakkaitamme löytämään kohderyhmän jo suunnittelun alkumetreillä.

**Reiluun vuoteen on** mahtunut paljon suunnittelua, palavereita, testausta, parantelua ja taas testausta ennen kuin tähän päivään ja SuoraNetin avaamiseen on päästy.

**Voin sanoa, että** olen ylpeä aikaansaannoksestamme ja kehitystiimimme panoksesta. Asiakkaidemme joukosta löytyi pilotti-ryhmä, jonka palautteista saimme hiottua pahimmat särvät sileiksi ja tuotteemme toimivaksi kokonaisuudeksi.

**Aika näyttää**, mihin se kasvaa, sillä olemmehan kuitenkin vasta alkumetreillä. Lisää on luvassa!

**Saanko tarjota:** SuoraNet! Lue lisää sivulta 4 lähtien.

Hyvää syksyä!

*Pasi Latva*

Suora – Suomen Suoramainonta Oy:n asiakaslehti • Päätoimittaja: Pasi Latva • Toimituskunta: Pasi Latva, Johanna Rynnänen, Timo Kivioja ja Kari Toivainen • Tuotanto: TK mediatalo Oy, p.010 421 5000, www.tkmediatalo.fi • Toimituspäällikkö: Timo Kivioja • Toimittaja: Tom Kalima • Valokuvat: Olli Häkämies ja iStockphoto • Taitto: Timo Miettinen • Painopaikka: Edita Prima Oy



## 4 Klikkaa [www.suora.net](http://www.suora.net)

**SuoraNet** on oiva apukeino kaikille, joka suunnittelevat suoramarkkinointikampanjaa.

## 6 Suora kertoo jäätelöautosta

**Kotijäätelö** on lyönyt itsensä läpi. Ostajien löytämiseen tarvitaan kuitenkin suoramarkkinointia, jolla kerrotaan jäätelöauton aikataulusta ja tuotteista.

## 8 Printti pitää pintansa

**Sanomapaino** uskoo vakaasti siihen, että printtimedia pitää pintansa jatkosakin, ja kehittää sen vuoksi uusia tuotteita suoramarkkinoinnin välineiksi.

## 10 Uusi yhtiö löysi asiakkaansa

**Jyväskylän alueella** aloittanut Jyväskylän Jakelu Oy aloitti vuoden alussa ja löysi nopeasti asiakkaansa.



# Hyödynnä suoran kaikki mahdollisuudet

**S**uorajakelu on kirjaimellisesti suora kanava asiakkaiden tavoittamiseen. Sen avulla yritys kohdistaa resurssit haluttuihin segmentteihin. Suorajakelulla saadaan viesti perille pienellä hukkaprosentilla. Käytössä on luovuuden koko kirjo, edes postiluukun koko ei ole rajoite suorajakelussa vaan tuotteet voidaan toimittaa esimerkiksi ovelta ovelle -erikoisjakeluna.

### Kohdentaminen

Kotitaloudet jakaantuvat tyypillisesti eri kohderyhmiin, joten omat kohderyhmät kannattaa selvittää eikä toimia "mutu"-tuntumalla. Suorajakelukampanjojen suunnitteluun SSM:llä on käytettävissä luotettavat ja kattavat tietolähteet, segmentointityökalut sekä analyysi- ja profiointituotteet. Ne helpottavat asiakasymmärryksen luomisessa ja auttavat selvittämään kenelle mainonta ja suorajakelu kannattaa kohdistaa.

Oman kohderyhmän tutkiminen käy nopeasti esimerkiksi osoiterekisterin (asiakas- tai markkinointitieto-

kanta) avulla ja rekisterin osoitetieto- ja voi myös suoraan hyödyntää suoramarkkinointikampanjan suunnittelussa.

Kassajärjestelmien yrityksen johdolle tuottama raportointitieto on arvokasta tietoa myös suorajakelun kehittämiseksi. Suomen Suoramainonta on asiakkaidensa kanssa toteuttanut useita tutkimuksia, joiden avulla yritys on pystynyt kehittämään tulokselista kampanjointiaan.

Suoramainoksen jakelu tapahtuu viime kädessä jakopirin tasolla. Se on postinumeroa tai kantopiirijakoaluetta tarkempi alue. Yksi jakopiiri koostuu keskimäärin 200 taloudesta. Jokaisesta jakopiiristä myös tiedetään millaisia ihmisiä niissä asuu.

Alueellisessa suoramainonnassa kannattaa kampanja kohdentaa liikkeen vaikutusalueille sekä huomioida myös myymälää sivuavien suurimpien teiden liikennevirrat. ■

**Jakelun suunnitteluun löytyy paljon työvälineitä, joilla estät huonot siirrot.**



## Suoran muistilista

### Hyvin tehty huomataan

- ✗ Paneudu sisältöön
- ✗ Apua saat SSM:n tutkimustiedosta
- ✗ Vertaile mainoksesi vahvuuksia ja heikkouksia
- ✗ Testaa aluksi vaikka vain tuotteesi kansi
- ✗ Verkkosivujesi kävijämäärä kertoo kampanjan huomioinnista

### Provosoiva tarjous tehoaa

- ✗ Suoramainonta mielletään usein tarjousmainonnaksi
- ✗ Haastava tarjous vetoaa ja lisää huomioarvoa
- ✗ Tarjouksen on hyvä olla suureen massaansa vetoava
- ✗ Tarjouksen myymälään tuomat kuluttajat ostavat myös muuta
- ✗ Halvat "sisäänheittöhinnat" eivät halvenna imagoa

### Keskity kokoon ja ulkoasuun

- ✗ Noudata ulkoasussa yrityksesi yleisilmettä
- ✗ Valitse paperi viestin ja budjetin mukaan
- ✗ Mainoksen koko vaikuttaa huomioarvoon. Kookas esite huomataan.

### Useampi mainos samassa jakelussa lisää huomiota

- ✗ Samassa nipussa jaettavat mainokset hyötyvät toisistaan
- ✗ Myös saman toimialan mainokset tukevat toisiaan
- ✗ Kuluttajalle useampi mainos merkitsee vertailun helpottumista

# WWW.SUORA.NET

## Uusi työkalu kampanja-suunnitteluun

■ Suoramainontakampanjan suunnittelu on nyt helpompaa kuin koskaan uuden SuoraNet-työkalun ansiosta.

■ Suomen Suoramainonnan ohjelma toimii osoitteesta [www.suora.net](http://www.suora.net).

■ Sitä voivat maksutta käyttää kaikki suoran suunnittelijat.

”

Voit tarkastella haluttua aluetta ja saada heti hinta-arvion.

Hyvä suunnittelu on onnistuneen suoramainontakampanjan edellytys. SuoraNetin avulla suunnittelu on helppoa. Tiedot kohdentamisesta ja kustannuksista ovat koko ajan saatavilla.



**S**uoramainontakampanjan onnistumisen kannalta hyvä suunnittelu on tärkeää. Ei riitä, että jaettava tuote on hyvä, se on saatava myös oikeisiin postilaatikoihin, jotta saavutettaisiin toivottu teho. Tässä suunnittelussa SuoraNet on verraton työkalu, jonka käyttäminen on helppoa. Sen avulla

voit suunnitella oman valtakunnallisen tai alueellisen suoramainontakampanjan ja saada tarkan hinta-arvion kampanjan jakelukustannuksista sekä valittujen alueiden talousmääristä.

SuoraNet-palvelun avulla voidaan suunnitella tarkat jakoalueet. Kunta- tai postinumerotasoisien aluevalinnan lisäksi jakelu on mahdollista kohdistaa halutulle asuinmuodoille, tarvittaessa vain pientaloihin tai kerrostaloihin. Palvelutasoksi on mahdollista valita joko viikko, keskiviikko- ja/tai viikonloppujakelu.

### Ohjelma auttaa kustannussuunnittelua

Ennen minkäänlaista kontaktia mainostoimiston tai jakelijan kanssa asiakas voi tarkastella haluamaansa aluetta, lisätä ja poistaa sieltä ei toivottuja alueita ja katsoa, paljonko tuotteita tarvitaan ja mikä on jakelun kustannusarvio yksittäisen tuotteen ja koko jakelun osalta.

On helppo sanoa, että jokainen turha painotuote lisää kustannuksia. Mutta yhtä suuri totuus on, että jokainen pois jätetty postilaatikko on käyttämätön mahdollisuus. Sen vuoksi kannattaa huolellisesti puntaroida oikean panostuksen ja turhien kustannusten suhdetta.

SuoraNetissä tämä käy helposti. Ohjelmasta voi katsoa, mitä jakelualueiden lisääminen maksaa. Ohjelma on tehty asiakasystävälliseksi ja sen tavoitteena on helpottaa kustannustehokasta suorakampanjointia.

### Askel kerrallaan jakelun suunnittelua

SuoraNet on erinomainen työkalu. Sen käyttö on helppoa ja jopa hauskaa kuin tietokonepeli. Kun olet avannut ohjelman, voit ensimmäiseksi valita haluamasi jakelualueen kartalta sitä klikkaamalla tai valikosta, johon on listattu kaikki Suomen kunnat.

Jakelualueeksi on mahdollista valita koko Suomi, jokin suuralue (Ahvenanmaa, Etelä-Suomi, Itä-Suomi, Länsi-Suomi ja Pohjois-Suomi), maakunta (20 kpl) tai seutukunta (78 kpl). Tämä takaa varmasti toivotun kampanjan alueellisen kohteen löytymisen. Aluevalinta päivittyy myös Google-kartassa, josta niin ikään voi valita haluttuja jakoalueita.

Suoraan kartalta voi kätevästi poimia alueita myös työkalulla, jolla voi ympyröidä karkeasti haluamansa alueen. Sen jälkeen ohjelma nimeää valitut alueet seutukunnittain.

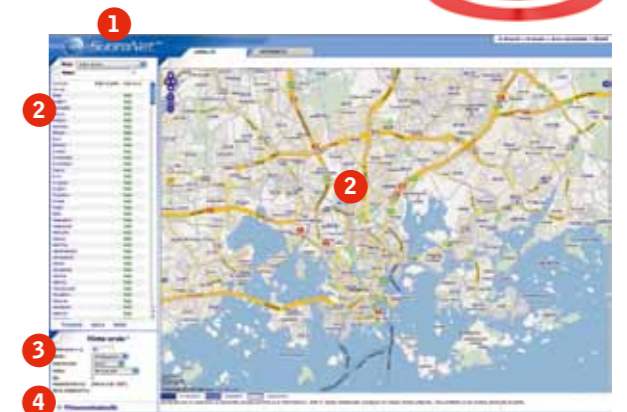
Tästä koosteesta voi myös helposti poistaa mukaan tulleita alueita tai lisätä niitä. Ja aina toimenpiteen jälkeen ohjelma päivittää kampanjan hintatiedot sekä kokonaissummuna että jaettavaa kappaletta kohden.

Tavoitteena on ollut tehdä kampanjan suunnitteleminen mahdollisimman helpoksi. Ohjelman avulla voi lähettää myös tarjouspyynnön tai jopa toimeksiannon suoraan Suomen Suoramainontaan. ■

## Lyhyt opastus SuoraNet™-palveluun



- 1 Siirry osoitteeseen [www.suora.net](http://www.suora.net)
- 2 Valitse suuralue, maakunta tai seutukunta valikosta sivun laidassa tai kartalta aluetta klikkaamalla.
- 3 Ilmoita jakelun tiedot:
  - Valitse tuotteen yksikköpaino
  - Voit valita jakelusi joko keskiviikolle, viikonlopulle tai viikkojakeluna toteutettavaksi
  - Voit halutessasi kohdentaa jakelun joko kerrostaloille tai pientaloille
- 4 Siirry yhteenvetosivulle. Halutessasi voit lähettää suunnitelmasi tarjouspyyntönä, jolloin saat tiedot jakelusta antamaasi sähköpostiosoitteeseen ja sinuun otetaan tarvittaessa henkilökohtaisesti yhteyttä.



SuoraNet-palvelu toimii parhaiten Firefox- ja Explorer 7 -selainten uusimmilla versioilla. Firefoxin voit ladata maksutta osoitteesta [www.getfirefox.com](http://www.getfirefox.com).

Jäätelöauton tunnusmelodia on suomalaisille jo tuttu ja toivottu ääni. – Tieto myyntiautojen aikatauluista menee kuluttajille tehokkaasti suoran välityksellä, Kotijäätelön Suomen toiminnoista vastaava Yrjö Pärssinen kertoo.

# Asiakkaan pitää tietää, koska Kotijäätelön auto tulee

■ Kotijäätelön myyntiautojen tutun soittoäänien tunnistavat monet suomalaiset.

■ Tunnusmelodia ei kuitenkaan yksin riitä, vaan tieto tuotteista ja myyntiautojen aikatauluista on saatava kuluttajille. Tässä toimii erinomaisesti suora.

**K**otijäätelön liikeidea on ainutlaatuinen. Suomessa yritys on toiminut 16 vuotta, mutta Ruotsissa jo vuodesta 1966 lähtien. Ideana on tuoda asiakkaan lähelle täyden palvelun jäätelömyymälä sekä ammattitaitoinen kauppias, jotka edustavat oman alansa huippua. Malli toimii hyvin. Etuasiakasrekisterisämme on peräti 600 000 kotitaloutta ja ostotapahtumista laskemalla asiakkaita on noin miljoona, Yrjö Pärssinen kertoo.

Hänen mukaansa korkean laadun ja hyvien tuoteuutuuksien ohella avainkysymys menestyksen kannalta on asiakaskunnan tavoittaminen.

– Vaikka Internet on luonnollisesti tärkeä media myös meille, olemme todenneet, että hyvin kohdennettu suoramarkkinointi toimii erittäin hyvin. Olemme tehneet yhteistyötä Suomen Suoramainonnan kanssa ja saaneet erinomaisia tuloksia, kun olemme pystyneet kohdistamaan jakelun painopisteen erityisesti sellaisille alueille, joilla on paljon lapsiperheitä.

”  
Internet on tärkeä,  
mutta tarvitsemme  
myös suoraa.

## 100 000 vastauskuponia

Hyvä esimerkki suorakampanjan toimivuudesta on Pärssisen mukaan kesällä toteutettu suoramainontakampanja, jonka yhteydessä oli asiakaskilpailu. Kilpailuun osallistuminen edellytti palautekupongin toimittamista Kotijäätelöautolle. Sitä ei siis voinut lähettää mihinkään.

– Kilpailun suosio yllätti myös meidät. Vastauskuponeja palautettiin noin 100 000 kappaletta. Luku on valtavan suuri varsinkin, kun jokainen palautus oli samalla asiakaskontakti ja usein ostotapahtuma. Kesän kilpailu oli huippuesimerkki, mutta suorakampanjan teho on mitattavissa joka kerta. Aina, kun olemme tehneet kampanjan, myynnissä näkyy kasvua, Pärssinen kertoo.

## Noin 800 reittiä ympäri Suomea

Suomen Kotijäätelö Oy on valtakunnallinen yritys. Päävarasto sijaitsee Vantaalla, mutta eri puolilla maata on yhteensä 12 varastoa ja varikkoa.

– Laatu on meille hyvin tärkeää. Varastoissa jäätelöt säilytetään hyvin kylmässä ja autoissakin huolehditaan siitä, että lämpötila ei koskaan ole -18 astetta lämpimämpää.

Meille on tärkeää, että asiakkaat eivät pety, kuten joskus kaupoissa, jos tuote on päässyt välillä sulamaan. Jäätelössä pitää kylmäketjun olla katkeamaton, jotta tuote on jatkuvasti laadukas.

Suomen Kotijäätelön sinisillä autoilla ajetaan parhaimmillaan noin 100 000 kilometriä vuodessa, joten kylmälaitteiden pitää olla jatkuvasti hyvässä kunnossa. Suomen noin 80 autolla on kaikkiaan noin 800 jakelureittiä ja niitä ajetaan sesongista ja paikasta riippuen parhaimmillaan kerran viikossa.

– Meillekin kesä on ehdoton sesonki, mutta toimintamme on ympärivuotista. Vain joulun aikaan on lyhyt tauko. Tärkeätä kuitenkin on, että uskolliset asiakkaamme ovat tietoisia koska tulemme heidän kotinurkilleen. Siihen tarvitsemme verkkosivujemme lisäksi säännöllisiä, valtakunnallisia suoramainontakampanjoita, sillä reittimme yltyvät eteläisimmästä suomesta aina Inariin ja Muonioon saakka.

## Suomi on jäätelönsyönnin kärkimaita

Suomi on jäätelön kulutuksessa Euroopan ykkönen ja maailman ehdotonta kärkeä Yhdysvaltojen kanssa. Vuositainen kulutus on noin 14 litraa henkilöä kohden.

– Aika hyvä tulos vaikka maan keskilämpötila oli esimerkiksi viime vuonna vain vähän yli viisi astetta. Siitä voi hyvin päätellä, että jäätelö on suomalaisten suosima herkku, Yrjö Pärssinen toteaa. ■

# Sanomapaino on riittävän suuri ollakseen joustava

■ **Printtimedian asema on edelleen kiistaton. Ostajat tarttuvat siihen hanakasti ja hyvin suunniteltu ja toteutettu suoramainontakampanja toimii varmasti.**

**S**anomapaino kuuluu painoalan jättiläisiin. Viidessä eri painolaitoksessa – Vantaalla, Forssassa, Varkaudessa, Kouvolassa ja Lappeenrannassa – painetaan yli 100 säännöllisesti ilmestyvää lehteä tai mainostuotetta. Näistä Sanoma Newsin kustantamia on noin neljännes. Meidät mielletään suureksi, ja lukujenkin perusteella olemme tietenkin suuri toimija, Sanomapainon markkinointijohtaja **Maritta Evers** toteaa.

– Yhtä totta kuitenkin on, että olemme hyvä ja osaava yhteistyökumppani sekä suurille että pienille asiakkaille. Ammattitaito, laatu ja toiminnan varmuus ovat ehdottomia valttejamme.

Hänen mukaansa voi suurta kokoa ajatellen kuulostaa yllättävältä, mutta asiakastytyväisyysmittauksissa Sanomapainoa pidetään myös joustavana painotalona.

– Tämä johtuu ainakin osaksi siitä, että suuri kapasiteetti on etumme. Voimme hyvin sovittaa painettavien tuotteiden painamista eri laitoksiimme myös nopealla aikataululla ja niiden kapasiteetti on niin suuri, että miljoonapainoksetkin syntyvät verraten nopeasti Evers toteaa.

## Uudet koot – uudet mahdollisuudet

Erilaiset aikakauslehtimäiset tuotteet ovat verraten yleisiä mainonnan ja markkinoinnin sektorilla. Näiden rinnalle on Sanomapaino kehittänyt erilaisia sanomalehtirotaatioissa painettavia tuotteita, jotka sopivat erinomaisesti moniin taroituksiin.

– Olemme ristineet vuoden tuotteeksi uuden aikakauslehtikokaisen tuotteen. Se painetaan kustannustehokkaasti sanomalehtirotaatioissa ja on ulkoasultaan huoliteltu ja laadukas. Kannet ja keskiaukeama voivat olla päällystettyä neliväriä tai koko lehti tavallista sanomalehtipaperia.

– Tämä soveltuu erinomaisesti esimerkiksi sellaisille asiakkaille, jotka tarvitsevat runsaasti sivuja tai tekevät lehensä monta kertaa vuodessa. Aikakauslehteen verrattuna säästöt voivat olla huomattavat, minkä lisäksi uusi koko tuo myös jakeluun helppoutta, Evers toteaa.

Uusi koko on sovitettu tarkoituksella juuri sellaiseksi, että se sopii taittamatta postilaatikoihin, mistä on massajakeluissa suuri hyöty. Tätä kokoa käyttävät mm. Kansaneläkeläitos ja Palvelualojen Ammattiliitto PAM. Maritta Evers

toivoo, että asiakkaat ottaisivat jo mahdollisimman varhaisessa vaiheessa painotalon ja jakelijayhtiön mukaan suoramainontakampanjan suunnitteluun.

– Tällä tavalla voidaan saada parhaalla mahdollisella tavalla asiakkaan tavoitteita palveleva tuote ja usein myös säästää selvää rahaa. Olemme esimerkiksi Suomen Suoramainonnan kanssa hioneet toimintaamme siten, että painamisen ja siihen valjastetun jakelun toteuttamiseen menee vain viisi arkipäivää. Tuote painetaan torstaina ja se on jakelussa jo seuraavana keskiviikkona. Tällä aikataululla onnistuu jopa kahden miljoonan kappaleen painos.

Tämä onnistuu Eversin mukaan ennen muuta siksi, että varsinaista lajittelua ei painotalossa tarvita vaan lehdet vain niputetaan SMS:n toivomusten kokoihin, nk. sokeisiin nippuihin.

– Tämä tuo asiakkaalle myös selkeää säästöä, koska lajittelukustannukset jäävät pois.

## Kasvua uusilla tuotteilla

Maritta Evers on iloinen siitä, että Sanomapaino on ennen muuta uusien tuotteittensa ansiosta pystynyt saavuttamaan selkeätä kasvua markkinoilla.

– Vuoteen 2008 verrattuna olemme pystyneet hankimaan ensimmäisen vuosipuolikkaan aikana yli 40 prosentin kasvun. Suurin ansio tästä varmasti on, että uudet tuotteemme ovat löytäneet tiensä liike-elämän tarpeisiin. Uudet formaatit, esimerkiksi kavennetut broadsheetit tai matalat tabloidit ovat saaneet suuren suosion ja osoittautuneet hyvin asiakastarpeita palveleviksi ratkaisuksiksi.

– Teemme jatkuvasti työtä täyttääksemme asiakkaiden tarpeet. Sen vuoksi kanssamme kannattaa neuvotella varhain, jolloin voimme löytää tai jopa kehittää uusia tuotteita.

– Panostuksestamme ja uskostamme kertoo myös se, että olemme ottaneet valmistuksen ja aineistopalvelut omiin käsiimme. Apaja Aineistopalvelut hoitaa taittoja ja sivunvalmistusta ja toimii kitkatta suorassa yhteydessä Sanomapainon painolaitosten kanssa, Maritta Evers sanoo. ■

– **Sanomapaino mielletään suuresti painotaloksi. Tottahan se onkin, olemme yksi Suomen suurimmista. Mutta haluamme olla osaava ja luotettava yhteistyökumppani myös pienemmille asiakkaille, Maritta Evers toteaa.**

”

Suoramainos pitää varmasti pintansa.





Jakeluyhtiö tarvitsee toimiakseen monipuolisen logistiikan ja kaluston.



Mika Kauppinen on saanut uuden jakeluyhtiön pyörimään nopeasti.



Katriina Lehtonen on yksi yli 170 jakajasta, jotka yhtiö työllistää.

# Jyväskylä sai uuden jakeluyrityksen

■ Väkiluvultaan Suomen seitsemänneksi suurin kaupunki Jyväskylä sai vuoden alussa uuden suoramainonnyhtiön, Jyväskylän Jakelut Oy:n.

■ Yritys on saavuttanut nopeasti oman vakaan asemansa talousalueella ja sillä on asiakkaana valtakunnallisten ketjujen lisäksi jo kymmeniä tyytyväisiä paikallisia yrityksiä.

**S**uoramainonnan jakeluyritys, Jyväskylän Jakelut Oy on osa Suomen Suoramainonta Oy:n jakeluryhmää (SSM-Jakeluryhmä). Uusi yritys perustettiin Jyväskylään, jotta entistä paremmin pystytään vastaamaan kasvaviin asiakstarpeisiin mm. jakelun kohdistamisessa.

– Olemme ilmeisesti onnistuneet hyvin, koska asiakkaamme ovat toivottaneet meidät tervetulleeksi ja olemme nopeasti saaneet kymmenittäin alueellisia asiakkaita, jotka ovat myös halunneet jatkaa yhteistyötä kanssamme, toimitusjohtaja **Mika Kauppinen** kertoo.

Uuden jakeluyrityksen perustaminen ei välttämättä ole helppo asia. Ennen alkua on löydettävä toiminnan kannalta sopivat tilat logistisesti järkevästä paikasta, hankittava ja

keluorganisaation tarvitsemat varusteet sekä ennen muuta löydettävä suuri määrä luotettavia jakajia.

– Kaikki onnistui hienosti, vaikka kilpajuoksuksi jakajien palkkaaminen menikin. Kuitenkin, kun aloitimme tammikuun alussa, jakajia oli rekrytoitu 170 ja kaikilla piireillä oli jakajat, kuten on nytkin, Kauppinen kertoo. Useimmiten ajatellaan, että jakajat ovat hyvin nuoria, mutta meillä keski-ikä on 23 vuotta.

## Varusteet viimeisen päälle

Jyväskylän Jakelut Oy halusi heti alusta pitäen panostaa jakelijoiden mukavuuteen ja työoloihin.

– Hankimme yli 130 tuliterää jakajakärryä, jotka tehtiin kotimaisessa konepajayrityksessä. Työntökärryjen lisäksi hankimme myös jakajalaukkuja, pyöräkärryjä ja

pyörälaukkuja, jotta jokainen jakaja saisi juuri sellaiset varusteet kuin haluaa, Kauppinen sanoo.

Yrityksen toimitilat löytyivät Jyskämästä, entisen maalaiskunnan alueelta, vain muutaman kilometrin päässä kaupungin keskustasta. Lämmin varastotila on ainakin toistaiseksi riittävä ja käyttökelpoinen etenkin sen jälkeen, kun suuri piha-alue sai kesällä uuden asfaltin.

– Sen lisäksi olemme vuokranneet eri puolilta jakoaluetta autotalleja ja taloyhtiöiden vapaita kerhotiloja jakajien käyttöön. Tämä tarjoaa heille mahdollisuuden tulla pienen lajittelukeskukseen lajittelemaan jaettavia tuotteita ja jakamaan, jos sopivaa piiriä ei ole vapaana kodin lähistöllä. Lajittelukeskukset sijaitsevat aina jaettavan jakopiirin yhteydessä, jolloin jakajan työ on helppoa.

## Tutkittua ja laadukasta jakelua

Jakeluiden varmuutta ja perillemenoä tutkitaan yhteisillä mittareilla säännöllisesti.

– Meidän kannaltamme tämä tarkoittaa sitä, että olemme sitoutuneet myös yhteiseen laatu- ja tutkimusjärjestelmään. Vaikka olemme uusi yritys voimme olla iloisia siitä, että olemme heti alusta pitäen saavuttaneet erittäin korkean laadun ja luotettavuuden, Kauppinen kertoo.

Luotettavan ja laadukkaan jakelutoiminnan lisäksi Jyväskylän Jakelut tarjoaa asiakkailleen myös täyden palvelun mallia.

– Halutessaan asiakas saa meiltä jakelun lisäksi myös painatuksen ja jopa esitteiden graafisen suunnittelun eli taiton. Niissä me käytämme alihankkijoita, jotka ovat alan ammattilaisia. ■

## Kuntoa ja omaa rahaa

**Katriina Lehtonen** on yksi niistä monista, jotka tarttuivat tilaisuuteen, kun vuoden vaihteessa toimintansa aloittanut Jyväskylän Jakelut Oy palkkasi jakajia. Pirteä 14-vuotias jalkapalloilija, on huolehtinut esimerkiksi kotinsa ympäristössä olevasta jakopiiristä ja aikoo ansaita rahaa jakajan töillä jatkossakin.

– Palkka on työn vaatimaan aikaan nähden hyvä, saan siitä myös kuntoa futisikäälle, Katriina sanoo.

# Jakelun monitaitaja palveluksessasi

Suorajakelu on tehokas, kattava ja edullinen vaihtoehto markkinointialueiden talouksien tavoittamiseen.

Osoitteeton suorajakelumme tavoittaa asiakkaasi alueittain tai kohderyhmittäin.

Voit valita millaisen peiton haluat alkaen koko valtakunnasta muutamaankin lähikortteliin.

Suomen Suoramainonta Oy:ssä on yli 50 paikallista toimipistettä, jotka tuntevat alueensa hyvin.

Vakituista henkilökuntaa on noin 200 ja jakajia useita tuhansia.

**Käytä osaamisemme hyväksesi!**

## Suomen Suoramainonta tarjoaa:

- ▶ Jakelupalvelut kotitalouksien tavoittamiseen
- ▶ Jakelupalvelut yritysten tavoittamiseen
- ▶ Suunnittelu- ja analysointipalvelut
- ▶ Tutkimuspalvelut suorakampanjoiden toimivuudentutkimiseen
- ▶ Logistiikan sekä muut suoran lisäpalvelut

## Valtakunnallinen myynti- ja asiakaspalvelu

### Myyntipalvelu:

Harri Nyström	09-561 56 448
Veli-Pekka Sainio	09-561 56 400
Jari Virtanen	09-561 56 400
Petri Hyytinen	09-561 56 435
Jyrki Nygård	09-561 56 437
Pasi Latva	09-561 56 400

### Tuotantoyhteydet:

Päivi Salmi	09-561 56 441
Suvi Suominen	09-561 56 471
Heidi Hemming	09-561 56 440
Kira Gustafsson	09-561 56 457

s-posti: etunimi.sukunimi@suoramainonta.fi



## Suomen Suoramainonta Oy

Hankasuontie 3  
00390 Helsinki  
Puh +358 9-561 56 400  
Fax +358 9-561 56 444  
www.suoramainonta.fi  
info@suoramainonta.fi



## Suorastaan nerokasta!

Suunnittele oma suoramainoskampanjasi vaivattomasti SuoraNetissä.

SuoraNet on uusi maksuton karttapalvelu, jossa suorakampanjasi aluesuunnittelu on tehty todella helpoksi.

Voit valita minkä tahansa alueen Suomessa postinumeron tarkkuudella. Näet jakelualueen kotitalouksien määrän ja hinta-arvion heti.

**Kokeile osoitteessa [www.suora.net](http://www.suora.net)**