



K

KESKON TIETOTILIN- PÄÄTÖS 2025

TIETOTILINPÄÄTÖS

Alkusanat	3
Kestävää kilpailuetua datasta	4
Datasta arvoa asiakkaalle ja liiketoiminnalle	5
Datan laatu ja riskienhallinta varmistavat kestävän arvonluonnin	9
Tietotase yhdistää Keskon datapääoman ja sen käyttökohteet	12
Tietosuoja	15
Kyberturvallisuus	18
Päivittäistavarakauppa	20
Kespro luo uudenlaista foodservice-markkinaa	28
Rakentamisen ja talotekniikan kauppa	32
Autokauppa	38
Vastuullista ja kestävä dataa hyödyntämistä	41
Keskon rajattu tietotase 2025	43



TIETOTILINPÄÄTÖS KUVAA DATAAN PERUSTUVAA KESTÄVÄÄ ARVONLUONTIA

Datan ja tekoälyn hyödyntäminen Keskoissa tuottaa yhä merkittävämpiä hyötyjä liiketoiminnalle, asiakkaille, kauppiaille ja kumppaneille. Lähes kaikessa, mitä Kesko tekee, on digitaalinen ulottuvuus. Data ja teknologia ovat suurelta osin aineettomia resursseja, joita on hyödynnettävä vastuullisesti, ihmislähtöisesti ja kestäviä vaikutuksia tavoitellen.

Dataan ja sen hyödyntämiseen liittyy liiketoiminta- ja asiakasarvon lisäksi myös uhkia ja riskejä, joita Kesko hallinnoi aktiivisesti. Vahva tietosuoja, kyberturvallisuus sekä vahva digitaalinen arkkitehtuuri ovat perusta kaikelle muulle.

Läpinäkyvä ja ymmärrettävä viestintä datan keräämisestä, hyödyntämisestä sekä toiminnan tavoitteista ja palvelee kaikkia sidosryhmiä. Se on myös yksilön oikeuksia arvostavan datatalouden hengen mukaista. Samalla se vahvistaa sisäisesti K-ryhmässä työskentelevien ymmärrystä datapohjaisesta kestävästä arvonluonnista.

Tietotilinpäätös on vapaaehtoinen raportti, joka täydentää Keskon säänneltyä talous- ja vastuullisuusraportointia. Se noudattaa EFRAG:n (European Financial Reporting Advisory Group, 2023) suositusta parantaa sijoittajainformaatiota aineettomiin varallisuuseriin liittyen. Erityisiä näkökulmia ovat datan osuus liiketoimintamallissa sekä dataan kytkeytyvät strategiset mahdollisuudet ja riskit.

ALKUSANAT

Hyvä lukija,

Keskon datapääoma on vuosien aikana rakentunut strategiseksi voimavaraksi, jonka arvo toteutuu liiketoiminnassa ja asiakaskohtamisissa joka päivä. Kilpailuetumme rakentuu keskolaisten ja kumppaneidemme osaamisesta, laadukkaasta datasta, vahvoista data- ja analytiikkavykyksistä sekä tehokkaasta digitaalisesta arkkitehtuurista.

Ainutlaatuinen kauppiasmallimme yhdistettynä data-analytiikkaan ja tekoälyyn auttaa meitä tarjoamaan henkilökohtaisempaa asiakaskokemusta ja optimoimaan toimintaamme mittakaavassa, joka erottaa meidät muista kaupan alan toimijoista. K-kauppiat hyödyntävät Keskon yhteisiä datapalveluita sekä K-Plussan tuottamaa asiakasymmärrystä oman asiakaskuntansa tarpeisiin. Kauppa-kohtainen liikeidea yhdistää ketjuliiketoiminnan tehokkuuden ja paikallisen asiakaslähtöisyyden.

Haluamme, että asiakkaamme hyötyvät datasta konkreettisesti. K-Plussa on arvonluontimme keskiössä erityisesti päivittäistavara-kaupassa. K-ryhmä palkitsi K-Plussa-asiakkaita viime vuonna 826 miljoonan euron edestä etuina ja alennuksina, ja täysin henkilökohtaisten etujen arvo kaksinkertaistui edellisvuodesta. Data auttaa meitä kohdentamaan etuja aiempaa osuvammin, mikä vahvistaa asiakasuskollisuutta ja tekee arvonluonnista myös liiketoiminnallisesti kestäväää. Kaikilla toimialoillamme datan hyödyntämisen tavoitteena on palauttaa asiakkaalle arvoa

yksilöllisenä palveluna, osuvampina etuina, henkilökohtaisina suosituksina sekä arkea helpottavina digitaalisina palveluina.

Tekoälyn käyttö päätöksenteon tukena ja kaupan prosessien optimoinnissa on ollut Keskon digitaalista toimintaa jo pitkään. Nyt myös generatiivisen tekoälyn ratkaisuja viedään hallitusti osaksi operatiivista toimintaa. Jokainen käyttötapaus sekä teknologinen valinta perustuu liiketoiminnallisiin tavoitteisiin ja mitattaviin hyötyihin.

Samalla data ja tekoäly ovat yhä useamman keskolaisen työn tukena. Vuoden 2025 lopulla toteutettu AI-innovointihaaste lisäsi sisäisten tekoälyagenttien määrää, ja noin 500 keskolaista hyödyntää niitä kuukausittain työssään. Osaaminen kehittyy arjen kokeiluissa, ja parhaita ratkaisuja skaalataan käyttöön koko Keskoissa.

Data ei näy talouden taseessa samalla tavalla kuin monet muut varat, mutta sen merkitys Keskon arvonluonnissa on suuri. Toimialojemme datakyvykkyyydet on rakennettu pitkäjänteisesti, ja ne tukevat myynnin kasvua, toiminnan tehokkuutta ja parempaa asiakas- sekä henkilöstökokemusta. Laadukas data, nopea päätöksenteko ja ketterä kehittäminen synnyttävät etua, joka vahvistuu ajan myötä.

Vastuullisuus ja läpinäkyvyys ohjaavat kaikkea datan hyödyntämistämme. Olemme sitoutuneet korkeaan



tietosuojaan tasoon sekä tietoturvan moninkertaiseen varmistamiseen. Samalla autamme asiakkaitamme tekemään kestävämpiä valintoja tarjoamalla dataan perustuvaa tietoa ostosten ilmastovaikutuksista, kotimaisuudesta ja terveellisyydestä.

Tämä tietotilinpäätös kuvaa, missä Kesko on tänään ja millä kyvykkyyksillä luomme kestäväää kasvua tulevaisuudessa.

Helsingissä huhtikuussa 2026

Minna Vakkilainen,
Senior Vice President, Marketing, Data & Digital services

KESTÄVÄÄ KILPAILUETUA DATASTA

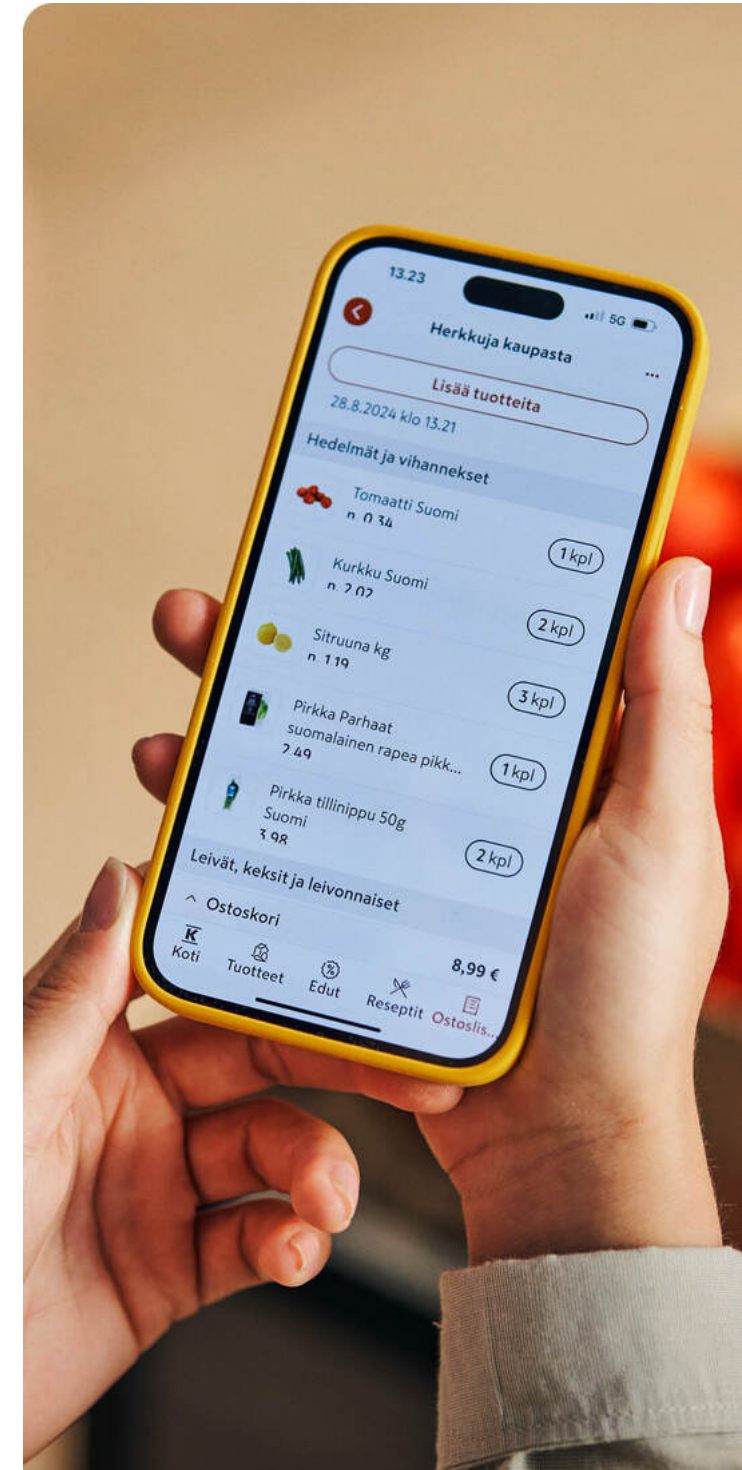
Kesko on vahvasti dataohjautunut kaupan alan yritys, jonka tavoitteena on olla Pohjois-Euroopan johtava ja vetovoimaisin kaupan alan toimija. Tekoälyä hyödynnetään liiketoimintalähtöisesti ja skaalautuvasti läpi Keskon. Painopiste on sovelluksissa, joissa tekoäly tuottaa mitattavaa arvoa liiketoiminnan prosesseissa.

Dataa, data-analytiikkaa ja tekoälyä hyödyntämällä Kesko pyrkii luomaan kestäväää ja kasvavaa kilpailuetua, joka perustuu yhdistelmään yliverstaista asiakaskokemusta, toiminnan tehokkuutta ja toimintavarmuutta sekä kannattavuutta. Kokonaisuus nojaa vahvaan riskienhallintaan ja vaatimustenmukaisuuteen, monitasoiseen kyberturvallisuuteen sekä vastuullisiin toimintatapoihin.

Data on Keskon strateginen voimavara ja keskeinen aineeton pääoma

Kesko kehittää data- ja teknologiakyvykkyksiään liiketoimintojensa strategisista lähtökohdista. Päivittäistavarakaupan, rakentamisen ja talotekniikan kaupan, autokaupan sekä konsernitason synergisiä digitaalisia kyvykkyksiä kehitetään liiketoiminnan ja asiakkaiden tarpeisiin vastaten ja niitä ennakoiden.

Data on Keskon strateginen voimavara ja keskeinen aineeton pääoma. Keskon panostukset keskittyvät kannattavan kasvun tukemiseen: tekoälyn tuottavan käytön arkipäiväistämiseen, jatkuvaan data- ja teknologiaosaamisen kehittämiseen, sekä arvoa luovien digitaalisten palveluiden kehittämiseen. Yhtä tärkeää on jatkuva prosessien tehostaminen dataa ja tekoälykyvykkyksiä hyödyntäen.



DATASTA ARVOA ASIAKKAALLE JA LIIKETOIMINNALLE

Data on Keskossa aktiivisesti johdettava liiketoiminnan resurssi ja kilpailuedun lähde. Keskon kasvustrategian ytimessä on monikanavaisen asiakaskokemuksen jatkuva parantaminen ja digitaalisten palveluiden jatkuva kehittäminen.

Data mahdollistaa Keskon erottautumisen laadulla, palveluilla, vaivattomuudella ja asiakaskokemuksella sekä kaupoissa että digitaalisissa kanavissa. Keskolla on runsaasti potentiaalia kasvattaa datan hyödyntämistä sekä kehittää uusia datapohjaisia arvonluontimalleja. Tämä edellyttää jatkuvaa panostusta muun muassa data-, teknologia-, analytiikka- sekä design-kyvykkyyksien kehittämiseen.

Keskon vahvuus on mittava määrä laadukasta dataa asiakkaista, prosesseista, tuotteista, arvoketjusta sekä toimintaympäristöstä. Datapääoma on arvoa tuottava kokonaisuus, joka on syntynyt vuosien määrätietoisesta työstä tuloksena. Sen arvo realisoituu aktiivisessa liiketoimintakäytössä.

Eri datalähteiden kokonaisvaltainen hyödyntäminen mahdollistaa ainutlaatuisen asiakas- ja liiketoimintaymmärryksen sekä nopean reagoinnin liiketoiminnan ja asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin kaikilla toimialoilla. Tämä vahvistaa Keskon kilpailuetua nopeastikin muuttuvassa markkinassa.

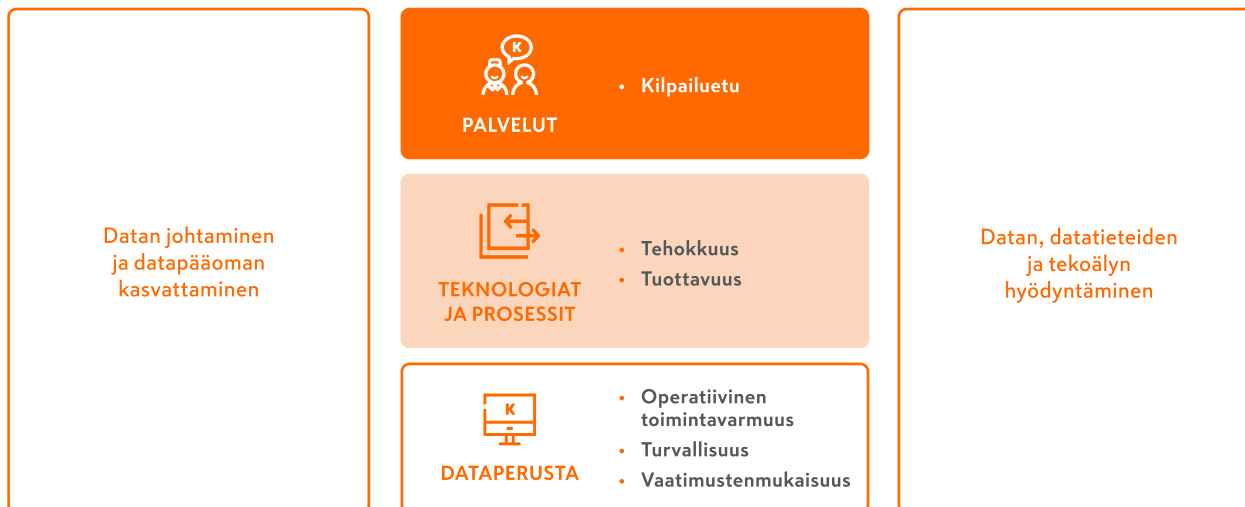
Asiakas arvonluonnin keskiössä

Kesko tarjoaa ainutlaatuisen asiakaskokemuksen yhdistämällä laajan tietopääomaansa, teknologian mahdollisuudet sekä keskolaisten osaamisen. Datalla johtaminen mahdollistaa asiakkaiden tarpeiden ja mieltymysten syvällisen ymmärtämisen sekä niihin vastaamisen kaikissa kanavissa mobiilista kivijalkakauppaan. K-Plussa-kanta-asiakasohjelmaan kuuluu noin 3,5 miljoonaa suomalaista, ja se tavoittaa noin 90 % Suomen kotitalouksista.

Asiakaspalkitseminen on keskeinen osa Keskon kannattavaa kasvua. Dataohjautuva palkitseminen luo arvoa molempiin suuntiin. Asiakkaille hyödyllisten ja relevanttien etujen tarjoaminen vahvistaa asiakasuskollisuutta, kun taas etujen tarkka kohdentaminen ja ohjattavuus tukevat tehokasta ja taloudellista johtamista nopeasti muuttuvassa markkinaympäristössä.

Päivittäistavarakaupassa korostuvat K-Ruoka-mobiilisovelluksen suositukset, edut ja sisällöt yhdistettynä laajaan asiakastarpeiden ymmärrykseen sekä kivijalka- ja verkkokaupan datalla johdettuun tarjontaan. Kespro auttaa foodservice-ammattilaisia onnistumaan liiketoimintaa tukevilla palveluilla. Rakentamisen ja talotekniikan kaupassa Onnisen ja K-Raudan digitaaliset ratkaisut tehostavat työtä ja tuovat kattavat verkkokaupat sekä mobiilisovellukset rikkaine tuotetietoineen asiakkaiden hyödyksi. Autokaupassa K-Auto tekee auton hankinnasta, huollosta ja ylläpidosta monikanavaisesti helppoa.

Datastrategian tasot Keskossa



Tekoälykyvykkyys skaalautuu yli toimialojen

Kesko on siirtymässä hajautuneesta, toimialakohtaisesta AI-kehityksestä kohti keskitetymppää mallia. Vuoden 2026 alusta perustettu AI Solutions -tiimi keskittää konsernitason tekoälykyvykkyksiä yhteen. Muutos heijastaa strategista valintaa kohti skaalautuvaa mallia, joka tuottaa synergiaetuja läpi koko konsernin.

Omien tekoälykyvykkyysien ja osaamisen kehittämisellä Kesko tavoittelee uniikkia kilpailuetua, joka perustuu vahvan data-alustan, digitaalisen toimintamallin ja liiketoimintakeskeisten tekoälysovellusten synergiaan. Datatiede- ja analytiikkakyvykkyudet luovat arvoa muun muassa asiakasymmärryksen syventämisessä, tavaravirtojen optimoinnissa sekä markkina-analyyseissä. Omien tekoälykyvykkyysien rinnalla hyödynnetään valikoituja valmiita ratkaisuja operatiivisen tehokkuuden parantamiseksi.

Keskon lähestymistapa tekoälyratkaisujen kehittämiseen on prosessilähtöinen ja liiketoimintavetoinen. Ennen ratkaisun rakentamista arvioidaan, mikä on paras keino vastata liiketoiminnan tarpeeseen. Toimintaa ohjaavat mitattavat tavoitteet: tehokkuuden kasvu, tuottavuuden parantaminen, myynnin kasvu ja katteen paraneminen. Tekoälyratkaisujen tuottama arvo on suorassa suhteessa käytettävissä olevan datan laatuun, rakenteisiin ja käytettävyyteen.

Keskon tekoälymatka on edennyt suunnitelmallisesti. Alkuvaiheessa luotiin vahva perusta: otettiin käyttöön tekoälytyökalut, rakennettiin riittävät hallinnointimallit,

tietoturva- ja tietosuojakäytännöt sekä kehitettiin ymmärrystä vastuullisesta ja vaatimustenmukaisesta tekoälyn hyödyntämisestä Keskon toimintaympäristössä.

Keväällä 2025 hyväksytty AI-strategia vie Keskoa uudelle tasolle tekoälyn hyödyntäjänä. Tekoäly linjattiin liiketoimintojen kyvykkyudeksi, jota kehitetään sisäisesti ja erityisesti kilpailuedun rakentamisen näkökulmasta. Tekoälytaitojen arkipäiväistämiseksi perustettiin noin 100

hengen generatiivisen tekoälyn muutoslähettiläsverkosto, joka edistää muutosta koko organisaatiossa. Myös tekoälyn hallintomalli uudistettiin: erillisestä AI Governance -ohjauksesta siirryttiin yhteiseen Data- ja AI Governance -malliin, joka tunnistaa datan ja tekoälyn erottamattoman yhteyden arvonluonnissa.



Kesko siirtyy nyt AI-strategiansa mukaisesti kokeiluvaiheesta skaalautuvan arvonluonnin vaiheeseen. Panostus pitkäjänteiseen, prosessilähtöiseen kehitykseen ja keskitettyyn kyvykkyyteen luo edellytykset merkittävien ja kestävien liiketoimintahyötyjen realisoimiselle.

Moderni data-arkkitehtuuri ja kypsä K-Data-alusta

Keskon digitaalinen arkkitehtuuri on liiketoiminnan mahdollistaja ja kiihdyttäjä. Liiketoimintalähtöisyys varmistaa, että kaikki dataan ja teknologiaan liittyvät ratkaisut ja päätökset toteuttavat Keskon strategiaa.

Vuonna 2026 arkkitehtuuria ohjaa yhä vahvemmin ryhmätason teknologiastrategia, joka nojaa yhteisiin alustavalintoihin turhien siilojen ja päällekkäisyyksien purkamiseksi. Arkkitehtuuria ohjataan liiketoiminnan ja teknologian näkökulmat yhdistäen. Järjestelmien elinkaarien hallintaa tehdään aktiivisesti, mikä varmistaa ratkaisujen olevan paitsi tehokkaita, myös kestäviä ja

turvallisia. Ohjauksesta vastaava Enterprise Architecture Board varmistaa, että dataan ja teknologiaan liittyvät ratkaisut toteuttavat Keskon yhtenäistä strategiaa.

Käynnissä oleva laaja IT-toimittajamuutos uudistaa arkkitehtuurin perustaa lähivuosina: kyber- ja turvallisuusarkkitehtuuri on päivitetty ensimmäisenä asettamaan tiukat reunaehdot uuden digitaalisen infrastruktuurin rakentamiselle.

Pilvipohjainen arkkitehtuuri mahdollistaa datan korkean laadun, datavirtauksen sekä liiketoiminnallisen kontekstiymmärryksen. Tämän ansiosta edistynyttä analytiikkaa ja automaatiota on voitu skaalata kokeilusta tuotantoon kaikilla toimialoilla. Samalla varmistetaan, että generatiivisen tekoälyn ja agenttipohjaisten ratkaisujen käyttöä voidaan tehokkaasti edistää.

K-Data on Keskon liiketoimintoja palveleva modulaarinen data- ja teknologia-alusta. Vuonna 2025 sen painopiste siirtyi perustan rakentamisesta skaalautuvaan tehokkuuteen

ja nopeaan hyödyntämiseen yli toimialarajojen. Alusta tarjoaa valmiit kyvykkyydet, joiden päälle liiketoiminta voi rakentaa uusia käyttötapauksia. Vaikka päivittäistavarakauppa on toiminut kehityksen veturina, alustan tuottama synergiahyöty on saatu onnistuneesti laajennettua koskemaan myös rakentamisen ja talotekniikan kauppaa sekä autokauppaa. Esimerkiksi autokaupan datan tuominen yhteiselle alustalle nopeuttaa koko ryhmän oppimista ostopolkujen optimoinnissa.

K-Data-alusta rajapintoinen on laajentunut myös aidoksi ekosysteemialustaksi. Se mahdollistaa datan jakamisen ja jalostamisen paitsi Keskon omien toimintojen, myös kauppiaiden, tavarantoimittajien ja kumppanien kesken. Esimerkiksi kauppiat voivat tuoda omia paikallisia tuotteitaan ja tietojaan alustalle, mikä rikastaa kokonaiskuvaa ja palauttaa dataa jalostettuna takaisin kauppiaiden ja kumppaneiden päätöksenteon tueksi.

Case

K-Plussa palkitsee ensimmäisestä ostoksesta lähtien

K-ryhmä palautti vuonna 2025 K-Plussa-kanta-asiakkailleen yli 826 miljoonaa euroa etuja. Summa on kasvanut viime vuosina keskimäärin 11 prosenttia vuodessa. Palkitseminen perustuu syvälliseen asiakasymmärrykseen ja asiakkuuden kokonaisuuden johtamiseen.

Jokainen K-Plussan kautta palautettu euro on tiedolla johdettua ja kohdennettu eri kauppatyypin, maantieteellisten alueiden, ja tarkimmillaan jopa yksittäisen kaupan liikeidean tai asiakkaan ostohistorian mukaan.

K-Plussa on Keskon arvonluonnin sydämessä. K-Plussa-kanta-asiakasohjelmasta ja kumppanuuksista vastaavan johtajan **Toni Jarimon** mukaan luku kertoo, miten arvokasta kertyvä asiakasdata on sekä Keskolle että asiakkaalle itselleen.

“Olemme laskeneet tarkasti, kuinka paljon K-ryhmä todellisuudessa palkitsee asiakkaitaan. Perinteisen Plussarahan osuus on tästä kokonaisuudesta suhteessa pieni. Varsinainen palkitseminen syntyy tunnistautuville K-Plussa-asiakkaille suunnatuista, laajasti hyödynnetyistä alennuksista ja eduista”, Jarimo kertoo.

Datalla ohjattua hyötyä koko kauppaan ja yksittäiseen ostoskoriin

Kilpailu päivittäistavarakaupassa on arkipäivää, ja asiakkailla on valinnanvaraa. Keskon strategia ei nojaa yleisiin

tasatarjouksiin läpi ketjun, vaan kykyyn palauttaa arvoa älykkäämmin. Etu näkyy ostoskorin hinnassa heti ensimmäisestä eurosta alkaen. K-Plussa-asiakas saa keskimäärin yli 10 prosentin edun suoraan kassalla. Monissa kanta-asiakasohjelmissa asiakasta palkitaan vasta ostojen kertymisen jälkeen, mutta K-Plussa-asiakas saa täyden hyödyn välittömästi.

Vaikka suuri osa eduista on yhteisiä kaikille K-Plussa-asiakkaille, asiakasdata ohjaa myös niiden suunnittelua. Yhteisten ja kauppakohtaisten etujen rinnalle on kasvanut täysin yksilöityjen etujen kokonaisuus, jonka osuus on parissa vuodessa kaksinkertaistunut.

“Kun yhdistämme oikean asiakkaan, tuotteen ja kaupan, pystymme rakentamaan todella henkilökohtaisia etuja, jotka puhuttelevat juuri kyseistä ihmistä. Kohdennettujen etujen kasvu vaikuttaa suoraan asiakkaidemme arkeen ja ohjaa myyntiä oikeisiin tuotteisiin”, Jarimo toteaa.

Kauppiasmalli lisää myös etujen osumatarkkuutta

Keskon palkitsemisessa yhdistyvät valtakunnallinen skaala ja paikallinen osumatarkkuus. K-kauppiat voivat antaa lisäetuja, jotka on räätälöity juuri oman asiakaskunnan tai esimerkiksi kaupunginosan tarpeisiin datan pohjalta.

“Jos yksittäinen kauppias haluaa tarjota omien asiakkaidensa iloksi paikallista lähiruokaa tai ajankohtaisia erityistuotteita hyvään hintaan, se onnistuu datan ja digitaalisten kanavien avulla nopeasti. Tämä paikallisen

ymmärryksen tuominen osaksi asiakasetuja on meille merkittävä kilpailutekijä”, Jarimo selittää.

Ohjaus omissa käsissä

Mittava asiakkaille annettava etu on liiketoiminnan näkökulmasta myös tehokasta ja älykästä kannattavuuden johtamista. Kun asiakassegmentit tunnetaan tarkasti ja datatyökalut ovat omassa hallinnassa, hyödyt ohjautuvat oikein ja tukevat koko ketjun kannattavuutta.

“Pystymme mukauttamaan K-Plussan tarjoamia etuja ajassa ja paikassa, reagoimaan markkinan muutoksiin nopeasti ja ohjaamaan kokonaisuutta niin, että haemme jatkuvasti sekä asiakasuskollisuuden kasvua että kannattavaa kasvua. Tämä datakyvykyys on rakennettu pitkäjänteisesti koko organisaation voimin”, Jarimo summaa.



DATAN LAATU JA RISKIENHALLINTA VARMISTAVAT KESTÄVÄN ARVONLUONNIN

Laadukas data on Keskolle ja sen toimialoille elintärkeää

Tiedonhallinnan prosesseja ja dataan liittyvää yhteistyötä kehitetään datan laatua, käytettävyyttä ja riskienhallintaa painottaen. Muutoksia EU-sääntelyyn ja tietoturvaan liittyvässä toimintaympäristössä ennakoidaan ja hallinnoidaan proaktiivisesti. Keskon integroitu riskienhallintamalli kattaa laajasti dataan ja kyberturvallisuuteen liittyvät riskit, ja niiden seuranta on systemaattista läpi organisaation.

Laadukas data tuottaa arvoa ja minimoi riskit

Keskon tiedonhallinta varmistaa datan elinkaaren ja tietopääoman johtamista liiketoimintatarpeet edellä. Prosessit ja vastuut takaavat datan asianmukaisen, turvallisen ja lainmukaisen käsittelyn. Koska generatiivinen tekoäly on herkkä datan laatuongelmille ja semanttiselle hälylle, on datan oikeellisuuden, ajantasaisuuden ja liiketoimintakelpoisuuden merkitys korostunut entisestään.

Vuonna 2025 Kesko siirtyi tiedonhallinnan maturiteetissa rakentamisvaiheesta hyödyntämisvaiheeseen. K-data-alustan vakiintuminen on parantanut skaalautuvuutta ja datatuotteiden käytettävyyttä. Keskustelu ei enää keskity itse datan olemassaoloon, vaan siihen, miten olemassa oleva data valjastetaan nopeasti liiketoiminnan käyttöön. Yhteiset,

luotettavat datasetit ja datatuotteet ovat tiivistäneet käytötapaukset osaksi kauppojen arkea ja strategista päätöksentekoa.

Tietomallit ja datan yhteentoimivuus ratkaisuna datatulvaan

Tiedonhallinnan haasteet muuttuvat datan määrän ja muotojen kasvaessa. Kesko vastaa tähän panostamalla yhä vahvemmin tietomallien ja liiketoimintakäsitteistön kehittämiseen. Tämä on välttämätöntä, kun datan käytötapaukset moninaistuvat samalla, kun

tekoälyagenttien ja kielimallien käyttö yleistyy. Kasvavista datamääristä huolimatta Kesko varmistaa datan laatua automaattisilla mittareilla ja prosesseilla, jotka skaalautuvat koko ekosysteemin tarpeisiin ulottuen omasta toiminnasta kumppaneihin ja toimittajiin.

Selkeä omistajuus ketteryuden mahdollistajana

Laadunhallinnan kulmakivenä toimii selkeä johtamismalli, joka vahvistaa tiedon liiketoiminnallisen arvon ymmärtämistä. Tiedonhallinnan mallissa datan

K-Data-alusta



omistajuudet, vastuut ja roolit on määritelty tukemaan käytännön tekemistä.

Kun dataomistajuus on kytketty strategiseen liiketoimintaan ja prosessien tuntemukseen, varmistetaan, että kehitysresurssit kohdistuvat vaikuttavimpiin kohteisiin. Samalla kehitetään jatkuvasti ymmärrystä tietosisällöistä ja niiden riippuvuuksista, mikä on edellytys edistyneiden tekoälyratkaisujen hyödyntämiselle.

Riskienhallinta takaa jatkuvuuden ja turvallisuuden

Riskienhallinta takaa jatkuvuuden ja turvallisuuden muuttuvassa toimintaympäristössä. Dataan liittyvien riskien tunnistaminen ja hallinta ovat Keskon dataintensiivisen toimintamallin perusedellytys. Datariskien hallinta kattaa datan laadun, käytettävyyden, turvallisuuden, käsittelyn turvallisuuden ja vaatimustenmukaisuuden sekä vastuukysymykset. Liiketoiminnan jatkuvuutta varmistetaan myös strategisella IT-palveluomittajien uudistushankkeella, joka kattaa turvallisuusarkkitehtuurin päivityksen vuoteen 2026 mennessä.

Kyberriskit ja niiden hallinta on integroitu osaksi Keskon kokonaisvaltaista riskienhallintamallia, huomioiden geopolitiittisen tilanteen ja palvelunestohyökkäysten uhan. Malli kattaa systemaattisesti kaikki konsernin toimialat ja maayhtiöt. Erityistä huomiota kiinnitetään kriittisen infrastruktuurin ja toimitusketjun (mm. Kespro, K-Lataus) sääntelyvaatimukseen (kuten NIS2). Riskienhallinta ulottuu Keskon oman datan lisäksi asiakkaiden ja kumppaneiden dataan koko tiedon elinkaaren aikana.

Riskienhallintamallissa operatiiviset riskit, mukaan lukien tietosuoja- ja kyberriskit, arvioidaan neljännesvuosittain. Tunnistetut uudet riskit tai olennaiset muutokset nykyisissä riskeissä viedään datan omistavan liiketoiminnan vastuulla olevaan riskienhallintamalliin. Keskon hallituksen tarkastusvaliokunta käsittelee riskikokonaisuuden neljännesvuosittain.

Dataan ja kyberturvallisuuteen liittyvä sisäinen tarkastus toteutetaan riippumattomasti ja riskipohjaisesti. Tarkastusohjelma kattaa myös uudet regulaatiovaatimukset, kuten NIS2-valmiuksien auditoinnin. Tarkastustoiminta ja erillinen AI Steering Group kattavat tekoälyn hyödyntämiseen liittyvät riskit sekä tekoälyavusteisiin hyökkäyksiin varautumisen.

Datasääntely ja määräystenmukaisuus

Dataa koskevan sääntelyn ja vaatimustenmukaisuusvalvonnan rakenne- ja ohjausmalli varmistaa, että Kesko käsittelee ja hyödyntää dataa kokonaisuutena vastuullisesti ja sääntelyn mukaisesti. Malli tukee myös EU:n kestävyysraportointidirektiiviä (CSRD), joka asettaa datan laadulle ja jäljitettävyydelle taloudellisen raportoinnin kaltaiset vaatimukset.

Merkittävin sääntelykokonaisuus Keskon toiminnan kannalta on eurooppalainen tietosuoja-asetus (GDPR), jonka noudattamista kuvataan tarkemmin tietotilinpäättöksen tietosuojaosiossa. Sähköisen viestinnän ePrivacy-tietosuoja-asetus näkyy asiakkaille muun muassa verkkopalveluissa selkeissä evästekäytännöissä. Näiden

rinnalla vaikuttaa uusi EU:n datastrategian sääntelykokonaisuus. Eniten Keskon toimintaan vaikuttavat tekoälysäädös (AI Act), datasäädös (Data Act) sekä kyberturvallisuudirektiiviin (NIS2) toimeenpaneva kansallinen kyberturvallisuuslaki.

Loppuvuonna 2025 voimaan astunut datasäädös avaa Keskolle kiinteistö- ja energiapalveluiden käyttäjänä tai autokaupan palveluntarjoajana uusia mahdollisuuksia hyödyntää laitteiden keräämää dataa toiminnassaan. Esimerkiksi ajoneuvojen huoltopalveluissa saadaan parempi pääsy ajoneuvojen tuottamaan dataan, mikä voi tehostaa huoltopalveluita sekä mahdollistaa kattavamman diagnostiikan, ennakoivan huollon ja tehokkaamman vianimäärityksen. Vaikka Kesko ei toimi laitevalmistajana, säädös asettaa sille jakelijana velvoitteita informoida asiakkaita datasäädöksen tuottamista mahdollisuuksista hyödyntää ja jakaa hankkimiansa laitteiden keräämää dataa.

Tekoälysäädökseen liittyen Kesko on toteuttanut tekoälyjärjestelmien riskikartoituksen sääntelyn näkökulmasta. Kartoituksessa ei tunnistettu nykytoiminnassa sääntelyn määrittelemiä korkeariskisiä tai kiellettyjä tekoälyjärjestelmiä. Kesko on perustanut konsernitason hallinnointimallin (AI Governance Steering Groupin) ja prosessit, jotka varmistavat tekoälysäädöksen noudattamisen sen täysimääräisen soveltamisen alkaessa elokuussa 2026. Esimerkkinä vaatimustenmukaisuuden ja teknologian yhdistämisestä Kesko hyödyntää tekoäly markkinoinnin viherväittämien (Green Claims) tunnistamisessa ja varmentamisessa.

Case

Keskolaisten ideoimat tekoälyagentit vievät kokeilut arjen työhön

Keskolaiset pääsivät rakentamaan tekoälyagentteja Keskon yhteisessä AI-innovointihaasteessa. Kun agentti suunnitellaan omaa päivittäistä työtä varten, syntyy samalla paras mahdollinen idea, ja heti myös halu viedä se käytäntöön.

"Keskossa rakennettujen ja käytössä olevien agenttien määrä kaksinkertaistui kilpailun tuloksena. Tämä kertoo enemmän kuin mikään muu siitä, että ihmisillä on halua ja kykyä viedä tekoälyä eteenpäin omassa arjessaan", kertoo Keskon GenAI Transformation Manager **Mikke Bergström**.

Kilpailun voittajat julkistettiin alkuvuodesta 2026. Syntyneet ideat muodostivat konkreettisen jatkokehityslistan, jota Keskon uusi AI Solutions -tiimi vie eteenpäin. Tiimi jatkokehittää jo kilpailussa toteutettuja ja käyttöön otettuja agentteja sisäisin resurssein, jolloin jatkuvasti kertautuva osaaminen ja oppiminen vauhdittavat muutosta laajasti. Muutos on nopeaa ja hallittua, sillä tällä hetkellä jo noin 500 keskolaista käyttää kuukausittain jotakin Keskon yhteisistä agenteista työtään tukemaan.

AI Solutions -tiimi edistää parhaiden ideoiden skaalaamista kokeilusta tuotantoon. "Menemme aina prosessi edellä. Ennen kuin rakennamme ratkaisua, selvitämme, mikä on se

oikea ongelma, johon tekoäly todella auttaa. Aina tekoäly ei ole oikea ratkaisu ongelmaan - tiimissämme on laaja-alaista osaamista arvioida, milloin toinen teknologia voi tarjota ongelmaan paremman ratkaisun. Tämä toimintatapa on ainoa tapa varmistaa, että lopputuloksella on oikeaa vaikutusta", sanoo Head of AI Solutions **Krista Bär**.

Matala kynnys, korkea vaikutus

Osallistumiskynnys pidettiin tarkoituksella matalana. Ratkaisuja pystyi rakentamaan ilman ohjelmointiosaamista, mikä teki tekoälystä aidosti kaikkien työkalun – johtajista asiantuntijoihin, tuotepäälliköistä myymälähenkilöstöön. "Generatiivinen tekoäly demokratisoi tekoälyn saatavuutta kaikille, myös ilman koodausta", Bergström toteaa.

Ideat lähtivät liikkeelle aidosta arjen tarpeista. Esimerkiksi yksi osallistuja tunnisti, miten tuotekatalogien läpikäyntiä voisi nopeuttaa agentin avulla – prosessi, joka aiemmin vaati tunteja manuaalista työtä.

Osa laajempaa kulttuurimuutosta

AI-innovointihaaste ei syntynyt tyhjiössä. Sen taustalla on Keskon generatiivisen tekoälyn muutoslähettiläsverkosto, johon kuuluu noin 100 henkilöä lähes kaikista liiketoiminnoista. Verkosto toimii ensimmäisen tason tukena arjessa ja välittää hyviä käytäntöjä toimialarajojen yli. "Tieto parhaista käytännöistä siirtyy esimerkiksi rakentamisen ja

talotekniikan kaupasta päivittäistavarakauppaan ja se on juuri sitä synergiaa, jota haemme", Bergström kuvaa.

Johdon sitoutuminen on ollut ratkaisevaa: konsernijohtoryhmä ja hallitus ovat seuranneet tekoälyn jalkauttamista aktiivisesti, mikä on antanut tekemiselle sekä suunnan että resurssit.

Jatkuvuudesta lisää vauhtia ja vaikuttavuutta

AI-innovointihaaste jatkaa loppuvuonna 2026. Uusi haaste lanseerataan hyvissä ajoin, jotta osallistujilla on aikaa laatia ehdotuksia työn ohessa ideoiden. Vuonna 2026 toteutettava tekoälyn lukutaitokoulutus kasvattaa laajasti keskolaisten pohjaa vastata haasteeseen.

Kesko toteuttaa alkusyksystä 2026 myös Tech Hackathonin, jolla pyritään vauhdittamaan lisää tekoälyn ja muiden teknologioiden käyttöä liiketoiminnan käyttötapausten ratkaisemiseksi. Hackathonissa sitoudutaan viemään voittajatyöt tuotantoon asti.

"Vuoden päästä meillä on nykyistä huomattavasti suurempi määrä konkreettista hyötyä tuovia ratkaisuja tuotannossa, ja uusien ehdotusten määrä ja laatu on kasvanut aivan uudelle tasolle. Siitä alkaa syntyä oikea vauhtipyörä", **Minna Vakkilainen**, Senior Vice President, Marketing, Data & Digital services, tiivistää.

TIETOTASE YHDISTÄÄ KESKON DATAPÄÄOMAN JA SEN KÄYTTÖKOHTEET

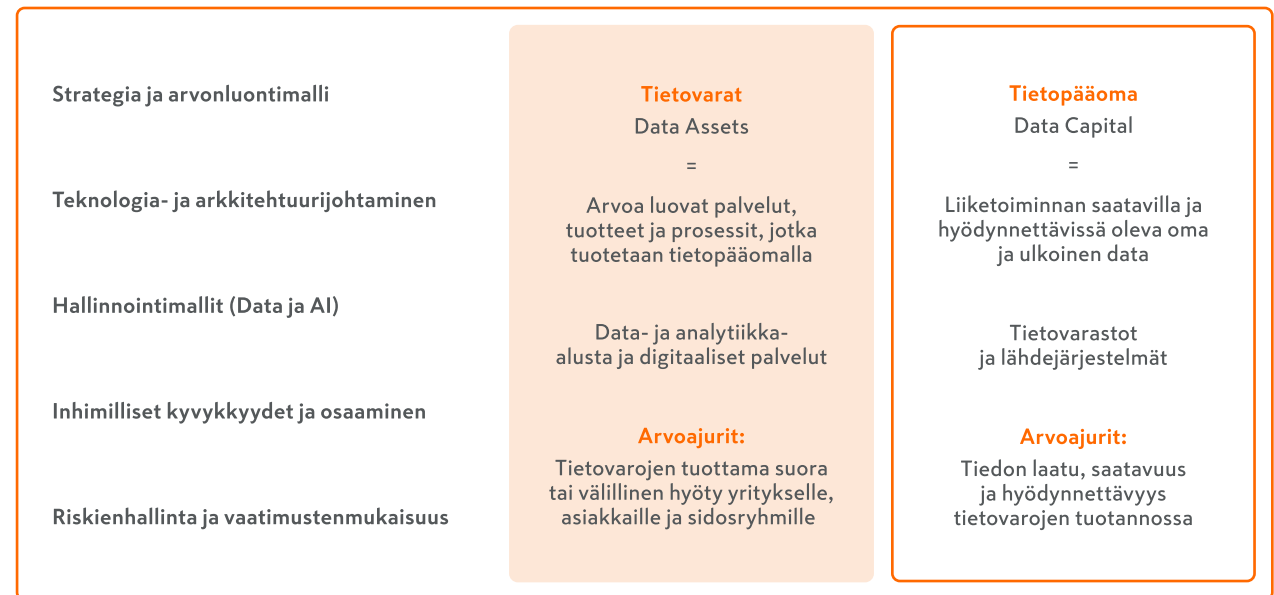
Keskon tietotasemalli tiivistää Keskon datapohjaisen arvонуonnin

Tietotase muodostuu Keskon hyödyntämästä datasta sekä käyttötapauksista, joissa dataa hyödynnetään palveluissa, tuotteissa ja prosesseissa. Taseen puolet kuvaavat, miten datapääoma tuottaa arvoa liiketoiminnalle, asiakkaille ja sidosryhmille.

Datalla ei ole itseisarvoa, vaan arvo perustuu datan tuottamaan hyötyyn asiakkaalle ja liiketoiminnalle. Tietotasetta käytetään tietopääoman ja sen liiketoimintahyödyntämisen tasapainotettuun, taseen molempien puolien arvoa lisäävään johtamiseen.

Tietotaseessa yhdistyy tietopääoman puolella tapahtuva datan hyödynnettävyyden, saatavuuden, laadun ja elinkaaren johtaminen sekä tietovarojen puolella tapahtuva datan hyödyntäminen arvoa synnyttävällä tavalla. Arvонуonti toteutuu Keskon data- ja analytiikka-alustan palveluissa sekä Keskon omaan toimintaansa, asiakkailleen tai sidosryhmilleen tuottamissa digitaalisissa palveluissa, tuotteissa ja prosesseissa.

Keskon tietotase



Case

Kaupan sydän pitää tavaravirrat liikkeessä

Keskon päivittäistavarakaupan logistiikassa vuosi 2025 oli harppaus eteenpäin: automaation käyttö lisääntyi, ja vastuullisuusdatan jäljitettävyyks ulottui koko toimitusketjuun.

Logistiikka on Keskon kauppatoiminnan sydän, joka pitää liikkeessä kolmea merkittävää virtausta: fyysiset tuotteet, data ja talous. Kaikki kolme kulkevat rinnakkain läpi koko ketjun.

"Datan ja tietojärjestelmien rooli on tavaravirtojen hallinnassa äärimmäisen keskeinen. Tiedon pitää kulkea, ja sen pitää olla oikeaa ja oikea-aikaista. Se on aivan yhtä kriittistä kuin fyysisten tavaroiden virtaus", kertoo **Jyrki Tomminen**, Keskon päivittäistavarakaupan toimitusketjusta ja logistiikasta vastaava johtaja.

Logistiikan mittakaava Keskon päivittäistavarakaupassa on valtava: yli 160 000 neliometriä logistiikkatilaa sisältäen keskusvarastot päivittäistavaroille, käyttötavaroille ja pakasteille. Erityispiirteenä on päivittäistavarakaupan ja Kespron foodservice-toimitusten yhdistäminen samaan järjestelmään. Kun päivittäistavarakauppoja on noin 1 100, palvelee Kespro 25 000 asiakasta ravintoloista kouluihin ja sairaaloihin. Tämä yhdistelmä tuo merkittäviä synergiaetuja erityisesti kuljetusten tehokkuudessa.

Automaatio täyteen lentoon

Vuonna 2025 Vantaan keskusvarastossa saavutettiin merkittävä virstanpylväs: nyt noin puolet teollisten tuotteiden nimikkeistä kerätään automaattisesti. Kyse ei ole pelkästään nopeudesta, vaan myös laadusta.

Rinnalla etenee laaja järjestelmä uudistus. Kesko uudistaa varastonohjausjärjestelmiään, mikä tuo mukanaan entistä laajempia optimointikyvykkyydet ja tekoälyn hyödyntämismahdollisuudet.

Tekoäly kolmella tasolla

Tekoälyä hyödynnetään alueilla, joissa se tuottaa suhteessa eniten arvoa. "Meillä on kolme aluetta, missä tekoäly tuo suurimmat hyödyt: ensiksi volyymien ennustaminen, toisena tarvesuunnittelu ja tilaaminen sekä kolmantena varastoinnin ja kuljetusten optimointi. Näissä kaikissa kyse on monen muuttujan yhtäaikaisesta optimoinnista", Tomminen kiteyttää.



Pisimmälle jalostunut osa-alue on kysyntäennusteiden ja tilaamisen tukeminen. Järjestelmä oppii jatkuvasti eri datalähteistä ja pystyy ennakoimaan yhä tarkemmin erilaisten sesonkien ja kampanjoiden vaikutukset myyntiin kaupp- ja tuotekohtaisesti.

Varastotoiminnassa edistynyt analytiikka tuottaa operatiivista tehokkuutta ja nopeutta. Kun keräiltävien tuotteiden sijoittelua varastossa optimoidaan tehokkaasti, säästetään merkittävästi keräilyajoissa. Tämä mahdollistaa nopeammat toimitukset asiakkaille laskevilla keräilykustannuksilla.

Kuljetusten reittisuunnittelu kytkee yhteen tavaravirtojen moniulotteisen kokonaisuuden: asiakaskohtaiset aikataulut, jakelukilometrien minimoinnin ja ajoneuvojen täyttöasteiden maksimoinnin. Kokonaisuutta johdetaan 24/7 yli 700 ajoneuvon ja 26 000 toimituspisteen mittakaavassa.

Toimitusketjun kestävyystietojen käyttö uudelle tasolle

Kestävyysdatan merkitys on kasvanut viime vuosina ratkaisevasti. Yhä useampi asiakas edellyttää arvoketjun Scope 3 -päästöjen raportointia. Kesko on rakentanut edistyneen laskentamallin, joka mahdollistaa kuljetuksiin liittyvien päästöjen raportoinnin koko hankinta- ja toimitusketjun pituudelta.

"Aikaisemmin raportoimme vain meidän omien, Suomessa ajavien rekkojen päästöjä. Nyt kykenemme mallintamaan ja raportoimaan kuljetuksista syntyneet päästöt koko kansainvälisen toimitusketjun osalta tavarantoimittajilta asiakkaille saakka", Tomminen selittää.

Toinen merkittävä datakyvykkyyden harppaus liittyy EU:n metsäkatoasetukseen (EUDR). Kesko on rakentanut järjestelmän, joka tarkistaa automaattisesti jo tavaran vastaanottovaiheessa, että tuote-eriin liittyy vaaditut jäljitettävyystiedot.

"Esimerkiksi, jos tuote-erän metsäkatotieto puuttuu, tavara voidaan pysäyttää ja ohjata jatkoselvitykseen. Tämä ei ole vain compliance-asia, vaan samalla, kun rakennamme tätä kyvykkyyttä regulaation vaatimusten vuoksi, pystymme hyödyntämään samaa dataa myös varastoprosessien tehostamiseen", Tomminen toteaa.

Käyttötavarakauppa seuraavaksi

Tavoitteena on hyödyntää päivittäistavarakaupan ennustemalleja myös käyttötavaroihin sekä urheilukauppaan ja siirtyä asteittain kohti kysyntäohjattua, datapohjaisempaa ja kiinteämpään tavarantoimittajayhteistyöhön perustuvaa hankintaa ja täydennystä.

"Perinteisesti käyttötavaraa on ostettu suurina erinä kuukausia ennen myyntikauden alkua. Nyt tuomme sinne samaa jatkuvaa täydentämislogiikkaa, mitä päivittäistavarapuolella on. Se parantaa osuvuutta ja vähentää hitaasti kiertävän varaston riskiä. Yhtenä askeleena tällainen jatkuvan täydennyksen toimintamalli onkin jo otettu menestyksellisesti käyttöön Intersport-ketjussa", Tomminen kuvaa.

Uusi logistiikkakeskus tuo tulevaisuuden

Kesko toteuttaa jo uutta tulevaisuuden toimintamalliaan. Nurmijärvelle valmisteltu uusi logistiikkakeskus tulee toteutuessaan vaiheittain korvaamaan vanhempia varastoja ja luomaan uuden perustan dataohjatuille ja automatisoiduille logistiikalle Keskossa. Samalla jatketaan järjestelmien uudistamista niin, että ennustetarkkuus ja optimointikyky paranevat edelleen.

"Unelmamme on, että tekoälyn avulla pystymme hallitsemaan tämän asiakaskohtaisesti räätälöidyn, valtavan tavaravirran viimeisen päälle – yhdistäen automaation tehokkuuden ja ihmisten ammattitaidon. Meillä on selkeä tiekartta, ja sen systemaattinen toteuttaminen jatkuu", Tomminen summaa.

TIETOSUOJA

Kesko turvaa asiakkaidensa, henkilöstönsä ja yhteistyökumppaneidensa henkilötiedot ja varmistaa, että tietosuojaan liittyvät yksilön oikeudet toteutuvat kaikessa tietojenkäsittelyssä.

Pääasialliset asiakkaiden, henkilöstön ja yhteistyökumppaneiden henkilötietojen käyttötarkoitukset perustuvat Keskossa liiketoiminnan ja asiakaskokemuksen toteuttamiseen, henkilöstön työsuhteiden hallintaan sekä palkanmaksuun ja sidosryhmäviestinnän toteuttamiseen.

Asiakastietoa hyödynnetään Keskoslaaja-alaisesti liiketoiminnan suunnittelussa ja kehittämisessä, sekä asiakasetujen ja -kokemuksen tuottamisessa monikanavaisesti. Tämä näkyy asiakkaille entistä osuvampina etuina sekä yksilöllisempänä palveluna. Keskolle asiakastieto puolestaan tarjoaa arvokkaita työkaluja sellaisten tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen, jotka todella kiinnostavat asiakkaita.

Henkilötietojen käsittely on aina lainmukaista, kohtuullista ja läpinäkyvää. Tietoja käsitellään tiettyjä, yksilöityjä tarkoituksia varten lain edellyttämän oikeusperusteen nojalla. Kesko käsittelee tietoja ainoastaan siinä laajuudessa ja niin pitkään kuin käyttötarkoitus sitä edellyttää.

Kesko käsittelee työntekijöidensä terveystietoja työterveystoiminnossaan työterveydenhuollon

toteuttamiseksi sekä rajatusti henkilöstöhallinnossaan osana sairausloma-ajan palkanmaksun toteuttamista. Palkanmaksun tuottamisen yhteydessä voidaan työntekijän omalla suostumuksella käyttää ammattiliiton jäsenyystietoa jäsenmaksun suoraveloitukseen palkasta. Kesko ei kerää eikä käsittele rekisterinpitäjänä muiden sidosryhmien erityisiin henkilötietoryhmiin kuuluvia tietoja.

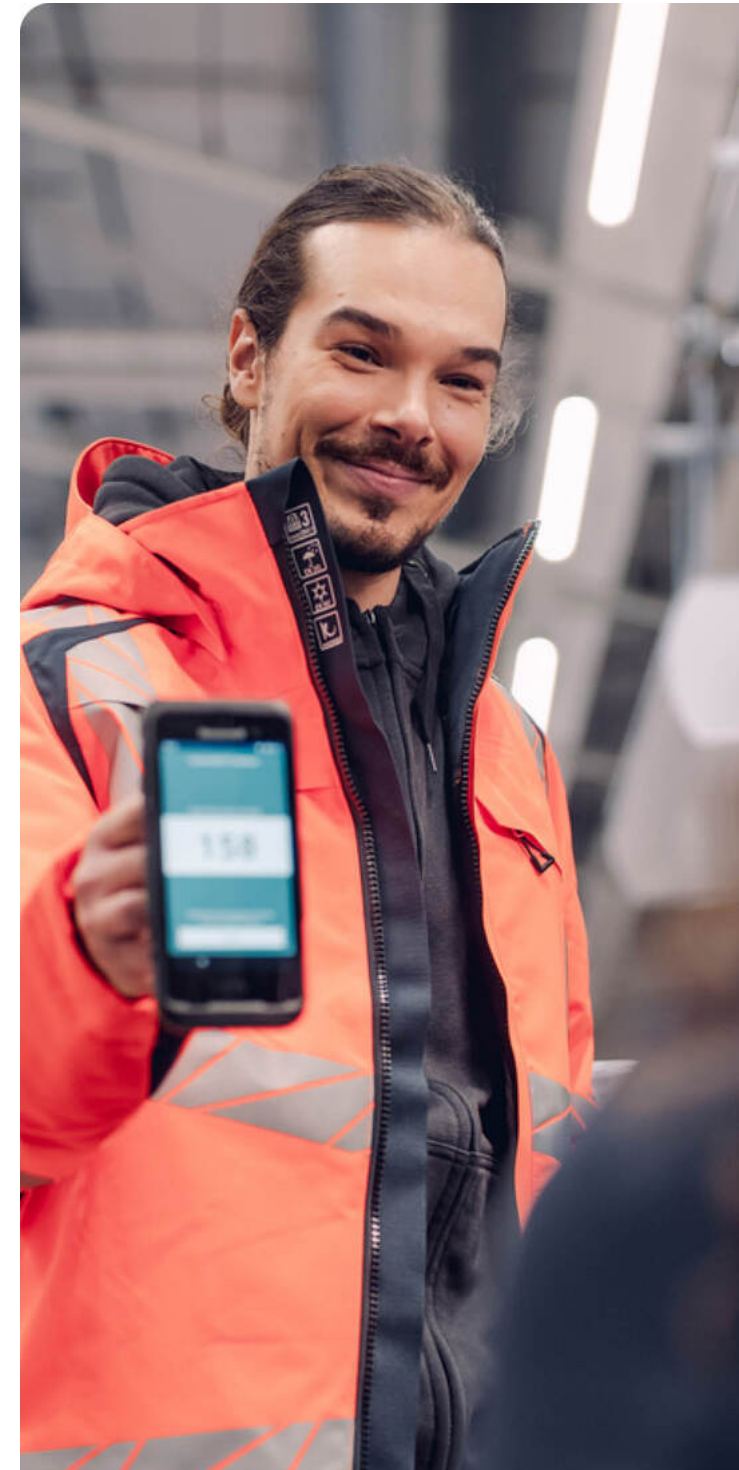
Keskon tietosuojapolitiikka on osoitteessa <https://www.kesko.fi/yritys/politiikat-ja-periaatteet/tietosuojapolitiikka/>

Tietosuojan johtamismalli

Kokonaisvastuu tietosuojan toteuttamisesta ja johtamisesta on Keskon pääjohtajalla. Tietosuojan toimeenpanosta vastaa liiketoimintajohto.

Yhtiön hallitus on hyväksynyt tietosuojapolitiikan, joka määrittelee periaatteet, käytännöt ja vastuut henkilötietojen lainmukaisen käsittelyn ja tietosuojan korkean tason varmistamiseksi. Hallituksen tarkastusvaliokunta seuraa ja arvioi politiikan toteutumista.

Keskon konsernitason tietosuojajärjestelmään kuuluvat tietosuojavastaava, tietosuojajuridiikkaan erikoistunut Corporate Counsel sekä kaksi koulutus- ja



viestintäasioihin sekä rekisteröityjen toimenpidepyyntöihin keskittyvää asiantuntijaa Compliance & Ethics -tiimissä.

Kukin liiketoimintayksikkö ja rekisterinpitäjä varmistaa ja valvoo tietosuojan toteutumista omassa toiminnassaan. Päivittäistä tietosuojatyötä ja riskienhallintaa liiketoiminnassa tukevat Data Protection Championit. Rekisteröityjen toimenpidepyyntöihin vastataan ao. henkilötietojen käsittelyä suorittavassa liiketoiminnassa, tarvittaessa konsernitason tietosuojaorganisaation tukemana.

Tietosuojan varmistaminen on kiinteä osa K Code of Conduct -toimintaperiaatteita, compliance-toimintaa ja riskienhallintaa.

Tietosuojariskien hallinta on integroitu osaksi Keskon riskienhallintaprosessia. Riskiarvioinnit toteutetaan jo henkilötietojen käsittelyn suunnitteluvaiheessa sekä osana vuosittaista riskiarviointia. Tietosuoja koskeva vaikutustenarviointi (DPIA - Data Protection Impact Assessment) laaditaan sääntelyn ja viranomaisohjeistuksen edellyttämässä tilanteissa. Teknisten ja organisatoristen hallintakeinojen määrittely pohjautuu riskiarviointien tuloksiin.

Tietosuojan toteuttaminen

Keskon tietosuojan compliance-ohjelman tavoitteena on, että tietosuojaan liittyvä osaaminen ja toimintaohjeiden tuntemus on korkealla tasolla. Se tukee Keskon yksiköissä tietosuojariskien tunnistamista ja hallitsemista muuttuvassa sääntely- ja teknologiaympäristössä.

Ohjeistukset käsittävät Keskon tietosuojakäsikirjan sekä maakohtaiset sitä täydentävät ohjeet. Tietosuojaohjeistukset koskevat kaikkia keskolaisia ja käsittävät keskeiset säännöt, toimintaohjeet ja prosessit tietosuojan toteuttamiseen, poikkeamien ja riskien tunnistamiseen sekä käsittelyyn. Tietosuoja huomioidaan osana liiketoimintaprosessien ja digitaalisten palveluiden kehitystä (Privacy by Design).

Tietosuojan compliance-ohjelmaan kytkeytyvän vuosisuunnitelman avulla ylläpidetään tietosuojan korkeaa tasoa. Kesko tekee sisäistä ja teettää ulkoista tietosuoja-auditointia erityisesti liiketoiminnan muutostilanteissa sekä yritysjärjestelyiden yhteydessä. Toiminnassa seurataan aktiivisesti viranomaiskäytäntöä ja oikeustapauksia.

Kesko valitsee sopimuskumppaneikseen vain sellaisia henkilötietojen käsittelijöitä, jotka noudattavat hyvää henkilötietojen käsittelytapaa asianmukaisten teknisten ja organisatoristen toimenpiteiden avulla sekä täyttävät tietosuoja-asetuksen vaatimukset ja pystyvät huolehtimaan rekisteröidyn oikeuksien toteutumisesta. Kesko laatii henkilötietojen käsittelijä kanssa lainsäädännön edellyttämän kirjallisen sopimuksen.

Koulutus ja viestintä

Keskossa käsitellään paljon asiakastietoa. Jokainen keskolainen hankkii ja ylläpitää roolinsa edellyttämää tietosuojaosaamistaan perehdytysohjelman ja jatkuvan koulutuksen kautta. Aktiivinen viestintä, tietoiskut ja koulutustoiminta varmistavat osaamista. Tietosuojaohjeet ovat helposti koko henkilöstön saatavilla.

Tietosuojan verkkokoulutus on pakollinen osa uuden keskolaisen perehdytystä, ja se uusitaan kahden vuoden välein. Lisäksi tarjotaan henkilön rooliin perustuvia tietosuoja- ja -turvakoulutuksia. Verkko-oppimisympäristö varmistaa koulutusten hyvän saavutettavuuden sekä osaamisen dokumentoinnin.

Kerran kahdessa vuodessa suoritettava verkkokoulutusta täydennetään kohdennetuilla koulutuksilla. Kvartaaleittain toteutetuissa Data Protection Interest Group -tapahtumissa käsitellään viimeisintä tietosuojan soveltamiskäytäntöä, viranomaisohjeita, lainsäädäntömuutoksia sekä parhaita käytäntöjä. Tarpeen mukaan järjestetään myös yksikkökohtaisia koulutuksia.

Kesko tarjoaa asiakkaille selkeät kanavat tietosuoja-asoiden hoitamiseen. Suomessa Keskon verkkosivuilla on julkinen tietosuojaportaali, johon on koottu tietoa ja ohjeita tietosuojaan liittyen. Henkilö voi tehdä omia tietojaan koskevia toimenpidepyyntöjä portaalissa tai ottamalla yhteyttä rekisterikohtaisiin yhteyspisteisiin tai asiakaspalveluun. Esille nostettuihin kysymyksiin ja pyyntöihin vastataan ilman aiheetonta viivästystä.

Keskon tietosuojaportaali
<https://tietosuoja.kesko.fi>

Yhteydenpito ja epäkohtiin puuttuminen

Kesko varmistaa tietosuojasetuksen mukaisten rekisteröityjen oikeuksien toteutumisen. Rekisteröidyille kerrotaan selkeästi, miten heidän tietojaan käsitellään ja mitä oikeuksia heillä on. Käytössä on selkeät toimintamallit ja ohjeet näiden oikeuksien toteuttamiseen.

Kesko dokumentoi kaikki tietoturvaloukkaukset ja ilmoittaa niistä tietosuojaviranomaiselle, mikäli tapahtumasta aiheutuu riski rekisteröidyille. Jos riski on korkea, Kesko tiedottaa ilman aiheetonta viivästystä myös asianomaiselle henkilölle ja tarjoaa ohjeita tilanteeseen.

Rekisteröidyt voivat olla kaikissa tietosuoja-asioissa yhteydessä Keskon tietosuojavastaavaan osoitteessa tietosuojavastaava@kesko.fi. Tietosuoja-asioihin liittyvistä epäilyistä väärinkäytös- ja rikosepäilyistä tai K-ryhmän Code of Conductin vastaisesta toiminnasta voi ilmoittaa nimettömästi myös Keskon SpeakUp-ilmoituskanavassa.

Toimenpidepyynnöt ja poikkeamat

Vuonna 2025 Kesko käsitteli Suomessa 936 (2024: 875) tietosuojaportaalin kautta tullutta toimenpidepyyntöä. Lisäksi toimenpidepyyntöjä käsiteltiin muissa kanavissa.

Noin 82 % toimenpidepyynnöistä Suomessa kohdistuu omien tietojen tarkistamiseen ja korjaamiseen. Tähän

sisältyy myös tavanomainen tietojen päivittäminen kuten nimen ja yhteystietojen muutokset, kun henkilö hoitaa asian tietosuojaportaalissa. Poistopyynnöt (noin 14 % pyynnöistä) liittyvät tyypillisesti tilanteeseen, jossa asiakas kokee asiakassuhteen päättyneen tai muutoin haluaa lopettaa tietojensa käsittelyn. Loput (noin 4 %) koskevat käsittelyn rajoittamista tai vastustamista taikka tietojen siirtoa.

Kesko ei toteuta poistopyyntöjä automaattisesti, vaan ne arvioidaan aina tapauskohtaisesti. Kesko voi säilyttää tietoja esimerkiksi lakisääteisten veloitteidensa täyttämiseksi tai oman oikeussuojansa turvaamiseksi. Rekisteröidyllä ei ole absoluuttista oikeutta tietojen poistamiseen, jos Keskolla on oikeutettu peruste säilyttää niitä.

Suomessa Kesko-konserni havaitsi ja tutki toiminnoissaan vuonna 2025 yhteensä 273 (2024: 347) tietoturvaloukkausta, joista 44 (2024: 63) ilmoitettiin myös tietosuojavaltuutetun toimistolle. Rekisteröidylle ilmoitettiin kuudessa tapauksessa, joissa loukkaus aiheutti korkean riskin henkilölle. Muissa toimintamaissa havaittiin yhteensä 8 tietoturvaloukkausta, joista 4 ilmoitettiin paikallisille toimivaltaisille valvontaviranomaisille.

Suurin osa tietoturvaloukkauksista kohdistuu yksittäisiin rekisteröityihin. Rekisteröidyn tietoja sisältäviä dokumentteja katoaa postissa, henkilötietoja sisältävä sähköinen viesti päätyy väärälle vastaanottajalle tai henkilön tietoja päivitetään virheellisesti.

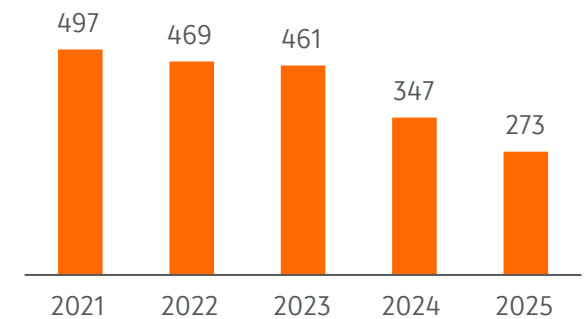
Toimenpidepyyntöjen jakautuminen



- Tietojen tarkastaminen 706 (641*)
- Tietojen poistaminen 128 (143*)
- Tietojen korjaaminen 61 (47*)
- Tietojen siirtäminen 26 (15*)
- Käsittelyn vastustaminen 10 (21*)
- Käsittelyn rajoittaminen 5 (8*)

* Suluissa vuoden 2024 luku

Henkilötietojen tietoturvaloukkaukset 2021–2025



KYBERTURVALLISUUS

Kesko varmistaa digitaalisen infrastruktuurinsa toimivuutta ja turvallisuutta. Teknologian nopea kehitys, kansainvälisen turvallisuustilanteen kehitys sekä AI-pohjaiset uhat kasvattivat digitaalisen resilienssin merkitystä edelleen. Kesko onnistui hyvin järjestelmiensä ja tietojensa suojaamisessa vuonna 2025.

Keskon digitaalinen infrastruktuuri käsittää merkittäviä tietovarastoja, kassa- ja toiminnanohjausjärjestelmiä, raha- ja transaktiotietoliikennettä sekä kiinteistötekniisiä järjestelmiä. Monikansallisena kaupan alan yrityksenä Kesko altistuu säännöllisesti erityyppisille häiriöille ja hyökkäyksille digitaalisessa ympäristössä.

Kyberturvapalveluille uusi kumppani

Osana suurta digitaalisten palveluiden uudistusta Kesko kertoi elokuussa 2025 keskittävänsä IT-palveluiden hankintaa strategisesti valituille kumppaneille. Kyberturvallisuuspalveluiden siirto toteutettiin ensimmäisenä, minkä ansiosta digitaalisen turvallisuuden vaatimukset ja rakenteet voidaan erittäin tehokkaasti rakentaa suoraan sisään kaikkiin seuraaviin, vuoden 2026 aikana siirtyviin palveluihin.

Uudistuksen myötä Kesko sai käyttöönsä uusia kyberturvatoiminnallisuuksia, jotka parantavat entisestään näkyvyyttä, uhka- ja vastatoimiautomaatiota sekä vaikuttamiskykyä Keskon järjestelmiin ja IT-palveluihin. Uudet palvelut mahdollistavat aiempaa nopeamman reagoinnin tilanteissa, joissa tili tai istunto kaapataan. Myös

laite- ja identiteettivalvonta sekä haavoittuvuuksien hallinta vastaavat uusiin haasteisiin muun muassa verkon reunalaitteiden haavoittuvuuksien ja reagointinopeuden vaatimusten kasvaessa.

Tietoturvan yleinen toimintamalli

Prosesseihin ja järjestelmiin sisäänrakennettu tietoturva varmistaa kaikissa olosuhteissa ja kaikissa toimintamaissa tietoteknisten ratkaisujen korkean käytettävyyden sekä käytettävien tietojen eheyden ja luottamuksellisuuden.

Keskon data sekä järjestelmät on suojattu monitasoisen puolustuksen periaatteella. Järjestelmät on tärkeysluokiteltu ja niiden palautumissuunnitelmia testataan ja harjoitellaan säännöllisesti. Automaatiota ja koneoppimista hyödyntävä kyberturvateknologia mahdollistaa nopean uhkien havaitsemisen ja torjunnan. Toimintaa johdetaan keskitetystä tietoturva-avalmosta.

Tietoturva on integroitu myös ohjelmistokehitykseen yhteisen digikehitysalustan kautta. Tietoturvatiimi on määritellyt jokaiselle kehitystiimille tietoturvan vähimmäisvaatimukset, jotka kattavat työkalut, prosessit ja käytännöt. Security by design -periaatteen mukaisesti tietoturva huomioidaan jo suunnitteluvaiheessa – ei vain valmiin tuotteen testauksessa.

Teknologian kehittyessä myös hyökkäysten tahti on kiihtynyt: kun julkaistuja haavoittuvuuksia hyödynnettiin aiemmin päivissä, nyt AI-robotiikka ja automatisoidut



agentit voivat käynnistää hyökkäyksiä nopeasti. Automaation jatkuva lisääminen sekä täydellinen näkyvyys IT-ympäristön laitteisiin mahdollistaa haavoittuvuuksien paikkaamisen ja laitteiden välittömän eristämisen.

Tietoturvan johtamis- ja ohjausmalli

Keskolla on yhtiön hallituksen hyväksymä tietoturvapoliitiikka, joka määrittelee tietoturvan perusvaatimukset sekä varmistaa edellytykset politiikan toteuttamiselle käytännössä. Tietoturvan ohjausmalli on osa Keskon riskienhallinnan ohjausmallia. Tietoturvajohtaminen on vastuutettu läpi johtamisketjun aina yhtiön hallituksen tasolle.

Sisäisenä osaamis- ja palvelukeskuksena toimii konsernin tietoturvatiimi. Se vastaa tietoturva-arkkitehtuurista ja -toimintamalleista, sekä kouluttaa ja palvelee konsernin yksiköitä. Roolin mukaisesti tehtäviin kuuluvat myös sisäisen tarkastuksen tukeminen sekä yrityskauppatilanteiden Due Diligence -selvitykset.

Keskon tietoturvapoliitiikka on esitetty Keskon verkkopalvelussa osoitteessa <https://www.kesko.fi/yritys/politiikat-ja-periaatteet/tietoturvapoliitiikka/>

Tietoturvan jatkuva varmistaminen

Kesko auditoi tietoturvaa sekä omien että ulkopuolisten asiantuntijoiden toimesta. Vuonna 2025 erityisiä teemoja olivat NIS2-direktiiviin valmistautuminen sekä uutena AI-riskien arviointi, joka integroitiin osaksi kokonaisvaltaista riskienhallintamallia ja päivitetään puolen vuoden välein. Sisäinen tarkastus auditoi NIS2-valmiudet ja tunnisti kehityspolkuja, joita viedään eteenpäin vuonna 2026.

Vahva riskienhallinta perustuu yhteisiin, huolellisesti koulutettuihin toimintamalleihin, jotka varmistavat valmiuden reagoida erilaisiin tilanteisiin. Tietoturvariskejä arvioidaan säännöllisesti osana järjestelmien ja palveluiden kehitystä sekä käyttöönottoa, sekä erityisesti merkittävien muutosten yhteydessä. Kaikki sopimuskumppanit sitoutuvat noudattamaan Keskon tietoturvavaatimuksia, ja tämän toteutumista valvotaan auditoinnein.

Kesko tekee yhteistyötä Suomen liikenne- ja viestintäviraston Traficomin kanssa useilla eri osa-alueilla. Traficomin laadukas ja ajantasainen tieto kyberturvallisuustilanteesta on jatkuvan varautumisen ja valmiuden näkökulmasta arvokasta. Kesko on ottanut käyttöön myös Traficomin kybermittarin sisäisen arviointikeinona, joka päivitetään vuosittain jokaiselle toimialalle ja konsernin tasolle.

Tietoturvatilanteesta raportoidaan normaalin sisäisen valvonnan sekä sisäisten ja ulkoisten tarkastusten yhteydessä. Teknistä tietoturvaa arvioidaan jatkuvasti ja kriittisyysluokittelun mukaisesti sovelluksia testataan ja dokumentoidaan. Vuonna 2026 painopisteenä on varmistaa, että kaikki kriittiset järjestelmät testataan vuosittain ja testit dokumentoidaan uuden digitaaliseen palvelumallin mukaisesti.

Aktiivista turvallisuusviestintää ja koulutusta

Kesko ylläpitää henkilöstön turvallisuustietoisuutta verkkokoulutuksilla, kalasteluviestisimulaatioilla ja sisäisellä viestinnällä ajankohtaisista tietoturva-aiheista.

Kesko toimii aktiivisesti Traficomien, Huoltovarmuuskeskuksen ja eri tiedonvaihtoryhmien piirissä.

Tietojenkalastelusimulaatioita toteutetaan laajasti. Jokaiselle sähköpostiosoitteen omaavalle henkilölle lähetetään kuukausittain useita testiviestejä eri kielillä. Tämä on tuottanut merkittäviä tuloksia, sillä keskolaiset raportoivat aktiivisesti myös aitoja epäilyttäviä viestejä tietoturvatiimille. Tämä kulttuurimuutos osoittaa, että toimenpiteillä on todellista vaikutusta yhteisturvallisuuteen.

Koulustustoiminta jatkui aktiivisena. Koko henkilöstölle suunnattu pakollinen tietoturvan peruskoulutus ja kassa- sekä asiakaspalveluhenkilöstölle räätälöity koulutus toteutettiin verkkokoulutuksina. Tietoturvatiimi koulutti lisäksi henkilöstöä roolikohtaisesti. Vuonna 2025 toteutettiin tietoturvaharjoituksia konsernijohtoryhmässä ja K-Kauppaliiton hallituksessa osana jatkuvaa valmiuden kehittämistä.

Kesko osallistuu aktiivisesti kansalliseen kyberturvayhteistyöhön sekä osallistuu Traficomien järjestämiin kansallisiin tietoturvaharjoituksiin. Lisäksi Kesko osallistuu tiedonvaihtoryhmiin, joissa jaetaan luottamuksellista tietoa kyberuhkista ja -havainnoista muiden yritysten ja viranomaisten kanssa.

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA – TAVOITTEENA PARAS ASIAKASKOKEMUS

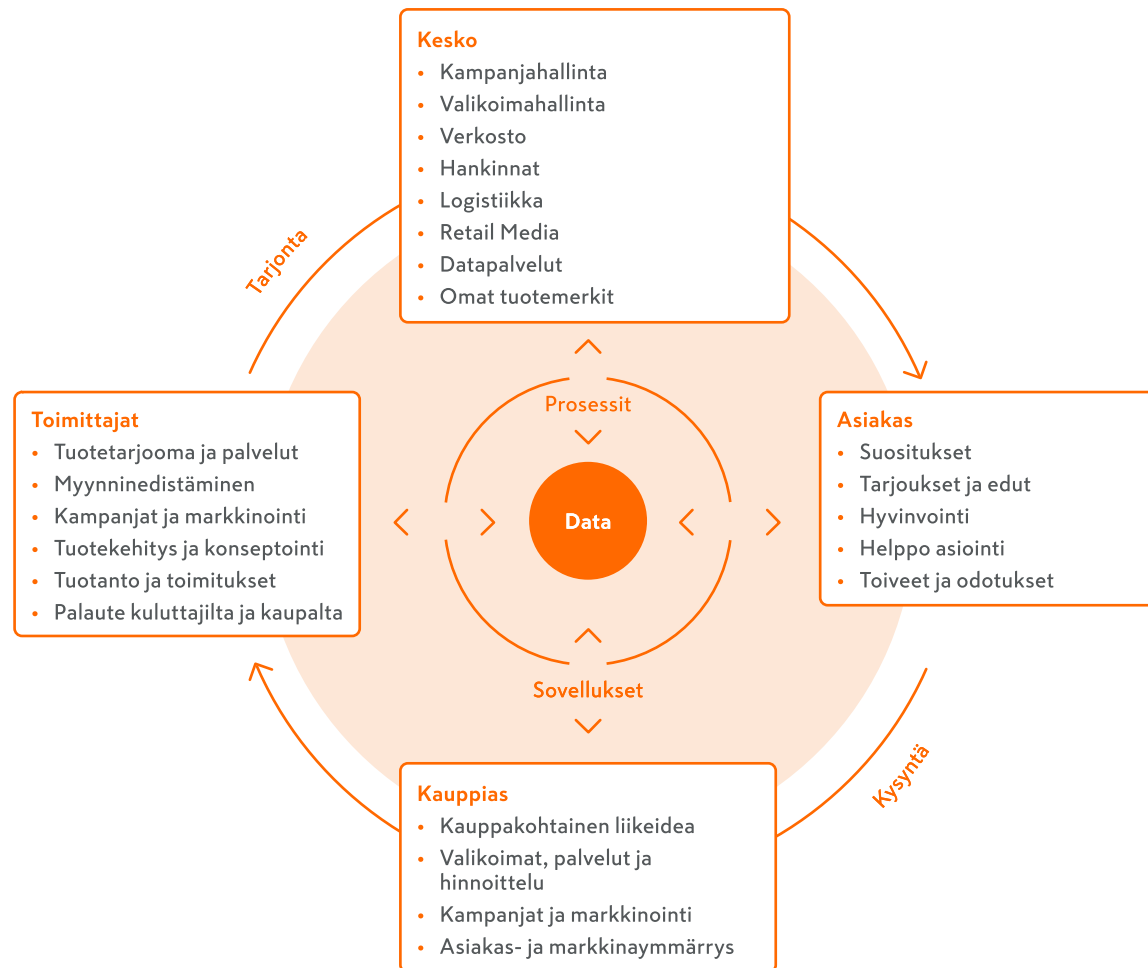
Päivittäistavarakaupassa datan hyödyntäminen tukee sekä kuluttaja- että foodservice-asiakkaiden palvelua muuttuvassa markkinatilanteessa. K-ruokakaupoissa dataohjautuvuus ja monikanavaiset palvelut mahdollistavat paikallisesti toimivan liikeidean ja yksilöllisen asiakaskokemuksen. Kespro puolestaan tukee foodservice-asiakkaiden liiketoimintaa monipuolisilla digitaalisilla palveluilla ja syvällisellä toimialaymmärryksellä. Digitaalisten palveluiden ja automaation avulla tuotetaan arvoa asiakkaille ja tehostetaan toimintaa.

Arvoa asiakkaalle kaupan kokonaisuutta johtamalla

Keskon dataohjautuva päivittäistavarakauppa on digitaalinen alusta ja strateginen ekosysteemi, joka skaalaa paikallisen kauppiasyrittäjyyden Keskon teollisilla datakyvykkyyksillä. K-ryhmän ainutlaatuinen malli yhdistää ketjutoiminnan mittakaavatehokkuuden ja paikallisen asiakasymmärryksen. Tämä mahdollistaa sen, että jokainen kauppias voi luoda ja ylläpitää yhdessä Keskon kanssa datalla optimoitua, uniikkia kauppaa, joka elää lähes reaaliajassa muuttuvien trendien ja markkinatilanteen mukaan.

Vuonna 2025 digitaaliset työkalut ovat siirtyneet erillisistä sovelluksista strategisen johtamisen ytimeen. Kaupan johtamista tuetaan entistä kokonaisvaltaisemmin, aina kaupan liikeideaan, valikoimavalintoihin ja kampanjointiin ulottuen.

Keskon päivittäistavarakaupan digitaalinen liiketoiminta-alusta



Esimerkiksi yksittäiset tuotesuositukset huomioivat vahvemmin kaupan kokonaisvalikoiman ja konseptin.

Data auttaa nyt kauppiasta rakentamaan yhdessä Keskon kanssa juuri omalle asiakaskunnalleen optimaalisen valikoiman, joka yhdistää keskitetyn tehokkuuden ja paikalliset erikoisuudet, kuten kaupassa valmistettavan ruoan konseptit. Tavoitteena on kauppakohtaisen liikeidean ja monikanavaisen asiakaskokemuksen saumaton integraatio.

Kauppaverkoston kehittämisessä siirryttiin vuonna 2025 entistä pitkäjänteisempään, demografiseen dataan pohjautuvaan suunnitteluun.

Verkostosuunnittelussa hyödynnetään syvällistä paikkatietoanalyysiä, joka huomioi alueiden ostovoiman kehityksen ja liikenneyhteydet vuosikymmeniksi eteenpäin.



Case

Data ja ennakointi ohjaavat Keskon kauppaverkoston uudistumista

Kesko on vienyt kauppaverkoston kehittämisen uudelle tasolle yhdistämällä pitkän aikavälin väestöennusteet, ostovoimadatan ja reaaliaikaisen rakentamistiedon. Keskon kauppapaikoista ja verkostosta vastaava johtaja **Nuutti Rantatupa** korostaa, että kyky ennakoida alueellisia muutoksia on strategian ytimessä.

"Emme optimoi verkostoa vain nykyhetkeen, vaan tunnistamme kasvupotentiaalit vuosikymmeniksi eteenpäin. Hyödynnämme tilastoruuutason dataa ja kuntakohtaisia kehitysnäkymiä, mikä on mahdollistanut oikea-aikaiset investointipäätökset haastavassakin rakentamisen suhdanteessa", Rantatupa avaa.

Tämä näkemys konkretisoitui vuonna 2025 K-Citymarket-verkoston strategisena laajentamisena. Uudet K-Citymarketit on sijoitettu tarkan paikkatietoanalyysin perusteella tiivistyviin kaupunkikeskuksiin ja liikenteen solmukohtiin perinteisten pellonreunojen sijaan. Esimerkiksi Espoon keskuksen hanke osoittaa, kuinka data ohjaa kaupan osaksi kehittyvää kaupunkirakennetta.

Kauppaverkoston uudistumisvauhti on ollut Rantatuvan mukaan voimakasta. Vuoden 2025 aikana toteutettiin 44 laajaa kauppakohtaista uudistusta ja avattiin 15 uutta kauppa. Samalla on edistetty määrätietoisesti Kauppapaikkaverkosto 2030 -ohjelmaa, jossa

varaudutaan tulevaan lainsäädäntöön uudistamalla kauppojen kylmätekniikkaa ympäristöystävälliseksi.

Uusien kauppapaikkojen suunnittelussa korostuu elinkaariajattelu. "Kun rakennamme kauppapaikan, teemme sen 50 vuodeksi. Siksi emme optimoi vain rakentamiskustannusta, vaan kiinteistön koko elinkaaren aikaisia ylläpito- ja energiakustannuksia", Rantatupa toteaa.

Uusperustannan rinnalla Kesko panostaa nykyisen kiinteistömäärän elinkaarijohtamiseen. Vuonna 2025 datan ja taloautomaation avulla saavutettiin merkittäviä tuloksia energiatehokkuudessa: poikkeamahavainnointi paljasti kymmeniä kohteita, joissa energiankulutus oli poikkeuksellisesti koholla, ja korjaavat toimenpiteet laskivat näiden kohteiden kulutusta jopa 20–30 prosenttia. Tämä tukee suoraan Keskon tiukentuneita päästövähennystavoitteita ja tuo kustannussäästöjä koko ketjulle.

Moderni kauppaverkosto toimii alustana kauppakohtaisen liikeidean toteuttamiselle. Rantatuvan mukaan datalla optimoidut puitteet ja sijainti antavat kauppiaille mahdollisuuden rakentaa sisällön – valikoiman ja palvelut – palvelemaan juuri kyseisen alueen asiakasvirtoja parhaalla mahdollisella tavalla.

K-Ruoka-sovellus asiakaskokemuksen kärjessä – mobiiliasiointi kasvaa voimakkaasti

K-Ruoka-sovellus tuo kaiken olennaisen asiakkaan luo. Asiakas löytää helposti itselleen sopivimmat tuotteet, reseptit ja tarjoukset sekä voi seurata ostotensa vaikutuksia terveyteen ja ympäristöön. Tekoälyyn pohjautuva personointi tuo jokaiselle asiakkaalle juuri hänelle relevantit suositukset. Tuotteet ja sisällöt on järjestetty asiakaskohtaisesti kaikkialla, missä niitä näytetään. Kohdentamista laajennetaan jatkuvasti myös tarjoussisältöihin.

Palvelu toimii saumattomasti verkkokaupassa ja lähikaupassa: reseptien raaka-aineet voi tilata kotiin tai kerätä valmiiksi noudettavaksi, ja mobiilisovelluksesta löytyvät henkilökohtaiset edut ovat käytettävissä myös kaupan kassalla. Yhtenäinen kirjautuminen K-tunnuksella tekee asiointista vaivatonta K-ryhmän digipalveluissa.

K-Ruoka-sovelluksessa yli miljoona viikkokäyttäjää

Vuoden 2025 aikana K-Ruokaan tuotiin luonnollisen kielen ostosapuri Ossi, joka auttaa asiakasta kuvaamaan tarpeen tai tilanteen omin sanoin ja kokoaa siihen sopivia ostosehdotuksia. Toteutus perustuu RAG-teknologiaan, jossa tieto haetaan luotettavista lähteistä ja vastaus generoidaan niiden pohjalta. Ossi on konkreettinen

esimerkki generatiivisen tekoälyn hyötyjen tuomisesta asiakkaiden arkeen.

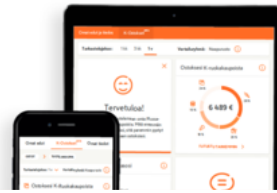
K-Ruoka-sovelluksessa on yli miljoona viikkokäyttäjää. Henkilökohtaiset oman asiakastason perusteella personoidut omat edut ja tarjoukset nousivat keskeiseksi myyninedistäjäksi. Kampanjat kasvattivat myyntiä suoraan mitattavalla tavalla, ja omien mediakanavien rooli vahvistui huomattavasti. Strategia on tuottanut kustannustehokkaita tuloksia asiakkaiden tavoittamisessa ja heille merkityksellisen sisällön tarjoamisessa.

K-Ruoka-sovelluksen kehitys keskittyy jatkossa entistä saumattomampaan asiakaskokemukseen ja älykkäämpään personointiin. Tavoitteena on tarjota markkinoiden tarkimmin yksilöllisiin tarpeisiin mukautuvia ratkaisuja ja tehdä päivittäisistä ruokaostoksista vaivattomia. K-Ruoka tavoitteena on olla päivittäistavarakaupan henkilökohtaisimmalta tuntuva ja vetovoimaisin sovellus.

K-Ruoka-sivustolla 8 miljoonaa käyntiä kuukaudessa



K-Ruoka-palvelu on täynnä ominaisuuksia



Oma kauppa, omat edut ja omat sisällöt

- Pääasiallinen digitaalinen ostamisen ja sisältöjen kanava kuluttaja-asiakkaille.
- Ruoan verkkokauppa, sisältäen asiakkaan valinnan mukaan kotiinkuljetuksen tai noudon, älykkään Ossi ostosapurin sekä markkinoiden monipuolisimmat, rikastuvat tuotetiedot.
- Tuote-, resepti- ja kauppahaku.
- Asiakaskohtaiset sisältö- ja tuotesuosituksiset sekä tarjoukset.
- Vuorovaikutus oman/omien K-kauppiaiden kanssa.
- Kokonaispalkitsemisen kuvaus.

Omien ostosten kestävyden seuranta

- Auttaa ymmärtämään ja muuttamaan omien ostosten terveellisyyttä, hiilijalanjälkeä, kotimaisuutta ja rahankäyttöä.
- Mahdollisuus tutkia omien ruokaostosten kotimaisuustasoa ja asettaa tavoite sen nostamiseksi. Tämän jälkeen asiakas saa suosituksia kotimaisista tuotteista.
- Mahdollisuus seurata omien ruokaostosten ilmastovaikutuksia ilmastotason ja eri tuoteryhmien hiilijalanjäljen avulla. Mahdollisuus asettaa tavoite laskea ruokaostosten hiilijalanjälkeä, minkä jälkeen asiakas saa konkreettisia neuvoja omien ruokaostosten ilmastokuorman pienentämiseksi.

Ossi Ostosapuri

- Vuonna 2025 K-Ruoka-sovellukseen tuotu ensivaiheen ostosapuri, joka hyödyntää generatiivista tekoälyä asiakkaan asioinnin tukena.
- Asiakas voi hakea tuotteita ja resepti-ideoita kuvaamalla tarpeensa tai tilanteensa vapaamuotoisesti omilla sanoillaan.
- Toimii konkreettisen ensiaskeleena kielimallien ja agenttiteknologioiden integroimisessa suoraan päivittäiseen asiakaskokemukseen.

K-Plussa-palvelut ja paperiton palvelu

- Reaaliaikaiset kuitit ja kuittiarkisto.
- Verkkokaupan tilaushistoria.
- Takuutodistukset.
- K-Plussa-kortti (aina mukana K-Ruoka-mobiilissa).

Case

K Retail Media tuo brändit ostohetkeen ja miljoonien asiakkaiden olottuville

Kaupun oma media eli K Retail Media on noussut Keskon digitaalisen strategian ytimeen. K-ruoan kanavissa ja kivijalkakaupan digitaalisessa ympäristössä on miljoonia viikoittaisia kävijöitä, eikä kyse ole enää vain mainospaikoista, vaan ekosysteemistä, jossa data palvelee niin asiakasta, brändejä kuin Keskoakin. K Retail Media yhdistää datan, asiakkaan hyödyn ja kaupan kontekstin vastuullisesti.

”Perinteinen malli, jossa kaupan ja brändien viestintää toteutetaan ilman kohdennusta ei enää vastaa digitaalisen asiakaskokemuksen vaatimuksia. K Retail Median avulla Kesko voi hyödyntää dataa vastuullisesti ja kohdentaa edut ja kumppanisillöt niille asiakkaille, joille ne ovat aidosti merkityksellisiä. Tämä parantaa asiakaskokemusta, tehostaa markkinoinnin vaikuttavuutta ja tukee taloudellisesti kestävää kasvua kaikille osapuolille”, toteaa **Armi Slotte**, myynti- ja kehitysjohtaja, K Retail Media ja Data Insights.

Omat digitaaliset kanavat laajassa mittakaavassa Keskon omat digitaaliset kanavat ovat kasvaneet merkittävästi tavoitavuudeltaan. K-Ruoka-sovelluksessa kertyy kuukausittain miljoonia istuntoja, mikä tekee siitä yhden Suomen laajimmin tavoitavista digitaalisista palveluista.

”Laaja käyttö ja tavoitavuus mahdollistavat K Retail Median kehittämisen Keskon oman datan pohjalta ja näin vähentää riippuvuutta ulkoisista mediakanavista. Samalla syntyy pohja skaalautuvalle, asiakaslähtöiselle sekä mitattavalle mediatoiminnalle. Tämä luo Keskolle vahvan lähtökohdan maailmassa, jossa digitaalisuus mahdollistaa yhä yksilöllisemmän ja monikanavaisen asiakaskokemuksen”, huomauttaa **Minna Vakkilainen**, Senior Vice President, Marketing, Data & Digital services.

Kaupun media luo arvoa kaikille osapuolille

K Retail Median tavoitteena on luoda arvoa koko kaupan ekosysteemille. Kumppanibrändeille se tarjoaa näkyvyyttä ostohetkellä ja mahdollisuuden kohdentaa viestintää aidosti relevantille yleisölle. Asiakkaalle retail media näyttyytään dataan perustuvina, henkilökohtaisesti personoituina etuina ja sisältöinä, jotka tukevat parempia valintoja arjessamme. asiakas saa – esimerkiksi kuitupitoisemman vaihtoehdon lempituotteestaan.

”Kun dataa hyödynnetään vastuullisesti ja läpinäkyvästi, syntyy malli, jossa markkinoinnin vaikuttavuus paranee ja asiakaskokemus kehittyy samanaikaisesti. K Retail Media kytkee yhteen brändien tavoitteet, asiakkaan hyödyn ja kaupan liiketoiminnan tehokkuuden tavalla, joka tukee kestävää kasvua kaikille osapuolille”, Slotte kuvailee.

Skaalautuminen vaatii taustaprosessien vallankumousta

Personoidun K Retail Median tuottaminen miljoonayleisölle edellyttää prosessien automatisointia päästä päähän.

”Tämä ei onnistu vanhoilla työtavoilla tai ilman toimivia integraatioita. Jos mainostamme asiakkaalle leipää, on varmistettava, että sitä myös on kaupan hyllyssä illalla. K Retail Media ei toimi tyhjiössä, vaan sen on kytkeydyttävä saumattomasti valikoimaan, logistiikkaan ja kaupan arkeen. Vain näin varmistamme, että lupaus asiakkaalle lunastetaan joka kerta”, Vakkilainen sanoo.

Retail Median toimilupa perustuu luottamukseen

Teknologian mahdollisuuksien keskellä Vakkilainen muistuttaa tärkeimmästä, luottamuksesta. Datan kerääminen ja hyödyntäminen edellyttää, että asiakas ymmärtää siitä saamansa hyödyn.

”Evästeiden käytön ja asiakkaan datan käytön luvittamisen kanssa pyrimme olemaan avoimia ja ymmärrettäviä. Asiakkaan velvollisuuksiin ei kuulu selvittää, miksi dataa kerätään. Sen sijaan meidän tehtävämme on osoittaa, että data palautuu hänelle takaisin parempana palveluna, osuvampina resepteinä ja rahanarvoisina etuina. Kun asiakas kokee hyödyn, hän sitoutuu – ja se on Retail Median kestävä perusta, Vakkilainen kiteyttää.

Case

Pikatoimitukset vastaavat vauhdilla uusiin odotuksiin

Yhä useammin ruokakaupassa ratkaisee nopeus. Kesko on rakentanut laajaa pikatoimitusten verkostoa, ja vuonna 2025 pikatoimituksia laajennettiin edelleen. Samalla pikatoimitukset ovat siirtyneet osaksi K-Ruoka-verkkokaupan muita toimitusvaihtoehtoja.

Eri toimitustavat ja -nopeudet vastaavat asiakstarpeisiin tehokkaasti. Muutamassa tunnissa perillä olevat ruokakaupan pikatoimitukset ovat voimakkaassa kasvussa.

"Pikatoimitusten suosion kasvu osoittaa, että yhä useampi elää aktiivista ja liikkuvaa arkea. Haluamme toimia asiakkaiden kanssa samalla sykkeellä", sanoo Keskon eCommerce Director **Hanna Heinänen**.

Keskon tavoitteena on tarjota paras monikanavainen asiakaskokemus, ja tämä toteutuu nyt myös pikatoimituksissa niiden siirryttyä osaksi K-Ruokaa. Toimitustapojen keskittäminen tarjoaa asiakkaalle parhaan palvelun ja omat edut riippumatta siitä, missä hän asioi tai mitä verkkokaupan toimitustapaa käyttää.

Vuoden 2025 lopussa noin 480 K-ruokakauppaa tarjosi pikatoimituksia Woltin sovelluksessa. K-Ruoka-verkkokaupan kautta pikatoimituksia tarjosi 13 K-ruokakauppaa ja tätä mallia on tarkoitus laajentaa.

Miten toimittaa nopeasti, kun valikoima on valtava?

Haasteeseen vastataan automaatiolla. K-Citymarket Ruoholahdessa on käytössä Suomen ensimmäinen automaattivusteinen keräilyjärjestelmä, joka palvelee nyt myös pikatoimituksia.

"Ruoholahti on meille tärkeä pilotti", Heinänen kertoo. "Automaatio kerää tuotteet moninkertaisesti nopeammin kuin keräilijä hyllyjen välistä, ja samalla järjestelmä käsittelee suuria tilausmääriä tehokkaasti. Se tekee konseptista skaalautuvan."

Ruoholahden malli yhdistää hypermarketin laajan valikoiman ja pikatoimitusten nopeuden, mitä perinteisesti pidetään vaikeana.

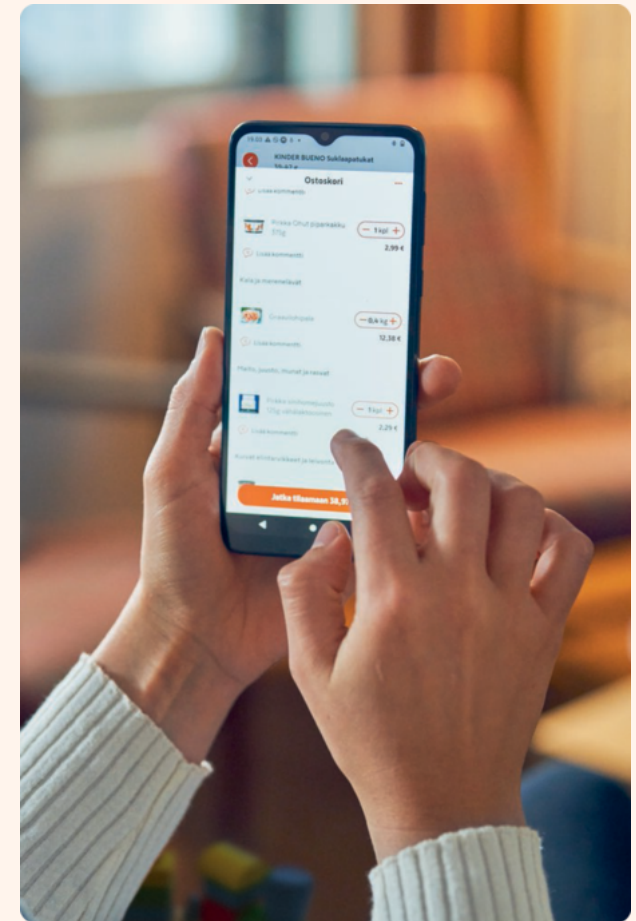
Pikatoimitusten rooli muuttumassa

Pikatoimitusten strateginen ja taloudellinen merkitys on kasvussa. Kesko rakentaa eteenpäin katsoen omaa pikatoimitusten kyvykkyyttään.

"Mutta yhtä tärkeää on varmistaa, että kaikki toimitusnopeuden vaihtoehdot toimivat saumattomasti yhteen", Heinänen painottaa.

"Asiakkaan pitää voida valita juuri sopiva palvelu, ja meidän pitää kyetä toimittamaan kaikki vaihtoehdot kannattavasti ja laadukkaasti. Se on meille strateginen prioriteetti."

Suunta on selvä, Kesko vahvistaa omaa kyvykkyyttään hallita koko ruoan verkkokaupan kirjo, tavoitteena on tarjota vaihtoehtoja nopeutta vaativille, suunnittelua arvostaville ja kaikille siltä väliltä.



Verkkokauppa kehittyi asiakastarpeiden mukana - vaivattomuus ja nopeus avainasemassa

Päivittäistavaraverkkokauppa mukautuu ketterästi muuttuviin kuluttajatarpeisiin. Vaivattomuus ja nopeus ovat nousseet avaintekijöiksi asiakaskokemuksen kehittämisessä. Tästä konkreettisenä esimerkkinä pikatoimituspalvelut, joita K-Market- ja K-Supermarket-ketjut ovat laajentaneet

merkittävästi vuoden 2025 aikana. Kokonaisuutena K-Ruoka-verkkokaupan myynti kasvoi 317 miljoonaan euroon (2024: 294 milj. euroa) vuonna 2025.

Pikatoimitusten voimakkaan kasvun rinnalla myös noutopalvelun suosio on vahvistunut merkittävästi. Tämä kaksoistrendi heijastaa asiakkaiden moninaisia, tilannekohtaisia tarpeita: osa arvostaa joustavuutta noutaa ostokset itse valitsemanaan ajankohtana, kun toisille nopea kotiinkuljetus on ensisijainen prioriteetti.



K-Ruoka-verkkokaupan NPS yli 80

Verkkokaupan kehityksessä on keskitytty erityisesti neljään osa-alueeseen: palvelun toimintavarmuuteen, keräilyyn tehokkuuteen, käyttökokemuksen parantamiseen ja kauppakohtaisen valikoiman näkyvyyteen. Näiden kehitysalueiden avulla varmistetaan sujuva verkkokauppakokemus asiakkaille.

Merkittävä kilpailuetu verkkokaupassa on laaja, kauppakohtainen valikoima. Tämä mahdollistaa paikallisten tuotteiden ja erikoistuotteiden saatavuuden myös verkkokaupan kautta. Tuotetietojen laatuun on kiinnitetty erityistä huomiota, mikä palvelee erityisesti allergeeneja ja ravintosisältöjä tarkasti seuraavia asiakkaita.

Verkkokaupan kehityksessä korostuu jatkuva, pienempi kehitystyö suurten kertauudistusten sijaan. Tämä mahdollistaa nopean reagoinnin asiakaspalautteeseen ja käyttäjäkokemuksen jatkuvan parantamisen. Kehitystyössä hyödynnetään aktiivisesti asiakasdataa ja -palautetta sekä seurataan tarkasti verkkokaupan käyttöä.

K-Ruoka-verkkokaupan myynti kasvoi noin 8 % edellisvuodesta

K-Plussa on monikanavaisen asiakaskokemuksen ja palkitsemisen perusta

K-Plussa on kattava kanta-asiakasjärjestelmä, joka palvelee kaikkia K-Plussa-asiakkaita monikanavaisesti parhaalla mahdollisella tavalla, oli kyseessä sitten Opiskelija-, Omistaja- tai esimerkiksi K-ryhmään ostoksensa keskittävä Paras asiakas.

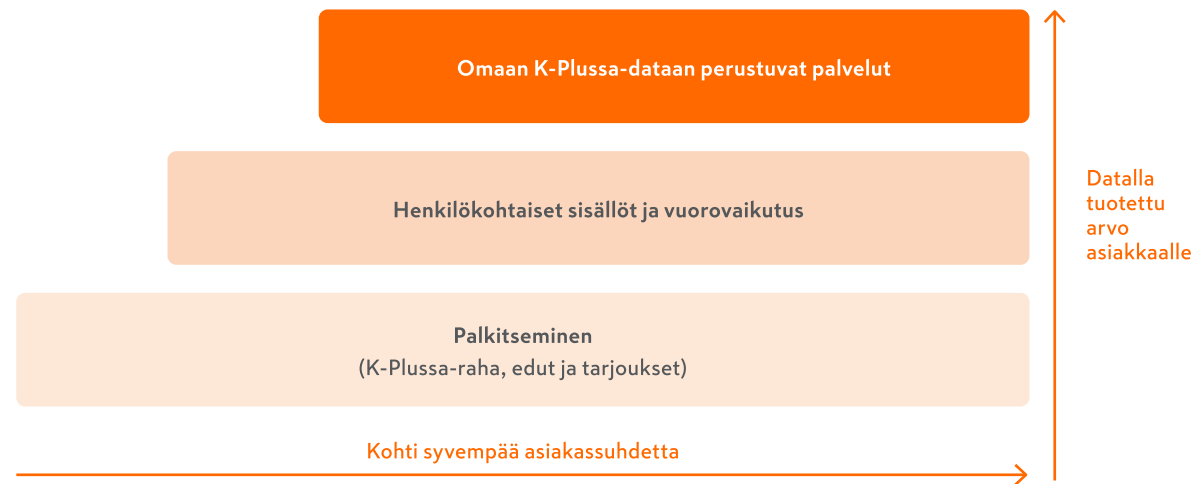
K-Plussa-kanta-asiakasohjelmassa noin 3,5 miljoonaa henkilöasiakasta

K-Plussa-kanta-asiakasohjelma hyödyntää asiakasdataa sekä kehittynyttä data-analytiikkaa parasta asiakaskokemusta tavoittelevien sovellusten perustana. Se yhdistää henkilökohtaiset kanta-asiakasedut sekä älykkäät digitaaliset palvelut, jotka tukevat henkilökohtaisia mieltymyksiä ja arvovalintoja koko asiointipolun ajan. Vuonna 2025 K-ryhmä palautti K-Plussa-asiakkaille yli 826 miljoonaa euroa etuja ja alennuksia, ja täysin henkilökohtaisten etujen määrä kaksinkertaistui edellisvuodesta.

Keskon dataohjattu lähestymistapa perustuu luottamukseen ja aitoon arvonluontiin asiakastiedosta. Edistynyt data-analytiikka ja tekoäly mahdollistavat asiakkaiden tarpeiden syvällisen ymmärtämisen ja ennakkoinnin, mikä näkyy yhä osuvampina palveluina ja suosituksina. Kesko näkee asiakkaat yksilöinä, perheinä ja yhteisöinä, mikä heijastuu personoitujen etujen, sisältöjen ja

valikoiman kehittämisessä. Modernit digitaaliset työkalut tarjoavat asiakkaille mahdollisuuden seurata omia kulutustottumuksiaan, mutta enenevässä määrin kestävyys- ja hyvinvointitieto integroidaan myös holistisesti osaksi saumatonta ostokokemusta – tukien näin vaivattomasti tietoista ja omien arvojen mukaista arjen kuluttamista.

Data mahdollistaa yhä henkilökohtaisemman K-Plussa-asiakkuuden



KESPRO LUO UUDENLAISTA FOODSERVICE-MARKKINAA

Kespro on kehittänyt toimintaansa viime vuosien aikana jatkuvasti dataohjautuneempaan suuntaan. Perinteisestä tukkukaupan mallista on siirrytty kohti asiakas- ja kumppanikeskeistä foodservice-palvelualustaa.

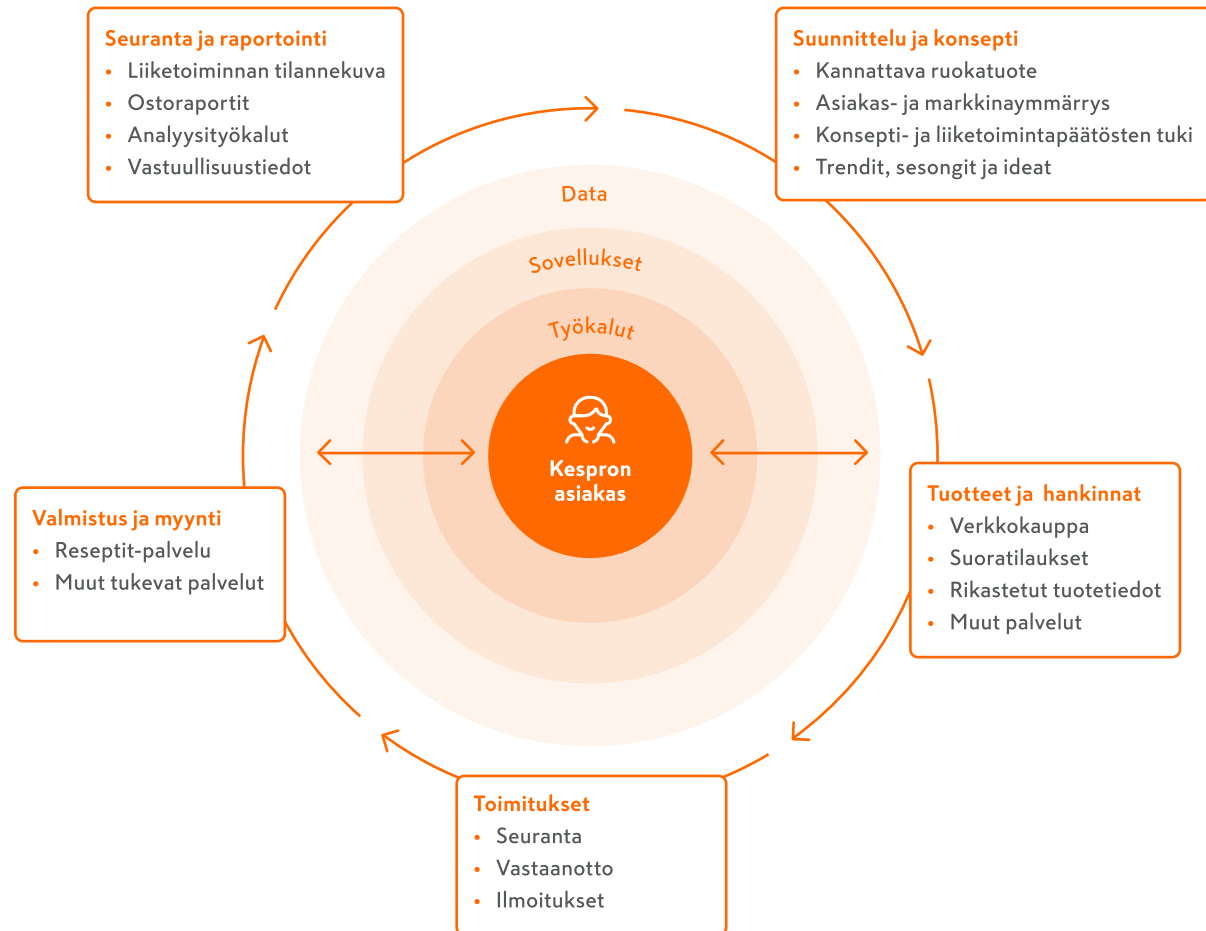
Kespron digitaaliset palvelut antavat asiakkaille mahdollisuuksia menestyä nopeasti muuttuvassa markkinassa. Kespro rakentaa markkinaa yhteiseksi hyväksi: aktiivinen, tutkitulla tiedolla tapahtuva vaikuttaminen luo Suomeen uutta ja yhteistä ulkona syömisen kulttuuria. Kespro toimi vuonna 2025 moottorina ainutlaatuiselle "Ulos syömään" -ruokastrategialle, joka kokosi yhteen ravintoloitsijoita, kokkeja ja alan vaikuttajia ympäri Suomen.

Kespron digitaaliset palvelut kokoavat ammattilaisten arjen työkalut yhteen: Kespro.comiin on tuotu kirjautuneen käyttäjän oma etusivu, jotta keskeiset toiminnot, kuten raportointi ja toimituksiin liittyvä tilannekuva, löytyvät nopeasti yhdestä näkymästä.

Datapohjaisista palveluista uutta arvoa asiakkaille

Kespro tarjoaa ravintola-alan ammattilaisille ainutlaatuisen yhdistelmän: laajan digitaalisen palvelukokonaisuuden ja kyvyn muuntaa markkinoiden ja oman toiminnan data käytännön hyödyksi. Kespron kilpailuetu on laajan ja syvällisen datavarannon yhdistäminen arjen liiketoimintaymmärrykseen – samat analytiikkatyökalut ja asiakassegmentit ohjaavat päivittäin niin myyntiä, hankintaa kuin markkinointia. Tämä tekee Kesprosta asiakkailleen

Kespron digitaalinen liiketoiminta-alusta tuottaa arvoa asiakkaalle läpi arvoketjun





aidosti neuvoa-antavan kumppanin pelkän tavarantoimittajan sijaan.

Kespron digitaalisten palveluiden kehityksessä korostuvat käytännön hyödyt ja asiakasarvon tuottaminen, kuten Kespro.com-alustan reseptit-palvelu, jossa asiakkaan oma reseptiikka yhdistyy katelaskentaan, tilauksiin ja jopa katehälytyksiin hintamuutosten vaikuttaessa kannattavuuteen. Kattavat tuotetiedot (mm. allergeenit ja ruokavaliot) kytkeytyvät reseptiikkaan ja helpottavat sekä ruokailan suunnittelua että asiakkaiden palvelemista.

Kespro.com on ylivoimainen foodservice-alusta

Kespron myynnistä yli 75 % tapahtuu digitaalisesti eli joko verkkokaupan kautta tai tilausrajapinnoilla suoraan asiakkaan oman tilausjärjestelmän kautta. Vuonna 2025 Kespro.comin aktiivisten käyttäjien määrä kasvoi lähes 20 %. Kasvua on tukenut muun muassa noutotukku-asiakkaiden tuominen digitaalisten palveluiden piiriin.

Kespron myynnistä 75 % tapahtuu digitaalisesti

Digitaalisten kanavien kautta tapahtuva myynti on Kesprossa yli 900 miljoonaa euroa, eniten koko K-ryhmässä. Yli 55 000 tuotteen valikoimallaan ja älykkäillä ominaisuuksillaan se vastaa ammattilaisten kaikkiin tarpeisiin.

Vuoden 2025 merkittävin tekninen kehitysaskel oli Kespron asiakaskohtaisen hinnoittelulogiikan uudelleenmallintaminen Kespron data-alustalle. Asiakaskohtaiset hinnat ovat jatkossa saatavilla dynaamisesti jo tuotteiden selailu- ja vertailuvaiheessa Kespro.comissa.

Kespro.comin kirjautuneen asiakkaan etusivu uudistettiin täysin vuonna 2025. Nyt yksi, myös mobiilikäyttöön optimoitu sivu kokoaa yhteen näkymään asiakkaan keskeisimmät tiedot, kuten toimitustilanteen, omien ostojen raportoinnin ja reseptiikan. Käyttäjätutkimus oli keskeisessä roolissa kehitystyössä ja ohjasi kehittämisen suuntaa.

Kespron digitaaliset palvelut tuottavat arvoa asiakkaille

Reseptit

- Oman reseptiikan ylläpito ja inspiraatio yhdessä paikassa
- Kuvalliset ja videoilla rikastetut valmistusohjeet
- Automaattisesti Kespron tuotetiedosta päivittyvät annosten allergeenit, ravintosisällöt ja erityisruokavaliot
- Annosten tarkka katelaskenta ja myynnin simulointi
- Älykkäät katehälytykset resepteille raaka-aineiden hintojen muuttuessa
- Helpottaa ostamista kun raaka-aineet voi tilata suoraan reseptistä

Tarjooma

- Auttaa löytämään sopivat tuotteet yli 55 000 tuotteen valikoimasta
- Asiakaskohtaiset hinnat ja valikoimat voidaan tuottaa palveluna suoraan asiakkaan omaan hankintajärjestelmään
- Rajapintapalvelu asiakkaan omaan järjestelmään tehostaa huomattavasti asiakkaan omia prosesseja
- Asiakaskohtaiset hinnat tuodaan verkkokaupan selailuun, mikä nopeuttaa ostamista ja tuotevertailua

Seuranta ja raportointi

- Tarjoaa asiakkaan ostodatan ja toimitustilanteen yhdestä näkymästä käsin
- Omia raaka-ainehankintoja voi tutkia ja analysoida niiden eurojen, kilojen, toimittajien kuin kotimaisuuden ja vastuullisuuden näkökulmasta
- Tarjoaa valmiita raportteja sekä mahdollisuuden luoda omia
- Auttaa johtamaan ja kehittämään liiketoimintaa talouden, tehokkuuden ja vastuullisuuden näkökulmasta

Toimitukset

- Kertoo, mitä seuraavassa toimituksessa on tulossa, ja koska se on saapumassa
- Kertoo ennakoon mahdollisista puuttuvista tuotteista
- Räättälöivät älykkäät ilmoitukset automatisoivat arkea ja vapauttavat aikaa
- Näyttää kaikki asiakkaalle tehdyt tilaukset toimituspäivineen sekä toimitushistorian
- Digitaalinen lähetysslista ja siihen kytketty reklaamaatioprosessi tehostavat kuorman vastaanottoa ja säästävät merkittävästi työaikaa.

Yhdessä asiakkaiden kanssa löydettiin digitaalinen ratkaisu, joka toimii mahdollisimman hyvin ravintoloiden nopeatempoisessa työympäristössä.

Analytiikalla uutta arvoa liiketoiminnalle

Kespron asiakaspolku perustuu tiedolla johtamiseen, jonka tavoitteena on tuottaa parempia päätöksiä asiakaspolun koko matkalle. Asiakasymmärrystä tukee dynaaminen

ostokäyttäytymissegmentointi, jossa staattisten luokittelujen sijaan eri asiakasryhmien rakennetta, käyttäytymistä ja ostopäätöksiä voidaan analysoida ja hyödyntää nopeammin ja tuottavammin. Tuloksena palvelut ja suositukset voidaan kohdentaa tarkasti juuri oikeaan tarpeeseen, mikä auttaa asiakasta löytämään liiketoimintaansa sopivat tuotteet ja palvelut.

Kespron datatiede-tiimi tuottaa älykkäitä malleja, jotka tunnistavat asiakkaan ostokäyttäytymisestä nk. valkoisia

alueita. Ne ovat tuoteryhmiä, joita asiakas voisi jatkossa ostaa Kesprolta. Mallit mahdollistavat personoidut tuotesuositukset verkkokaupassa ja tukevat samalla myyjien asiakastyötä.

Data-analytiikalla on myös konkreettinen rooli asiakasriskin hallinnassa: auttamalla asiakkaita seuraamaan kannattavuuttaan ja reagoimaan kustannusmuutoksiin proaktiivisesti, Kespro tukee asiakkaidensa liiketoiminnan jatkuvuutta haastavassa markkinassa. Asiakkaiden menestyessä myös Kespro menestyy.

Kespro hyödyntää Keskon laajaa osaamista ja toimintamallia tiedolla johtamisen kehittämisessä. Tiedolla johtamisen virtuaalitiimi yhdistää Kespron ja Keskon asiantuntijoita, mikä mahdollistaa parhaiden käytäntöjen jakamisen ja osaamisen skaalaamisen. Keskeinen osa-alue yhteiselle kehittämiselle on tekoälyn ja data-analytiikan kasvava hyödyntäminen, jossa omat data scientist- ja analytikko-resurssit tukevat kehitystyötä.

Kespron henkilöstön tiedolla johtamisen kyvykkyyttä kehitetään järjestelmällisesti kolmen strategisen kompetenssin kautta: tiedon analysointi ja johtopäätöskyky, asiakkaan liiketoiminnan ymmärtäminen sekä yhteistyö. Nämä kompetenssit jalkautetaan koko organisaatioon osana henkilöstön kehittämistä ja muutosjohtamista.



Case

Poikkitieteellinen virtuaalitiimi toi datan ulos siiloista

Kesprossa tiedolla johtaminen ei ole vain data-arkkitehtien ja analyytikkojen yksinoikeus, vaan koko organisaation yhteinen asia.

Vuonna 2023 perustettu Tiedolla johtamisen virtuaalitiimi on kasvanut yli 20 huippuasiantuntijan joukoksi, jossa Keskon datatieteilijät, tekoälykehittäjät ja Kespron liiketoiminnan kehittäjät yhdessä muuttavat tietoa toiminnaksi.

Tiimin ainutlaatuisuus piilee sen matalassa kynnyksessä ja arjen yhteistyössä. Kuka tahansa Kespron työntekijä myyjästä hankkijaan voi ottaa tiimiin yhteyttä ja pyytää apua liiketoiminnan datatarpeisiin.

"Olemme rakentaneet kulttuurin, jossa tiedolla johtamisella ei ole liiketoimintarajoja. Meidän tehtävämme on kiihdyttää osaamisen jakamista koko organisaatioon", kuvailee analyytikasta ja datasta vastaava Senior Development Manager **Paula Wilson**.

Data kiinteäksi osaksi arkea ja johtamista

Virtuaalitiimin työ näkyy arjessa konkreettisesti. Tiedolla johtamisen tuloksia ja oivalluksia tuodaan jokaiseen Kespron sisäiseen kuukausi-infoon. Tämä rakentaa vahvaa jaettua datakulttuuria sekä kyvykkyyttä tehdä liiketoimintapäätöksiä datahajautuneesti. Tämä osoittaa

käytännössä myös koko organisaation sitoutumista erityisesti Keskon yhteiseen tiedolla johtamiseen.

Kesprossa on panostettu vahvasti myös generatiivisen tekoälyn, automaation ja robotiikan kyvykkyysiin, joilla puretaan manuaalista työtä sekä skaalataan ratkaisuja myynnin arkeen.

Osaamisen rakentamista systemaattisesti

Datan keräämisen ja jalostamisen rinnalla Kespro panostaa voimakkaasti koko henkilöstön datalukutaitoon. Syksyllä 2025 lanseeratut, kaikille avoimet "Let's Learn" -

koulutukset tarjoavat matalan kynnyksen oppimistuokioita esimerkiksi analyyttikatyökalujen ja raporttien hyödyntämiseen. Tavoitteena on systemaattinen osaamispolku, jossa jokainen työntekijä voi kehittää omia tiedolla johtamisen taitojaan osana Kespron vahvaa tekemisen meininkiä.

"Menestyksen ydin on poikkitieteellisyys. Kun yhdistämme huipputason datatieteen ja syvän liiketoimintaymmärryksen yhteisten tavoitteiden äärellä, syntyy synergiaa, jota mikään yksittäinen toiminto tai tiimi ei voisi saavuttaa yksin", Wilson kiteyttää.



RAKENTAMISEN JA TALOTEKNIIKAN KAUPPA – ASIAKKAALLE ARVOA JOKA KOHTAAMISELLA

Rakentamisen ja talotekniikan kaupassa data tuottaa arvoa erityisesti asiakaskokemuksen, tehokkuuden ja skaalautuvuuden kautta. Keskeistä on helppouden, hyödyn ja ajansäästön tarjoaminen asiakkaan oman datan hyödyntämisen kautta. Laajasti rikastetut tuotetiedot tukevat tuotteiden valintaa, asentamista ja käyttöä niiden koko elinkaaren ajan.

Asiakkaat ja heidän tarpeensa tunnetaan rakentamisen ja talotekniikan kaupassa hyvin. Toiminta useilla Pohjoismaisilla markkinoilla tuo syvällistä ymmärrystä toimialasta ja mahdollistaa ratkaisujen skaalaamisen yli rajojen. Valikoimajohtaminen, digitaaliset palvelut, markkinointi ja myynti hyödyntävät laaja-alaisesti asiakas- ja tuotetiedot. Automaatiota ja tekoälyä hyödynnetään tehokkaasti, ja data on kytketty liiketoimintaprosesseihin niiden koko pituudelta.

Onnisen, K-Raudan, K-Byggin, Byggnakkerin ja Davidsenin digitaaliset kanavat pyrkivät olemaan paikallisesti johtavia palveluita ammattilaisille ja kuluttaja-asiakkaille. Erottuva monikanavainen asiakaskokemus syntyy digitaalisten palveluiden ja myymälöissä käytettävien asiakas- ja myyjäsovellusten synergiasta. Data palvelee asiakasta kaikissa kanavissa. Ostohistoria, käyttäjähallinta ja asiakasraportit helpottavat arkea ja liiketoimintaa.

Toimialan tilaus-toimitusprosessi, hankinnat ja varastonhallinta on kattavasti digitalisoitu, mikä luo vahvan perustan toiminnan ohjaamiselle, faktapohjaiselle kehittämiselle sekä optimoimiselle. Mittavat tavaravirrat, runsaat tuotevalikoimat, hyvän saatavuuden varmistaminen sekä materiaalien ja tarvikkeiden oikea-aikaiset toimitukset asiakkaille, työmaille ja kunnossapidon työkohteisiin vaativat järjestelmiltä paljon.

Digitaalinen tilaus-toimitusprosessi mahdollistaa tehokkuuden jatkuvan parantamisen ja logistiikan älykkään optimoinnin. Onnisen Onnela-logistiikkakeskus edustaa Suomessa pitkälle automatisoitua ja robotiikkaan perustuvaa varastointia, joka osaltaan mahdollistaa jopa yli 12 miljoonan myyntirivin käsittelyn vuosittain ja seuraavan päivän toimitukset asiakkaille. Palvelut on kehitetty palvelemaan parhaalla mahdollisella tavalla kunkin toimintamaan paikallisia asiakkaita ja heidän tarpeitaan.

Tekninen tukkukauppa lähellä asiakkaita

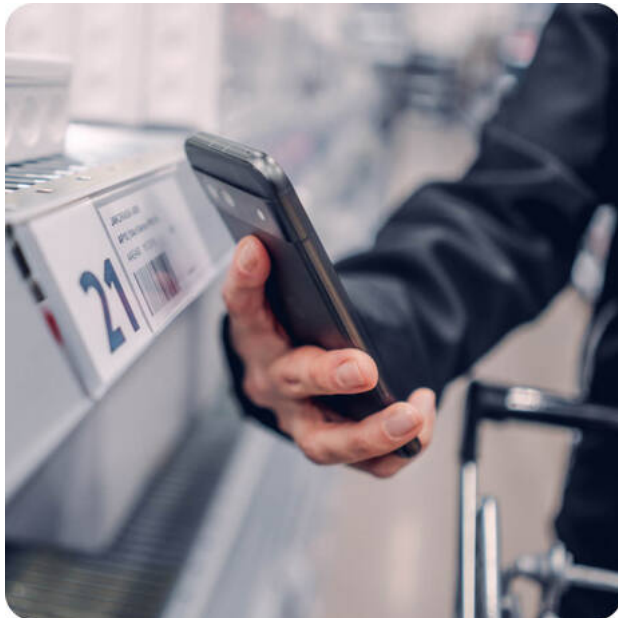
Tekninen tukkukauppa palvelee LVI- ja sähköalan urakoitsijoita, teollisuuden yrityksiä, infra-alan toimijoita sekä jälleenmyyntiasiakkaita. Suurissa myyntimäärissä datan ja digitaalisten ratkaisuiden avulla tehostetaan hankintaa,



logistiikkaa, ostamista sekä tuotteiden käyttöä. Myös osaavalla henkilökohtaisella palvelulla on suuri merkitys.

Onnisen tilausriveistä noin 80 % käsitellään digitaalisesti itsepalveluna

Onnisen digitaalisen myynnin pääkanavat ovat verkkokauppa, OnniApp-sovellus ja suoratilaukset asiakkaan omista järjestelmistä. Digitaalinen toimintamalli parantaa datan laatua ja mahdollistaa asiakaspolun systemaattisen johtamisen ja optimoinnin. Onninen tarjoaa



asiakaskohtaisesti räätälöityjä digitaalisia ratkaisuja ja integraatioita, jotka vastaavat asiakkaan tarpeita ja hankintaprosessia. Myyjien käytössä oleva sähköinen työpöytä OnnSale tehostaa asiakaspalvelua ja myyntityötä.

OnniApp-sovellus helpottaa asiakkaiden asiointia Onninen Express -myymälöissä ja palveluvarastoissa nopeuttamalla tuotteiden löytämistä ja keräilyä. Kattavat tuotetiedot tukevat oikean tuotteen valinnassa ja vertailussa.

Onnisen sähköinen myyjän työpöytä OnnSale kokoaa asiakaspalvelua ja myyntiä tukevat olennaiset tiedot yhteen helppokäyttöiseen liittymään. Asiakkaan tilaushistoria, tarjoukset, toimitukset sekä rikkaat tuotetiedot ja dokumentaatio ovat helposti myyjän käytettävissä, jolloin myyjät voivat keskittyä asiakkaiden tarpeiden kartoittamiseen ja niihin vastaamiseen.

Onninen on laajentanut verkkokauppapalvelunsa kaikkiin toimintamaihinsa. Yhteinen tekninen ratkaisu Pohjoismaissa ja Baltiassa mahdollistaa asiakaskokemuksen jatkuvan kehittämisen ja digitaalisten kanavien kautta tapahtuvan myynnin kasvattamisen. Yhteisistä teknisistä ratkaisuista huolimatta verkkokauppojen valikoimat ja prosessit ovat paikallisia, mikä mahdollistaa parhaan asiakaskokemuksen kussakin maassa.

Onnisen digitaalinen asiakasprosessi on mallinnettu päästä päähän, jolloin asiakkaalle arvoa luovia asiakaspolun vaiheita ennustetaan ja johdetaan tiedolla. Asiointi ja ostaminen on tehty mahdollisimman helpoksi, ja asiakkuuteen voi liittää erilaisia lisäpalveluita muun muassa raportointiin, logistiikkaan ja toimituksiin liittyen.

Onninen.fi-verkkokaupan NPS 72 (2024: 69)

Onninen Suomen valikoima jatko kasvuun

Asiakastarpeisiin vastaava valikoima on yksi tärkeimmistä asiakaskokemukseen ja -tyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä. Erityisesti Suomessa Onnisen tavoitteena on tarjota alansa laajin valikoima, jota uudistetaan jatkuvasti sekä asiakasymmärrystä että tavarantoimittajien osaamista hyödyntäen. Kahden viime vuoden aikana ostettava valikoima Onnisen verkkokaupassa on kasvanut 34 %. Uusien tuotteiden kysynnän ja tehokkaimman logistisen ketjun mallintamisessa korostuu Onniselle kertynyt syvällinen toimialaosaaminen.

Onnisen Suomen verkkokaupan valikoimaa laajennetaan systemaattisesti. Asiakas hyötyy, kun laajan valikoiman tuotteiden saatavuus paranee ja ostaminen helpottuu. Valikoiman laajentaminen verkkokauppaan sisältää sekä uusien tuotteiden lisäämistä että aikaisemmin terminaalikaupassa tarjolla olleiden tuotteiden tuomista verkkokauppaan.

Case

Onnela – logistiikan uusi kasvualusta

Onnela on Keskon teknisen tukkukaupan mittaluokkaa muuttava investointi: noin 250 miljoonan euron logistiikkakeskus, jolla rakennetaan samanaikaisesti kasvun edellytyksiä, kasvavaa automaatiokyvykkyyttä sekä parempaa digitaalista ohjattavuutta toimitusketjuun.

Onnelan investointi vastaa teknisen tukkukaupan kasvun asettamiin vaatimuksiin. Se parantaa toimitusketjun ohjattavuutta sekä lisää toimitusvarmuutta ja nopeutta. Onnelassa tehokkaat fyysiset puitteet, automaatio ja digitaalinen ohjaus muodostavat yhtenäisen kokonaisuuden.

”Onninen ja tekninen kauppa ovat kasvaneet merkittävästi viime vuosien aikana. Varaudumme Onnelan investoinnilla kasvuun samalla, kun parannamme nykyisiä logistisia palveluita entisestään”, tiivistää **Petteri Niemi**, Rakentamisen ja talotekniikan kaupan toimitusketjusta vastaava johtaja.

Onnelassa ero aiempaan näkyy konkreettisesti toiminnan mittakaavassa: rakennustilavuus lähes kaksinkertaistui ja automatisoidut tuotepaikat lähes kolminkertaistuivat. Korkeampi automaatiotaso mahdollistaa nopeamman keräilyn ja vähemmät virheet, ja uusi varastonhallintajärjestelmä (WMS) tuo tiedolla johtamisen koko toimitusketjun läpi. Erillisistä varastoista luopuminen yksinkertaistaa ohjausta entisestään: sama tieto ja samat toimintamallit kulkevat yhtenäisesti kaikissa vaiheissa.

Strateginen hyöty syntyy myös siitä, että Onnela palvelee useampaa liiketoimintaa. Keskus palvelee Onnisen lisäksi K-Auton varaosalogistiikkaa, ja varaosien siirto mahdollistaa tehokkuuden parantamisen ja nopeammat palvelut – myös saman päivän pikatoimitukset. Yhteinen logistiikka-alusta tuo synergioita ja parantaa toimitusvarmuutta, kun valikoimaa, varastointia ja toimituksia voidaan optimoida yhtenä kokonaisuutena.

Teknologinen ja digitaalinen ajattelu ulottuu myös asiakasrajapintaan. Onnelassa lisäarvopalvelut, kuten esiasennus, projektipakkaus ja kaapelien mittauspalvelu, kytketään samaan tavaravirtaukseen, jolloin logistiikka ei ole vain tavarantoimitusta vaan osa asiakkaan projektin sujuvuuden ja tehokkuuden parantamista.

Kokonaisuus on rahoitettu vihreää joukkovelkakirjalainaa (Green Bond) hyödyntäen, ja energiatehokkuus on rakennettu sisään teknisiin ratkaisuihin. Tavoitteena on BREEAM Very Good -luokitus, ja energiaratkaisuissa korostuvat muun muassa maalämpö sekä energiaa säästävä automaatio rakennustekniikassa. Luontovaikutusten kompensointi oli osa rakentamisen ympäristövaikutusten hallintaa. Kesko kompensoi rakentamisen luontovaikutuksia Hyvinkään Härkävehmaansuon ekologisen tilan parantamiseksi.

Onnela-hankkeella on ollut merkitystä myös alueellisesti. ”Rakentaminen on kärsinyt viime vuosina

taantumasta. Onnela-hankkeen avulla olemme omalta osaltamme voineet vaikuttaa myönteisesti myös alueelliseen elinvoimaisuuteen”, Niemi toteaa. Kesko kuvaa Onnelan mittaluokkaa myös konkreettisesti: noin 85 000 neliömetrin logistiikkakeskus vastaa kooltaan 12 jalkapallokenttää.



Case

Kestävyystiedosta arvoa rakentamiseen ja raportointiin

Uusi päästö- ja ympäristöraportoinnin ratkaisu auttaa rakentamisen ammattilaisia ja urakoitsijoita täyttämään lakisääteiset velvoitteensa. Asiakkaalle lisäarvoa muodostuu kattavista tuotteiden vastuullisuustiedoista.

"Palvelu perustuu pitkäjänteisesti kehittämäämme kestävyysdatan hyödyntämisen ja raportoinnin kyvykkyyteen. Halusimme olla valmiita maailmaan, jossa tuotesidonnainen vastuullisuustieto ohjaa ostopäätöksiä", kertoo rakentamisen ja talotekniikan kaupan hankinta- ja vastuullisuusjohtaja

Antti Auvinen.

Rakentamislaki vaatii hiilijalanjäljen raportointia

Suomen rakentamislaki toi uusia vaatimuksia vuoden 2026 alusta. Laki velvoittaa toimittamaan ilmastaselvityksen kaikille uudisrakennuksille loppukatselmusta varten. Vaatimus koskee muun muassa asuinkerrostaloja, rivitaloja, toimistoja, liikerakennuksia ja julkisia rakennuksia. Pienet omakotitalot on rajattu vaatimuksen ulkopuolelle.

Ilmastaselvityksessä on raportoitava rakennuksen koko elinkaaren hiilijalanjälki. Se kattaa rakennustuotteiden valmistuksen, kuljetukset, työmaatoiminnot, energian käytön rakennuksen elinkaaren aikana sekä purkuvaiheen. Laskenta perustuu eurooppalaiseen EN 15804 -standardiin ja EPD-ympäristöselosteisiin.

Automaattista ja kattavaa laskentaa

Uusi raportointityökalu yhdistää tuotetason ympäristödatan suoraan asiakkaan ostohistoriaan. Mukana ovat ilmastovaikutus (GWP, Global Warming Potential), materiaalitiedot ja tuotteiden painot. Ratkaisu vastaa sääntelyyn ja poistaa manuaalisen tiedonkeruun tarpeen.

Järjestelmä hyödyntää hybridimallia. Se tarjoaa ensisijaisesti tuotekohtaisia EPD-ympäristöselosteita. Jos niitä ei ole saatavilla, järjestelmä täydentää tiedot saatavilla olevilla kansallisilla geneerisillä arvoilla.

Taustalla on pitkäjänteinen kehitystyö. Kesko on rakentanut laajan vastuullisuusattribuuttien ja liitetiedostojen tietokannan. Tieto kulkee nyt saumattomasti tuotteen mukana läpi koko toimitusketjun verkkokauppaan ja yritysasiakkaan ostoraportille asti.

"Kyse on hyvin moniulotteisesta kokonaisuudesta. Rakennusmateriaalien lisäksi meillä on aktiivisia tuotteita, kuten lämmityslaitteita, jotka kuluttavat energiaa koko elinkaarensa ajan. Niiden valmistaminen tuottaa tietyn määrän hiilipäästöjä, mutta käytönaikaiset päästöt ovat se merkittävä tekijä", Auvinen selittää.

Parempi ympäristödata luo arvoa asiakkaalle

Ratkaisu on käytössä Onnisen ja K-Raudan palveluissa. Se tukee asiakkaita lakivaatimusten, sekä yritysten itsensä asettamien kunnianhimoisten vaatimusten täyttämässä.

Julkisissa hankinnoissa ympäristökriteerit ovat olleet mukana jo aiemmin ja nyt rakentamislain myötä vähähiilisyys on tullut laajasti vaatimukseksi. Auvinen kuvaa konkreettista esimerkkiä Norjasta. "Kun pystyimme tarjoamaan täsmälliset tuotteen hiilijalanjälkitiedot, se antoi meille etulyöntiaseman kilpailutuksessa. Näin vastuullisuustyö kääntyy konkreettiseksi vaikuttavuudeksi asiakkaille, meille ja ympäristölle".

"Kyse ei ole pelkästään sääntelyn täyttamisestä, vaan aidosta asiakkaalle tuotettavasta lisäarvosta. Olemme siirtyneet tilanteeseen, jossa laadukas tuotetieto on olennainen osa tuotteen arvoa", Auvinen toteaa.

Tuotetietojen rikastamisesta arvoa asiakkaalle

Tuotetiedon rikastaminen ja rikastettujen tuotetietojen määrän kasvattaminen palvelee asiakkaita ja auttaa myyjää heidän työssään. Laadukas tuotetieto on edellytys asiakkaille tarjottaville lisäarvopalveluille, kuten päästö- ja ympäristöraportoinnille. Tietoja laajennetaan lisäämällä tuotteiden perustietojen rinnalle olennaisia ohjeita esimerkiksi käytöstä, asentamisesta ja huoltamisesta. Tuotetietojen rikastamisessa hyödynnetään oman henkilöstön tietotaitoa yhdistettynä omaan ja tavaran-toimittajien sekä kansallisten tuotetietokantojen dataan.

Kattavat tiedot sisältävät muun muassa tuotteen käyttötarkoituksen, tekniset ominaisuudet, tuotekoodit,

värit, mitat, painot ja sertifikaatit. Tuotekuvat, tekniset dokumentaatiot, asennusohjeet, videot sekä tiedot tuotteen varaosista ja asentamisessa tarvittavista tuotteista täydentävät tuotteesta annettavaa informaatiota.

K-Rauta houkuttelee verkkoon ja kivijalkamyymälään

Suomessa K-Raudan digitaalinen toimintamalli ja laadukkaat tuotetiedot mahdollistavat asiakkaiden palvelemisen verkkokaupan ja kivijalkakaupan vahvuuksia yhdistellen. Lähes 80 % K-Rauta.fi-verkkokaupan liikenteestä tulee hakukoneista ja tuotetiedon, ideoiden ja inspiraation merkitys on keskeinen. K-Raudan 125 myymälässä tuotteita voi testata, katsoa ja vertailla. Asiantuntevat myyjät auttavat valitsemaan oikeat tuotteet ja onnistumaan niiden käytössä.

Verkkokauppa kattavine tuotetietoineen mahdollistaa laajan valikoiman tutkimisen, oikeiden tuotteiden löytämisen ja ostamisen. Ostohistoria tukee asiakkaita erityisesti suurten projektien, kuten remonttien, läpiviennissä: asiakkaat näkevät mitä on ostettu, mitä puuttuu ja paljonko projekti on maksanut. Tarjolla on kattavat toimitusvaihtoehdot joko myymälään, noutopisteeseen, suoraan kotiin tai työmaalle.

K-Rautoja kehitetään ja johdetaan useita eri datalähteitä hyödyntämällä. K-Raudassa kaupan toiminta-alueen ja asiakkaiden demografia-, osto- ja asiakasdataa hyödynnetään liiketoiminnassa analyttisesti. Asiakaskokemuksen kannalta tällä on merkitystä erityisesti, kun kauppiat hyödyntävät tietoa kauppa-kohtaisen liikeidean ja markkinoinnin toteuttamiseksi.

Tiedolla johtamalla K-Rautojen valikoimat ja palvelut saadaan vastaamaan asiakkaiden odotuksia ja tarpeita mahdollisimman hyvin. Modulaarinen mikropalveluarkkitehtuuri mahdollistaa uusien palveluiden nopean kehittämisen ja skaalaamisen. Esimerkiksi yritysasiakkaille suunnatun K-Rauta PRO:n ostohistorian pohjalle kehitetty mikropalvelu laajennettiin kuluttajille tarjoamaan kattava näkymä ostoihin kaikista K-Raudan myymälöistä ja verkkokaupasta. Ryhmätason synergioita syntyy yhteisen K-Plussa-asiakasdatan hyödyntämisestä, ja K-Data-alusta avaa edelleen uusia mahdollisuuksia hyödyntää yhteistä datapohjaa ja analytiikkaa.

K-Rauta.fi-verkkokaupan
NPS 65 (2024: 65)



Case

K-Raudan ostohistoria syventää asiakassuhdetta

K-Rauta julkaisi syksyllä 2025 kuluttaja-asiakkaalleen odotetun ostohistoria-palvelun, joka kokoaa kaikki K-Raudan myymälöistä ja verkkokaupasta tehdyt hankinnat yhteen. Palvelu vastaa moniin tiedontarpeisiin ja erityisesti projektirakentajien tarpeeseen hallita hankintojen kokonaisuutta.

"Ostohistoria on ollut todella toivottu palvelu. Rautakaupan hankinnat saattavat olla usein suuriakin ja palvelu helpottaa asiakkaita pitämään kirjaa ostamistaan tuotteista ja tarpeen mukaan palaamaan niihin tai niiden tuotetietoihin myöhemmin", kertoo K-Raudan verkkokaupasta ja digitaalisista palveluista vastaava **Hanna-Mari Ikonen**.

Palvelussa voi tarkastella omia ostoksia ja tuotteisiin liittyviä tietoja tarkasti. Se mahdollistaa myös uusintaostot ja kuittikopiot. Keskiössä on K-Plussa: kun asiakas on käyttänyt K-Plussa-korttiaan, hankinnat kertyvät ostohistoriaan riippumatta siitä, missä K-Raudassa tai verkkokaupassa ne on tehty.

Hyötyä erilaisille asiakkaille

Palvelua kehitettäessä huomioitiin eri asiakasryhmät ja heille tarjottavat hyödyt. Kaikille asiakkaille ostot ovat nyt yhdessä paikassa, kuittien säilytys ja tuotteen erittäin monipuolisiin tuotetietoihin pääsy helpottuu merkittävästi.

Tiliasiakkaille puolestaan asiakastilin ostot ja yksittäiset K-Plussa-ostot näkyvät samassa näkymässä: kun ostoja tehdään eri reittejä, on aiempaa helpompaa nähdä kaikki hankintansa yhdestä paikasta. Projektiasiakkaille, kuten rakentajille, isompien projektien kokonaisuuden hallinta ja seuranta helpottuu.

"Asiakkaiden projektit ovat helposti laajoja, ja ajan myötä useista pienistä hankinnoista syntyy kokonaisuus, jonka seuranta helpottuu palvelun kautta. Palvelumme säästää selvää aikaa ja auttaa pitämään katseen helpommin budjetissa," Ikonen kertoo.

Tietopalvelu, ei kuittiarkisto

Ostohistoria on enemmän kuin digitaalinen kuittiarkisto. Kun asiakas löytää ostohistoriastaan tuotteen, hän pääsee tuotekortin kautta kaikkiin tietoihin – käyttöohjeisiin, asennusohjeisiin ja muuhun dokumentaatioon. Tuotteiden tuotetiedot pysyvät verkkokaupassa näkyvissä pitkään, vaikka tuote poistuisi hyllystä. Palvelun kautta on myös helppo siirtyä hankitun tuotteen liitännäisiin tuotteisiin ja suosituksiin: jos asiakas on ostanut vaikkapa grillin, näkyvissä ovat siihen liittyvät tuotteet, varaosat ja asennustarvikkeet.

Kuluttaja-asiakkaan ostohistoria rakentuu aiemmin kehitetylle mikropalveluarkkitehtuurille, jota käytetään jo K-Rauta PRO -verkkopalvelun yritysasiakaspuolella sekä joulukuussa julkaistussa päästö- ja ympäristöraportoinnissa.

"Kun laajensimme tätä kuluttaja-asiakaspuolelle, pystyimme hyödyntämään samaa mikropalvelua. Tämän ansiosta kaikki toimii hyvin nopeasti ja ostotapahtumat päivittyvät muutamassa minuutissa", Ikonen selittää. "Olemme samalla alustalla Ruotsin ja Norjan kanssa, joten komponenttien hyödyntäminen on sujuvaa. Muissa toimintamaissa aiemmin tehtyä mobiilioptimointia sekä ostojen otsikko- ja rivitietojen selkeytystä oli helppo hyödyntää myös Suomen ratkaisussa".

Jatkokehitys asiakastarpeet edellä

Palvelu julkaistiin syyskuussa 2025, ja siihen on pohdittu jo useita asiakaskeskeisiä laajennuksia ja parannuksia. Tällaisia ovat muun muassa vaivattomampi projektinhallinta, jossa asiakas voi seurata paremmin projektinsa hankintoja.

"Lyhyen tai keskipitkän aikavälin tavoitteena on, että projektiasiakkaat pystyisivät tarkastelemaan oman projektinsa hankintoja helposti ja asettamaan vaikkapa tavoitebudjetin, jota on mahdollista seurata koko projektin ajan", Ikonen kertoo. "Kehitämme palvelua vaihteittain asiakastarpeiden ja todellisten käyttötilanteiden mukaan".

AUTOKAUPPA KASVAA VASTAVIRTAAN

K-Auto kasvatti markkinaosuuttaan sekä uusissa että käytetyissä autoissa ja saavutti vahvan tuloksen palveluissa vuonna 2025. Menestyksen taustalla on järjestelmällinen panostus dataohjautuvuuteen, monikanavaiseen asiakaskokemukseen ja tehokkuuteen – tekijöihin, jotka erottavat autokaupan toimijoita vaativassa markkinassa.

Vuonna 2025 toiminnan ytimessä olivat asiakkuusarvon jatkuva kasvattaminen ennakoivilla, dataan pohjautuvilla hoitomalleilla sekä Keskon yhteisen data-alustan hyödyntämiseen tähtäävä data- ja arkkitehtuurityö.

K-Auto on käynnistänyt keskitetyn data-alustan pilotoinnin, mikä parantaa datan saatavuutta ja yhteiskäyttöisyyttä eri järjestelmistä. Ensimmäiset käyttötapaukset keskittyvät muun muassa asiakastietoihin, mutta tavoitteena on mahdollistaa tulevaisuudessa edistyneet tekoälyratkaisut, raportointi sekä tiedon läpinäkyvyys.

Dataohjautuvuus vahvistuu

Autokannan sähköistyminen ja autoilun uudistuminen muuttavat asiakkaiden odotuksia. Ostopäätös ei enää perustu pelkästään autoon, vaan moniin tekijöihin sen ympärillä, kuten auton hankkimisen helppouteen, auton ylläpitoon ja huoltamiseen sekä sähköautoilussa lataamisen sujuvuuteen.

K-Auto kehittää digitaalisia kanavia ja dataohjattuja asiakkuuksia vastatakseen jatkuvaan muutokseen. Tavoitteena on rakentaa kokonaisuus, jossa asiakas voi

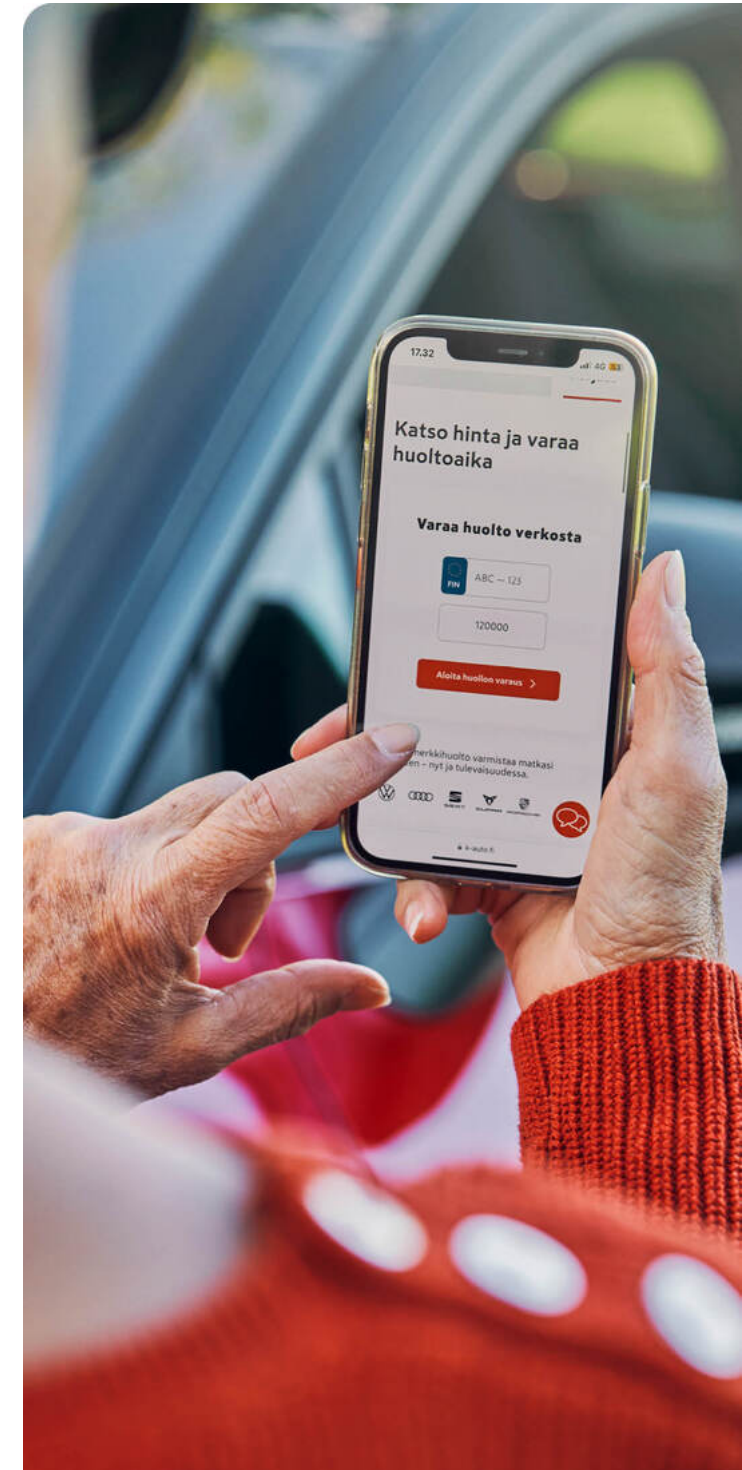
hoitaa keskeiset autoiluun liittyvät toiminnot yhden palveluntarjoajan kautta.

Teknologiakokonaisuuden kehittämistä liiketoimintalähtöisesti

Vuonna 2025 K-Autossa edettiin kohti edistyneempää, keskitettyä data-alustaa ja arkkitehtuuria. Tämä mahdollistaa entistä kehittyneempiä käyttötapauksia sekä reaaliaikaisia tietovirtoja, jotka ulottuvat myynnin liidien hallinnasta aina asiakkaan autoilun elinkaaren ennakointiin.

K-Auto panostaa voimakkaasti digitaaliseen myyntiin, joka on kasvanut merkittävästi haastavasta markkinatilanteesta huolimatta. Digitaalinen ostopolku on vakiintunut merkittäväksi kanavaksi, ja sen kautta tullut myynti kasvoi vuoden aikana 27 %. Digimyynti syntyy kolmesta lähteestä: chat-myyntistä, verkkokaupasta ja liidien kautta toteutuneista kaupoista.

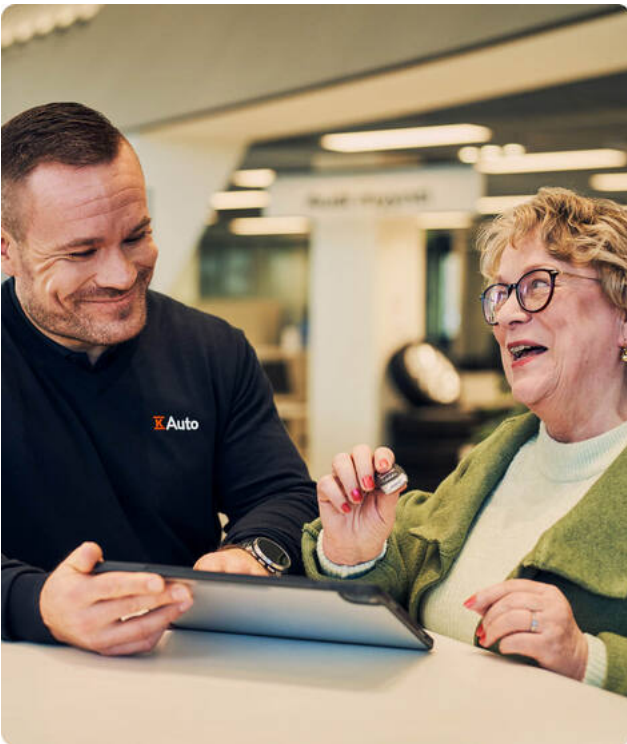
Huollon verkkovarauksen merkitys K-Autossa kasvoi edelleen, ja noin puolet määräaikaishuolloista hankitaan sen kautta. Uusien ja käytettyjen autojen chat-palvelu on puolestaan noussut volyymiltaan suurimmaksi yksittäiseksi myymäläksi, ja sen kautta kulkeva myynti kasvoi 50 % edellisvuodesta noin 60 miljoonaan euroon. Myyntiä vauhdittavat myös uudet verkkokaupan ominaisuudet, kuten vaivaton käsirahalla maksaminen ja käytettyjen autojen yksityisleasing.



Ennakoiva asiakkuuksien johtaminen

Asiakasdatan hyödyntäminen kehittyi jatkuvasti ennakoivampaan suuntaan. Vuoden 2025 aikana saatiin päätökseen uudistustyö, jossa otettiin tuotantoon 90 uutta tai uudistettua automaattista hoitomallia. Ne reagoivat esimerkiksi asiakkaan tai auton muuttuviin tietoihin, kuten esimerkiksi auton hankintaan, omistamisen elinkaareen, huolto- tai rahoitussopimustietoihin.

Automaattisten personoitujen viestien sekä muun asiakkuusmarkkinoinnin piirissä on jo yli 380 000 asiakasta. Viestejä lähetetään vuosittain yli 5 miljoonaa. Huomattavan



korkea viestien avausaste kertoo osaltaan niiden osuvuudesta ja koetusta hyödyistä vastaanottajalle. Toimenpiteiden tarkka mittaminen ja kehittäminen varmistavat, että dataan perustuvat hoitomallit kasvattavat sekä asiakastyytyvää myyntiä.

K-Auto hyödyntää monipuolisesti eri datalähteitä ymmärtääkseen alueellisia ja ajallisia trendejä, markkinaa ja asiakkaitaan. Edistynyttä analytiikkaa käytetään erityisesti markkinointia ja myyntiä tukevista prosesseista, esimerkiksi vaihtoautojen dynaamisesta hinnoittelusta, asiakastarpeiden tunnistamisesta sekä markkinointitekstien tuottamisen tukena.

Monikanavaisesti paras asiakaskokemus

Asiakkaiden ostopolku on muuttunut pysyvästi: ylivoimaisesti suurin osa autokaupan asiakkaista aloittaa prosessin digitaalisissa kanavissa.

Asiakasta palvellaan kokonaisuutena ja mahdollisimman saumattomasti riippumatta siitä, miten hän kulkee ostopolunsa aikana digissä, kivijalassa tai näiden yhdistelmässä. Digitaalinen myynti ei korvaa kivijalkaa, vaan tukee sitä: asiakas etenee usein verkosta koeajolle ja lopullisen päätöksen äärelle K-Auton myymälään.

Yli 90 % aloittaa auton ostamisen digitaalisesti

Kuten auton omistaminen, myös autokaupan asiakkuuksien johtaminen on pitkäjänteistä. K-Auto soveltaa useita asiakkuuden hoitomalleja, jotka käsittävät palvelut ja vuorovaikutuksen uuden auton, auton vaihtamisen tai huoltopalveluiden piirissä.

Huollon verkkovaraus merkittävä myyntikanava

Autokannan sähköistyminen on muuttanut huollon markkinaa pysyvästi vähentäen perinteisen huollon volyymia. K-Auto on vastannut tähän digitalisoimalla huollon asiakaspolun kokonaan ja laajentamalla palveluitaan strategisesti rengasliiketoimintaan.

Huollon verkkovaraus on kasvanut merkittäväksi myyntikanavaksi. Asiakkaat voivat hoitaa huollon täysin digitaalisesti tai hyödyntää henkilökohtaista palvelua - molemmat vaihtoehdot ovat yhtä laadukkaita.

Case

Vaivattominta autonhuoltoa K-Autosta

Autoilun muutos muuttaa myös huoltoliiketoimintaa. K-Auto vastaa rakentamalla huoltopalvelun, jossa asiakas voi halutessaan hoitaa kaiken verkossa.

K-Autossa huoltomarkkinoiden muutosta on eletty jo vuosien ajan. Viiden vuoden ajan yhtiö on rakentanut järjestelmällisesti dataohjattua, monikanavaista palvelumallia. Vuonna 2025 tulokset osoittavat tehtyjä valintoja oikeiksi.

Asiakkaan aika määrää tahdin

Aikaisemmin asiakas lähti varaamaan huoltoaikaa, kun auto muistutti huoltotarpeesta tai huoltokirja kertoi huollon olevan ajankohtainen. Usein huoltamon varauskalenteri oli täynnä, osia tilattiin kiireellä ja mekaanikkojen työjonot heilahtelivat.

K-Auto käänsi logiikan pääläelleen. Järjestelmä lähettää automaattisen huoltomuistutuksen jo ennen kuin huoltovalo syttyy.

"Kun asiakas saa muistutuksen hyvissä ajoin, hänen aikataulunsa on joustavampi ja meille se tarkoittaa tasaisempaa kuormitusta korjaamoissa", kertoo **Juha Pulliainen**, joka vastaa K-Autossa huollon kehitysprojekteista.

Verkkovarauksessa asiakas näkee reaaliaikaisesti vapaat ajat eri toimipisteissä. Järjestelmä kokoaa automaattisesti auton tiedot ja ehdottaa valmistajan huolto-ohjelman mukaisia toimenpiteitä. Mutta se tekee enemmänkin: datan perusteella se suosittelee auton ikään ja huoltohistoriaan perustuvia lisäpalveluita.

Tulos yllättää, sillä verkkokanavassa keskiostos on korkeampi kuin tiskillä. Asiakkaat valitsevat rauhassa ja luottavat järjestelmän suosituksiin.

Avaimet automaattiin, huoltovideo puhelimeen

Vaivattomuus jatkuu läpi prosessin. Asiakas voi jättää avaimet koodilla toimivaan lokeriin kelloon ympäri. Kun auto on huollossa, mekaanikko kuvaa lyhyen videon, jossa käy läpi auton kunnon ja havaintonsa.

"Teemme yli 750 videota viikossa, ja palaute on erinomaista. Asiakkaat kokevat saavansa todellista lisäarvoa", Pulliainen sanoo. Läpinäkyvyys rakentaa luottamusta tavalla, jota pelkkä tekstiviesti ei voisi. Kun mekaanikko konkreettisesti näyttää, miksi jarrupalat kannattaa vaihtaa, ostopäätös on helpompi.

Asiakas voi seurata huollon etenemistä reaaliajassa. Kun työ valmistuu, hän saa dokumentit sähköisesti, maksaa verkossa ja noutaa auton avaimet lokerikosta.

Data ohjaa, asiakas päättää

Järjestelmä hyödyntää asiakkaan ja auton historiatietoja jokaisessa vaiheessa ja oppii ennakoimaan tarpeita. Huoltoennusteeseen perustuvia viestejä lähetetään vuosittain 45 000 kappaletta, ja niiden avausprosentit ovat huomattavan korkeita.

"Olemme rakentaneet mallin, jossa asiakas päättää itse. Hän voi hoitaa kaiken verkossa tai tulla juttelemaan huollon asiantuntijan kanssa. Molemmat vaihtoehdot ovat yhtä laadukkaita", Pulliainen korostaa.

Vahva myynti ja ennätystyytyväisyys

Pelkästään verkkovarauksen kautta syntyy vuosittain 22 miljoonaa euroa huollon liikevaihtoa. Asiakastyytyväisyys on noussut ennätystasolle. Huollon maailman muuttuessa K-Auto on löytänyt myös uusia tulovirtoja, kuten rengasliiketoiminnan, jossa verkkokauppa ja K-ryhmän synergiat avaavat uusia asiakasryhmiä.

"Kyse ei ole yhdestä isosta ratkaisusta, vaan lukuisista pienistä parannuksista, jotka kaikki perustuvat asiakkaan ymmärtämiseen", Pulliainen summaa.

Autokannan muuttuessa ja markkinoiden supistuessa K-Auto kasvaa tekemällä olemassa olevasta älykkäämpää, vaivattomampaa ja läpinäkyvämpää.

VASTUULLISTA JA KESTÄVÄÄ DATAN HYÖDYNTÄMISTÄ

Keskon datavastuullisuudessa lähtökohtana on yksilön datan suojaaminen ja sen kestävä hyödyntäminen liiketoiminnassa sekä yhteinen, positiivisten vaikutusten tuottaminen asiakkaalle, sidosryhmille ja yhteiskunnalle. Yksilöiden luottamus näiden lähtökohtien toteutumista kohtaan on keskeinen edellytys datan jakamiselle yksilön ja Keskon välillä.

Data auttaa vaikuttamaan positiivisesti

Kesko auttaa asiakkaitaan toimimaan kestävästi ja tarjoaa asiakkailleen heidän dataansa perustuvia neuvoja, suosituksia ja hyödyllistä tietoa. Päivittäistavarakaupassa data auttaa ymmärtämään ja parantamaan oman ostoskorin ilmastovaikutuksia, terveellisyttä ja kotimaisuusastetta. Hyvinvointia tuetaan tarjoamalla tietoa elintarvikkeiden ravitsemuksellisista ominaisuuksista, mikä auttaa tekemään kestäviä päätöksiä arjessa.

Rakentamisen ja talotekniikan kaupassa Kesko tukee yritysasiakkaitaan tarjoamalla tuotekohtaista hiilijalanjälki- ja elinkaaritietoa (EPD). Datan ja automaation avulla asiakkaat voivat koota saumattomasti tarvittavat ilmastaselvitykset omiin rakennusprojekteihinsa uuden rakentamislain vaatimusten mukaisesti.

Dataan perustuva ennustaminen ja valikoiman jatkuva optimointi auttaa puolestaan K-kauppiaita vähentämään ruokahävikkiä merkittävästi. Keskon kauppakiinteistöt ja myymäläkalusteet mahdollistavat energiatehokkuuden jatkuvan parantamisen olosuhteista tinkimättä, ja edistyneen

analytiikan avulla kiinteistöjen lämmityksen ja energiankulutuksen poikkeamiin pystytään puuttumaan reaaliajassa. Myös logistiikassa tekoälypohjainen reittisuunnittelu ja kuormien optimointi vähentävät ajokilometrejä ja päästöjä tehokkaasti.

Datan jalostaminen ja jakaminen koko arvoketjussa

Keskon datavastuullisuus ulottuu myös datan avulla muodostetun uuden tiedon ja ymmärryksen jakamiseen asiakkaille, kauppiaille ja kumppaneille. Yksi esimerkki ovat päivittäistavarakaupan ostohistoriaan perustuvat havainnolliset raportointi-, analyysi- ja suosittelupalvelut, joiden avulla jaetaan eri sidosryhmille tilastollista ymmärrystä suomalaisten syömisen trendeistä.

Vastuullisuusdatan merkityksen ja sääntelyn (kuten CSRD ja metsäkatoasetus) kasvaessa Kesko toimii tärkeänä tiedon yhdistäjänä hankintaketjun alkupäästä loppuasiakkaalle. Kesko on esimerkiksi rakentanut datamallinnuksen kuljetusten Scope 3 -päästöjen laskentaan globaalisti ja kehittänyt kyvykkyyksiä tuotteiden alkuperän todentamiseen. Tietosuojaan ja liikesalaisuuksiin liittyvät seikat huomioidaan aina tarkasti koostettuja tietoja jaettaessa.

Vastuullista ja ihmiskeskeistä datan hyödyntämistä

Datan ja tekoälyn hyödyntäminen perustuu vastuullisuuteen, eettisiin periaatteisiin ja tiukkaan

hallintamalliin. Keskon keskitetty Data & AI Governance - ohjausmalli sekä tehdyt AI-auditoinnit varmistavat, että uusia teknologioita käytetään turvallisesti, vaatimustenmukaisesti ja EU:n tekoälysäädöksen (AI Act) puitteissa. Teknologian lisäksi Kesko panostaa ihmisiin: koko henkilöstölle suunnattu pakollinen AI-lukutaitokoulutus varmistaa ymmärryksen tekoälyn vastuullisesta käytöstä arjessa.

Asiakkaan dataa hyödynnetään asiakkaan hyöty edellä ja esimerkiksi tarjoukset, tuotesuosituksiset ja kohdennettu viestintä pyritään tuottamaan mahdollisimman hyödyllisiksi asiakkaalle. Asiakkaalla on oikeus valita itselleen sopivat viestintämuodot ja halutessaan rajoittaa tai estää omien tietojensa käyttöä.

Asiakkaan tiedot ovat turvassa Keskoissa. Kesko käsittelee henkilötietoja huolellisesti, vaatimusten ja sääntelyn mukaisesti ja turvallisesti sekä vastaa tietosuojaan liittyviin pyyntöihin nopeasti. Tietojen käytöstä ja elinkaaren hallinnasta kerrotaan kattavasti rekisteriselosteissa.

Tutustu Keskon tekoälyn hyödyntämisen eettisiin periaatteisiin [tästä](#)

Keskossa datavastuullisuuden avainnäkökulmat

NÄKÖKULMA	PERUSTELU
Vaativuuden mukaisuus	<ul style="list-style-type: none"> Kesko hallinnoi datan käytön vaatimusten mukaisuutta datan koko elinkaaren mitalla. Yksilön oikeudet omaan dataan on varmistettu kattavasti ja tiedonsaanti tehty vaivattomaksi. Säätelyn (esim. CSRD, NIS2) edellyttämät raportointi- ja varautumiskyvykkyudet on integroitu liiketoiminnan ja IT:n prosesseihin.
Reilu datatalous ja datakansalaisuus	<ul style="list-style-type: none"> Kesko palauttaa datan avulla tuotettuja hyötyjä asiakkailleen, toimittajilleen ja kumppaneilleen. Kesko tuottaa datasta kestäväää arvoa oman liiketoimintansa lisäksi sidosryhmilleen, yhteiskunnalle ja ympäristölle.
Ilmasto ja ympäristö	<ul style="list-style-type: none"> Omien ostosten ja hankintojen hiili-intensiteetin ymmärtäminen ja ohjaaminen. Tuotteiden hävikin minimointi. Logistiikan hiilijalanjäljen minimointi ja Scope 3 -päästöjen kokonaisvaltainen mallintaminen. Muut tuotetason ympäristövastuullisuuden mittarit ja sertifikaatit.
Toimitusketju	<ul style="list-style-type: none"> Omien ostosten kotimaisuusasteen ymmärtäminen ja ohjaaminen. Toimitusketjun vastuullisuuden varmistaminen dataan perustuvalla jäljitettävyydellä (esim. metsäkatoasetuksen edellyttämät tuotetiedot). Yksittäisten tuotteiden kotimaisuusaste. Yksittäisten tuotteiden muut sosiaalisen vastuun sertifikaatit, esimerkiksi Reilu Kauppa.
Tavarantoimittajat	<ul style="list-style-type: none"> Keskon tarjoama data auttaa tehostamaan omaa toimintaa ja toimitusvarmuutta sekä kehittämään tarjoamaa ja uusia tuotteita. Data yhdistää paikallisen kysynnän ja lähituottajien tarjonnan.
Hyvinvointi, terveellisyys ja turvallisuus	<ul style="list-style-type: none"> Rikastetut, hyvinvointia tukevat tuotetiedot. Kattavat terveellisyteen liittyvät merkinnät, esimerkiksi Sydänmerkki. Omien ostosten terveys- ja hyvinvointiprofiilin ymmärtäminen K-Hyvinvointi-palvelussa. Mahdollisuuksia lisätä yksilöllistä hyvinvointia tukevia suosituksia (mm. älykäs ostoslista, reseptit, omien tavoitteiden mukaiset tuotesuosituksset, inspiraatio).
Energia-, resurssi- ja materiaalihokkuus	<ul style="list-style-type: none"> Rikastettu tuotedata rakentamisen ja talotekniikan kaupassa auttaa valitsemaan kestävyttä edistäviä tuotteita ja helpottaa rakennusprojektien elinkaari-päästöjen (EPD) raportointia. Energiatihokkuuden jatkuva olosuhde- ja laitedataan perustuva optimointi kiinteistöissä ja myymäläkalusteissa, kuten lämmityspoikkeamien automaattinen tunnistaminen. Tavaravirtojen sekä logistiikka- ja jakelureittien optimointi automaation ja tekoälyn avulla. Hävikin minimointi ennustavan analytiikan ja valikoimasuunnittelun avulla.
Eettinen tekoäly	<ul style="list-style-type: none"> Vahvat eettiset periaatteet ja käytännöt tekoälyn ja asiakastiedon sekä analytiikan hyödyntämisessä (profilointi, automaattinen päätöksenteko, läpinäkyvyys). Keskitetty Data & AI Governance -malli varmistaa tekoälyn turvallisen, liiketoimintalähtöisen ja EU:n tekoälysäädöksen (AI Act) mukaisen käytön. Henkilöstön tekoälylukutaidon järjestelmällinen kehittäminen.



KESKON RAJATTU TIETOTASE 2025

	TIETOVARAT Data Assets	TIETOPÄÄOMA Data Capital
Määritelmä	Arvoa synnyttävät digitaaliset palvelut, tuotteet ja prosessit, jotka tuotetaan tietopääomaa hyödyntämällä	Käytettävissä oleva oma ja ulkoinen data
Päämäärä	Datan liiketoiminnallisen arvon ja asiakas- sekä sidosryhmähyödyn johtaminen	Datan laadun, määrän, hyödynnettävyyden ja riskienhallinnan johtaminen
Toimintamallit	Asiakas- ja liiketoimintaprosessit Analyysi-, päätöksenteko- ja riskienhallintaprosessit Tietosuojan ja tietoturvan toimintamallit	Tiedon laadunhallinta- ja korjausprosessi Tiedonhallinta
Esimerkkejä palveluista	<p>Kuluttaja-asiakkaille</p> <ul style="list-style-type: none"> • K-Ruoka (mobiili. sivusto ja verkkokauppa) • K-Raudan verkkokauppa • K-Hyvinvointi ja K-Ostokset • K-Kuitit • K-Plussa • K-Tunnus • Tietosuojapalvelut <p>Yritysassiakkaille</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkkokaupat (Kespro, K- Rauta, Onninen) • Rajapinta- ja EDI-palvelut • Raportointipalvelut • Tuotetietopalvelut • Toimitukset -palvelu • Hankinnat <p>K-kauppiaille</p> <ul style="list-style-type: none"> • K Valikoima • K Kampanja • K Markkinointi • K Ruokakauppa -alusta • K Työvuorot • Hymy, NPS • K Raportointi • Digital Signage -näyttöpalvelut • Sähköiset hintanäytöt <p>Kumppaneille ja tavarantoimittajille</p> <ul style="list-style-type: none"> • K-Toimittaja (ml. tiedonjakopalvelut) • K-Mediaratkaisut • Datapalvelut tuotannon ja tuotekehityksen tueksi <p>Keskon sisäiset palvelut</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valikoiman- ja kampanjahallinta • Ennustaminen ja raportointi • Verkostosuunnittelu • Riskienhallinta • Kiinteistöjohtaminen • Business Insight • K Consent 	<p>Oma tietopääoma (esimerkkejä)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kuluttaja-asiakasdata (sisältäen mm. Plussa-datan, asiakaspalautteet, K-kylä tutkimustiedot) • Kuittidata (vähittäismyynti kivijalasta, verkkokaupasta, pikakuljetuksista ja tukuista) • Yritysassiakastieto • Tukkumyynti • Valikoima- ja hintatieto • Rikastettu tuotetieto • Hankintadata • Logistiikan data (varastotoiminnot, kuljetustoiminnot, tuotetäydennys ja kauppalogistiikka, jäljitettävyys) • Verkkoselailudata (sivustot, sovellukset, verkkokauppa) • Kauppapaikka- ja kauppiastieto • Kampanja- ja mediadata • Operatiivinen toiminnanohjaus (ERP)-tieto • Henkilöstötieto • ESG-data <p>Ulkoinen tietopääoma (esimerkkejä)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digi- ja väestötietoviraston tiedot (mm. osoitetiedot) • Hiilijalanjälki- ja muu vastuullisuusdata • Tuotetiedot, päivittäistavara (Synkka) • Tuotetiedot, rakentaminen ja talotekniikka • Tilastokeskuksen tilastot • Markkinatilastot, muut tilastot • Ulkoiset (kysely)tutkimukset • Kauppa- ja logistiikkakiinteistöjen käyttö- ja olosuhdedata

Raportti ja tietotasemalli perustuu suomalaisen Functos Oy:n Integroidun tietotilin päätöksen (Balanced Data Insight) -konseptiin.



Päätoimitalo K-Kampus
PL 1, 00016 Kesko
Käyntiosoite: Työpajankatu 12, 00580 Helsinki
Puhelin: 010 5311

www.kesko.fi/sijoittaja