

S-ryhmäläisten
ammattilehti
N^o 12.2013

ässä

Kauppanpankissa

S-PANKKI PALVELEE NYT
MYÖS S-MOBIILISSA

s. 20

HENKILÖSTÖN OSTOEDUT
VUOSIMALLIA 2014 s. 22

RAFLAAMO VIE S-RYHMÄN
RAVINTOLOIHIN s. 32

ÄSSÄSTIPENDIN ARVOISTA
HARJOITTELUA s. 34





Asiakkaiden antama palaute on monen kehitystyön keskiössä.

Sisältö

Pääkirjoitus	3	Rosso tsemppaa liikkumaan	30
Kuuma peruna: Monikanavainen kauppa	4	Partnerit tutuiksi: Finnkino	31
Ristiin rastiin	6	Raflaamon kautta ravintolaan	32
Mitä kuuluu Otavan Pasi Vainio?	10	Esimerkilliset: Ässä harjoittelija Raision	
Vieraiassa	11	ABC:llä	34
Teema: S-Pankki	12	Vuodenvaihteen venäläismatkailijat	36
Kuukauden kasvot: Tuomo Pyhälä S-Pankista		Lassen kolumni	39
ja Jussi Säilä SOK Mediasta	20	Hyvässä vireessä: Ensiaputaidot	40
S-ryhmän ostoedut henkilöstölle 2014	22	Utisen takana: Kestävää palmuöljyä	42
Vallilan viisaat: Myymäläsuunnittelu	24	Kt-uutuuksia	43
Peukutettavan Palvelun ABC	26	Pt-uutuuksia	44
Ässäduunissa Suvi Horppu Emotion Kouvola..	28	Loppukevennyks	46

ÄSSÄN 99. vuosikerta **JULKAISIJA** Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta, Fleminginkatu 34, Helsinki **LEVIKKI:** 46 452 kpl **YHTEYSTIEDOT** PL 1, 00088 S-RYHMÄ, p. 010 76 8011
Sähköposti assa@sok.fi, muut sähköpostit etunimi.sukunimi@sok.fi **TOIMITUS** Kirsi Särkkä, päätoimittaja, p. 010 76 80369, Mari Koski, tuottaja, p. 010 76 81238

ILMOITUSTILAVARAUKSET Maija Owie, p. 010 76 80382 **ULKOASU** Eeva-Liisa Metsäkylä ja Ilona Maunola / Aste Helsinki Oy **SIVUNVALMISTUS** Aste Helsinki Oy **PAINOPAIKKA** Scanweb Oy **ISSN** 0781-7347 **KANNEN KUVA** Nina Kaverinen **KANNEN KUVASSA** S-Pankin sähköisten kanavien päällikkö Tuomo Pyhälä ja SOK Median digitaalisen markkinoinnin päällikkö Jussi Säilä **OSOITTEENMUUTOKSET JA TILAUKSET** Osoiteenmuutokset välittyvät suoraan väestötietojärjestelmästä. Ne tulevat voimaan noin neljän viikon kuluttua. Tilaukset hoituvat parhaiten oman osuuskaupan kautta. Aikakauslehtien liiton jäsen. **ÄSSÄN DIGILEHTI** www.digipaper.fi/assa




 A green rectangular sign with a white circle containing a lowercase 'i' on the left. To the right of the circle, the word 'INFO' is written in large, bold, white capital letters. Below 'INFO', the text 'S-Pankki' is written in a white, sans-serif font.

Vihreä haastaja vauhdissa

Muistan hyvin, kun S-Pankki aloitti toimintansa kuusi vuotta sitten. Tunnelma oli korkealla ja omasta kauppapankista – Suomen ensimmäisestä ja yhä ainoasta sellaisesta – oltiin innoissaan ympäri S-ryhmää. Tuntui, että tuona lokakuuisena päivänä käynnistyi jotain oikeasti merkittävää ja kauaskantoista. Nykyiset S-Pankin 2,6 miljoonaa asiakasta 1,3 miljoonan S-Etukortti Visan kera todistavat, että juuri niin tapahtui.

Samantapaista intoa on ollut havaittavissa viime viikkoina, kun S-Pankki on kertonut uusista aluevaltauksistaan. Marraskuussa esiteltiin S-mobiili, ”kaupparyhmän kaukosäädin”, joka tuo kätevästi S-Pankin, Bonuksen ja jatkossa paljon muitakin toimintoja älypuhelimien. Aina mukana kulkeva sovellus helpottaa huomattavasti asiakasomistajan arkea.

Vain pari päivää S-mobiilin jälkeen S-Pankki kertoi S-Säästörahastoista, joiden avulla tavallinenkin bonus-telija pääsee helposti ja turvallisesti rahastosäästämisen makuun jo pelkällä Bonuksella. S-Säästörahastot toteutuivat aiemmin tänä vuonna tapahtuneen FIM-kaupan myötä.

FIM-konsernin lisäksi S-Pankki saa uutta vahvistusta LähiTapiolaryhmästä. Toukokuussa solmittu sopimus S-Pankin ja LähiTapiola Pankin sulautumisesta sinetöitiin niin ikään marraskuussa. Uusi S-Pankki aloittaa toimintansa ensi vappuna.

S-Pankilla on toden totta hyvä vauhti päällä. Joulun Ässä kerromme tarkemmin kauppapankkimme kuulumisista ja kurkistamme, kuinka pankki palvelee keskellä ihmisten arkea ja ostosreissuja.

Jotain hyvin hämmästyttävääkin S-Pankki-teeman avausjutussa

mainitaan: voiko olla totta, että meistä s-ryhmäläisistä vain kolmannes käyttää S-Etukorttia maksamiseen? Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että suurimmalta osalta henkilöstöstä jää rahanarvoinen maksutapaetu saamatta. Kannattaisiko nekin eurot ottaa talteen jo jouluostoksilla? Itse ainakin teen niin.

Ässän tekijät toivottavat kaikille lehden lukijoille tunnelmallista joulun aikaa sekä menestyksestä uutta vuotta! Tapaamme Ässän parissa seuraavan kerran 17.2.2014.


 A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kirsi'.

Kirsi Särkkä,
päätoimittaja



Monikanavaisesti lähempänä asiakasta

Kivijalkamyymälä ja sähköiset palvelut sulautuvat entistä enemmän yhteen. Monikanavaisessa kaupassa asiakas päättää, missä ja milloin hän mitäkin ostaa.

Prisman verkkokauppa on Suomen kehittynein

Prisman verkkokauppa valittiin sähköisen liiketoiminnan asiantuntijayrityksen Magenta Advisoryn tutkimuksessa Suomen kehittyneimmäksi verkkokaupaksi. Myös muut S-ryhmän brändit menestyivät tutkimuksessa: Sokoksen verkkokauppa sijoittui kolmanneksi ja Alepa viidenneksi.

Suomen Digimenestyjät 2013 -tutkimuksessa keskitettiin suurimpien suomalaisten yritysten digitaalisen kilpailukyvyyn ja menestyksen määrittelyyn. Yritysten toimintaa arvioitiin myös suhteessa kansainvälisiin kilpailijoihin ja alan parhaisiin kansainvälisiin käytäntöihin. Prisma menestyi tutkimuksessa erityisesti hyvien ostoa tukevien palveluiden ansiosta.

ASIAKASKOKEMUSTA KEHITETÄÄN

Prisman verkkokauppa on reilussa vuodessa saavuttanut kattavan ja jatkuvasti kasvavan kävijämäärän.

– Prisma-ketjussa haluamme palvella asiakkaita mahdollisimman monikanavaisesti. Digitaalisten palveluiden avulla pystymme tarjoamaan asiakkaille yhä paremmat mahdollisuudet helppoon asioimiseen. Ketjua kehitetään jatkuvasti asiakkaiden toiveiden mukaisesti, Prisma-ketjun johtaja Heli Hiltunen toteaa.

VASTAAJANA S-VERKKOPALVELUT OY:N TOIMITUSJOHTAJA ILKKA BRANDER

1 Mitä tarkoitetaan monikanavaisella liiketoiminnalla?

Monikanavainen liiketoiminta on ollut muutamien toimialojen strategioiden ”voimasana” jo jonkin aikaa. Eniten sitä ovat käyttäneet media ja kauppa. Kaupassa sillä tarkoitetaan pääasiassa fyysisen kivijalkaliiketoiminnan ja sähköisten palveluiden saumatonta yhteispeliä eli yhtenäistä asiakaskokemusta asiakkaalle.

Usein kuitenkin unohdetaan, että kauppa on ollut todellisuudessa monikanavainen jo pitkään tarjoamalla asiakkaille erilaisia palvelukonsepteja. Myymäläauto on tästä erinomainen esimerkki. Nyt asiointia ja palveluväyliä on rakennettu myös sähköisiin kanaviin. On oltava siellä, missä asiakas on.

2 Mitkä ovat verkkokaupan vahvuudet? Entä kivijalkamyymälän?

On väärin yleistää verkkokaupan tai kivijalkamyymälän vahvuuksia. Kunkin toimijan vahvuudet kumpuavat siitä kokonaisuudesta, jonka konsepti, valikoima, hintataso ja esimerkiksi palvelu tuovat asiakaskokemuksen myötä.

Jos kuitenkin on pakko luetella verkkokaupan vahvuuksia, niin kaiketi helppo, ajasta ja paikasta riippumaton asiointi ja lukuisat vaihtoehdot kuvaavat niitä. Kivijalkamyymälä taasen on edelleen ylivoimainen asiakas kohtaamisessa ja usein myös elämysten tuottajana. Nämä erot toki tasoittuvat koko ajan teknologian kehittymisen ja asiakkaiden uusien mieltymysten mukaan.

”Asiakasta pystytään palvelemaan koko ajan paremmin ja henkilökohtaisemmin.”

3 Mitä haasteita verkkokauppaan liittyy?

Isoimmat haasteet meidän tapaisella toimijalla, joka on rakentanut toimintaansa pääosin fyysisiin liikepaikkoihin, tulee siitä, miten olemassa olevaa ja uutta osataan liittää yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Monikanavaisella toimijalla kilpailuetua syntyy nimenomaan siitä, että se on huomattavan paljon enemmän läsnä kuin vain yksikanavainen toimija.

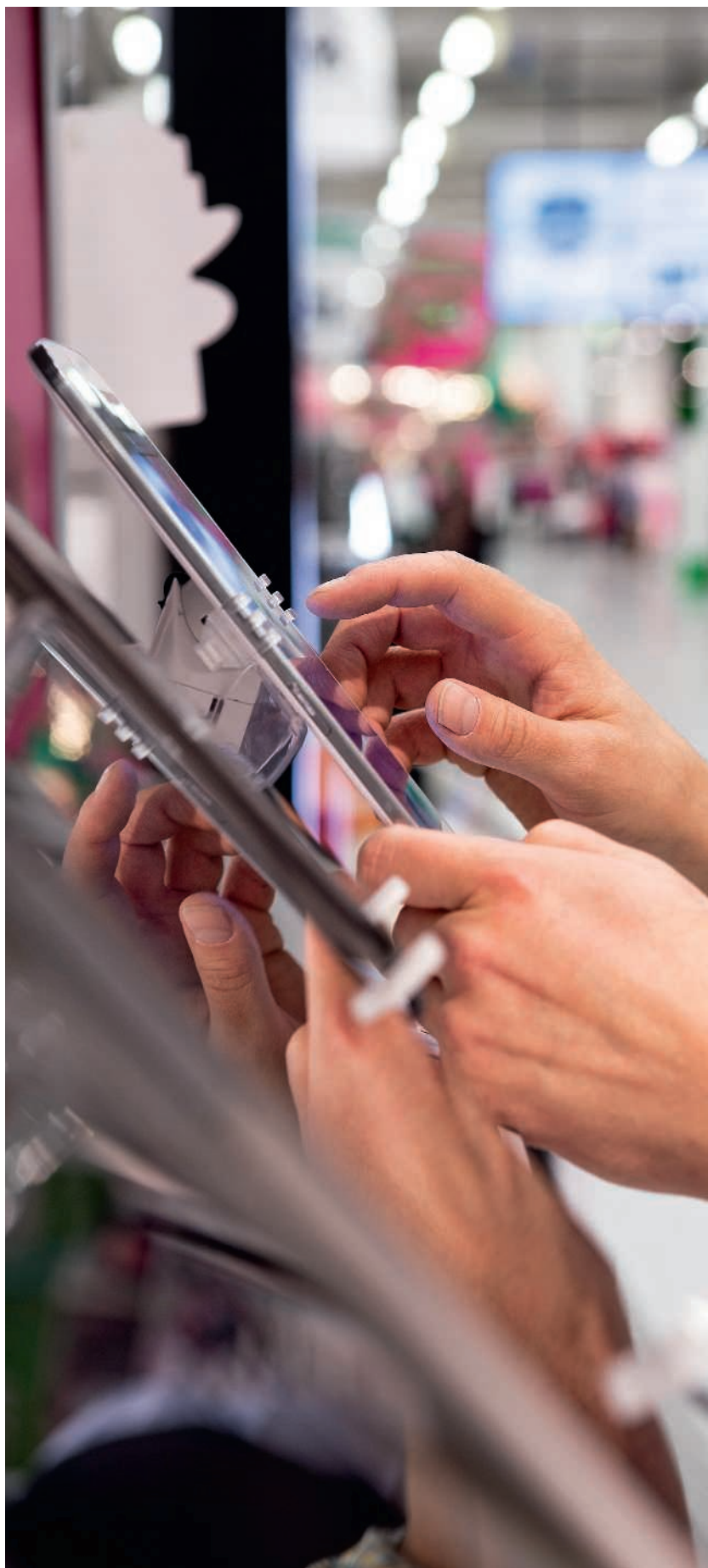
4 Mihin suuntaan verkkokauppa on kehittymässä?

Verkkokauppa kehittyy valtavasti. Asiakasta pystytään palvelemaan koko ajan paremmin ja henkilökohtaisemmin. Esimerkiksi tarjonnan ja sisällön kohdentaminen juuri kyseiselle asiakkaalle sopivaksi etenee melkoista vauhtia. Samalla useiden toimijoiden valikoimat laajenevat lähes rajattomiksi. Toisaalta markkinoille syntyy paljon kauppiaita, jotka erikoistuvat hyvin kapeaan segmenttiin mutta pyrkivät kilpailemaan globaaleilla markkinoilla.

Uskon kuitenkin myös siihen, että osa verkkokaupoista ei löydä ratkaisua haastavaan kannattavuusyhtälöön ja markkinoilla tapahtuu myös poistumisia.

5 Miten joulukauden verkkokauppa on käynnistynyt S-ryhmässä?

Joulukaupan startti on käynnistynyt vauhdilla. Uskoimme toki melkoiseen asiakasmäärän ja myynnin kasvuun, mutta täytyy silti myöntää, että suosio yllätti. Joululahjat tulee tilata viimeistään 18.12., jotta ne ehtivät pukinkonttiin. ↘



SOKOS MYLLY JATKAA

SOKOS MYLLYN yt-neuvottelut ovat päättyneet. Sokos Myllyn liiketoiminta jatkuu, ja sitä kehitetään uuden Sokos-kauppakeskuskonseptin mukaiseksi.

– On hienoa, että Sokoksen toiminta jatkuu ja asiakaamme saavat edelleen Kauppakeskus Myllyn Sokoksesta laadukkaita tuotteita ja palveluja. Meiltä löyty jatkossakin pukeutumisen huippumerkkejä, laaja valikoima kosmetiikan tuotteita sekä Hyvä Olo -hoitolan palvelut. Sen sijaan kodin tuotealueesta luovutaan. Samalla myyntipinta-ala pienenee noin 1 500 neliöön. Nykyisissä tiloissa toimitaan kesään 2014 asti, ja syksyllä 2014 avataan uudistetun konseptin mukainen Sokos Mylly, kertoo TOK:n Sokoksista vastaava toimialajohtaja **Mika Nupponen**.

Toiminnan supistamisen ja uuden konseptin käyttöönoton arvioidaan johtavan korkeintaan 23 työsuhteen päättymiseen sekä joidenkin työsuhteiden osa-aikaistamiseen. Niille, joiden työsuhteet Sokos Myllyssä päättyvät, tarjotaan muita tehtäviä TOK:ssa.



Arinalle uusi kahvilapaviljonki

OSUUSKAUPPA ARINA rakennuttaa Oulun ydinkeskustaan, Otto Karhin puistoon, viihtyisän ja kodikkaan kahvilapaviljongin, joka avataan ensi vappuun mennessä. Paviljongissa on 70 asiakaspaikkaa sisällä ja kesäisin saman verran terassilla. Kahvilapaviljongissa voi nauttia aamiaista, brunssia, lounassalaatteja sekä muita kahvilatuotteita.

Yt-uutisia

OSUUSKAUPPA MAAKUNNAN Kajaanin Kodin Terrassa marraskuussa alkaneet yhteistoimintaneuvottelut koskevat myymälän 33 työntekijää. Yt-neuvottelujen aikana henkilöstölle pyritään löytämään korvaavaa työtä Maakunnan muista toimipaikoista. Neuvottelut päättyvät 17.12.

Hollolan liikekeskushanke etenee

OSUUSKAUPPA HÄMEENMAAN suunnitelmat Hollolan liikekeskuksesta ovat edenneet rakennuslupahakemukseen. Uuteen liikekeskukseen on suunnitteilla Prisma-hypermarketin lisäksi tilat lukuisille muille palveluntarjoajille. Liikekeskuksen päälle aiotaan rakentaa asuntoja. Uuden liikekeskuksen arvioidaan valmistuvan joulukuksi 2016.

Hankkeen ensimmäinen vaihe valmistui kesällä 2013, kun uusi S-market Hollola avasi ovensa täysin uusissa tiloissa. S-marketin yhteydessä toimii tällä hetkellä muun muassa Alko ja Osuuspankki.

ARINAPUU MENESTYY

ARINAPUU PALKITTIIN 925 Festivalissa Helsingin kulttuuritehdas Korjaamolla marraskuussa. Tapahtuman yhteydessä jaettiin 925 Palkinnot inspiroivista työtavoista. Palkitut tavat liittyivät keskeisesti työn ilon luomiseen. Yksi näistä tavoista oli Arinapuu, Osuuskauppa Arinan kehittämä menetelmä strategian jalkauttamiseen ja yritys-kulttuurin levittämiseen. Arinapuu perustuu Arinan omistajälähtöisiin arvoihin ja kertoo arinalaisten osaamisesta, työn merkityksestä ja tavoitteellisuudesta. Arinapuun ympärille on kehitetty erilaisia arkisia tapoja luomaan yhdessä tekemisen ja onnistumisen tunnelmaa. Näistä syntyy työn iloa ja motivaatiota jokaisen työntekijän omaan työhön.

SATAKUNNAN OSUUSKAUPPA on päättänyt lopettaa Sale Siikaisten liiketoiminnan ensi vuoden syksyllä. Yksikön toiminnan jatkamiselle ei ole erilaisista vaihtoehtoselvityksistä ja säästötoimenpiteistä huolimatta löytynyt taloudellisia ja toiminnallisia edellytyksiä.

Uudistuksia

IISALMEEN UUSI PRISMA

UUDEN IISALMEN Prisman virallisia avajaisia vietettiin joulukuun alussa. Aiemmin tänä vuonna valmistunut päivittäistavaraosasto avattiin heinäkuussa. Syksyllä toisen vaiheen rakentamisen aikana valmistui 5 000 neliön käyttötavaraosasto.

Kt-puolella rakentamisen ja remontoimien valikoimiin saatiin uutuuksina maalit ja tapetit. Kodintekniikan ja viihteen valikoimiin kuuluvat nyt myös televisiot, liedet ja tabletit.

Kaikkiaan Prisman valikoimiin kuuluu nyt yhteensä 65 000 tuotetta, joista 45 000 on kt- ja noin 20 000 pt-tuotetta.

Rakentamisessa on huomioitu myymälän energiatehokkuus. Muun muassa kaikki kylmäkaapit ovat ovellisia, ja myymälän lämmittämisessä hyödynnetään kylmäkaapeista talteenotettua lämpöä. Myös energiatehokkaaseen valaistukseen on panostettu.

Prisman Ravintolamaailmaan kuuluvat Buffa ja Presso. Lisäksi Prismassa palvelevat apteekki, Life-myymäla ja Koru-Aika.

KPO:N KÖPINGSIN uusi S-market avattiin marraskuun lopulla Maalahden keskustaan. Uudessa myymälässä on myyntineliöitä ja valikoimaa tuplasti aiempaan verrattuna. Energiatehokas myymälä lämpenee kalliolämmöllä, kylmäjärjestelmä toimii ympäristöystävällisellä hiilidioksidilla ja valaistuksessa on käytetty led-valaisimia. S-marketissa palvelee marketpäällikön lisäksi 14 henkilöä.

OSUUSKAUPPA HÄMEENMAAN S-MARKET MASCOT on uudistunut. S-market Mascotin uudistus näkyy asiakkaille ennen kaikkea asioiden helppoutena. Myymälä on ilmeeltään täysin muuttunut, valikoimat ovat laajat, myymälässä on runsaasti tilaa ja take away -tuotteiden määrä on runsas. S-market Mascot palvelee ennen kaikkea nopean asioiden tarpeita.

UUSI LIIKEKESKUS PARIKKALAN

ETELÄ-KARJALAN Osuuskauppa avasi Parikkalan keskustaan nykyaikaisen liikekeskuksen. Uuden S-market Parikkalan myymälätilat ovat selkeät, valoist ja avarat. Myymälän pinta-ala yli kaksinkertaistui entiseen myymälään nähden. Samalla valikoima moninkertaistui.

Liikekeskuksen suunnittelussa kiinnitettiin erityistä huomiota asioiden helppouteen ja energiatehokkuuteen. Investoinnin kokonaisarvo on yli viisi miljoonaa euroa.

Liikekeskuksen kaikki tilat on vuokrattu.



Palvelutarjontaa täydentävät Alko, LähiTapiola, kalakauppa Karelia Fish Center, ravintola Oma ja taksiasema. ABC-polttoaineauto-maatin toiminta tontilla jatkuu entiseen malliin.



ALAJÄRVELLE UUSI LIIKEKESKUS Etelä-Pohjanmaan Osuuskauppa avasi marraskuussa pitkään odotetun Alajärven liikekeskuksen, jossa on kaikkiaan yli 6 000 neliötä. Eepeen neljänneksi suurimmassa liikekiinteistössä toimivat S-market, ABC-liikennemyymälä, Alko sekä Alajärven luontaistuote.

POHJOIS-KARJALAN OSUUSKAUPAN uudistuneen S-market Lieksan avajaiset saivat asiakasomistajat liikkeelle. Myymälä on uudistettu täysin. Entisiin kylmäkalusteisiin verrattuna uudet kylmäkalusteet kuluttavat noin 40 prosenttia vähemmän sähköä. Myös asiamiespostin ja S-Pankin tilat uudistettiin. S-market Lieksa työllistää yhteensä 25 työntekijää.

CITYKEITTIÖ DELI avattiin ABC Ilolaan Vantaalle. CityKeittiö Deli on tehty työn, kodin ja harrastusten välillä liikkuvalla asiakkaalle. Liikkeellä ollessaan asiakas voi haluta aamiaista, välipalaa, pientä kahvibreikkiä tai nopeasti tarjolla olevaa hyvää ruokaa.

CityKeittiö Delissä ruoka tehdään omassa keittiössä, joten se on aina tuoretta ja herkullista – aamusta iltaan. Herkullista viikonloppubrussia on tarjolla lauantaisin ja sunnuntaisin klo 10–15.



S-ryhmän lahjakortit tuttuja

S-RYHMÄN LASKEVASALDOISET lahjakortit lanseerattiin noin vuosi sitten, ja kuluttajat ovat ottaneet ne hyvin vastaan. Lahjakorteissa seikkailevat hauskat piirroshahmot viidessä eri teemassa, vuodenaikoja ja juhlapyhiä mukaillen.

TNS Gallupin lokakuussa teke-
mässä tutkimuksessa reilu neljännes
vastaajista tunnisti ainakin yhden
S-ryhmän lahjakorteista. Vastaajilla
oli myös hyvin tietoa siitä, että kor-
teille voi ladata 10–250 euroa ja että
ne käyvät kaikissa S-ryhmän toimipai-
koissa. Naiset, nuorimmat vastaajat
sekä S-Pankin asiakkaat tunsivat kortin
ominaisuudet parhaiten.

Lohikantoihin parannusta

S-RYHMÄ ON ollut mukana hakemassa ratkaisuja lohen ja meritaimenen tilan parantamiseksi maa- ja metsätalousministeriön työryhmässä. Vuoden 2012 lopulla perustetussa lohi- ja meritaimentyöryhmässä saman pöydän ääreen kokoontuivat kalastajat, kalakaupan toimijat, viranomaiset, ympäristöjärjestöt ja energiateollisuuden edustajat. Työryhmän tavoitteena oli löytää toimenpiteitä, joilla turvataan elinvoimaiset luonnonvaraiset lohi- ja meritaimenkannat ja kantojen kestävä hyödyntäminen. Ryhmän ehdotukset toimenpiteistä menevät seuraavaksi lausuntokierrokselle ja valtioneuvoston vahvistettavaksi.

ABC kohtaa nuoria

NUORTEN PALVELU ry ja ABC-ketju toteuttivat nelivuotisen ABC kohtaa nuoria -hankkeen. Raha-automaattiyhdistyksen tuella toimineen hankkeen tuotoksena syntyi paljon toimintamalleja ja materiaaleja, mutta myös arvokasta tietoa ja kokemusta nuorisokasvatuksen tueksi kaupallisissa tiloissa. Lisäksi saatiin mallia sektorirajat ylittävän yhteistyön toteuttamiseen.

Vuorovaikutus ja keskustelukulttuuri henkilökunnan ja nuorten välillä ovat parantuneet ABC-liikennemyymälöissä. Kun nuoret ovat tulleet työntekijöiden kanssa tutuiksi, heidän asiakaskohtelukokemuksensa on parantunut. Tämä on vaikuttanut positiivisella tavalla myös henkilökunnan työhyvinvointiin ja työssä jaksamiseen.

Hankkeen konkreettisia tuotoksia ovat ABC ja nuoret -opas, nuorten pelisääntöateriaali ja henkilöstön koulutuskokonaisuudet, joita on kehitetty ja kokeiltu hankkeen viidessätoista pilottiliikennemyymälässä.



Anne Santamäki jatkaa ICA:ssa

YHTEYSJOHTAJA, JÄRJESTÖNEUVOS Anne Santamäki SOK:sta on valittu nelivuotiselle jatkokaudelle Kansainvälinen Osuustoimintaliiton ICA:n maailmanhallitukseen. 15-jäseninen hallitus valittiin vaaleilla 4.11.2013 Kapkaupungissa pidetyssä ICA:n yleiskokouksessa. Santamäki on vasta kolmas suomalainen, joka on valittu ICA:n maailmanhallitukseen.

Kansainvälinen Osuustoimintaliitto ICA on itsenäinen kansalaisjärjestö, joka edustaa ja palvelee osuuskuntia maailmanlaajuisesti. ICA on maailman toiseksi suurin järjestö YK:n jälkeen.



S-PANKILLE KUNNIAMAININTA

S-PANKKI SAI kunniamaininnan Yritysten maine ja vastuullisuus 2013 -tutkimuksen julkistustilaisuudessa. Ainoana pankkialan yrityksenä S-Pankki on tutkimuksen mukaan edistänyt menestyksekkäästi vastuullisuuskuvaansa. S-Pankin lisäksi kunniamaininnan saivat Sinebrychoff ja Helsingin Energia. Tutkimuksen varsinaisessa kolmen kärjessä olivat Kone, Rovio ja Fazer-konserni.



S-ryhmä ja LähiTapiola yhteistyöhön

S-RYHMÄN JA LähiTapiola-ryhmän kesän alussa julkistetun yhteistyön syventäminen on varmistunut. Osapuolet allekirjoittivat sopimukset strategisen ja bonusyhteistyön aloittamisesta. Samalla astuu voimaan toukokuun lopussa solmittu sopimus S-Pankki Oyj:n ja LähiTapiola Pankki Oyj:n sulautumisesta.

Strategisen yhteistyön valmistelu aloitetaan tammikuussa 2014. Fuusiossa syntyvä uusi S-Pankki Oy aloittaa toimintansa ensi toukokuun alussa. Bonusyhteistyö, jossa asiakasomistajat saavat Bonusta LähiTapiolan vakuutus tuotteista, käynnistyy ensi kesäkuussa. LähiTapiola-ryhmän ja S-ryhmän yhteisille asiakkaille bonusyhteistyö näytetään konkreettisesti S-Etukortti Visassa, johon liitetään LähiTapiolan yritystunnus.

Pankkien yhdistyminen ei edellytä asiakkailta toimenpiteitä, eli olemassa olevat asiakkaudet säilyvät ennallaan.



Master Barista -voitto Turkuun

COFFEE HOUSEn ja Pauligin Master Barista -kisa käytiin 6.11. Pauligin kahvipaahittimolla Vuosaaressa. Tiukan kilpailun jälkeen voittajaksi valittiin **Joona Raumonen** Coffee House Forum Turusta. Vuosittain järjestettävän kilpailun tarkoituksena on löytää Coffee House -kahviloiden paras kahvintekijä. Tänä vuonna voittaja sai palkinnoksi matkan Riminille seuraamaan baristojen MM-kilpailuja.

RUOAN VERKKOKAUPPA KOLMINKERTAISTUI

HOK-ELANNON VAHVA panostus ruoan verkkokauppaan on vuoden 2013 aikana näkynyt asiakkaille uusina palveluina. Vuoden aikana Alepa ja Prisman Kauppakassin myynti on lähes kolminkertaistunut ja vastaa jo pienen S-marketin myyntitasoa. Tänä vuonna toimitettuja tilauksia on yli 50 000 ja tilanneita asiakkaita yli 10 000.

Palvelu koostuu kotiinkuljetuksiin perustuvasta Alepa Kauppakassista sekä noutoon keskittyvästä Prisma Kauppakassista. Alepa Kauppakassi on myös todettu useassa hintavertailussa kotiin toimittavien palveluiden edullisimmaksi vaihtoehdoksi.

NOUTOMYYNTIPALVELU TALLINNAAN

VERKOSSA JA mobiililaitteissa toimivan Foodie.fm-ruokasuosituspalvelun ja ruokaverkkokaupan kehittäjä Digital Foodie Oy sekä Prisma Peremarket ovat solmineet yhteistyösopimuksen. Yhteistyö kattaa noutomyyntipalvelun avaamisen Tallinnassa sekä Digital Foodien myymäläsovellusten käyttöönoton Baltian Prismoissa.

Prisma Peremarketin noutomyyntipalvelu avattiin marraskuun lopulla. Ostokset toimitetaan ensimmäisessä vaiheessa Tallinnan satamassa sijaitsevasta Prisma Express -myymälästä. Palvelu on kuluttajille ilmainen ja ostokset on tilauksen jälkeen noudettavissa seuraavana päivänä valitun aikaikkunan mukaan klo 10–20. Toisessa vaiheessa palvelua laajennetaan kattamaan myös muita myymälöitä ja laajempaa valikoimaa Virossa. Prisma Peremarketin noutomyyntipalvelun suomenkieliset sivut: <http://online.prisamarket.ee>.

SOKOS HOTELS on viime vuoden tavoin Suomen arvostetuin hotellibrändi. Brändien arvostus 2013 -tutkimuksen toteuttivat Taloustutkimus ja Markkinointi&Mainonta-lehti.

Pietariin jääkiekkomatkalle



TULE NAUTTIMAAN maailmanluokan jääkiekosta ja miljoonakaupungin tunnelmasta hyvässä seurassa 2.–3.3.2014. Matkalla yövytään laadukkaassa Solo Sokos

Hotel Vasilievskysssä. Matkan hintaan 390 €/hlö sisältyy myös bussikuljetukset perillä, opastettu kaupunkikiertoajelu, makoisa iltapala ja ryhmäviihumi. Matka on tarkoitettu S-ryhmän henkilöstölle. Varaukset Pohjolan Matkojen myyntipalvelusta puh. 0201 303 303 (ma–pe klo 9–17) tai suoraan verkosta oheisen qr-koodin kautta. Puhelujen hinnat ovat kiinteästä verkosta 8,35 snt/puh + 7,02 snt/min, matkapuhelimesta 8,35 snt/puh + 17,17 snt/min ja ulkomailta ko. maan ulkomaanpuhelumaksu.



Mitä kuuluu Otavan Pasi Vainio

Kustannusosakeyhtiö Otava on julkaissut yli sadan vuoden ajan kirjoja, joista monet kuuluvat suomalaisen kirjallisuuden kansallisaarteisiin. – Kova paketti ei ole menettänyt suosiotaan joulukaupassa, kertoo Otavan toimitusjohtaja Pasi Vainio.

Miksi lukeminen kannattaa aina?

Lukeminen on mielen treeniä. Lukeminen viihdyttää, rentouttaa, haastaa ja opettaa. Se rikastuttaa tunne-elämää, auttaa rauhoittumaan ja avartaa maailmankuvaa. Kirjojen avulla pääsemme kiehtoviin maailmoihin, joihin kirjailijoiden luomat tarinat vievät. Suomen suurimpana kirjankustantajana me Otavassa haluamme myös kantaa vastuuta lukemisen säilymisestä ja kehittämisestä, mistä yksi esimerkki on Lukeminen on pääasia -kampanjaan liittyvä blogisivusto www.lukeminen.fi.

Miten paljon uusia kirjoja julkaisette vuosittain?

Otava julkaisee vuosittain noin 350 yleisen kirjallisuuden uutuusnimikettä. Tämän lisäksi saatavilla on tuhansia aiemmin julkaistuja tai uusintapainoksina otettavia nimikkeitä.

Miten joulu näkyy kirjamyynnissä?

Joulun merkitys on kirjamyynnille keskeinen. Kustantajan myynnistä noin kolmannes tulee

joulukuussa, mikä on suunnilleen yhtä paljon kuin ensimmäisen puolen vuoden aikana. Vaikka teemme jatkuvasti toimenpiteitä tämän sesonkipainotteisuuden tasaamiseksi, ratkaisee joulumyynti vuoden onnistumisen. Meillä uskotaan joulupukkiin!

Kirjoja voi jo lukea monessa muodossa. Onko painetulla kirjalla tulevaisuutta?

Aivan varmasti kirjojen monikanavaisuus kasvaa. Painettu kirja tulee säilymään, mutta sähköinen lukeminen tulee sen rinnalle. Pokka-reilla on mielestäni vielä valtavasti potentiaalia kasvaa, samoin kuin Otavan viime keväänä lanseeraamalla Miki-minikirjalla.

Suomen markkinoiden erikoisuus verrattuna esimerkiksi englanninkieliseen alueeseen on kovakantisten kirjojen suuri osuus myynnistä. Kirjaa arvostetaan sisällön takia, mutta myös esineenä. Kirjan lahja-arvo on myös suuri. Tutkimusten mukaan noin kolmannes kirjamyynnistä on lahjaksi ostamista.

Otava-konserniin kuuluu myös Suomalainen Kirjakauppa 60 kirjamyymälällään. Miten tärkeäksi koette esimerkiksi Prisman oman myymäläketjunne rinnalla?

Prisman merkitys kirjojen jälleenmyyjänä laajan valtakunnallisen verkon kautta on koko ajan kasvanut, ja koemme sen erittäin tärkeäksi yhteistyökumppaniksi. Kustantajan näkökulmasta kaikki jälleenmyyjät tukevat toisiaan ja kilpailu on hyväksi koko alalle ja sen eri toimijoille. Iloitsemme Prismen menestyksestä kirjojen jälleenmyyjänä ja haluamme kehittää yhteistyötämme markkinoiden kasvattamiseksi.

Mitkä kirjallisuuden lajit kiinnostavat nyt erityisesti suomalaisia?

Kotimainen kaunokirjallisuus on ehdottomasti se ydin, josta puhutaan ja joka on siten alan näkyvin osa. Tänä vuonna kaunokirjallisuuden alueella näkyvimpiä kirjailijoitamme ovat olleet **Laila Hirvisaari** kirjallaan *Me, Keisarinna* ja **Kjell Westö** Finlandia-ehdokaskirjallaan *Kangastus 38*. Tietokirjoista parhaiten ovat asemansa säilyttäneet elämäkerrat, joista **Jorma Ollilan** *Mahdoton menestys* on myyntilistojen kärjessä. Lastenkirjoissa kuvakirjat, etenkin **Mauri Kunnas** ja **Aino Havukaisen & Sami Toivosen** Tatu ja Patu -kirjat, säilyttävät asemansa ja kasvattavat myyntiään vuodesta toiseen. Myös kotimaiset nuortenkirjat ovat kasvussa: niistä ilahduttavana suosikkina Finlandia Junior -palkinnon voittanut **Kreetta Onkelin** *Poika joka menetti muistinsa*.

Ututena kirjallisuuslajina on kasvamassa ns. edutainment, lapsille suunnatut kuva- ja tehtäväkirjat ja niihin liittyvä tuoteperhe, jossa oppimista tapahtuu mukavan tekemisen ja viihdyttävän lukemisen ohessa. Tämä Reuhurinne-niminen konsepti lanseerattiin tänä vuonna, ja se on heti saavuttanut suuren suosion. ✎

Vuoden Leipäkauppa -finalistit valittu

Suomen Leipuriliiton järjestämä Vuoden 2014 Leipäkauppa -kilpailu on edennyt finaaliin. Liiton paikallisyhdistysten asettamien ehdokaskauppojen joukosta valittiin neljä finalistia: K-citymarketit Päiväranta Kuopio, Kouvola ja Rovaniemi sekä Prisma Seppälä Jyväskylää.

Kilpailuraati käy arvioimassa finalistit tammiukuussa. Se arvioi muun muassa tuotteiden tuoreutta, valikoiman monipuolisuutta ja esillepanoa, erityisruokavaliotuotteiden saatavuutta, leipäosaston siisteyttä ja henkilökunnan asiantuntemusta ja palvelu-alttiutta. Tänä vuonna kiinnitetään erityisesti huomiota myös siihen, ovatko tuotteet kotimaassa valmistettuja. Vuoden Leipäkauppa julkistetaan helmikuussa.



Jyväskylän Prismä Seppälän leipäosaston vastaavaa Jaana Alhonen (kesk.), Tarja Mansikkaviita ja Salla Heinonen.

Miten meillä?
Vastaajana PT-päällikkö Simo Ruusuvirta Jyväskylän Prismä Seppälästä:

Finaalipaikka on otettu meillä iloisiin mielin vastaan. Se on suuri kunnia tekemääme työtä kohtaan. Valmistaudumme finaaliin pitämällä leipäosaston hyvässä kunnossa ja kiinnittämällä huomiota esillepanojen näyttävyyteen – kuten aina ennenkin. Meidän vahvuutenamme on monipuolinen ja laaja valikoima sekä valtakunnallisten että paikallisten leipomoiden tuotteita. Henkilökunta on motivoitunut ja ammatitaitoista. Nykyään asiakkaat ovat erittäin kiinnostuneita esimerkiksi tuotteiden lisäaineista, suola- ja kuitupitoisuudesta sekä alkuperästä. Erityisruokavaliota noudattavat kyselevät myös paljon tuotteista.

Prisma Seppälässä leipäosasto on tärkeässä roolissa. Kiinnitämme huomiota erityisesti tuotteiden tuoreuteen. Osasto uudistettiin kokonaan kaksi vuotta sitten, jolloin siirryimme laatikkoesittelyistä leipäkalusteisiin.

Jouluseasonki käy vilkkaana

Kauppan liiton joulukyselyn mukaan lähes 70 % kuluttajista aikoo pitää jouluhankintansa viime vuoden tasolla. Viimevuotista enemmän rahaa aikoo käyttää 10 % kuluttajista.

Kyselyn mukaan reilu neljännes kuluttajista tietää tekevänsä jouluostoksia verkkokaupasta, kun taas lähes puolet ei osaa sanoa, mistä jouluostoksensa tekee. Erittymisen ahkerasti verkkokauppoja käyttävät alle kouluikäisten lasten vanhemmat, joista lähes puolet aikoo tehdä jouluostoksia verkosta.

Jouluseasonki tuo vipinää myös verkkohakuun: loka-joulukuussa tehdään tietohakuja esimerkiksi kultasepätuotteista ja leluista yli 20 prosenttia keskimääräistä enemmän, osoittavat Googlen tilastot.



- **Kahvilaketju Starbucks** avasi Suomen ensimmäisen keskustakahvilan Helsinkiin Akateemisen Kirjakaupan päämyymälän yhteyteen. Ketjulla on tähän asti ollut kahviloita Helsinki-Vantaan lentokentällä.
- **Hampurilaisketju Burger King** avasi Suomen ensimmäisen ravintolansa Helsingin ydinkeskustaan 13.12. Ensi vuonna se aikoo laajentaa verkostoaan myös pääkaupunkiseudun ulkopuolelle.
- **Erityisesti kodin hankintoihin ja sisustamiseen** keskittyvä kauppa-keskus Liila vietti avajaisiaan Espoon Suomenojalla.

Tokmanni uudistuu

Tokmanni yhdistää vuoden 2015 loppuun mennessä kaikki myymälänsä Tokmannin nimen alle ja uudistaa samalla myymälöitään. Syksyn 2013 aikana on jo uudistettu 13 ja avattu 4 uutta myymälää.

Citymarket.fi:lle ruokaverkkokauppa

Ruokakesko on avannut ruoan verkkokaupan, ruoka.citymarket.fi:n, joka toimittaa ruokaa kotiinkuljetuksena Helsinkiin ja Vantaalle. Valikoimaan kuuluu ruokatuotteiden lisäksi kodintarvikkeita, ja tavoitteena on kasvattaa valikoimaa asiakkaiden palautteen perusteella.

Area ja Suomen Matkatoimisto yhdistyivät joulukuun alussa. Uuden matkatoimiston nimeksi tuli SMT.

AIECE: Ruoan hinta laskussa

Euroopan suhdannelaitosten liitto AIECE arvioi, että elintarvikkeiden hinnat laskevat maailmanmarkkinoilla tänä vuonna 11 prosentin vauhtia. Lasku jatkuu ensi vuonna 9 prosentin verran. Viljoilla, hedelmillä ja muilla elintarvikkeilla käydään kauppaa raaka-ainepörssiissä, joissa niiden markkinahinnat määräytyvät. Myös useampien muiden raaka-aineiden hinnat putoavat. Ensi vuonna hinnat alkavat kuitenkin vakautua. Raaka-aineiden hintojen lasku johtuu pääasiassa heikosta kysynnästä.

Kauppan liiton hallitus vuodelle 2014

Onninen Oy:n hallituksen puheenjohtaja, vuorineuvos **Maarit Toivanen-Koivisto** on valittu Kauppan liiton hallituksen puheenjohtajaksi vuonna 2014. Hän on aiemmin toiminut varapuheenjohtajana. S-ryhmästä hallitukseen kuuluu Kymen Seudun Osuuskaupan toimitusjohtaja **Jouko Vehmas**. Kauppan liitto edustaa vähittäis- ja tukkukauppoja elinkeinopolitiikassa ja työmarkkinaedunvalvonnassa.

PA ASIAKASOMISTAJA-
PALVELUT

Teema:
S-Pankki

S-Pankki

NEUVONTA
TUOTEPALAUTUKSET

INFO
S-Pankki

TOTO

S-LAINA.
KÄYDÄN TÄLLÄ NIIN
KUNNON TUOTOILLA.

S-PANKIN
LUOTETTAVAT
LAINAT
HÄE IWINNA NETIL S-PANKKILTA
S-Pankki

Pankki

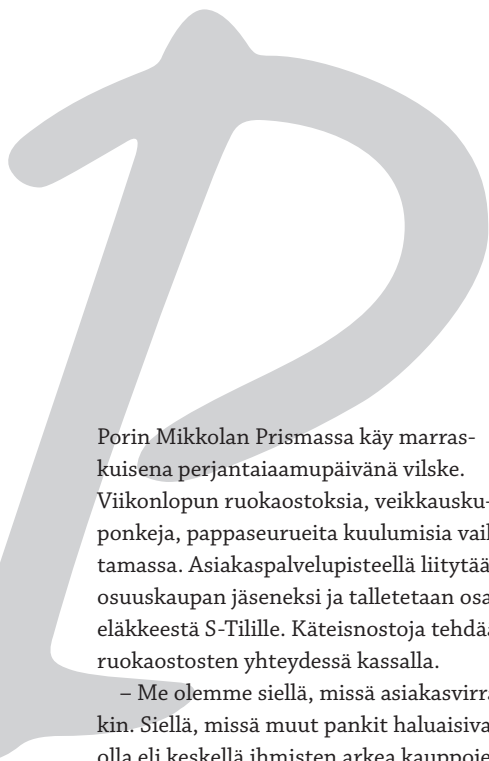
KAIKEN KESKELLÄ

S-Pankki on ollut perustamisestaan lähtien sympaattinen haastaja Suomen pankkimarkkinoilla. Vihreä hevonen on kasvattanut tasaisesti suosiotaan ja tulonnettuaan. Suomen ainoa kauppapankki palvelee keskellä ihmisten arkea.

TEKSTI: KATRI RIIHIVAARA | TEEMAN KUVAT: PRISMA PORI MIKKOLASTA JA SOKOS, S-PANKKI PÖRISTÄ; NINA KAVERINEN



Teema: S-Pankki



Porin Mikkolan Prismassa käy marraskuisena perjantaiamupäivänä vilске. Viikonlopun ruokaostoksia, veikkauskuponkeja, pappaseurueita kuulumisia vaihtamassa. Asiakaspalvelusteellä liitytään osuuskaupan jäseneksi ja talletetaan osa eläkkeestä S-Tilille. Käteisnostoja tehdään ruokaostosten yhteydessä kassalla.

– Me olemme siellä, missä asiakasvirratkin. Siellä, missä muut pankit haluaisivat olla eli keskellä ihmisten arkea kauppojen yhteydessä, kertoo S-Pankin toimitusjohtaja **Pekka Ylihurula**.

S-Pankki on Suomen ensimmäinen ja ainoa kauppanpankki. Kun S-Pankki kuusi vuotta sitten aloitti, tuplaantui samalla Suomen pankkipisteiden määrä. Kun toiset pankit sulkevat kokonaan konttoreitaan tai kaventavat aukioloaikojaan, korostuu S-Pankin toimipaikkaverkosto S-ryhmän ruokakauppojen yhteydessä entisestään.

– Saatavuus ja saavutettavuus ovat meille tärkeitä arvoja. Palvelemme asiakkaita silloin, kun heille sopii, emme vain muutamaa tuntia arkisin. Aukioloaikojen supistaminen tuntuu ylimieliseltä asiakasta kohtaan, Ylihurula toteaa.

Mikkolan Prismaan on saapunut myös aluepäällikkö **Tiia Huttunen**. Hän ajaa kolmena päivänä viikosta kotikonttoriltaan Tervajoelta levittämään S-Pankin ilosanomaa Satakunnan Osuuskaupan, Eepeen ja KPO:n sekä Lappajärven paikallisosuuskaupan alueilla. Tiia vastaa myynnin kehittämisestä ja kouluttaa osuuskauppojen ja toimipaikkojen asiakaspalvelupisteiden



S-Pankin asiakkaat voivat nostaa käteistä myös kassalta, jolloin Otto-automaatilla ei tarvitse jonottaa.

henkilökuntaa S-Pankin tuotteisiin ja palveluihin.

S-ryhmäläisistä, meistä reilusta 40 000 työntekijästä, vain kolmannes käyttää S-Etukorttia maksamiseen. Luku on hämääntävästi pieni, kun suuren osan työhön kuuluu opastaa asiakasomistajia kortin käytössä ja kokemus on paras opettaja.

– Kyllähän se tuntuu välillä uskomattomalta, ettei ilmaisen raha kelpaa! Itse kun asun Laihian seuduilla, niin penninvenyttäminen on perusuonteessa, Tiia tuhahtaa silmää iskien.

Yhdellä kortilla asioimisessa on selvät edut. Bonuksen lisäksi S-ryhmän toimipaikoista kertyy vihreällä kortilla maksutapaetua. Työnteon näkökulmasta yksi kortti Bonukseen ja maksamiseen säästää myös aikaa.

– Olemme mitanneet, että yhdellä kortilla toimiminen säästää kahdeksan sekuntia joka kassatapahtumasta. Jos Prismassa käy 6 000 asiakasta päivässä, säästettäisiin työajassa yli 13 tuntia, jos maksettaisiin ja otettaisiin Bonukset samalla kortilla, Tiia kertoo.

S-Pankki on vielä nuori, mutta säästökassatoimintaa on S-ryhmässä harrastettu jo sadan vuoden ajan. Keskeisenä ajatuksena on ollut huolehtia osuuskauppojen jäsenten järkevästä rahankäytöstä ja mahdollistaa säästäminen pahojen päivien varalle. Vuoden 2003 osuuskuntalain muutos teki säästökassatoiminnan jatkumisen sellaisenaan mahdottomaksi, jolloin S-Pankin



Anne Velhonoja-Tushi (oik.) on hyvin tyytyväinen Tiia Huttusen aktiivisuuteen tiedon levittämisessä ja tavoitteiden seuraamisessa.

S-Pankki

- Aloitti talletuspankkitoimintansa 15.10.2007.
- Omistajina SOK (50 %) ja S-ryhmän osuuskaupat (50 %).
- Täyden palvelun asiakaspalvelupisteitä Prismoissa ja Sokoksissa sekä joissakin S-marketeissa. Lisäksi asiointipisteitä S-marketeissa, Alepoissa, Saleissa, ABC-asemilla ja Kodin Terroissa.
- 2,6 miljoonaa asiakasta.
- 1,3 miljoonaa myönnettyä S-Etu-kortti Visaa.
- Vakavaraisuusaste 19 %.



Antti Laitinen työskentelee Prisman viihdeosastolla ja hyödyntää S-Tuoteluottoa osana myyntityötä.

perustaminen oli ainoa keino turvata satavuotisen toiminnan jatkuminen.

– S-ryhmä on kansanliike, jonka jäseninä on 80 prosenttia suomalaisista. Meillä on vastuu turvata pankkipalveluiden saatuus asiakkaille ympäri vuoden joka päivä, Ylihurula sanoo.

Kauppapankki on ryhmässämme keksitty termi, sillä vastaavaa pankkia ei Suomessa ole aiemmin ollut. Britanniassa Tesco-ketjulla on myös pankkitoimintaa, mutta S-Pankki on silti ainut laatuaan.

– Olemme käyneet hakemassa oppia muun muassa Briteistä suurilla odotuksilla. Lopulta meidän prosessimme ovatkin olleet kehittyneempiä ja oppilaasta on tullut opettaja. Suomessa esimerkiksi sähköiset pankkipalvelut ovat paljon ulkomaita kehittyneempiä, mikä on osaltaan

tukenut oman pankkimme kehitystä, Ylihurula muistelee.

Osuuskaupan jäsenten järkevään rahan käyttöön panostetaan edelleen. S-Pankin periaatteena on, ettei omien rahojen käytöstä tarvitse maksaa ja siksi pankista saa maksuttomat peruspankkipalvelut. S-Pankki panostaa viestinnässään myös kansantajuiseen kieleen, sillä oman talouden hoitamiseen ei tarvitse ekonomin tutkintoa.

– Palvelumme ovat helppoja käyttää ja ymmärrettäviä. Uuden rahastosäästämisen yhteydessäkin haluamme olla pankki, joka puhuu rahastoista kansantajuisesti. Jos joku ei ymmärrä, ei sitä tarvitse hävetä,

vaan silloin emme ole osanneet kertoa asioista selkeästi, Ylihurula kertoo.

Oma pankki on asiakasomistajuuden keskiössä. Osuustoiminnallisuus on monille vieras käsite, mutta asiakasomistajuuden tuottama rahallinen hyöty näkyy S-Tilillä. Oma pankki hyödyttää myös koko kaupparyhmää. Tutkimusten mukaan ne asiakasomistajat, joiden palkka tulee S-Pankkiin, ovat erittäin uskollisia S-ryhmän asiakkaita ja käyttävät laajasti kaikkia tarjoamiemme palveluita. S-Pankin tuotteet palvelevat asiakkaiden lisäksi myös osuuskauppoja ja toimipaikkoja, kuten esimerkiksi S-Tuoteluotto, jolla voi hakea maksuaikaa Prisman tai Kodin Terran ostoksille.

Teema: S-Pankki

– Yhdysvalloissa käyttötavarakauppa menestyy nimenomaan luottopalveluilla. Me emme ole vielä onnistuneet hyödyntämään S-Tuoteluoton kaikkea potentiaalia omalle käyttötavarakaupallemme, Ylihurula sanoo.



Vaikka S-Pankin tunnettuus on jo kasvanut, on S-Etukortti monelle edelleen vain kortti Bonuksen ja etujen saamiseen. Eräs tällaisista asiakkaista on **Antti-Jussi Marjamäki**, joka tuli Porin Sokokselle kyselemään osuusmaksunsa kertymisestä.

– Käytän S-Etukorttia etenkin Porin ravintoloissa etujen saamiseen, mies juttelee.

Anna-Maija Lindqvist kertoo Antti-Jussille Tunkin* avulla S-Pankin eduista: maksuttomista peruspankkipalveluista, maksutapaedusta ja ostojen keskittämisen hyödyistä. Tablettisovelluksen avulla karitetaan asiakkaan nykyinen pankkiasiakkuus ja käyttötottumukset sekä S-ryhmän palveluiden käyttö.

– Maksutapaetu on terminä tuttu, mutta en ole asiaan aiemmin sen kummemmin perehtynyt. Olihan tuo melko konkreettinen tapa ilmaista, miten hyötyisin S-Pankkiin siirtymisestä. Ainakin ruokarahastona voisin käyttää S-Tiliä, ehkä se parantaisi henkilökohtaista taloushallintaa, Antti-Jussi innostuu.



Satakunnan osuuskaupassa Tiia ja asiakkuuspäällikkö **Anne Velhonoja-Tushi** intoilevat S-mobiilista. Tuore mobiilisovellus yhdistää verkkopankin ja bonuslaskelman ja auttaa päivittäisessä asiointissa.

– Uskon, että S-mobiili lisää kiinnostusta ja ymmärrystä siitä, mitä kaikkea hyötyä S-Etukortista on. Perheen nuorisolle mobiilisovellusten käyttö on usein vanhempia tutumpaa, joten S-mobiilin myötä saatetaan innostua tilaamaan rinnakkaiskorttejakin aiempaa hanakammin, Anne Velhonoja-Tushi pohtii sovelluksen hyötyjä.



Antti-Jussi Marjamäki ei ollut ennen tullut ajatelleeksi maksutapaedun hyötyjä. Anna-Maija Lindqvist opastaa.

– Ja kun otetaan kortti käyttöön, ostetankin enemmän, koska silloin on hoksattu maksutapaedun ilot, Tiia muistuttaa.

Satakunnan Osuuskaupassa asiakasomistajien tuntemus S-Pankin palveluista on hyvä ja niiden asiakasomistajien määrä, joilla on käytössään S-Etukortti Visa Credit/Debit, on osuuskauppojen kärkeä. Tunnettuutta lisännee se, että pankkitoimipisteet ovat osuuskaupan melko pienellä toiminta-alueella lähellä: laskelmien mukaan asiakasomistajalla on enimmillään 30 kilometrin matka lähimpään pankkipisteeseen.

– Myös henkilöstöstämme S-Etukorttia maksamiseen käytetään enemmän kuin keskimäärin koko S-ryhmässä, Anne sanoo.



S-Pankki on kehittynyt huimasti kuuden elinvuotensa aikana. Arjen peruspankkipalveluiden tarjoajasta se on tänä vuonna

siirtynyt tarjoamaan myös rahastopalveluita, ja juuri varmistunut fuusio Lähi-Tapiola Pankin kanssa tuo tuotevalikoimaan myös vakuudellisen luotonannon, kuten asuntolainat.

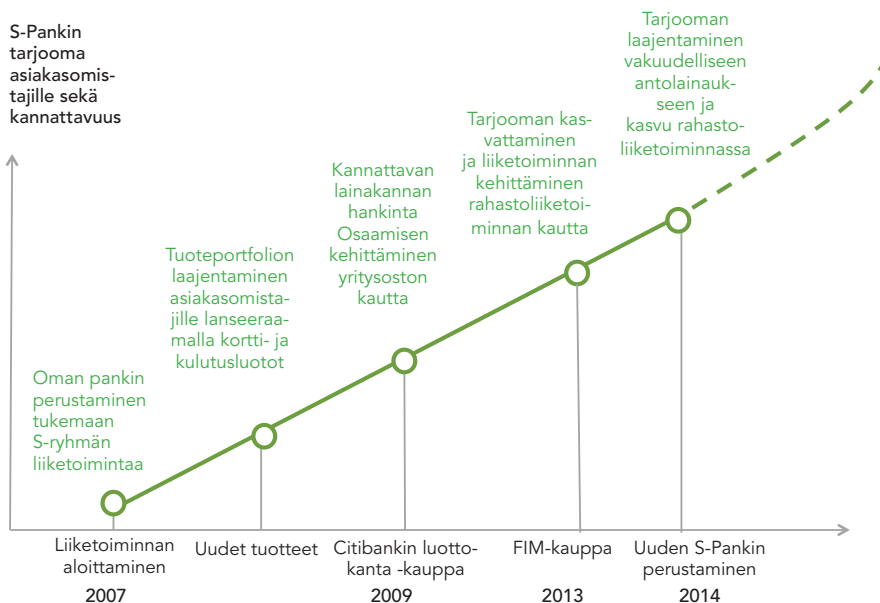
– Asuntolaina on hyvin perinteinen pankkipalvelu, jossa on vielä paljon vanhanaikaisia prosesseja eikä juurikaan sähköisiä menetelmiä. Lainaneuvottelut ja vakuuksien järjestäminen vievät aikaa. Nämä palvelut eivät sovi suoraan tämänhetkiseen verkostoomme, joten emme ehkä heti pysty vastaamaan kaikkiin asiakasomistajien toiveisiin, vaikka kysyntä varmaan onkin suurta, Ylihurula myöntää.

Ensi vuonna S-Pankki tulee kouluikään ja aloittaa uuden vaiheen elinkaarensaan.

– Nöyrin mielin lähdetään koulutielle. Nöyrin mutta päättäväisin, Ylihurula päättää. ↘

* *Työkalu Uudenlaisen Napakkaan Kartoitukseen*

S-Pankin matka



S-PANKKI 2.0

S-Pankki on asiakasmäärältään kolmen suurimman pankin joukossa Suomessa*. Vasta kuusivuotiaan pankin kilpailuedut ovat asiakaslähtöisiä.

S-Pankki nojaa arvoissaan samoihin arvoihin, jotka ohjaavat koko S-ryhmän toimintaa. Toimintaperiaatteena on tarjota etuja ja palveluita osuuskauppojen asiakasomistajille.

S-Pankin kilpailuedut ovat tiivistettävissä neljään tekijään: saavutettavuus, saataavuus, edullisuus ja helppous. Asiakkaiden raha-asioissa neuvotaan ymmärrettävästi, ja palvelut ja tuotteet ovat helppokäyttöisiä. Toimipaikkaverkoston laajuus ja aukioloajat ovat ylivoimaisia kilpailijoihin verrattuna.

– Pystymme tarjoamaan maksuttomat peruspankkipalvelut, koska meillä on kaupan alalta tulevat tehokkaat prosessit. Mutta tietenkään kaikki palvelumme eivät ole maksuttomia, olemme samanlaisissa paineissa kuin muutkin toimijat, S-Pankin toimitusjohtaja Pekka Ylihurula kertoo.

Pankkialalla yleisenä trendinä on ollut asiakastyytyväisyyden lasku. S-Pankki on pärjännyt vastoin yleistä tendenssiä ja sai

loistavat tulokset EPSI Rating -tutkimuksessa myös tänä vuonna. Kansainvälisessä tutkimuksessa mitataan pankkien asiakkaiden tyytyväisyyttä ja uskollisuutta. S-Pankki sai isoja asiakasmääriä palvelevista pankeista tutkimuksessa parhaimmat pisteet.

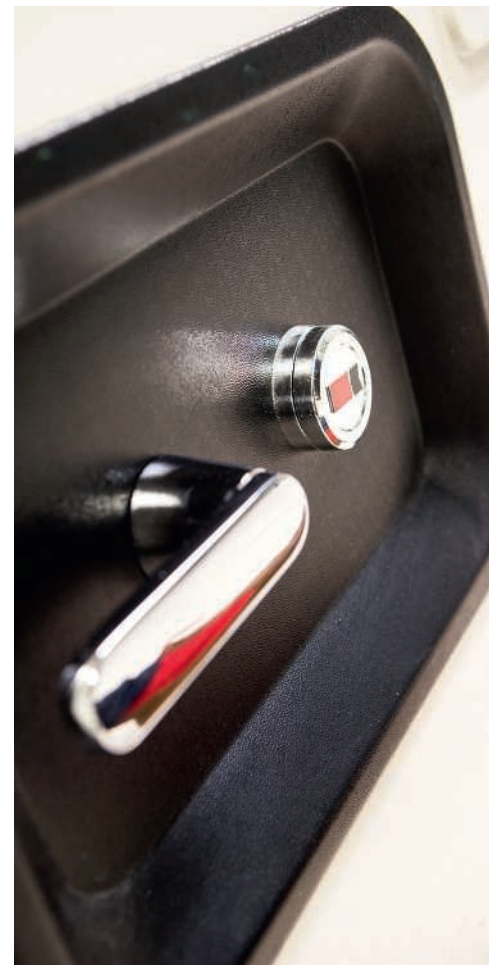
Haasteena tunnettuus

Eräs selkeistä haasteista S-Pankille on ollut tunnettuuden kasvattaminen.

– Tämä on hieman yllättävää, sillä olemme kuitenkin S-ryhmän pankki ja asiakasomistajuuden ytimessä. Monella on kuitenkin edelleen sellainen kuva, ettemme ole ihan oikea pankki, Ylihurula sanoo.

S-Pankin asiakkaista puolet eli 1,3 miljoonaa käyttävät S-Pankkia säännöllisesti. Ykköspankikseen S-Pankin nimeää kuitenkin vain 4–6 %.

– Monet siirtävät S-Tilille ruokarahaa, mutta mieltävät ykköspankikseen sen, josta heillä on esimerkiksi asunto- tai opintolainaa.



Tutkimusten mukaan 19 % S-ryhmän asiakasomistajista valitsisi S-Pankin palkkapanikseen, jos olisi nyt puhtaalta pöydältä valitsemassa itselleen pankkikumppania. Ylihurulan mukaan suomalaisilla on tapana olla hyvinkin lojaaleja sille pankille, josta ovat saaneet suuria lainoja, vaikka esimerkiksi asuntolaina ei ole este palkkapanikin vaihtamiselle.

Kun S-Pankin ja LähiTapiola Pankin sulautuminen toteutuu ensi vuoden toukokuussa, tulee uuden S-Pankin valikoimiin myös vakuudellinen luotonanto eli esimerkiksi asuntolainat. Asiakkaiden keskuudessa S-Pankin seuraavaa vaihetta onkin odotettu jo innoilla.

– Uudessa S-Pankissakin toimimme aina asiakaslähtöisesti ja pidämme asiakkaiden tarpeet mielessä. Uudesta S-Pankista tulee joka tapauksessa aiempaa isompi ja sitä kautta hieman erilainen pankki, Ylihurula sanoo. ↘

*OP-Pohjolan ja Nordean lisäksi.

Teema: S-Pankki

Pankkien näkyvyys sosiaalisessa mediassa on suhteellisen pientä verrattuna muihin yrityksiin. S-Pankki on parin vuoden ajan ollut rohkeasti mukana sosiaalisen median murroksessa.



Nopeaa reagointia somessa

TEKSTI: TOMI RONKAINEN | KUVA: NINA KAVERINEN

S-Pankki perusti tilin Facebookiin syksyllä 2011, ja nyt sivustolla on lähes 40 000 tykkääjää. Sosiaalisessa mediassa ei ole tarkoitus hoitaa päivittäisiä pankkiasioita, vaan ryhmän jäsenet keskustelevat sekä pankin että muiden asiakkaiden kanssa.

– Keskeytyimme aluksi vain Facebookiin, koska se on sosiaalisista medioista eniten koko kansan kanava, viestinnän asiantuntija **Anna Uski** S-Pankista kertoo.

Tällä hetkellä S-Pankki on aktiivisesti esillä myös yhteisö- ja mikroblogin palvelu Twitterissä ja työelämän verkostoitumiseen keskittyvässä LinkedInissä. Twitterissä seurataan S-Pankin arkea ja LinkedInissä keskitytään S-Pankin työnantajakuvan luomiseen.

S-Pankin sosiaalisen median takana on kuuden s-pankkilaisen porukka viestinnän, markkinoinnin, asiakaspalvelun ja sähköisten kanavien asiantuntijoita. He vastaavat some-kokonaisuudesta – aina strategiasta käytännön toteutukseen.

Lähellä asiakasta

S-Pankin Facebook-ryhmässä tiedotetaan ajankohtaisista asioista, kerrotaan pankin

uusista tuotteista ja ilmoitetaan tilapäisistä häiriöistä palveluissa. Tärkeä osa ovat myös spontaanit keskustelut asiakkaiden kanssa. Toisinaan sivulla järjestetään kisoja ja asiakkaita aktivoivia tempauksia, kuten joulukuinen hyväntekeväisyyskampanja.

– Emme ylopeile onnistumisillamme, vaan otamme rohkeasti kantaa negatiivisempiinkin asioihin. Olemme saaneet nopean reagoinnin lisäksi kiitosta läpinäkyvyydestä ja avoimuudesta, Anna Uski kertoo.

S-Pankin Facebook-sivuille on kirjattu selkeästi hyvän keskustelun periaatteet, joiden mukaisesti sivustolla ei hoideta henkilökohtaisia pankkiasioita. Tarkoituksena on, että keskusteluissa unohtetaan liiallinen virallisuus ja etäisyys asiakkaasta.

Sosiaalisesta mediasta on hyötyä myös uusien palveluiden kehittämisessä. Asiakkaat ovat olleet suuressa roolissa

esimerkiksi juuri lanseeratun S-mobiilin rakentamisessa.

Blogeilla näkyvyyttä

Sosiaalinen media avaa uusia ovia asiakasvuorovaikutukseen. S-Pankki on halunnut kokeilla uusia juttuja esimerkiksi blogiyhteistyön merkeissä. Se on toteuttanut Indiedays-blogiportaalin kanssa pari yhteistyökampanjaa, joissa lifestyle-bloggaajat kirjoittivat säästämisestä ja parisuhteen yhteisestä taloudenhoidosta. Blogeja luettiin ja kommentoitiin ahkerasti.

– Raha-asiat ovat yleisesti ottaen tabu bloggaajille. Halusimme tuoda tätä kautta esille taloudenpitoon liittyviä kysymyksiä ja onnistuimme siinä erinomaisesti, Anna Uski iloitsee.

– S-Pankissa on ymmärretty sosiaalisen median merkitys viestintäkanavana digitalisoituvassa toimintaympäristössä. Somen ansiosta ehkä hieman kuivakkaana pidetystä pankkimaailmasta saadaan houkuttelevampi ja ihmisläheisempi. Hienoa, että S-Pankissa annetaan resursseja toiminnan kehittämiseksi, Anna Uski kiittelee. ✎

*S-Pankilla on
Facebookissa lähes
40 000 tykkääjää.*

Bonus poikimaan

FIM-kaupan myötä S-Pankin tuotevalikoima laajeni rahastosäästämiseen ja varainhoitoon. Bonuksen voi nyt ohjata S-Säästörahastoihin.

Kyseessä on S-Pankin uusi palvelu, jolla asiakasomistaja voi aloittaa rahastosäästämisen vaivattomasti ja turvallisesti. Käytännössä rahastosäästämisen aloitetaan avaamalla verkkopankissa S-Rahastotili, jonne Bonus ja muut S-ryhmän rahana maksamat edut maksetaan kuukausittain. Tililtä rahat siirtyvät automaattisesti asiakkaan valitsemaan rahastoon. S-Rahastotilille voi ohjata myös kuukausittaisen säästösunnan esimerkiksi palkkatililtä.

– Osa asiakasomistajista haluaa säästää Bonuksen ja hakea sille parempaa tuottoa

kuin pankkitilillä. Kun S-Rahastotilillä on vähintään 10 euroa, rahat siirtyvät automaattisesti asiakkaan valitsemaan rahastoon, kertoo johtaja **Jari Sinkkonen** S-Pankista.

Varovainen, Kohtuullinen vai Rohkea?

Valittavana on kolme S-Säästörahastoa: Varovainen, Kohtuullinen ja Rohkea. Nimet kertovat rahastojen riskitasosta. Varovaisessa osakerahasto-osuuksien määrä on noin 30 %, Kohtuullisessa noin 70 % ja Rohkeassa noin 100 %.

S-Säästörahastoja hallinnoi S-Pankin tytäryhtiö FIM Varainhoito Oy.

Säästäjä kohdentaa säästönsä aina yhteen rahastoon kerralla, mutta kohde-rahastoa voi vaihtaa milloin tahansa. Asiakas ei myöskään sido rahojaan tietyksi määräajaksi, vaan hän voi milloin tahansa lunastaa kertyneet säästöt ilman lunastuspalkkioita.

Oman rahaston kehitystä voi seurata vaivattomasti verkkopankissa. Lisää rahastosäästämistä helmikuun Yhteishyvissä. ↘



S-Säästörahastot osoitteessa
www.s-pankki.fi/rahastot.

Helppo ja joustava S-Laina

S-Laina on S-Pankin myöntämä vakuudeton kertaluotto, jota voi hakea 5 000–20 000 euron suuruisena. S-ryhmäläisille on tarjolla S-Lainaa henkilökuntahintaan.

Lainansaaja voi lyhentää lainaa itselleen sopivissa kuukausierissä tai halutessaan maksaa koko lainan kerralla ilman erillisiä kustannuksia. Laina-aikaa luotolle on mahdollista saada enintään 12 vuotta. Luottokorko S-Lainalle on kolmen kuukauden Euribor sekä luoton määrään perustuva marginaali 6–8 %. S-ryhmän henkilökunnalle kauppapankki tarjoaa lainan edullisemmin, kolmen kuukauden Euriborin lisäksi 2,5 %:n korolla.

– Lisäksi henkilökunta saa S-Lainan

”S-Lainaa voi hakea joustavasti S-Pankin asiakaspalvelupisteistä.”

ilman avausmaksua ja edullisemmalla luottotilinohitomaksulla, kertoo markkinoitipäällikkö **Iida Kaivonen** S-Pankki Oy:stä.

Kilpailukyinen vaihtoehto

S-Lainaa voidaan myöntää vähintään 25-vuotiaille työssäkäyville ja maksuhäiriöttömille Suomessa asuville henkilöille, joilla on suomalainen henkilötunnus. Lainan saa käyttöön heti, kun luottohakemus on hyväksytty S-Pankissa.

– S-Pankilla on kattava verkosto ja aukioloajat. Lainaa voi hakea vaikka illalla tai viikonloppuisin kaupparesurssin yhteydessä S-Pankin asiakaspalvelupisteestä. Lisäksi S-Laina, etenkin henkilökuntahintaisena,



on vakuudettomaksi lainaksi varsin kilpailukykyinen, Iida Kaivonen summaa S-Lainan etuja.

Tarvittaessa S-Lainaan voi hakea myös korotusta verkkopankin kautta tai soittamalla S-Pankin asiakaspalveluun. Luottotapahtumia ja saldotietoja voi seurata verkkopankissa. S-ryhmän henkilökuntaa luottoasioissa palvelevat S-Pankin asiantuntijat Satu, Mikko ja Maria. He vastaavat henkilökunnan kysymyksiin numerossa 010 76 58413 arkisin klo 9–15. ↘



Tuomo Pyhälä (T)

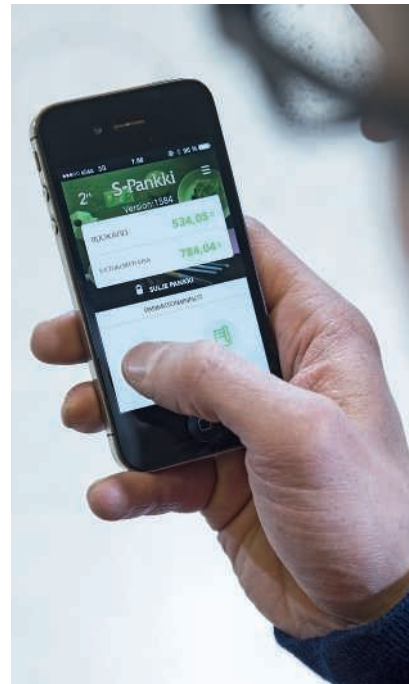
- ~ Aloitti S-ryhmässä, S-Pankki Oy:ssä sähköisten kanavien päällikkönä 2011.
- ~ Vastaa S-Pankin sähköisistä kanavista: S-mobiilista, S-Pankin verkkopankista ja verkkosivuista.
- ~ Työskennellyt aiemmin Nordea-konsernissa tietotekniikan palveluyhtiössä sekä muutamassa pienemmässä startup-yrityksessä. Vastannut mm. kilpailuttaja.fi-palvelun ensimmäisestä teknisestä toteutuksesta.

Jussi Säilä (J)

- ~ Aloitti S-ryhmässä digitaalisen markkinoinnin markkinointipäällikkönä 2009.
- ~ Toimii SOK Mediassa 12 hengen digitoimiston vetäjänä ja digitaalisen markkinoinnin markkinointipäällikkönä. Tiimi palkittiin SOK:n parhaana työyhteisönä 2013.
- ~ Työskennellyt aiemmin lähes 10 vuotta ulkopuolisen digitoimiston johtotehtävissä tehden töitä isoille brändeille. Ollut perustamassa Hobby Hallin verkkokauppaa Stockmann-konsernissa.



"S-mobiili on paras tapa käyttää rahaa!"



S-mobiilin moottorit

Juuri lanseerattu S-mobiili on valmiina käyttöön. – Takana on tiukka puserrus, mutta sovelluksen kehitystyö jatkuu saman tien palautetta hyödyntäen, kertovat sähköisten kanavien päällikkö Tuomo Pyhälä S-Pankista ja digitaalisen markkinoinnin päällikkö Jussi Säilä SOK Mediasta.

Mikä on S-mobiili?

J & T: S-mobiili tarkoittaa S-Etukorttia ja täysillä ominaisuuksilla varustettua S-Pankkia kännykässä. Se on asiakasomistajan ”kaukosäädin” kaupparyhmän palveluihin ja tarjontaan.

Mitä S-mobiililla voi tehdä näin aluksi?

J: S-mobiilissa on nyt käytössä Bonus- ja Pankki-osiot. Asiakasomistaja voi esimerkiksi katsoa näppärästi S-Tilinsä saldon ja bonuskertymänsä sekä tehdä tilisiirtoja ja maksaa vaivattomasti laskuja hyödyntäen sovelluksen viivakoodinlukijaa.

T: Käytössä ovat jo nyt kaikki verkkopankin yleisimmät toiminnot.

Mitä toimintoja on vielä tulossa?

J: Julkaisemme lähiaikoina Edut- ja Toimipaikat-osiot. Niihin liittyen asiakas saa älypuhelimensa tietoa lähellä sijaitsevien S-ryhmän liikkeiden eduista ja palveluista.

T: Myös muunlaisia toimintoja on suunnitteilla, mutta niistä kerromme myöhemmin. Haluamme ensin kuunnella asiakkaita ja oppia, mitä asiakkaat toivovat sovellukseen.

Millaista viestintää S-mobiili mahdollistaa?

J: Viestinnässä päästään hyvin henkilökohtaiselle tasolle. Aikaisemmin asiakasomistaja on seurannut bonustilannettaan asiakasomistajapostin ja Oman S-kanavan kautta. Nyt S-mobiilin käyttäjä näkee

bonuskertymän omasta älypuhelimestaan.

T: Edut-osiosta asiakkaalle tarjotaan juuri hänelle kohdennettuja henkilökohtaisia etuja. Etukuponeja ei tarvitse enää leikellä, vaan ne tulevat suoraan sovellukseen.

Millaista palautetta saitte henkilöstöpilotista?

J & T: Pilottiin osallistui yli 1 000 s-ryhmäläistä, joille lämmin kiitos! Palaute on ollut erittäin positiivista. Olemme saaneet hyviä kehitysideoita tulevaisuutta ajatellen.

Oma roolinne S-mobiilin synnytyksessä?

J: Olen vastannut projektissa asiakaskokemuksesta eli siitä, miltä sovelluksen käyttö tuntuu ja näyttää. Olemme yhdessä konseptoineet sovelluksen sisällöt ja toiminnot. Asiakkaat ovat olleet vahvasti mukana sovelluksen suunnittelussa, jossa olemme edenneet usean prototyypin kautta lanseerattavaan versioon.

T: Olen toiminut projektin vetäjänä. Aluksi meillä oli visio mobiilipankista, joka sitten laajentui koko S-ryhmän sovellukseksi yhteistyössä Jussin ja kumppaneiden kanssa. Mobiilipankkia valmistelimme hyvinkin pitkään tehden tutkimuksia, selvityksiä sekä kokeiluja. S-mobiilin varsinainen toteutustyö alkoi keväällä 2013.

Mikä on parasta S-mobiilissa?

J: Olemme pystyneet yhdistämään S-Pankin, Bonuksen ja kaupparyhmän muut toiminnot samaan sovellukseen. Se

SIIRRY S-MOBIILIIN

~ S-mobiilin saat älypuhelimesi oman puhelimesi sovelluskaupasta tai oheisen qr-koodin kautta.

~ Ensimmäisellä kerralla kirjaudu sovellukseen S-Pankin pankkitunnuksilla. Tämän jälkeen pääset S-Pankin osioon verkkopankin salasanalla. S-Pankin pankkitunnukset saat tarvittaessa maksutta asiakaspalvelupisteistä (Primat, useimmat Sokokset ja valikoidut S-marketit).

~ Tutustu S-mobiiliin osoitteessa: www.s-mobiili.fi.



luo meille uniikin digitaalisen kilpailuedun, jota muut eivät pysty kopioimaan.

T: Iloiset käyttäjät! Sovellus antaa mahdollisuuden rakentaa ainutlaatuisia arjen rahankäyttöön ja ostamiseen liittyviä palveluita. ↘

S-ryhmän ostoedut 2014

S-ryhmän henkilökuntaan kuuluvana saat S-ryhmän yli 1 600 toimipaikasta Bonuksen lisäksi ostoetua 3–15 prosenttia.



Toimipaikkojen myöntämät ostoedut voivat vaihdella eri toimialoilla eri puolella Suomea. Alennusprosentti voi vaihdella myös kampanja-, alennus- ja pienikatteisten tuotteiden osalta. Tarkista etu aina tuotetta tai palvelua ostaessasi!



ABC-liikennemymälät

- Päivittäistavarat -3 %
- Käyttötavarat -15 %
- Ravintolan ruokat tuotteet -15 %



Sokokset, Emotionit, Prisma, Alepat, Salet ja S-marketit

- Päivittäistavarat -3 %
 - Tietokoneet -3 %
 - Kodinkoneet ja -tekniikka -8 %
 - Muut käyttötavarat -15 %
- Alennusprosentti voi vaihdella kampanja-, alennus- ja pienikatteisten tuotteiden osalta.

S-ryhmän ravintolat

- Ruokatuoteryhmään kuuluvat tuotteet -15 %



S-ryhmän hotellit

- Suomen Original by Sokos Hotels -hotellit: 55 €/huone/vrk
- Solo by Sokos Hotels -hotellit: 65 €/huone/vrk
- Break by Sokos Hotels -hotellit: 55 €/huone/vrk, kylpylähotelleissa 80 €/huone/vrk

Ostoetu on henkilökohtainen.



Lähialueen Sokos Hotellit:

- Olympia Garden 2400 RUB / n. 55 €/huone/vrk
- Vasilievsky 2800 RUB / n. 65 €/huone/vrk
- Palace Bridge 3500 RUB / n. 80 €/huone/vrk
- Viru 80 €/huone/vrk

Suomen Radisson Blu Hotellit

- Alkaen 60 €/huone/vrk

Katso tarkemmat ehdot Sintrasta. Varaukset www.sokoshotels.fi ja www.radissonblu.fi. Merkitse varaus-/kampanjakoodiksi STAFF.

S-Pankki

Henkilökuntaedut S-ryhmän henkilökuntaetuihin oikeutetuille (myös talouden jäsenille):

- S-Tilin henkilökuntakorko S-Prime - 0,50 %

Miten saat ostoedun?

- Henkilökunnan ostoedun saavat vakituissa tai määräaikaissa työsuhteessa olevat koko- ja osa-aikaiset S-ryhmän työntekijät.
- Etu on henkilökohtainen ja ostokset tulee aina maksaa itse.
- Saat edun S-Etukortti Visalla. Henkilökuntatunniste on sirulla.
- Ostoedun saavat myös samassa taloudessa ja postiosoitteessa asuvat perheenjäsenesi.
- S-ryhmän eläkeläiset ja heidän puolisonsa saavat alennuksen tietyn edellytyksin.
- Ostoetua saa käyttää vain oman yksityistalouden hankintoihin.
- Työntekijä allekirjoittaa ostoetusitoumuksen ja sitoutuu sen pelisääntöihin.

Muista pelisäännöt!

- Käytähän ostoetua sovittujen pelisääntöjen mukaisesti. Alennusoikeuden käyttöä seurataan ja väärinkäytöksistä on seurauksia.
- Ajattelemattomuudesta johtuvissa väärinkäytöksissä työntekijää muistutetaan ostoedun pelisäännöistä ja puhutellaan. Vakavat väärinkäytökset voivat johtaa edun poisottamiseen määräajaksi tai varoitukseen. Törkeissä väärinkäytöksissä työsuhte voidaan päättää tai etuus voidaan ottaa pois määräajaksi ja periä saatu etu takaisin.

Hyödynnä S-ryhmän kattavat henkilökunnan ostoedut! Saat edun S-Etukortti Visalla.

- Henkilökuntaehtoinen S-Laina* Euribor 3 kk + 2,5 %, ei avauspalkkiota, tilinhoito 4 €/kk
- Suomen Hypoteekkiyhdistyksen tarjoama asuntolaina** marginaalilla 0,85 %, viitekorko 6 kk tai 12 kk Euribor S-ryhmän henkilökuntaan kuuluville:
- Vähintään 1 000 euron luottoraja Visaan***
Lisäksi osuuskauppojen asiakasomistajat sekä asiakasomistajatalouksiin kuuluvat saavat käyttöönsä kuukausi- ja vuosimaksuttoman Visan, maksuttomat tilit sekä maksuttoman verkkopankin.

FIMin tuotteet

Rahastot

- Merkintä ja lunastus ilman palkkioita

Säilytyspalkkiot

- Säilytys FIM Pankki Oy:ssä ilmainen
Lisäksi merkittäviä etuja vaihtoehtoisista sijoituksista, joukkovelkakirjoista ja osake- ja johdannaisvälityksestä. Lue lisää Sintrasta (SOK-yhtymä – S-Pankki – Henkilöstöasiat – Henkilöstöedut).

S-ryhmän työntekijä saa edut ilmoittamalla toimeksiantoa tehdessään lisätietokentässä ”Staff”, jolloin oikeus henkilökuntaetuihin kirjataan FIMin asiakasjärjestelmään.

* Voit hakea S-Lainaa, kun palkkasi tai muu toistuvaissuoritus maksetaan S-Pankkiin. Sinun tulee

olla vähintään 25-vuotias, ja säännölliset työ- tai eläketulosi ovat vähintään 24 000 euroa vuodessa. Olet hoitanut raha-asiasi moitteettomasti, eikä sinulla ole rekisteröityjä maksuhäiriöitä. Sinulla on suomalainen henkilötunnus sekä vakituinen osoite Suomessa.

** Laina edellyttää lisäksi palkkatiliä S-Pankissa sekä S-Etukortti Visaa. Lainaan sovelletaan Suomen Hypoteekkiyhdistyksen normaaleja luotonmyöntökriteereitä ja palvelumaksuja. Tarjous voimassa toistaiseksi.

*** S-Etukortti Visa Creditin myöntäminen edellyttää vakituista työsuhdetta, vähintään 1000 euron kuukausituloja ja moitteetonta historiaa raha-asioiden hoitamisessa.



Kodin Terra ja S-Rauta

- Kodinkoneet ja -tekniikka -8 %
- Muut käyttötavarat -15 %

Toimitusmyyntituotteista ei myönnetä alennuksia. Alennusprosentti voi vaihdella kampanja-, alennus- ja pienikatteisten tuotteiden osalta.

Hankkija-Maatalous Oy / Agrimarket ja Multasormi

- Rautakauppa ja puutarha -15 %
Matalakatteiset rakennustarviketuotteet -8 %
- Hevostarvikkeet -15 %
Kuivikkeet, ravikärkyt, hevosrehut ja lemmikkieläinten ruoat -8 %
- Varaosat ja tarvikkeet -15 %
Puupelletit ja voiteluaineet -8 %
Toimitusmyyntituotteista ei myönnetä alennusta.

S-ryhmän autoliikkeet

- Auton hankinnasta myönnettävä alennus tiedusteltava liikekohtaisesti.
- Huollon työveloituksesta, tarvikkeista ja varaosista annettava alennus tiedusteltava liikekohtaisesti.

S-ryhmän partnereiden tarjoamat henkilöstöedut esitellään Ässä vuonna 2014.

Karla-ketju

- Normaalihintaiset tarvikkeet ja varaosat -15 %
- Huollon työveloituksesta annettava alennus tiedusteltava liikekohtaisesti.

Lisää tietoa Sintrassa. ↘

Myymäläuudistusten KESKIÖSSÄ

SOK:n Myymälä- ja esillepanosuunnittelun 28-henkinen tiimi tuottaa palveluita S-ryhmän käyttö- ja päivittäistavarakaupalle. Se suunnittelee ja toteuttaa noin 200 erilaista uudistus- ja remontointihanketta vuodessa.

Meillä on iso joukko hoitamassa kaikkien myymäläketjujen suunnittelua, siksi olemme jakautuneet eri tiimeihin, kertoo SOK:n Myymäläsuunnittelun johtaja **Raija Taleva**.

Yksi porukka hoitaa Sokoksen ja Emotionin, toinen Prismojen, S-markettien ja muiden päivittäistavaryymälöiden hankkeita. Lisäksi ovat tilanhallinta- ja esillepanosuunnittelijat sekä tuki- ja kehitystiimi.

Tiimi suunnittelee hankkeesta riippuen myymälöiden kalusteet, miljöö ja toiminnallisuuden. Lisäksi se valmistaa malli- ja konseptipohjat sekä kalusteet, pitää yllä tilatietoja ja kehittää konsepteja.

Yhteistyössä alusta loppuun

Kukin hanke alkaa, kun alueosuuskauppa tekee investointipäätöksen. Sen jälkeen myymäläsuunnittelun tiimi arvioi kustannukset ja projektin koon sekä raamittaa työn aikataulun. Ketjuohjaus taas määrittelee, kuinka paljon tilaa millekin kysyntäalueelle annetaan.

Sitten alkaa suunnittelu: Käytettävissä olevat neliöt jaetaan myymälän osastoiksi ja katsotaan pääkäytävien paikat. Samalla mietitään, missä järjestyksessä asiakas

tulee kohtaamaan tuoteryhmät myymälässä. Esillepanosuunnittelu määrittelee hyllyleikkaukset ja tuottaa hyllykartat myyntijaksoittain. Niiden mukaan tuotteet laitetaan esille myymälässä.

Myymäläsuunnittelijat tekevät pohjapiirroksen, jossa kaikki kalusteet on sijoitettu oikeille paikoilleen. Myymäläsuunnittelun tukitiimissä suunnitellaan kalusteiden rakenne ja materiaalit.

– Toimintoihin mennään niin syvälle, että mietitään, montako laatikkoa missäkin pöydänpätkässä pitää olla, Raija Taleva kertoo.

Suunnittelun yhteydessä varmistetaan eri osastojen lopulliset paikat, turvallisuus ja palopostit. Lisäksi määritellään erikoiskalustus, koneet ja laitteet sekä kalustekortit, joissa on tieto kaikista kalusteissa käytettävistä materiaaleista ja siitä, miten kalusteet tulee rakentaa.

– Dokumentaatiota tarvitaan, kun kalusteita lähdetään hankkimaan, Raija Taleva tarkentaa.

Kun suunnitelma on hyväksytty, tehdään hankinnat ja ryhdytään toteuttamaan projektia käytännössä: myymälä rakennetaan, kalustetaan ja tuotteistetaan. Esillepanosuunnittelun tiimi tekee esillepano-ohjeet ja hyllykartat yhteistyössä

valikoimahankkijoiden kanssa.

Lopuksi uusi tai uudistettu myymälä avataan, minkä jälkeen pidetään usein vielä palautepalaveri asiakkaan kanssa.

Pitkiä ja lyhyitä projekteja

Uusperustantahankkeissa tarvitaan suunnittelun lähtötiedot rakentamiselle hyvin aikaisessa vaiheessa. Täytyy tietää, paljonko on tilaa ja miten sitä käytetään. Tarvitaan myös viemäreiden ja virtalähteen paikat.

– Uusperustanta- tai rakentamisprojektiin menee helposti kaksikin vuotta, kun taas remonttien kohdalla puhutaan kuukausista hankkeen koosta riippuen, kertoo Sokos- ja Emotion-puolen myymäläsuunnittelupäällikkö **Tuija Lahtinen**.

Pienimpien remonttien suunnitteluun ei välttämättä kulu muutamaa tuntia kauempaa, ja erilaisia projekteja on parhaillaankin työlliställä yli kaksisataa.

– Yhdessä hankkeessa on aina hetkiä, jolloin siinä ei suunnittelijan kannalta tapahdu mitään, ja silloin voidaan tehdä toista hanketta.

– Kun konsepti on hyvä ja toimiva, suunnittelu on helppoa. Meidän tehtävämme on istuttaa tietty konsepti aina vähän erilaiseen tilaan, Raija Taleva kiteyttää. ↘



Myymälsuunnittelun väkeä takarivistä vasemmalta alkaen Sami Niemi, Raija Taleva, Ilkka Ketonen, Helena Aalto, Päivi Pyhälampi, Teemu Pekkonen, Mia Nykänen, Matti Hyötyläinen ja Tuija Lahtinen.

”Kun konsepti on toimiva, suunnittelu on helppoa.”

Myymäla- ja esillepanosuunnittelun tiimi

- Suunnittelee uudistukset ja remontit kaikkiin S-ryhmän päivittäis- ja käyttötavaramyymälöihin.
- Vuodessa valmistuu noin 200 hanketta.
- Tiimiin kuuluu 28 henkeä, jotka ovat jakautuneet neljään pienempään tiimiin.

Sokos Satakunta Pori uudistui

Sokos Satakunta Porissa tehtiin massiivinen uudistus, joka kesti pari vuotta ja valmistui tänä syksynä. Hankkeessa uusittiin sähköt, kalusteet ja valikoima sekä koko myymälä lattiasta kattoon. Pois muuttaneen S-marketin vanhat tilat otettiin Sokoksen käyttöön. Myymälä oli koko uudistuksen ajan avoinna asiakkaille, ja siksi remonti tehtiin vaihteittain aina yksi osasto kerrallaan.

– Päivittäinen remontin keskellä työskentely on henkilökunnalle aikamoinen jaksamisprosessi, Tuija Lahtinen toteaa.

Tämäntyyppiset projektit työtetään aina

yhteistyössä tavaratalonjohtajan kanssa.

– Yritämme sovittaa tavaratalon ja osuuskaupan tahtotilat parhaaksi mahdolliseksi lopputulokseksi, jotta kaikki olisivat tyytyväisiä, Tuija Lahtinen summaa.

Tyytyväisiä Porissa on oltukin:

– Sokos teki ison loikan nykyaikaan. Asiakkailta tulleiden palautteiden mukaisesti Sokos on nyt ”mielenkiintoa herättävä ostospaikka”. Isosta muutoksesta huolimatta säilytimme tarvittavan yksinkertaisuuden ja suoraviivaisuuden. Yleisilme muuttui täydellisesti, Sokos Satakunta Porin tavaratalonjohtaja Erja Skinnarla sanoo.

Maalina SUOMALAISEN PALVELUKULTTUURIN NÄKYVÄ MUUTOS



Pirkanmaan Osuuskaupan esimiehet kirjjasivat yhteisiä tavoitteita päättävällä fiiliksellä.

ABC-ketju täyttää joulukuussa 15 vuotta. Juhlat sujuvat työn merkeissä, sillä ketjussa on aloitettu talkoot uudenlaisen palvelukulttuurin luomiseksi. Peukutettavan Palvelun ABC -sloganin alla ei puhuta valmennuksesta, vaan pysyvistä toimintatapojen muutoksesta.

Jutun otsikko on lainaus ABC-ketjujohtaja **Antti Heikkiseltä**. Se osoittaa, että kiristyvässä kilpailussa voidaan erottautua vain äärimmäisen kunnianhimoisia tavoitteita asettamalla.

– Vahva verkoston kasvuvaihe on nyt takana, ja tulevaisuuden kasvumme takaavat vain suosittelevat, tyytyväiset asiakkaat. ABC on muuttanut aiemminkin koko toimialan vakiintuneita standardeja ja nyt teemme sen jälleen – palvelulla, Heikkinen täryttää.

Palvelureformiksikin kutsuttua muutosta vauhdittavat myös kovat faktat. Kireässä taloustilanteessa ja kilpailijoiden kirieessä on ABC-ketjun myynti taittunut tänä vuonna lievästi miinusmerkkiseksi. Lisäksi eri tutkimustulokset osoittavat, että monien tekemisten laadussa on parantamisen varaa.

Huolehdi Sinusta

ABC-ketjun tutuksi tullut Huolehdimme Sinusta -asiakaslupaus on peukutettavan palvelun ajattelumallia jalkautettaessa viilattu muotoon Huolehdi Sinusta. Sillä halutaan viestittää, että jokainen työntekijä on omalta osaltaan vastuussa erinomaisesta palvelusta. Esimiesten roolitas on johtaa palvelua jokaisen työntekijän omat vahvuudet huomioiden.



– Kun pystymme erottumaan palvelulla kilpailijoista, ketjumme menestyy ja työntekijöillä on hyvä työpaikka, josta voi olla ylpeä, Antti Heikkinen korostaa.

ABC-ketjussa on monia vahvuuksia, jotka halutaan nyt muistuttaa henkilöstön mieliin kaikilla tasoilla ketjuohjauksesta toimipaikkoihin. Kyse ei ole suurista ABC-liikeidean tai -konseptien mullistuksista, vaan lähinnä ajattelutavan muutoksesta ja jokapäiväisten pientenkin tekemisten toteuttamisesta yhteisesti sovitulla tavalla.

Kiertue käyntiin Pirkanmaalta

Peukutettavan Palvelun ABC -valmennuskiertue starttasi marraskuussa Pirkanmaan Osuuskaupasta. Maaliskuuhun

mennessä Jollas Instituutin, ABC-ketjuohjauksen ja osuuskauppojen yhteistyössä toteuttamat valmennukset on käyty läpi kaikissa osuuskaupoissa.

Jo ennen kiertuetta asiaa työstettiin yhdessä kaikkien osuuskauppojen toimialajohdon kanssa. Itse kiertueella mukana ovat kaikki ABC-esimiehet, jotka alkavat viedä asioita käytäntöön omilla toimipaikoissaan.

– Pirkanmaan valmennuksissa työryhmät rakensivat innokkaasti oman toimipaikan näköistä tapaa lähteä viemään

”ABC uudistaa toimialaa jälleen - nyt palvelulla.”

muutosta käytäntöön. Puheensorinaa riitti ja filis oli hyvä, ensimmäisiä valmennuksia vetänyt koulutuspäällikkö **Hanna Haapanen** Jollaksesta kertoo.

Valmennuksissa on kysymys nimenomaan yhteisestä sopimisesta, joka tehdään jokaisessa toimipaikassa erikseen. Ketjuohjauksesta ei anneta valmiita malleja, vaan oivallukset lähtevät valmennettavista itsestään.

–Tästä eteenpäin ratkaisevaa on sovitujen asioiden täytäntöönpano, joka varmistetaan alueosuuskaupan, ketjuohjauksen ja Jollaksen yhteisellä tekemisellä, Haapanen korostaa. ✎



BONUS POIKIMAAN S-SÄÄSTÖRAHASTOSSA.

ALOITA JO TÄNÄÄN. S-PANKKI.FI/RAHASTOT

**SIIRRÄ BONUS
RAHASTOON 31.1.2014
MENNESSÄ JA OSALLISTUT
1 000 EURON ARVOISEN
SIIJOITUKSEN ARVONTAAN!
LUE LISÄÄ SINTRASTA.**

Arvontaan osallistuu jokainen S-ryhmän henkilökuntaan kuuluva henkilö, joka on tehnyt S-Rahastotiliosopimuksen 31.1.2014 mennessä. Palkintona arvotaan kolme kappaletta tuhannen (1000) euron arvoista sijoitusta S-Rahastotiliosopimukseen liitettyyn S-Säästörahastoon. Arvonta suoritetaan 19.2.2014 ja voittajiin otetaan yhteyttä henkilökohtaisesti. Voittajien nimet julkaistaan Sintrassa. Arvonnan alkamispäivä on 28.11.2013 ja päättämispäivä 31.1.2014. Arvonnan järjestää S-Pankki Oy.

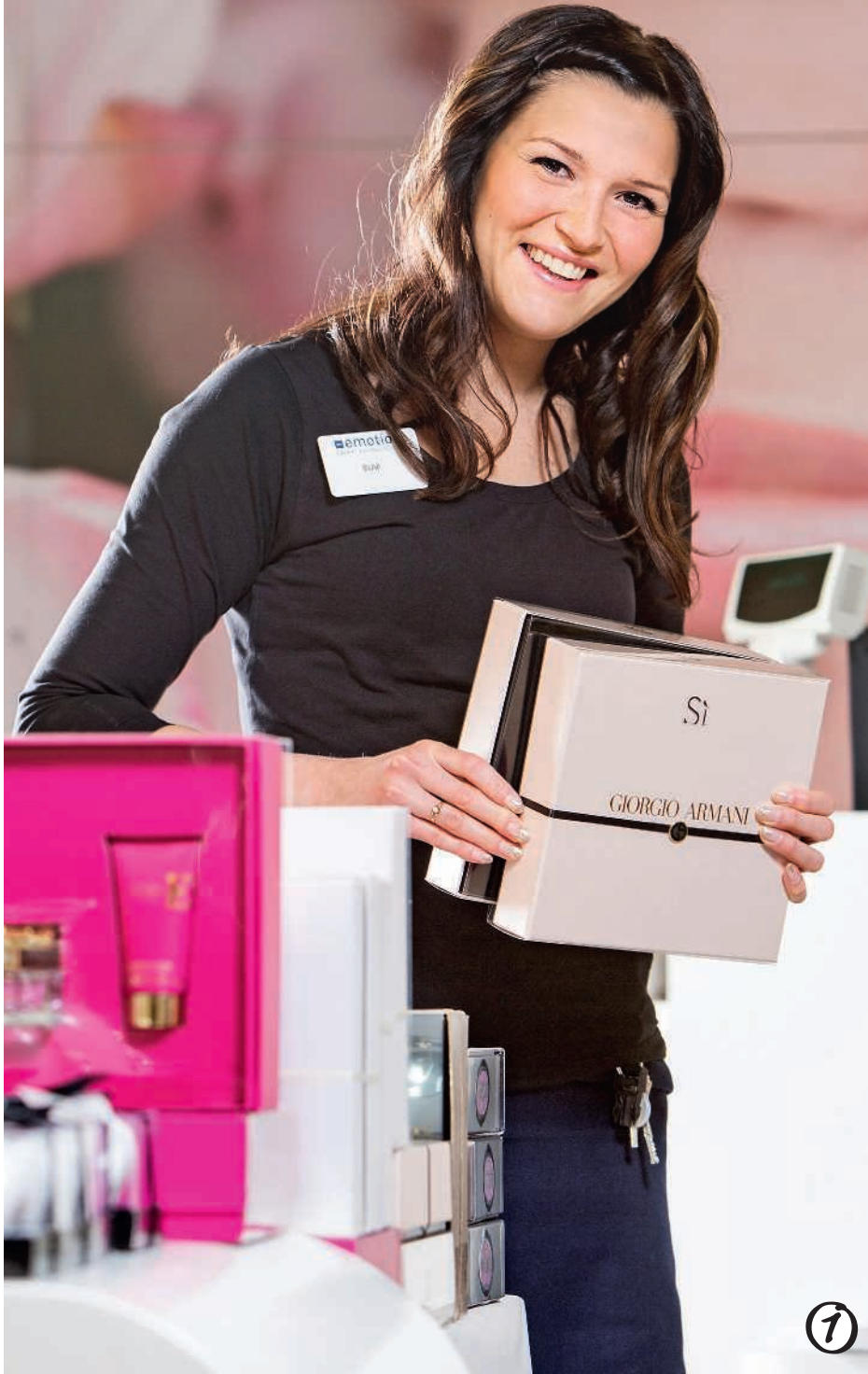
Rahastoja hallinnoi FIM Varainhoito Oy. Rahastoesitteet ovat saatavilla osoitteesta www.s-pankki.fi.



S-Pankki

Ässäduunissa

Kauneuden kaipuun TALTUTTAJA



Kouvolan Prisman yhteydessä toimivassa Emotionissa tarjotaan asiakkaille monenlaisia palveluja kaunistautumiseen ja hyvään oloon. Myyjä Suvi Horppu etsii jokaiselle sopivat lahjat itsensä hemmotteluun tai läheisten ilahduttamiseen.

- 1** Oman kylän tyttö **Suvi Horppu** on työskennellyt Kouvolan Emotionissa sen avaamisesta saakka eli reilut kaksi vuotta. Ennen liikkeeseen tuloa hän toimi kosmetologiyrittäjänä.
 - Kouvolan alueella selektiivistä kosmetiikkaa myydään vain meillä sekä Sokoksella. Siksi on erityisen tärkeää, että henkilökunta tuntee eri ihotyypit ja kauneudenhoitotuotteet hyvin, Suvi sanoo.
- 2** Suvi toimii työssään myös myymäläpäällikkö **Anu Huovilan** sijaisena tarpeen tullen. Suvi nauttii siitä, että työpäivissä on vaihtelua ja että hänellä on vastuuta erilaisista tehtävistä.
 - Suvi on todella tunnollinen työntekijä. Voin hyvällä omallatunnolla jättää hommat hänen hoitoonsa ilman, että tarvitsee yhtään stressata, Anu kertoo.



3 Emotionista voi varata ajan henkilökohtaiseen kauneusneuvontaan, jonka aiheena voivat olla niin sopivat ihonhoitotuotteet kuin meikkityölin päivittäminen. Usein myös nuoret tytöt, jotka ovat juuri aloittaneet meikkaamisen, tulevat äitinsä kanssa harjoittelemaan rajauksia ja luomivärien käyttöä.

– Meikkipussin sisällössä kannattaa erityisesti panostaa kunnon siveltimiin. Hyvät siveltimet kestävät oikein huollettuina vuosikaupalla ja varmistavat tasaisen lopputuloksen.



4 Liikkeessä on oma kampaamo. Lisäksi siellä tehdään geelilakkauksia. KSO:n konttorilla työskentelevä **Vuokko Parkas** on eräs Suvin vakioasiakkaista.

– Omat kynteni alkoivat halkeilla, ja geelilakkaus on ollut tähän hyvä apu. Käyn huollattamassa kynnet kerran kuussa. Suvi toimii hovilaittajana meidän konttorin naisten kynsille, Vuokko juttelee samalla, kun tutkii Suvin kanssa uusia glitter-lakkoja.



5 Tuoksut ovat suosittu joululahja läheisille, ja joulukauppa vilkastuu veronpalautusten jälkeen. Sopivan tuoksun ostaminen lahjaksi voi olla etenkin miehille melkoinen pähkinä purtavaksi.

– Kyselemällä, millaiselle ihmiselle tuoksu tulee, saa selvitettyä paljon. Termit vesi-, kukkais- tai mausteinen tuoksu eivät välttämättä aukea kaikille, mutta ihmisen persoonasta voi päätellä paljon, Suvi opastaa.

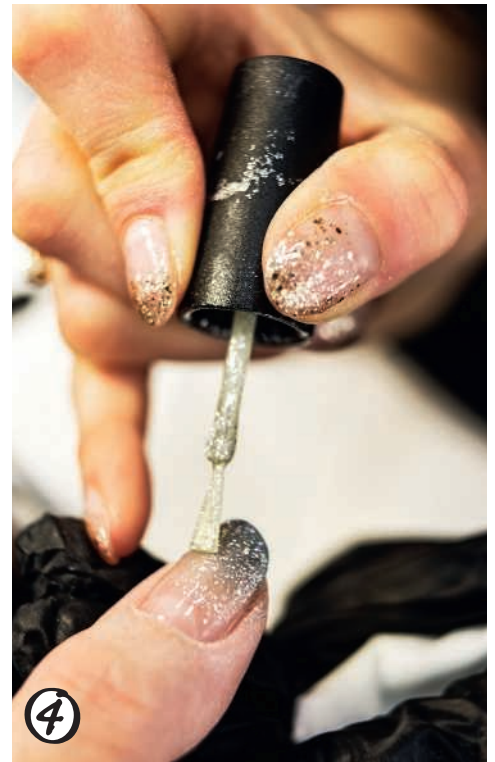
Myyjä

Suvi Horppu

~ Koulutukseltaan parturi-kampaaja ja kosmetologi.
~ Työskennellyt ennen kauneusalaa vaateliikkeessä.
~ Toivoo joululahjaksi jotain muuta kuin kosmetiikka-tuotteita, joita tulee työn puolesta hankittua muutenkin.

Emotion Kouvola

~ Avattu syyskuussa 2011.
~ Toinen Kymen Seudun Osuuskaupan Emotioneista, myös Haminassa on myymälä.
~ Työllistää myymäläpäällikön sekä kuusi työntekijää, joista kolme parturi-kampaajia.
~ Joulukuun myynnin osuus vuosimyynnistä noin 15 prosenttia.



6 Vapaa-aikaansa Suvi viettää valkoisen paimenkoiran, **Bellan**, kanssa. Bella on tullut perheeseen viettämään eläkepäiviään synnyttyään aiemmassa elämässään kennelissä 38 pentua.
– Bellan valkoinen turkki vaatii etenkin syksyllä hoitoa, sillä lenkiltä tullessaan se on usein melkoinen kuramöykky.

Vantaan Salamissa urheillevien lasten ja nuorten määrä on noussut viime vuosina hurjasti. Seuran yleisurheilutapahtumat ovat suosittuja.



ROSSO

tsemppaa liikkumaan

Rosso lahjoitti marraskuussa 6 000 euroa lasten ja nuorten urheilutoiminnan hyväksi. 35-vuotias ravintolaketju haluaa olla tällä tavoin mukana tukemassa nuorison hyvinvointia.

TEKSTI: TOMI RONKAINEN | KUVAT: TARU SCHRODERUS, RITA HUTTU

Rosso ja Suomen Urheiluliitto ovat jo vuosia jakaneet yhdessä tietoa lasten ja koko perheen terveellisistä elämäntavoista ja ruokailusta. Juhlavuotensa kunniaksi Rosso kohdistaa tukensa kymmenelle esimerkillistä nuorisotyötä tekeväälle yleisurheiluseuralle.

Rosso lahjoitti Suomen Urheiluliitolle yhteensä 6 000 euroa jaettavaksi lasten ja nuorten urheilutoimintaa järjestäville seuroille. Stipendit ovat suuruudeltaan 500–1 000 euroa. Rahasumma voidaan käyttää esimerkiksi uusien urheiluvälineiden hankintaan ja ohjaajien koulutukseen.

Tukea paikallistasolle

Lahjoituksen vastaanottaneet kymmenen yleisurheiluseuraa toimivat eri puolella

Suomea. Stipendit luovutettiin paikallisissa Rossoissa.

Urheiluseurojen lisäksi myös Suomen Urheiluliitossa arvostetaan ravintolaketjun myöntämää paikallistason tukea.

– Meille SUL:ssa on tärkeää, että resursseja kohdistetaan suoraan seuratoimintaan. Olemme erittäin iloisia yhteistyöstämme Rosson kanssa sekä heidän myöntämistään stipendeistä, jotka tukevat seuroja tekemään entistäkin laadukkaampaa nuorisotyötä, Suomen Urheiluliiton seurapalvelujohtaja **Harri Aalto** toteaa.

Lahjoituksen saaneet urheiluseurat valittiin ennen kaikkea aktiivisen lasten ja nuorten liikuntatoiminnan perusteella. Stipendit haluttiin antaa seuroille, joilla on laadukasta, monipuolista ja nousujohteista toimintaa.

ROSSO-STIPENDIEN SAAJAT VUONNA 2013

1. If Raseborg, Salo, 1 000 €
2. Vammalan seudun Voima, Tampereen seutu, 1 000 €
3. Kuivasjärven Aura, Oulu, 500 €
4. Imatran Urheilijat, Imatra, 500 €
5. Karhulan Urheilijat, Kotka, 500 €
6. Paltamon Urheilijat, Kajaani, 500 €
7. Juuan Urheilijat, Juuka, 500 €
8. Vantaan Salamat, Vantaa, 500 €
9. Soinin Sisu, Kokkola, 500 €
10. Sonkajärven Pahka, Iisalmi, 500 €

Finnkino: elokuvia ja elämyksiä

Finnkino Oy on Suomen suurin elokuvateatteriketju. Lumoavista elämyksistä pääsee nauttimaan 11 paikkakunnalla kaikkiaan 14 elokuvateatterissa. S-ryhmän ja Finnkinon yhteistyö tarjoaa asiakasomistajille elämyksiä etuhintaan.

Finnkino haluaa tarjota elokuvakäynnistä kokonaisvaltaisen elämyksen panostamalla laadukkaiden elokuvien lisäksi katselumukavuuteen ja monipuolisiin oheispalveluihin. Teattereista löytyykin ensiluokkaiset katseluolosuhteet, laadukkaita äänentoisto ja suurimmat valkokankaat.

Finnkino toimii myös elokuvien maahantuojana ja levittäjänä sekä videolevittäjänä. Finnkino Oy:n palveluksessa on n. 350 työntekijää, joista suurin osa työskentelee teattereissa.

Kuukauden elokuva – viiden tähden valintoja

Jo vuoden 2005 alusta on Finnkinon teattereiden ohjelmistosta nostettu esille kuukausittain vaihtuva Finnkinon Kuukauden elokuva, joka ansaitsee osakseen erityistä huomiota. Sen lajityyppi voi olla mikä tahansa, ja sitä esitetään vähintään neljän viikon ajan lähes kaikissa Finnkinon kaupungeissa. S-Etukortilla Kuukauden elokuvan näytöksiin pääsee -15 % normaalihinnoista erikseen mainittuina aikoina.

* Joulukuun viiden tähden valintana nähdään **Arto Halosen** kotimainen komedia Isänmaallinen mies, jonka pääosissa nähdään mm.

Martti Suosalo ja Pamela Tola.

* Tammikuun Kuukauden elokuva on myös kotimainen: Ainoat oikeat on romanttinen komedia, jossa kolmekymppisen Hannan tulee valita kahden ”oikean” miehen välillä. Elokuvateattereissa 27.12.2013. Tiedot ja esittelyt Kuukauden elokuvista löytyvät kuukausittain myös S-kanavalta.

Oopperaelämyksiä suoraan New Yorkista

Ainutlaatuiset New Yorkin The Metropolitan Opera -esitykset jatkuvat Finnkinon valkokankailla jo kuudetta kautta. Oopperayleisö pääsee nauttimaan maailman arvostetuimman ooppera-areenan antimista – jopa omalla paikkakunnallaan. Esityksiä nähdään niin livenä kuin core-esityksinäkin pitkälle kevääseen asti. Asiakasomistajat pääsevät nauttimaan oopperaelämyksistä edullisemmin vilauttamalla S-Etukorttia. ↘



Vantaan Salamien toiminnanjohtaja Rita Huttu ja valmennuspäällikkö Olli-Pekka Majanen vastaanottivat lahjashekin Tikkurilan Rosson ravintolapäällikkö Sikru Ikonen-Harropilta.

Stipendi Vantaan Salamille

Yleisurheiluseura Vantaan Salamat oli yksi onnekaista stipendin saajista. Tikkurilan Rosson ravintolapäällikkö **Sikru Ikonen-Harrop** oli iloinen luovuttaessaan lahjashekin paikalliselle seuralle.

– Rosso on ollut mukana suomalaisten lapsiperheiden arjessa jo 35 vuoden ajan. Haluamme tukea lasten ja nuorten liikunnasta, ja siksi lahjoitamme Vantaan Salamille 500 euroa lasten ja nuorten liikuntamahdollisuuksien parantamiseen, Ikonen-Harrop kertoo.

Vantaan Salamissa urheilevien lasten ja nuorten määrä on noussut viime vuosina hurjasti. Jotta laadukasta ja monipuolista toimintaa voidaan järjestää, tarvitaan varoja. Seuran kuluja ovat muun muassa ohjaajien korvaukset ja koulutukset, urheiluvälineet ja harjoituspaikat.

– Mahtavaa, että toimintaamme arvostetaan ja tuetaan. Toimintamme laajenee vauhdilla, joten käytämme tämän tuen ohjaaja- ja valmentajakoulutukseen. Ohjaajia kouluttamalla pystymme takaamaan laadukkaan valmennustason ryhmissä, Vantaan Salamien toiminnanjohtaja **Rita Huttu** kiittää kannustuksesta. ↘

”Seuratoiminnan tuki ja arvostus on tärkeää.”

Raflaamon KAUTTA RAVINTOLAAN

Tammikuussa lanseerataan S-ryhmän ravintoloiden yhteinen verkkopalvelu Raflaamo.fi, joka avaa ovet S-ryhmän noin 600 ravintolaan.

TEKSTI: KIRSI SÄRKKÄ | KUVAT: SOK MARA-KETJUOHJAUS

Tammikuun puolivälistä alkaen Suomen kattavin ravintolakirjo löytyy yhdestä osoitteesta: www.raflaamo.fi. Kyseessä on S-ryhmän ravintoloiden yhteinen verkkopalvelu, joka pitää sisällään noin 600 ravintolan tiedot kaikkien osuuskauppojen alueilta.

– S-ryhmällä on ketju- ja uniikkiravintoloita nopean syömisen konsepteista fine dining -ravintoloihin, pubeista ja kahviloista menomestoihin. Asiakkaalle tämä maan kattavin ravintolatarjonta on esittäytynyt hajanaisesti ja sekavasti eri verkkosivustojen kautta. Raflaamo.fi vie ravintoloidemme verkkopalvelun uudelle aikakaudelle, markkinointipäällikkö **Katri Sedoff** SOK Mara-ketjuohjauksesta kuvailee.

Verkkopalvelu on ajan hermolla sekä toteutukseltaan että sisällöltään. Kaikki sisältö on käytettävissä niin älypuhelimella, tabletilla kuin läppärilläkin.

– Yhtä kattavaa ja uudenaikaista verkkopalvelua ei löydy keneltäkään kilpailijaltamme.

Näin helppoa se on

Otetaanpa esimerkki: Istun junassa matkalla töihin ja mietin illaksi mukavaa ruokailupaikkaa. Kaivan kännykän esiin ja siirryn Raflaamoon. Palvelu vie minut automaattisesti Helsingin ravintolatarjontaan, olenhan liikkeellä pääkaupungissa.

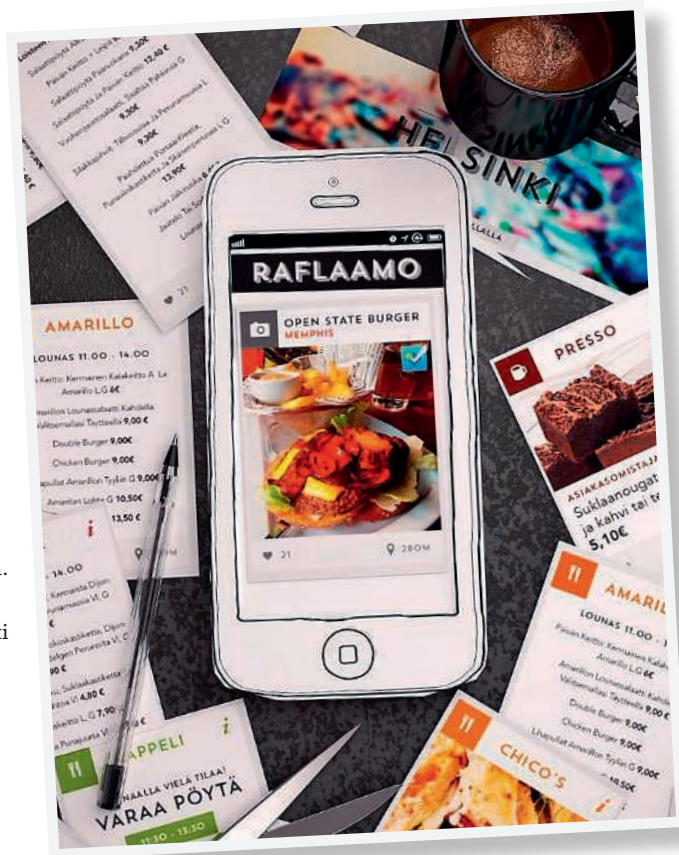
Koska kirjaudun palveluun aamulla, näkyvillä on valmiiksi Päivällä-osio, jossa esitellään esimerkiksi kahviloiden ja lounasravintoloiden tarjontaa. Iltapäivällä näkymä vaihtuu automaattisesti Illalla-osioon – mutta nytkin pääsen sinne klikkaamalla.

Esille tulee erilaisia teemavaihtoehtoja: Italiasta, Burgerit, Pihvit, Erityisruokavaliot, Yöelämä, Etuja asiakasomistajalle... Esimerkiksi erityisruokavaliota noudattava löytää kätevästi ja kohdennetusti juuri hänelle sopivat ravintolat.

Minua kiinnostaa Italiasta-osio, josta löydän kaikki Helsingissä sijaitsevat italialaista ruokaa tarjoavat S-ryhmän ravintolat. Silmiin osuu amerikanitalialaisia herkuja tarjoava La Famiglia. Klikkaan La Famiglian ruokalistaan, joka näyttää hyvältä. Teen pöytävarauksen ja tarkastan kartalta ravintolan sijainnin: Keskuskadulla, kuten muistelinkin.

Paikallinen tarjonta esille

– Juuri tällä tavoin haluamme helpottaa asiakkaidemme arkea. Raflaamo vie



asiakasta kiinnostavan kaupungin tai alueosuuskaupan ravintolatarjontaan ja tarjoaa erilaisia vaihtoehtoja arjesta juhlaan. Lisäksi esillä on ajankohtaista kampanja- ja tapahtumatietoa, kehityspäällikkö **Jukka Kaartinen** SOK Mara-ketjuohjauksesta kertoo.

Kaartisen mukaan jokaisesta ravintolasta löytyy vähintäänkin perustiedot, kuten aukioloajat, sijainti kartalla sekä linkki ravintolan omille verkkosivuille. Mutta mahdollisuuksia on paljon muuhunkin:

– Raflaamossa voi esitellä ruokalistaa ja paikalliset kampanjat, tehdä pöytävarauksia, antaa palautetta tai hakea töihin kyseiseen ravintolaan. Tavoitteena on saada

Uudistuvasta Sokoshotels.fi:stä voi varata kaikki lisävuodevaihtoehdot sekä monia lisäpalveluja.



ravintoloiden paikallinen tarjonta entistä paremmin esille, Kaartinen esittelee.

Vipinää verkkoon ja myyntiin

Tällä hetkellä S-ryhmän valtakunnallisten ketjuravintoloiden verkkosivuilla vierailee noin 40 000 kävijää viikoittain. Raflaamon myötä kävijämäärän toivotaan tuplaantuvan.

– Toki trafikin halutaan näkyvän myös ravintoloiden myyntilukemissa. Raflaamo on osa asiakaspalvelua, Katri Sedoff muistuttaa.

Tavoitteena on edistää myös koko S-ryhmän Mara-liiketoiminnan ristiinmarkkinointia.

– Ravintoloiden verkkopalvelusta linkitetään S-ryhmän hotelliketjujen sivustoille ja toisin päin.

Yhteistyön tulos

Raflaamo on suunniteltu ja työstetty SOK Mara-ketjuohjauksen ja alueosuuskauppojen yhteistyössä puolentoista vuoden ajan.

– Materiaalin syötössä hyödynnämme S-kanavalta tuttua Laaria, jonka avulla kukin ravintola voi päivittää omia tietojensa. Me Ässäkeskuksesta ohjeistamme Laarin käytössä, mutta varsinainen sisällöntuotanto on alueosuuskaupoittain paikallisissa käsissä, markkinointikoordinaattori **Anna Lappalainen** SOK Mara-ketjuohjauksesta toteaa.

Jatkossa sama sisältö ui S-kanavalle, Raflaamoon sekä Sokoshotels.fi:hin, mikä helpottaa sisällöntuotantoa.

Yhteistyötä on tehty myös esipilotoinnissa.

– Se, miten hyvin verkkopalvelu oikeasti toimii, nähdään aitojen asiakkaiden käytössä. Keräämme palautetta, jonka mukaan voimme tehdä ketterästi muutoksia ja kehittää palvelua yhä toimivammaksi, Lappalainen lupaa. ↘

SOKOSHOTELS.FI

uudistuu

Myös Sokos Hotellien verkkosivusto uudistuu näillä näppäimillä. Kannattaa pysyä kuulolla, sillä meille s-ryhmäläisille on luvassa pieni haaste heti julkaisuvaiheessa!

Markkinointijohtaja **Outi Vitie** ja markkinointipäällikkö **Anni Vanamo-Sundström** SOK Mara-ketjuohjauksesta kertovat, mistä uudistuksessa on oikein kyse.

Miksi Sokoshotels.fi uudistuu?

Matkailubisneksessä tietojen etsiminen verkosta ja verkkovaraaminen ovat arkea. Haluamme olla toimialallamme tässäkin suhteessa aallonharjalla ottamalla käyttöön uutta teknologiaa ja tarjoamalla uudenlaisia elämyksiä. Parannamme asiakkaiden käyttökokemusta ja helpotamme varaamista.

Hanke on ollut iso puserrus, eikä työ lopu tähän. Jatkokehityksessä asiakkaiden palautteet ovat olennaisessa osassa.

Mikä muuttuu?

Uudistunut sivusto toimii responsiivisesti eri päätelaitteilla, eli sivuston sisältö järjestyy hieman eri tavoin laitteen näytön koosta riippuen. Jo nyt

yli 30 % sivustomme kävijöistä tulee mobiililaitteista.

Kuvamaailma ja visuaalisuus tekevät sivustosta elämyksellisen. Uudet hotellityypimme Solo, Break ja Original saavat enemmän näkyvyyttä. Hotelleilla on myös enemmän mahdollisuuksia muokata sisällöstä juuri niin paikallista, ajankohtaista ja monipuolista kuin he haluavat.

Samalla yhdistämme Sokoshotels.fi:hin joukon muita sivujamme, kuten S-kokous.fi:n ja S-card.fi:n.

Miten uudistus parantaa palvelua?

Sivuilta pystyy tekemään hotellivarausten helposti ja nopeasti eri päätelaitteilla. Nettivarattavaksi tulee lisää valinnanvaraa, kuten kaikki lisävuodevaihtoehdot sekä uutuutena lisäpalvelut. Hotelliyöpymisestä voi tehdä vieläkin viihtyisemmän tilaamalla esimerkiksi huoneamiaisen, myöhäisen huoneenluovutuksen, pelejä lapsille tai vaikkapa pizzan. ↘

Ässä HARJOITTELIJA

Raision ABC tarjoaa vuosittain perehdytystä, opastusta ja oikeita töitä lukuisille harjoittelijoille. Yksi heistä, Enni Tamminen, palkittiin parhaasta harjoittelusta Turun Osuuskaupan ja S-ryhmän Ässästipendeillä.

TEKSTI: JARNA LATTUNEN | KUVA: RONI LEHTI

Liikennemyymäläpäällikkö **Rami Kalliomäki** ottaa mielellään aktiivisia ja reippaita harjoittelijoita Raision ABC:lle. Mutta vain yhden kerrallaan.

– Harjoittelijat pitää perehdyttää hyvin.

Työryhmästä on myös löydettävä aikaa ja intoa opastaa harjoittelijoita koko harjoittelujakson ajan, Rami Kalliomäki perustelee.

Työssä oppimassa

Palkatonta harjoittelua tekevä opiskelija tutustuu liikennemyymälän arkeen työskentelemällä yhdessä vakituisen porukan kanssa.

– Harjoittelija ei koskaan korvaa liikennemyymälän palkkalistoilla olevien työntekijöiden panosta, Kalliomäki painottaa.

Opiskelijoiden määrää rajaamalla Raision ABC:llä myös varmistetaan, että harjoittelijoilla riittää tekemistä.

– Tarkoitus on antaa liikennemyymälän arjesta ja eri töistä mahdollisimman todenmukainen kuva, joten ammattiin opiskelevat pääsevät kaikkiin vuoroihin. Koululaiset tekevät vain päivätöitä.

Tavoitteet läpi yhdessä

Kalliomäki huolehtii siitä, että työskentelyjakso vastaa tarkoitustaan. Jos esimerkiksi harjoitteluun kuuluu à la carte -annosten tekeminen, niitä pitää myös päästä kokkaamaan. Tarvittaessa harjoittelun sisältöä räätälöidään opiskelijan osaamisen mukaan.

– Parhaimmillaan saamme harjoittelijoista hyviä ja osaavia kesätyöntekijöitä. Osa työskentelee tälläkin hetkellä osa-aikaisena opintojen ohella, Kalliomäki kertoo.

Hesen avaus harjoittelutyönä

Turun ammattikorkeakoulussa liiketaloutta opiskelvalle **Enni Tammiselle** liikennemyymälän maailma on tuttu parin vuoden työrupeaman ansiosta. Hakiessaan harjoittelupaikkaa viime kesänä Tamminen kaipasi uusia haasteita. Niitä hän myös sai, sillä yrittäjyyden pääaineopiskelija vastasi harjoittelujaksollaan Raision ABC:n Hesburgerin avauksesta.

– Opintoihin kuuluva harjoittelu on loistava mahdollisuus vaatia itseltään enemmän, mutta samalla on lupa vielä harjoitella asioita, Enni Tamminen kertoo.

Teoria käytännöksi

Aikaisemmasta ABC-kokemuksesta huolimatta Tamminen oppi kosolti uutta parin kuukauden aikana.

– Ymmärrän nyt, miten paljon taustatyötä avaukseen liittyy. Esimieheni teki rekrytoinnit, ja minä vastasin muun muassa uusien työntekijöiden perehdytyksestä, tarvikkeiden tilauksista ja suunnittelin lisämyyntiä tukevan mallin. Pystyin hyvin hyödyntämään myös ensimmäisen opiskeluvuoden teorian tietoja esimerkiksi budjetoinnista ja markkinoinnista, Enni Tamminen kertoo.

Tukea ja apua Tamminen sai aina tarvittaessa esimieheltään Rami Kalliomäeltä sekä ABC Raision Hesburgerin palveluvastaavalta **Anne Kyyrältä**. Myös Hesburgerin vahva konsepti loi pohjaa tekemiselle.

– On ollut hauska huomata, että yrittäjähenki toteutuu loistavasti myös ketjutoiminnassa. ABC Raisiossa haluamme tehdä tulosta tosissamme, liikennemyymälän vuoropäällikkönä opintojen ohella työskentelevä Tamminen tuumii. ↘

ABC Raision liikennemyymäläpäällikkö Rami Kalliomäen ja Ässästipendillä harjoittelusta palkitun Enni Tammisen mielestä onnistuneesta harjoittelusta hyötyvät sekä opiskelija että työnantaja.



”Työharjoittelussa teoria taipuu käytäntöön.”

Ässästäipendejä parhaille

Alueosuuskaupat ja SOK-yhtymän yritykset palkitsevat vuosittain Ässästäipendeillä toimipaikoissaan tehdyt parhaat ammattikorkeakoulujen harjoittelut. Stipendiohjelmalla S-ryhmä haluaa kehittää yhdessä Suomen ammattikorkeakoulujen kanssa AMK-tutkintoja vastaamaan vielä paremmin työelämän arkea. Lisäksi tavoitteena on kehittää ja tukea opiskelijoiden ammatillista kasvua. Ässästäipendillä palkitaan ja kannustetaan niitä opiskelijoita, jotka harjoittelujaksolla ovat olleet erityisen innostuneita ja kiinnostuneita työstään.

Ässästäipendi on jatkoa perinteiselle Praxis-stipendille. Stipendin suuruus vaihtelee 300–500 euron välillä.

Tänä vuonna Ässästäipendit saivat: **Anne Lähde**, Mikkelin ammattikorkeakoulu (Suur-Savo)

Piritta Krasila, Mikkelin ammattikorkeakoulu (Suur-Savo)

Mona Forsberg, Savonia ammattikorkeakoulu (PeeÄssä)

Elina Hyrkäs, Savonia ammattikorkeakoulu (PeeÄssä)

Enni Tamminen, Turun ammattikorkeakoulu (TOK)

Eveliina Kainulainen, Jyväskylän ammattikorkeakoulu (Keskimaa)

Anniina Makkonen, Lahden ammattikorkeakoulu (Hämeenmaa)

Elin Hulden, Centria ammattikorkeakoulu (KPO).

Valtakunnalliset stipendit:

Jaan Heikkilä, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu (Inex Partners)

Anne Lähde

Enni Tamminen

Eveliina Kainulainen.

Vinkit harjoitteluun

- 1** Ota vain yksi tai toimipaikan koosta riippuen muutama harjoittelija kerrallaan.
- 2** Sovi perehdytyksestä ja opastuksesta työpaikkaohjaajan ja muiden perehdyttäjien kanssa.
- 3** Kerro harjoittelijasta muulle työryhmälle hyvissä ajoin.
- 4** Ota harjoittelija avoimesti työryhmän jäseneksi.
- 5** Huolehdi, että harjoittelija saa kattavan kokonaiskuvan työstä (esim. eri työvuoroista).
- 6** Muista, että harjoittelija on oppimassa töitä. Hän ei korvaa muita työvuorossa olevia.

Venäläisturistit ovat hotellien ja ravintoloiden muutoin hiljaisen tammikuun pelastajia. Mitä paremmin heidän odotuksiinsa vastataan, sitä todennäköisemmin he saapuvat uudestaan.

TEKSTI: PÄLVI SALO | KUVAT: SOKOS HOTELS



HYVÄ PALVELU on parasta markkinointia

S-ryhmän hotelleille venäläismatkailijat ovat tärkeitä. Radisson Blu Plaza Hotellissa parhaimmillaan jopa neljäsnes majoittujista on naapurimaastamme. Tälle vuodelle odotetaan 10 prosentin kasvua.

– Radisson Blu -brändi tunnetaan Venäjällä hyvin. Venäläiset arvostavat laatua ja hyvää palvelua, joita keväällä uudistettuna avattu Radisson Blu Plaza tarjoaa, Hotel Manager **Petri Uronen** toteaa.

– Myös meille venäläiset ovat merkittävä asiakasryhmä. Kouvolassa Original Sokos Hotel Vaakunassa joka toinen majoittuja oli loppiaisviikolla 2013 itänaapuristamme. Original Sokos Hotel Seurahuoneella Kotkassa venäläisiä oli kolmannes. Uskomme, että myös tuleva tammikuu on vilkas. Varausaikajänne on lyhyt: varauksia vuodenvaihteelle aletaan tehdä vasta marras-joulukuun vaihteessa, hotellipäällikkö **Anna-Liisa Termonen** Kymen Seudun Osuuskaupasta kertoo.

Venäläisiä turisteja riittää toki ympäri vuoden.

– Alueellamme on menossa lukuisia hankkeita ja projekteja, joilla tuetaan ja kehitetään kestävää ja laadukasta ympärivuotista matkailua, Termonen valottaa.

Venäjän osaaminen plussaa

S-ryhmän hotelleissa venäjänkielinen info-, markkinointi- ja muu kirjallinen materiaali alkaa olla jo arkipäivää. Sen lisäksi palvelu venäjäksi on aina plussaa.

– Etenkin nuoret osaavat englantia, mutta palvelua äidinkielellä arvostetaan. Vastaanotossamme ja aamiaistarjoilussa on molemmissa kolme venäjänkielistä työntekijää. Selvitämme mahdollisuutta saada Pietarin Sokos Hotelleista vastaanottovirkailijoita avuksi. Toissa vuonna meillä oli sieltä kaksi työntekijää, Petri Uronen kertoo.

Sokos Hotels -ketjussa on aktiivisesti kehitetty palvelumallia, jossa

asiakaslupauksena on palvelu venäjänkielillä 24/7. Tarvittaessa soitetaan Pietarissa sijaitsevan Sokos Hotellin vastaanottoon, josta saadaan tulkkausapua.

– Olen itse käyttänyt palvelua, joka toimi loistavasti, Anna-Liisa Termonen kertoo.

– Osa henkilökunnastamme kehittää kielitaitoaan omatoimisesti kansalaisopiston kielikursseilla tai jopa intensiivikursseilla Pietarissa. Pienelläkin venäjän taidolla pystyy kertomaan paljon ja ilahduttamaan asiakasta. Kannustan käyttämään vähäistäkin sanavarastoa aktiivisesti.

Odotuksissa ystävällinen palvelu
Millaisia venäläiset sitten ovat asiakkaina?

– Mukavia, hotellipäällikkö **Jaana Kivi** Break Sokos Hotel Flamingosta vastaa ytimekkäästi.

Flamingoon venäläisiä, kuten muitakin matkailijoita, vetää uusi hotelli ja viihdekeskuksen monipuolinen tarjonta vesi-



”Teemme aina parhaamme ja vähän enemmänkin, jotta asiakkaamme viihtyvät – kansalaisuudesta riippumatta.”

puistoineen ja kylpylöineen, lukuisine ravintoloineen sekä ostosmahdollisuuksineen.

– Eivät venäläiset vaadi mitään erityiskohtelua, vaan ystävällistä ja ammattitaitoista palvelua. Ven-Fin Tour järjestää uudenvuoden illaksi ohjelmaa, josta viime vuonna kovasti tykättiin. Olemme saaneet ympäri vuoden vieraina olevilta venäjänkielisiltä asiakkailta positiivista palautetta. He palaavat uudelleen, mistä tiedämme, että olemme onnistuneet asiakaspalvelussa ja palveluntuottajana, Jaana Kivi toteaa.

– Venäläiset arvostavat henkilökohtaisuutta, palveluallttiutta, lasten huomiointia ja suosittelevat. Heitä kiinnostavat alueen nähtävyydet, ostosmahdollisuudet ja erityisesti luontokohteet. Hotelleissamme ei ole erityisiä ohjelmapalveluita juuri tälle kohderyhmälle, mutta selvitämme parhaamme mukaan kaupunkien muun tarjonnan ja kerromme siitä. Teemme aina parhaamme ja vähän enemmänkin,

jotta asiakkaamme viihtyvät – kansalaisuudesta riippumatta, Anna-Liisa Termonen vakuuttaa.

Näkyvyyttä somessa

Venäläiset matkustajat tekevät varauksensa pääsääntöisesti sähköisissä varauskanavissa, joissa S-ryhmän hotellit näkyvät. Kotkassa ja Kouvossa hotellit ovat mukana myös kaupungin matkailun yhteismarkkinointitoimenpiteissä. Venäläisille tehdään myös kohdennettua markkinointia.

Radisson Blu Plaza puolestaan aikoo tulevaisuudessa olla entistä näkyvämmiin esillä venäläisten omassa sosiaalisessa mediassa, ennen muuta Vkontakte.ru-verkko-sivustolla, joka on sikäläinen Facebook.

– Hyvä palvelu on erinomainen markkinointiväline. Venäläisen matkustajan ostopäätökseen vaikuttavat merkittävästi aiemmat kokemukset sekä muiden matkustajien suosittelevat, Anna-Liisa Termonen tiivistää. ✎

Hienoista hiipumista

Venäläisten matkailijoiden määrä ja tax free -ostokset ovat viime vuosina lisääntyneet huomasti. Käännekohta kulutuksessa tapahtui tänä vuonna; Venäjän hidastunut talouskasvu on vaatinut veronsa. Vuoden 2012 kaltaisiin kasvulukuihin yllettiin Kaupan liiton mukaan vain Imatralla, Rovaniemellä, Kouvossa ja Kuusamossa.

Majoituskaupassa kasvu jatkui, vaikkakin hidastui. Tilastokeskus kertoo, että vuonna 2012 venäläisten yöpymiset lisääntyivät koko maassa noin 17 prosenttia ja Uudellamaallakin lähes 7 prosenttia. Tammi–heinäkuussa 2013 kasvua oli koko maassa enää 7 prosenttia. Uudellamaalla kasvu oli taittunut prosentin laskuksi.

”Venäläisseasonki alkaa vuodenvaihteessa.”



S-ryhmän henkilökuntaedut

Punaiset laivat tarjoavat piristystä arkeen ja juhlaan. Risteilyedut on tarkoitettu S-ryhmän henkilökunnan vapaa-ajan matkoille 23.12.2014 asti. Sydämellisesti tervetuloa!



Helsinki–Tukholma-risteilyt

Viking Gabriella ja Mariella vuoropäivin klo 17.30
15 %:n alennus päivän risteilyhinnasta
Tuotetunnus FSKRY



Vuorokauden risteily Turusta Tukholmaan

Viking Amorella klo 8.45, Viking Grace klo 20.55
5–10 %:n alennus päivän risteilyhinnasta
Tuotetunnus FSKRY

Päiväristeilyt Helsingistä Tallinnaan

Viking XPRS klo 11.30
15 %:n alennus päivän risteilyhinnasta
Tuotetunnus FSKRYP



Cinderellan 20 h viihderisteily Helsingistä

14.–28.12.2013 ja 4.–6.1.2014 (ei 23.-24.12.)
25 %:n alennus päivän risteilyhinnasta
Tuotetunnus FSKAARI

SAMBA

10.3.–30.4.2014

A TASTE OF BRAZIL

VIKING LINE

Lisätiedot ja varaukset: vikingline.fi tai puh. 0600 41577
(1,64 €/vastattu puhelu + pvm/mpm). Bonusta matkan hinnasta.
Paikkoja rajoitetusti. Pidätämme oikeuden muutoksiin.

Rakas joulupukki

Tämän joulun toivomuslistani ei ole kovin henkilökohtainen, mutta toivon, että voit muistaa myös työnantaja-ryhmääni, työkavereitani ja asiakasomistajiamme. Olenhan osuustoimintamies henkeen ja vereen.

SOK:lle toivon karismaattista, jämääkää, joustavaa, avointa, ymmärtäväistä, suoraselkäistä, visionääristä, sopivan suorapuheista, ihmissläheistä, diplomaattista ja teräväjärkistä pääjohtajaa. Supersankarit ovat yleensä kuvitteellisia, mutta joulupukiltahan saa toivoa mitä tahansa.

Osuuskaupoille ja tytäryhtiöille toivon tsemppiä ja kovaa yhteishenkeä haastaviin aikoihin. Me kaikki haluamme vilpittömästi parasta omalle kaupparyhmällemme. Samassa veneessä mennään, vaikka loiskuisi kuinka. Toinen toistaan auttaen se sujuu parhaiten.

Esimiehille toivon kykyä muistaa ajatella myös itseään. Ihmisten johtaminen ei ole helppoa ja arvostelua tupaa aina tulemaan. On kuitenkin hyvä pyrkiä näkemään työasiat vain yhtenä osana elämää ja olla armollinen itselleen.

Asiakaspalvelutyötä tekeville toivon pitkämielisyyttä ja positiivisuutta yhä kasvavien vaatimusten paineessa. Työ ei ole helppoa ja toivottavasti asiakkaatkin osaavat kunnioittaa sitä. Jos virheitä tapahtuu, niin kannattaa muistaa, että niitä nyt vaan tapahtuu kaikille. Parhaansa yrittäminen kuitenkin varmasti huomataan ajan kuluessa.

Kaikille viestintää työnään tekeville toivon viileyttä ja analyttisyyttä luovia nykymaailmassa, jossa kaikenlaista tietoa, mielipidettä, näkemystä ja uskomusta tulvii joka tuutista. Ei ole helppo erottaa olennaista epäolennaisesta ja vakavaa harmittomasta. Muuta vaihtoehtoa ei ole kuin yrittää rohkeasti survoa omaa lusikkaansa mukaan soppaan.

Oman Media-yksikkömme kollegoille toivon halua nähdä uudenlainen organisaatiomme, toimenkuvamme ja vaikeasti ennakoitava mediaympäristömme mahdollisuutena. Nyt jos koskaan on tilaisuus oppia joka päivä uutta ja vahvistaa oikeaksi kliseinen sanonta: ”Parasta työssäni on sen haasteellisuus ja se, että kahta samanlaista päivää ei ole ja saan tavata koko ajan uusia ihmisiä.”

Asiakasomistajille toivon vilpittömyyttä halua kehittää omaa osuuskauppaansa. Vain rakentavaa palautetta antamalla ja omia tarpeita kertomalla toimintaa ja tarjontaa voidaan kehittää oikeaan suuntaan. Toivottavasti joukossa on myös positiivista palautetta silloin, kun sen paikka on, koska joka päivä ympäri Suomea tehdään paljon myös todella hyvää työtä.

Itselleni saan osia myös noista edellisistä toiveista, mutta lisäksi toivon jalkakylpylaitetta ja paria hyvää kirjaa. Kuulostaa keski-ikäistyvän miehen toiveilta, mutta sitähan minä olenkin. Ja jos tonttutiedusteluorganisaatiosi on niin kattava kuin väitetään, niin tiedätkin, että minulla on hieman kovettumia jalkaterissä ja olen edelleen kova lukemaan.

Hyvää joulua kaikille Ässä lukijoille!



Lasse Tenhunen on viestintäpäällikkö, joka uskoo jossain määrin joulupukkiin.

Muistatko ensiapuohjeet?



Ensiavun alkeet ovat osa arkipäivän turvallisuutta. Ne on syytä kerrata säännöllisin väliajoin, jotta osaa toimia onnettomuuden tai sairaskohtauksen sattuessa.

KOONNUT: MARI KOSKI | KUVA: STOCK.XCHNG

Ensiapuohjeet älypuhelimien

Punaisen Ristin mobiilisovelluksen avulla ensiapuohjeet kulkevat mukana taskussa. Sovelluksessa on ajantasaiset ensiapuohjeet onnettomuuksien, tapaturmien ja sairaskohtauksien varalle. Ohjeet eivät korvaa ensiapukurssin oppeja mutta toimivat muistin tukena.

Samasta sovelluksesta löytyy lisäksi verenluovutustietoja ja mahdollisuus tehdä lahjoituksia Suomen Punaisen Ristin katastrofirahastoon.

Nimellä Punainen Risti löytyvä mobiilipalvelu on ladattavissa maksutta sovelluskaupoista iPhone-, Android- ja Windows-puhelimiin.

Aloita paineluelvytys rytmillä 30 painelua ja 2 puhallusta.

- **TEE TILANNEARVIO** tapahtuneesta. Kutsu lisääpua ja anna tarvittava hätäensiapu. Onnettomuuspaikalla on aina varottava mahdollisia lisäonnettomuuksia.
- **SOITA YLEISEEN** hätänumeroon 112 heti, jos tilanteessa tarvitaan ammattiapua. Kerro, mitä on tapahtunut ja missä. Vastaa hätäkeskuspäivystäjän kysymyksiin ja toimi annettujen ohjeiden mukaan. Lopeta puhelu vasta saatua luvan.
- **TARKISTA, SAATKO** elottomalta näyttävän henkilön hereille puhuttelemalla häntä kovalla äänellä. Estä tukehtuminen avamalla hengitystiet. Ojenna autettavan pää leuan kärjestä nostamalla ja toisella kädellä otsaa painamalla. Tunnustele hengitystä: liikkeuko rintakehä, kuuluuko hengityksen ääni, tuntuuko ilman virtaus poskellasi? Jos henkilö hengittää normaalisti, käännä hänet kylkiasentoon ja valvo hengitystä. Jos henkilö ei hengitä normaalisti, aloita paineluelvytys rytmillä 30 painelua ja 2 puhallusta.
- **KOVAN PURISTAVAN** rintakivun tavallisin syy on sydäninfarkti. Henkilö voi ottaa omia lääkkeitään, mutta jos ne eivät auta muutamassa minuutissa, on syytä soittaa hätänumeroon 112. Toimi hätäkeskuksen ohjeiden mukaan ja auta henkilö lepoon. Jos hän menee elottomaksi, aloita paineluelvytys.
- **AIVOVERENKIERRON HÄIRIÖN** oireina voivat olla toispuoleinen jalan tai käden voimattomuus ja tunnottomuus, vaikeutunut puhe- ja näkökyky, huimaus, pahoinvointi, päänsärky ja tajunnan tason muutokset. Myös nämä oireet tunnistettaessa tulee soittaa heti hätänumeroon. Rauhoita autettavaa ja aseta hänet lepoon. Jos hän menettää tajuntansa mutta hengittää normaalisti, aseta hänet kylkiasentoon. Jos hän menee elottomaksi, aloita paineluelvytys.
- **TYREHDYTÄ VERENVUOTO** painamalla sormin tai kämmenellä suoraan vuotokohtaan tai pyydä loukkaantunutta painamaan kohtaa itse. Sido vuotokohtaan paineside sidetarvikkeista tai niiden puuttuessa esimerkiksi huivista.
- **RUNSAAN VERENVUODON**, vaikeiden murtumien, palovammojen tai esimerkiksi voimakkaan allergiareaktion seurauksena ihminen voi mennä sokkiin. Sokin oireita ovat kalpea ja kylmänhikinen iho, levottomuus, tihentynyt hengitys, kuivuva suu ja nopea syke. Aseta sokkipotilas ensiapuna lepoasentoon, suojaa kylmältä esimerkiksi huovalla, rauhoittele häntä ja seuraa hengitystä ja verenkiertoa.
- **KOLMEN K:N** ensiapu auttaa nyrjähdysiin, revähdyksiin ja mustelmien ehkäisyyn. Kompresio eli puristus: purista kädelläsi kipukohtaa. Kohoasento: pidä raajaa koholla. Kylmä: laita kipukohtaan jotakin kylmää.
- **KÄYTTÄYDY AUTTAJANA** rauhallisesti, esittele itsesi autettavalle ja kerro, mitä olet tekemässä. Suojaa, rauhoita ja seuraa loukkaantuneen tilaa, kunnes lisääpua saapuu paikalle.
- **OMAA PUEHEIMEEN** voi tallentaa hätätilanteita varten lähiomaisen numeron ICE-nimellä (in case of emergency). ICE-tunnus on hyödyllinen etenkin ulkomailla. Lähiomaisen osaa kertoa soittajalle esimerkiksi mahdollisista sairauksista tai lääkityksistä.

Lisää ensiapuohjeita ja tietoa ensiapukoulutuksesta osoitteessa www.punainenristi.fi.

Asiakasomistajaposti EI KOLAHDATA POSTILUUKUSTA TAMMIKUUSSA

Pidämme tammikuussa taukoa kotiin tulevasta asiakasomistajapostista. Sen sijaan palvelemme asiakasomistajia entistä paremmin verkossa.

Uudesta Yhteishyvä Livestä löytyvät tutut Yhteishyvä-lehden ruokareseptit ja jutut sekä mielenkiintoista videosisältöä. Palveluun voi tutustua tammikuussa osoitteessa www.yhteishyva.fi.

Ajankohtaiset asiakasomistajaedut löytyvät S-kanavalta ja Omalta S-kanavalta.

Ajantasaiset bonustiedot voi tarkastaa Omalta S-kanavalta tai S-mobiilista.

Seuraavan kerran paperinen asiakasomistajaposti ilmestyy taas helmikuussa. Halutessaan oman tilauksen voi muuttaa kokonaan sähköiseksi Omalla S-kanavalla.



UUTISEN TAKANA

Kestävää palmuöljyä

S-ryhmä sai huipputuloksen WWF:n palmuöljypisteityksessä. Pisteet 11/12 olivat kaupan alan parhaat Suomessa.

Kauppalehti.fi 12.11.2013

VASTUULLISEN PALMUÖLJYN OSUUS KASVAA

Palmuöljyn kasvavan kysynnän pelätään lisäävän sademetsien hakkaamista viljelmien tieltä, mikäli palmuöljyä ei tuoteta vastuullisesti.

Suomalaisyrityksistä erityisesti Fazer ja S-ryhmä pärjäsivät mainiosti WWF:n kansainvälisessä pisteityksessä, joka arvioi vastuullisen palmuöljyn käyttöä.

WWF:n mukaan vastuullisesti tuotetun palmuöljyn käyttö elintarvike- ja päivittäistavaratuotannossa ehkäisee metsäkatoa ja luonnon monimuotoisuuden vähenemistä sademetsissä.

Kolmannen kerran julkistetussa pisteityksessä oli mukana ennätysmäärä arvioitavia: 78 elintarviketuottajaa ja 52 jälleenmyyjää. Suomesta mukana olivat Fazer, Kesko, Raisio, S-ryhmä ja Valio. Fazer ja S-ryhmä pärjäsivät kansainvälisestikin vertailtuna erittäin hyvin ja saivat 11 pistettä 12:sta.



TEKSTI: TOMI RONKAINEN | KUVA: WWF

Palmuöljypisteitys on ympäristöjärjestö WWF:n joka toinen vuosi toteuttama kansainvälinen selvitys, jossa arvioidaan yrityksiä palmuöljyn hankintaketjun mukaan. S-ryhmä sai pisteitä muun muassa vastuullisen palmuöljyn järjestön Roundtable for Sustainable Palm Oil (RSPO) jäsenyydestä ja sertifioidun palmuöljyn käytöstä.

– Vastuullisen palmuöljyn tuotantoa on pyritty S-ryhmässä tukemaan jo usean vuoden ajan, ja olemme olleet RSPO:n jäsen vuodesta 2011. Pisteitys on tärkeä ulkopuolinen arvio siitä, että etenemme oikeaan suuntaan, S-ryhmän vastuullisuusjohtaja **Lea Rankinen** kertoo.

Palmuöljyä löytyy monista S-ryhmän kaupoissa ja ravintoloissa myytävistä tuotteista. S-ryhmän oma merkki -elintarvikkeissa palmuöljyä on jo usean vuoden ajan pyritty korvaamaan muilla kasvirasvoilla silloin, kun se on tuotteen ominaisuuksien kannalta mahdollista. Jos korvaaminen ei ole mahdollista, käytetään RSPO-sertifioitua palmuöljyä.

S-ryhmän omilla merkeillä myytävissä kosmetiikkatuotteissa ja kynttilöissä ei käytetä lainkaan palmuöljyä. Ravintoloiden

paistoöljyissä käytetty palmuöljy on sertifioitu, ja ABC-asetuksilla myytävissä biopoltoaineissa käytetään ensisijaisesti jättepohjaisia raaka-aineita.

Tuotanto ongelmallista

Palmuöljyn tuotantoon liittyy ongelmia, kuten metsäkato, joka vaikuttaa luonnon monimuotoisuuteen sekä uhanalaisten eläinlajien ja paikallisväestön elinalueisiin. Tuotantoon liittyy myös sosiaalisia ongelmia, kuten huonot työolot ja maanomistuskiihat. Siksi onkin tärkeää, että palmuöljyä käyttävät yritykset ja tuottajat sitoutuvat riippumattoman RSPO:n periaatteisiin, joissa huomioidaan ympäristön ja asukkaiden tarpeet.

– Jos tuotteessa on palmuöljyä, haluamme sen olevan vastuullisesti tuotettua. Tällä hetkellä S-ryhmän oma merkki -elintarvikkeissa ja ravintoloiden syväpaistoöljyissä käytetystä palmuöljystä 78 prosenttia on RSPO-sertifioitua. Työtä on kuitenkin vielä tehtävänä: seuraava tavoite on nostaa sertifioidun palmuöljyn osuus sataan prosenttiin ja lisätä jäljitettävän palmuöljyn käyttöä, Lea Rankinen painottaa. ✎

Mitä on palmuöljy?

- Maailman käytetyin kasviöljy.
- Käytetään mm. margariineissa, kekseissä, sipseissä ja ranskanperunoissa.
- Käyttö on tavallista myös biopoltoaineissa, kosmetiikassa, kynttilöissä ja pesuaineissa.
- Palmuöljyä tuotetaan pääosin trooppisilla metsäalueilla Kaakkois-Aasiassa, Afrikan ja Etelä-Amerikan tuotanto kasvaa jatkuvasti.
- Lue aiheesta lisää: wwf.fi.

S-ryhmästä.
Yksin-
oikeudella.

Kt-Uutuudet

Pehmeää paketteihin



Copelia. Pitkähihainen pusero ja ruudulliset shortsit tai pyjamahousut. Sokokset.



Actuelle. Naisen yöpuku ja aamutakki. Pehmeää, laskeutuvaa bambuviskoosijerseyä. Saatavana myös luunvalkoisena. Sokokset.

Pehmoiset pyjamat ja ylelliset yöpaidat ovat suosittuja joululahjoja. Viime hetkellä pukinkonttiin sujahtaa myös uusia alusvaatteita tai kylpytakki. Lisää lahjavinkkejä löydät Prisman ja Sokoksen joulukuvastoista.

Pyjamat koko perheelle

X-tra. Lämpimät ja edulliset flanellipyjamat. Useita värejä ja kuoseja sekä aikuisille että lapsille. Prismat.



Actuelle. Ruudullinen pyjama. Sokokset.



Actuelle. Kuviollinen velourkylpytakki. Sokokset.



Actuelle. Melissa-alushousut ja topatut rintaliivit. Saatavana myös mustana, värit vaihtelevat tavarataloitain. Sokokset.

Porkkanainen kauraleipä



Vaasan Kaurasydän porkkana (P1, S1) sisältää porkkanaa 12 %. Runsaskuituinen leipä auttaa alentamaan kolesterolia, kun sitä syö säännöllisesti kolme viipaletta päivässä.

Kuiva ja täyteläinen siideri

Somersby Double Press (P1, S3) on englantilaistyyppinen, kuiva premium-siideri. Täyteläisen juoman valmistukseen on käytetty tavallista runsaammin omenoita. Tölkki (33 cl) on tavallista hieman kapeampi ja korkeampi. Somersby on Carlsbergin kansainvälinen siiderimerkki.



Mausteinen dippi



Taffelin Broadway-dippiaines (P1, S1, Y2, O1) maistuu hapankermalta ja sipulilta. Jauhe sekoitetaan esimerkiksi kermaviiliin. Kokeile dippikastiketta myös raakojen kasvien kanssa.

Klassikkonamun paluu

Cloettan Hopeatoffee (P1, S1, Y1, O1) on salmiakin ja toffeen yhdistelmä, joka keksittiin 1960-luvulla. Pussillinen painaa n. 170 g ja sisältää yksittäispakattuja, mustia makeisia.



Makeita ja suolaisia Parrots-naposteltavia



Yoghurt Cashews (P1, S2, Y4, O1) on pussillinen jogurtinmakuisella kuorruteteella päällystettyjä cashewpähkinöitä.

Kuorrute sisältää 70 % valkosuklaata. Pähkinät pakataan 150 g:n uudelleen suljettavaan pussiin.



Chocolate Cashews (P1, S3, Y3) on pussillinen maitosuklaalla kuorrutettuja cashewpähkinöitä. Kuorrute sisältää 70 % maitosuklaata. Pussi painaa 150 g.

Roasted & Salted Cashews (P2, S2, Y4) on pussillinen paahdettuja ja suolattuja cashewpähkinöitä. Pussi painaa 250 g. Koikele salaatteihin ja kanaruokiin.



Raspberry & Strawberry Crisp (P1, S3, Y3) on pussillinen jogurtinmakuisella valkosuklaalla

kuorrutettuja vadelman- ja mansikanmakuisia riisikuulia. Pussi painaa 100 g.



Roasted & Salted Pistachios (P2, S3) on pussillinen paahdettuja ja suolattuja pistaasipähkinöitä. Pussi painaa 200 g.

Karkkisekoitus



TV Mix Fantasy (P1, S1, Y1, O2) on hedelmäinen makeisekoitus, jossa on 13 makuu. Pussista löytyy hedelmäisiä duoviini-kumeja, lakritsipyramideja ja -rakeita, hedelmäisiä vaahtoperosia ja -kuutioita. Pussi painaa 325 g.

Sokeriton makeinen

Dietorelle metsämarja & mansikka (P1, S2) on pussillinen marmeladimaisia, maltitolijauheella päällystettyjä, sokerittomia makeisia. Valmistuksessa on käytetty luontaisia aromeja ja marjamehuja sekä makeutukseen stevia-kasvista valmistettua steviaglykosidia. Pussi painaa 70 g.



Vähemmän makeat jogurtit

Arla Ingmanin Ihana Rahkaisu -jogurtissa yhdistyvät rahka ja jogurtti. Vähälaktoosisen jogurtin makuina ovat omena-päärynä (P1, S2, Y4) ja raparperi-vanilja (P1, S3, Y5).



Valion Olo-ruoansulatusjogurtia saa nyt laktoosittomana neljän pikarin pakauksessa. Paksut ja vähemmän makeat jogurtit sisältävät vähemmän energiaa kuin tavalliset Olo-jogurtit. Jogurtti sisältää runsaasti kuitua, 4 g/100 g. Makuina ovat mustikka-vilja (P1, S1, Y3), vadelma-karhunvatukka (P1, S2, Y4) ja ananas (P1, S3, Y5).

Rainbow-uutuuksia



Citrus (P2, S2) on raikas sitruunanmaakuinen virvoitusjuoma. Tölkkiin pakattua juomaa myydään kahdentoista kappaleen pakkauksessa, 12 x 33 cl. Veden alkuperä- ja valmistusmaa Suomi.

Delizione mantelinougat & merisuola tumma suklaa 55 % (P1, S2, Y4) on hienoa sveitsiläistä suklaata, jossa on kaakaota vähintään 55 %. Aromikkaan tumman suklaan joukossa on makeita mantelinougatin paloja ja ripaus merisuolaa. Pakkaus painaa 100 g. Kaakao on seos, jonka alkuperät ovat Länsi-Afrikka ja Etelä-Amerikka. Valmistusmaa Sveitsi.



Delizione tumma suklaa 78 % (P1, S1, Y3) on hienoa ja aromikasta sveitsiläistä suklaata, jossa on kaakaota vähintään 78 %. Pakkaus painaa 100 g. Kaakao on seos, jonka alkuperät ovat Länsi-Afrikka ja Etelä-Amerikka. Valmistusmaa Sveitsi.

Limited edition ksylitolipurukumi (P1, S1, Y3) on omenan- ja kanelinmakuista purukumia 130 g:n pussissa. Ksylitolin alkuperämaa Suomi. Valmistusmaa Sveitsi.



Pippurikermalla (P1, S3) ja **juustoker-malla** (P1, S3) saat helposti ja nopeasti hyvää makua kastikkeisiin, uuniruokiin, patoihin ja suolaisiin leivonnaisiin. Laktoosittomat kermit kestävät kuumennuksen. Kermojen alkuperä- ja valmistusmaa Suomi.



Luomuhunaja (P1, S1, Y2) on vaaleaa ja pehmeää hunajaa Bulgariasta. Pakkaus painaa 425 g. Hunajan alkuperämaa Bulgaria ja valmistusmaa Tanska.

Naudan keittoliha (P1, S3) ovat suomalaista naudanlihaa. Ne sopivat käytettäväksi keitto- ja pataruokiin. Pakkaus painaa 500 g. Naudanlihan alkuperä- ja valmistusmaa Suomi.

Valkosipulipatonki (P1, S3) on rapeakuorinen vaalea vehnäpatonki, joka on maustettu valkosipulilla. Vastapaistettu patonki löytyy kaupan paistopistehyllästä. Vehnän alkuperä- ja valmistusmaa Suomi.



P = Prisma
S = S-marketit
Y = Salet, Alepat ja ABC-liikennemyymälät
O = pienet ABC-yksiköt ja Delit
1 = kaikissa ketjun myymälöissä
2 = melkein kaikissa ketjun myymälöissä
3, 4, 5, 6 = ketjuna isoimmissa yksiköissä

Lukijoilta

Ässän lukijat lähettivät Sintran kyselyn kautta palautteita ja kysymyksiä S-Pankista. Tässä muutama palaute, joihin S-Pankin viestintätiimi vastaa.

Verkkopankin tulojen ja menojen seurantatyökalu on todella hyödyllinen, kun haluaa hahmottaa, minne rahat kuluvat ja mistä voisi säästää vaikka kevään kaupunkilomamatkaa varten.

S-Pankin verkkopankki tarjoaa kätevän työkalun omien tulojen ja menojen seuraamiseen. Työkalulla voit tarkastella yhden tai useamman tilisi tapahtumia haluamaltasi ajanjaksolta tapahtumalajeittain tai maksajan/saajan mukaan. Yhteenvedossa näet tulojen ja menojen erittelyt, summat kuukausittain sekä yhteenvedon graafisessa muodossa. Tulojen ja menojen seurantatyökalu löytyy verkkopankin Tilit-osiosta.

Monen pankin verkkopankkeja käyttäneenä täytyy todeta, että S-Pankin verkkopankki on käytettävyydeltään ja selkeydeltään ihan huippuluokkaa.

S-Pankin verkkopankkia kehitetään jatkuvasti asiakkaiden toiveita kuunnellen, ja se saikin keväällä 2013 kunniamaininnan tietotekniikkalehti MikroPC:n vertailussa. Kehut kohdistuivat helppokäyttöisyyteen ja ominaisuuksiin yleensä. Kiitosta sai myös kätevä tulojen ja menojen seurantatyökalu sekä maksutta sähköpostiin tilattavat saldotiedot ja -hälytykset.

Tyhmää kun S-Pankin kortilla Otto-automaateissa saldon katsominen maksaa. Tili menee herkästi pakkasen puolelle, jos esim. nuori käy katsomassa, olisiko tilille ilmestynyt rahaa.

S-Pankki poisti alkuvuodesta 2013 palvelumaksun Ottopisteellä tehdyistä saldo- ja tapahtumakyselyistä alle 18-vuotiailta. Alaikäinen voi siis tarkistaa tilinsä saldon ilman, että häneltä veloitetaan siitä palvelumaksua. Normaalisti saldo- tai tapahtumakysely maksaa 0,50 euroa per kerta. Tilin saldon voi tarkistaa maksutta verkkopankissa tai asioimalla asiakaspalvelupisteessä. Lisäksi tilin saldoa voi seurata näppärästi S-mobiilisovelluksella tai tilaamalla maksuttoman saldoviestin sähköpostiin S-Pankin verkkopankissa.

Mahtavaa, että lainatkin ovat tulleet S-Pankille. Aion siirtää omat lainani S-Pankkiin, kunhan vain saan aikaiseksi.

Kiva kuulla! S-Pankista voit hakea lainaa ilman vakuuksia tai takaajaa jopa 20 000 euroon asti. S-Etukortti Visa Credit on markkinoiden edullisin korttiluotto (Taloustaito/Suomen Rahatieto 1/2013), joka tuo joustoa arkeen. S-Lainaa S-Pankki tarjoaa S-ryhmän henkilökunnalle edullisempaan hintaan. Muista myös, että jos sinulla on useampia kulutusluottoja, niin niiden yhdistäminen yhdeksi S-Lainaksi on mahdollista – näin säästät korkokuluissa pitkän pennin! Lue lisää S-Pankin tarjoamista henkilöstöeduista Sintrasta.

Lämmittävä lahja joulupukille

Original Sokos Hotel Vaakunassa Rovaniemellä on kudottu kesästä asti joulupukille punaista kaulaliinaa.

Original Sokos Hotel Vaakunassa Rovaniemellä keksittiin kesällä hauska idea: kudotaan yhdessä joulupukille lahjaksi kaulaliina! Kutominen aloitettiin 16. kesäkuuta, ja puolen vuoden aikana projektiin on osallistunut 800 kutojaa – aina Hangosta Uuteen-Seelantiin ja Rovaniemeltä Mongolian.

Kaikki halukkaat ovat voineet osallistua joulupukin joululahjaan kutomalla oman osansa kaulaliinaan hotellin aulassa. Kudottuaan jokainen on kirjoittanut nimensä ja päivämäärän kirjaan, joka luovutetaan pukille kaulaliinan mukana joulun alla.

Pukille on luvassa varsin omaperäinen lahja, sillä yli 8-metrisessä liinassa näkyy kauniisti jokaisen kutojan oma käden jälki.

– Kutomiseen ovat ihastuneet sekä naiset että miehet. Eräs hauska tapahtuma jäi mieleen, kun heinäkuun alussa saksalainen mummo unohtui kutomaan ja meinasi myöhästyä bussista, Original Sokos Hotel Vaakunan vuoropäällikkö **Leena Alajääskö** kertoo.

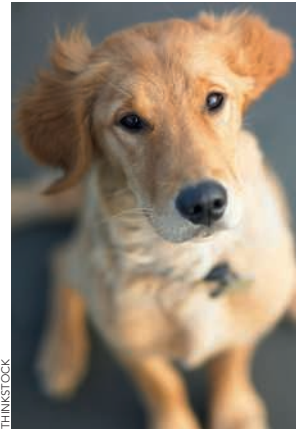
Suuren suosion siivittämänä kutomisprojektia jatketaan ensi keväänä. Asiakkaat voivat antaa vinkkejä, kenelle seuraava kaulaliina lahjoitetaan.



Entinen käsityönopettaja Marja Tuomi Rovaniemeltä antoi oman panoksensa joulupukin lahjaan.

Seuraavassa Ässässä:

- Muistathan, että vuonna 2014 Ässä ilmestyy kuusi kertaa: helmi-, huhti-, kesä-, elo-, loka- ja joulukuussa.
- Ensimmäisen numeron saat kotiisi 17.2. Luvassa on sekä sisällöltään että ulkoasultaan paranneltu Ässä, jossa on vanhoja tuttuja suosikkijuttusarjoja ja -palstoja mutta myös paljon uutta.
- Ykkösnumeron teemasivuilla tutustumme S-ryhmän päivittäistavara kauppaan. Selvittämme, millaisiin muutoksiin pt-kaupan on reagoitava ja miten?
- Kurkistamme myös Kodin Terra -ketjun uuteen eläinmaailmaan, käymme Norjassa lohiapajilla sekä esittelemme entistä monipuolisemmin palvelevat Sokos Hotellien verkkosivut.



Sintrassa:

- Marraskuun visailussa testattiin, kuinka hyvin s-ryhmäläiset tuntevat S-Pankin. Miltei 300 vastauksen perusteella oman pankin perusasiat ovat hyvin hallussa. Sintrasta löytyvä kyselykooste kertoo oikeat vastaukset. Kaikkien visaan vastanneiden kesken arvotun S-ryhmän 50 euron lahjakortin voitti Päivi Turunen Nurmeksestä. Onnittelut!
- Muistathan osallistua Sintran käyttäjäkyselyyn! Vastaamalla voit voittaa S-ryhmän 50 euron lahjakortin.
- Tammikuussa löydät Sintrasta Ässän tutut koosteet: pt-uuustuotteet ja omien kt-merkkien uutuudet.



Yhteishyvä Live tulee

- Tammikuussa 2014 Yhteishyvä-lehti ei kolahda postiluukusta, vaan Yhteishyvä palvelee lukijoita uudessa, helppokäyttöisessä Yhteishyvä Live -palvelussa osoitteessa www.yhteishyva.fi. Sieltä löytyvät paperilehdestä tutut jutut, reseptit sekä juttuihin liittyvää ja näkökulmia avartavaa videosisältöä. Palvelu toimii helposti eri päätelaitteilla: tietokoneella, tabletilla tai älypuhelimella. Tutustu uuteen palveluun tammikuusta alkaen ja osallistu samalla lukijakilpailuun – voit voittaa tau-lutelevision. Helmikuussa Yhteishyvä Liven rinnalla ilmestyy jälleen paperinen lehti.
- P.S. Muistathan, että Yhteishyvä.fi:n sisällöt on myös optimoitu näkymään parhaalla mahdollisella tavalla eri päätelaitteilla. Voit kokeilla sivuston responsiivisuutta lukemalla esimerkiksi Yhteishyvä.fi:n reseptejä joko kännykällä tai tabletilla.



Joulukuussa tehdään lahjahankintoja ja leivotaan joulupyhien tarjottavia.

Aaton jälkeen on aika rentoutua ja nauttia ihanista talvipäivistä.

Tässä kuussa
YHTEISHYVÄ.FI:SSÄ



Vartalon hoito-ohjeet ja muut ihonhoitoniisit

Vartalo tarvitsee hoitoa ympäri vuoden. Paksumen talvivaatteiden alla iho kuivuu, hilseilee ja jopa veltostuu. Oikein hoidettuna iho säilyy kimmoisana ja kauniina pidempään.

Suussa sulavia herkkuja

Hae ohjeet kinkunpaistoon sekä tutustu joulun parhaisiin ruoka- ja leivontaresepteihin.



Talviurheiluvälineet hankintalistalle

Vinkit sukien, luistimien sekä kelkkojen ja pulkkien valintaan ostajan oppaista.

Pitkää ikää kuuselle ja kukille

Hyvin hoidetut kasvit kestävät helposti loppiaiseen asti. Lue ohjeet joulukuusen ja -kukkien hoitoon.

