



KESKON TIETOTILIN- PÄÄTÖS

2024

TIETOTILINPÄÄTÖS

Alkusanat	3
Kestävää kilpailuetua datasta	4
Datasta arvoa asiakkaalle ja liiketoiminnalle	5
Datan laatu ja riskienhallinta varmistavat kestävän arvonluonnin	8
Tietotase yhdistää Keskon datapääoman ja sen käyttökohteet	10
Tietosuoja	14
Kyberturvallisuus	17
Päivittäistavarakauppa	19
Kespro auttaa asiakkaitaan menestymään	24
Rakentaminen ja talotekniikka	27
Autokauppa	33
Vastuullista ja kestävä dataa hyödyntämistä	36
Keskon rajattu tietotase 2024	38

TIETOTILINPÄÄTÖS KUVAA DATAAN PERUSTUVAA KESTÄVÄÄ ARVONLUONTIA

Datan ja tekoälyn hyödyntäminen Keskona 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.

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

Läpinäkyvä ja ymmärrettävä viestintä datasta ja siihen perustuvasta arvonluonnista 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) suositusta harkita sijoittajainformaatiota aineettomaan varallisuuteen liittyen. Erityisiä näkökulmia ovat datan osuus liiketoimintamallissa sekä dataan kytkeytyvät strategiset mahdollisuudet ja riskit.



ALKUSANAT

Hyvä lukija,

Datan merkitys Keskon strategian toteuttamisessa ja kilpailukyyn vahvistamisessa on kasvanut entisestään vuoden 2024 aikana. Data on meille keskeinen strateginen voimavara, jonka avulla parannamme jatkuvasti asiakaskokemusta, tehostamme toimintaamme ja luomme uutta arvoa asiakkaillemme, kumppaneillemme ja K-kauppiaille.

Ainutlaatuinen kauppiasmallimme yhdistettynä edistyneeseen data-analytiikkaan ja tekoälyn mahdollistaa henkilökohtaisen ja monikanavaisen asiakaskokemuksen. K-kauppiat hyödyntävät dataa ja digitaalisia työkaluja tehdäkseen juuri oman alueen asiakkaille sopivia päätöksiä valikoimista, kampanjoista ja palveluista. Tämä yhdistelmä luo merkittävää kilpailuetua ja mahdollistaa ketjuliiketoiminnan tehokkuuden sekä paikallisen asiakaslähtöisyyden.

Olemme edenneet merkittävästi digitaalisten palveluidemme kehittämisessä kaikilla toimialoillamme. K-Ruoka-sovellus palvelee jo yli kahta miljoonaa suomalaista, Kespron digitaaliset palvelut tukevat foodservice-alan ammattilaisten menestystä, ja rakentamisen ja talotekniikan digitaaliset ratkaisut tehostavat asiakkaidemme työtä. K-Auton uudistetut digitaaliset palvelut puolestaan tekevät auton ostamisesta, omistamisesta ja huoltamisesta entistä vaivattomampaa.

Tekoälyn ja data-analytiikan hyödyntäminen on tuonut merkittäviä tehokkuushyötyjä toimintaamme. Olemme ottaneet määrätietoisia askelia tekoälyn hyödyntämisessä, ja samalla varmistaneet sen vastuullisen käytön. Erittäin vahva datapääomamme ja edistynyt analytiikka sekä uudet tekoälyä hyödyntävät työkalut auttavat meitä optimoimaan valikoimia, ennustamaan kysyntää ja tehostamaan logistiikkaa. Tämä näkyy parempana saatavuutena, pienempänä hävikkinä ja tehokkaampana toimintana.

Vastuullisuus ja läpinäkyvyys ohjaavat kaikkea datan hyödyntämistämme. Olemme sitoutuneet korkeaan tietosuojaan tasoon ja kyberturvallisuuteen. Samalla autamme asiakkaitamme tekemään kestävämpiä valintoja tarjoamalla dataan perustuvaa tietoa ostosten ilmastovaikutuksista, kotimaisuudesta ja terveellisyydestä.

Tietotilinpäätöksemme kuvaa laaja-alaisesti, miten luomme datalla arvoa asiakkaille ja liiketoiminnalle. Se on osoitus sitoutumisestamme läpinäkyvään viestintään ja vastuulliseen datan hyödyntämiseen.

Helsingissä maaliskuussa 2025

Minna Vakkilainen,
johtaja, data-, digikehitys, asiakkuudet ja verkkokauppa

KESTÄVÄÄ KILPAILUETUA DATASTA

Kesko on vahvasti dataohjautunut kaupan alan yritys, jonka tavoitteena on olla Pohjois-Euroopan johtava ja vetovoimaisin kaupan alan toimija. Dataa, data-analytiikkaa ja tekoälyä hyödyntämällä Kesko pyrkii luomaan kestävää ja kasvavaa kilpailuetua, joka perustuu yhdistelmään ylivertaista asiakaskokemusta, toiminnan tehokkuutta ja toimintavarmuutta sekä kannattavuutta. Kokonaisuus nojaa vahvaan riskienhallintaan ja vaatimustenmukaisuuteen, monitasoiseen kyberturvallisuuteen ja vastuullisiin toimintatapoihin.

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 data- ja teknologiaosaamisen kehittämiseen, asiakkaiden ja liiketoiminnan tarpeisiin vastaavien digitaalisten palveluiden kehittämiseen sekä teknologian hyödyntämiseen sekä jatkuvaan prosessien tehostamiseen sekä uudistumiseen.

Kasvava datapääoma ja tekoälyn kehitys avaavat Keskolle merkittäviä mahdollisuuksia luoda uutta arvoa ja kestävää kilpailuetua niin liiketoiminnalle, asiakkaille kuin yhteiskunnalle.



DATASTA ARVOA ASIAKKAALLE JA LIIKETOIMINNALLE

Keskon kasvustrategian ytimessä on monikanavaisen asiakaskokemuksen jatkuva parantaminen ja digitaalisten palveluiden edelleen kehittäminen.

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

Arvonluonnin keskiössä asiakas

Kesko on luonut ainutlaatuisen tavan tarjota parasta asiakaskokemusta kaikilla toimialoillaan yhdistämällä laajan datapääoman, kehittyneen analytiikan ja parhaat palvelut. Data mahdollistaa asiakkaiden tarpeiden ja mieltymysten syvällisen ymmärtämisen sekä personoitujen palveluiden kehittämisen.

Päivittäistavarakaupassa korostuvat K-Ruoka-mobiilisovelluksen suositukset, edut ja sisällöt 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.

Kasvava ja laadukas datapääoma uniikki arvon lähde

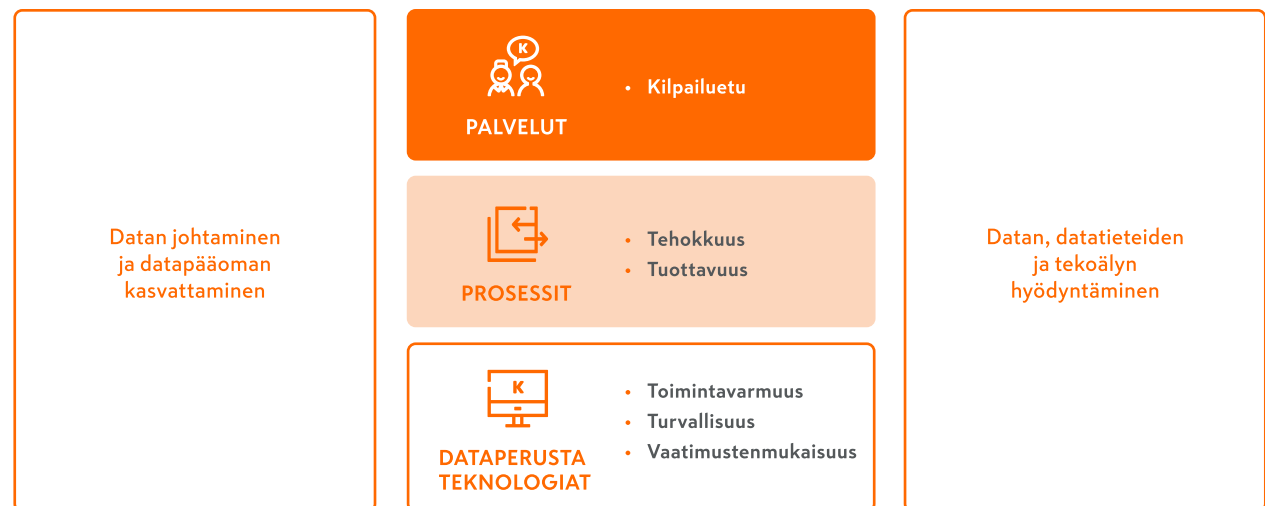
Keskon vahvuus on mittava määrä laadukasta dataa asiakkaista, prosesseista, tuotteista, arvoketjusta sekä toimintaympäristöstä. Systemaattisesti kehitetty datapääoma on arvoa tuottava kokonaisuus, joka on syntynyt vuosien määrätietoisien työn tuloksena. Sen arvo realisoituu aktiivisessa liiketoimintakäytössä.

Keskon datapääoma mahdollistaa ainutlaatuisen asiakas- ja liiketoimintaymmärryksen sekä nopean reagoinnin liiketoiminnan ja asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin kaikilla toimialoilla. Tämä vahvistaa Keskon kilpailuetua nopeastikin muuttuvassa markkinassa. Erityisesti syvä asiakasymmärrys luo ainutlaatuista kilpailuetua.

Edistynyt analytiikka ja tekoäly saavat datan tuottamaan

Edistynyttä analytiikkaa ja tekoälyratkaisuja hyödynnetään liiketoiminnassa ja sen kehittämisessä. Data saadaan tuottamaan, kun sitä hyödynnetään analyttisesti ja

Datastrategian tasot Keskossa



automatisoidusti tukemaan asiakaskokemusta, toiminnan tehokkuutta ja kannattavuuden jatkuvaa parantamista.

Keskitetty tekoälyn osaamiskeskus varmistaa teknologioiden tehokkaan ja vastuullisen hyödyntämisen sekä parhaiden käytäntöjen jakamisen läpi toimialojen. Datatiede- ja analytiikkakyvykkyudet tehostavat muun muassa asiakasymmärrystä, kauppakohtaisten liikeideoiden toteutusta, tavaravirtojen optimointia sekä markkina-analyysiä.

Kesko kehittää räätälöityjä tekoälyratkaisuja luodakseen ainutlaatuista lisäarvoa asiakkaille ja liiketoiminnalle yksilöllisen asiakasdatan ja erittäin monipuolisten datalähteiden avulla. Samalla hyödynnetään markkinoiden parhaita valmiita ratkaisuja operatiivisen tehokkuuden parantamiseksi.

Tekoälyratkaisujen ketterä kehitys ja pilotointi on tänä päivänä helppoa, mutta onnistunut tuotantoon vienti ja merkittävien tulosten aikaansaaminen vaatii myös toimintatapojen uudistamista. Kesko panostaa ketterään, jatkuvaan kehitykseen, mutta ennen kaikkea pitkäjänteiseen työhön ja kestäviin toteutuksiin. Keskiössä on varmistaa ratkaisujen sopivuus liiketoiminnan tarpeisiin, prosesseihin ja todelliseen käyttökontekstiin. Toimintaa ohjaa aina liiketoiminnan tavoite, käyttäjälähtöinen kehitys sekä ymmärrys teknologian todellisista mahdollisuuksista ja rajoitteista.

Moderni data-arkkitehtuuri

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

Modernisoidut järjestelmät hyödyntävät toimialakohtaisia vahvuuksia: päivittäistavarakaupassa K-Plussa-kanta-asiakasjärjestelmä varmistaa kuluttaja-asiakkaiden datan tehokkaan hyödyntämisen, kun taas rakentamisen ja talotekniikan kaupassa arvoketjun digitalisointi tuo merkittäviä tehokkuushyötyjä. Uudistettu data-arkkitehtuuri ja pilvipohjaiset ratkaisut mahdollistavat kehittyneiden tekoälykomponenttien, analytiikkasovellusten ja automaation laajamittaisen käyttöönoton kaikilla toimialoilla.

Uusien ansaintamallien syntyminen edellyttää arkkitehtuurilta avoimuutta, joustavuutta sekä teknologioiden yhteensopivuutta. Digitaalinen arkkitehtuuri koostuu laadukkaasta dataperustasta, tehokkaista datan koostamisen, yhdistelyn ja käsittelyn prosesseista sekä arvoa tuottavasta hyödyntämisestä eri liiketoimintasovelluksissa, -prosesseissa sekä käytötapauksissa.

K-Data on Keskon liiketoimintoja hyödyttävä modulaarinen ja pilvipohjainen data- ja teknologia-alusta, jonka kehitystyö jatkui vuonna 2024. Se tarjoaa eri liiketoimintasegmenteille alustan kehittämään uusia sekä uudistaa nykyisiä datalähteitä, prosesseja sekä käytötapauksia. Suurin osa K-Datan liiketoiminnan käytötapauksista perustuu tällä hetkellä päivittäistavarakaupan toimialaan.

K-Data-alusta rajapintoihin mahdollistaa ekosysteemyhteistyön sekä tuo uusia arvonluonnin mahdollisuuksia sekä Keskolle että kumppaneille. Teknologia- ja arkkitehtuurivalinnat tehdään aina tehokkuus, tuottavuus ja turvallisuus edellä, ja samalla varmistetaan järjestelmien skaalautuvuus ja joustavuus. Digitaalisen arkkitehtuurin jatkuva kehittäminen tähtää yhä monipuolisempaan ja reaaliaikaisempaan datan hyödyntämiseen koko ekosysteemissä.

CASE

Hallitusti uusien tekoälytyökalujen käyttöön

Keskon lähestymistapa generatiiviseen tekoälyyn on ollut käytännöllinen ja liiketoimintalähtöinen. Keskolaisia on kannustettu kokeilemaan teknologiaa ja muodostamaan käsitys sen hyödyistä, ennen kuin käyttöä on alettu keskitetymin ohjaamaan laajemmin prosesseihin ja toimintamalleihin.

Esimerkiksi Copilot-pilotista on saatu hyviä tuloksia, ja mukana olleet työntekijät ovat kokeneet sen hyödylliseksi työkaluksi. Yhteiset tilaisuudet, kuten tekoälytyöpajat, ovat lisänneet ymmärrystä teknologiasta ja sen mahdollisuuksista laajemmin. Lähestymistapa on ollut kokeileva, mutta samalla laajassa organisaatiossa on kehitetty hallintaa ja omistajuutta.

Tasapainottelu kokeilukulttuurin ja hallitun käyttöönoton välillä mahdollistaa innovaatiot varmistaen samalla teknologian turvallisen hyödyntämisen. Helppokäyttöisen ja laajasti saatavilla olevan generatiivisen tekoälyn hallinta vaatii selkeitä toimintamalleja. Käyttäjien osaamisen kehittäminen ja hallintomallien käyttöönotto tukevat sekä riskienhallintaa että hyötyjen realisointia.

CASE

ESG-datasta liiketoimintahyötyä

ESG-datan hallintaa on kehitetty viime vuosien aikana Keskossa voimakkaasti. Vastuullisuusdataa on kytketty liiketoiminnan johtamiseen, tuotetietoihin sekä asiakkaille suunnattuihin analyysi- ja raportointipalveluihin. Keskeisiä käyttökohteita ovat myös jatkuvasti lisääntyvät ESG-sääntelyn vaatimukset sekä vastuullisuusraportointi.

Liiketoiminnassa kestävyysdatan potentiaali on merkittävä. Keskiössä on sen tehokas integrointi liiketoimintaprosesseihin, datan laadun ja virtauksen jatkuva parantaminen, sekä raportointiprosessien tehostaminen. Data hallinnoidaan yhteisen mallin mukaisesti ja kytketään eri lähdejärjestelmistä K-Data-alustalle jatkokäyttöä varten.

K-Data-alustalle on tähän mennessä integroitu jo suurimmat tietolähteet, kuten energia- ja logistiikan päästödata sekä kestävyysraportoinnin edellyttämä tilastollinen henkilöstödata. Energian kulutuksen optimointi, hävikin hallinta ja jätehuollon tehostaminen tuovat suoria kustannussäästöjä. Lisäksi yhä useammat asiakkaat edellyttävät, että hankintoihin ja arvoketjuun liittyvät kestävyystiedot ovat tehokkaasti ja laadukkaasti saatavilla.

Ajankohtaisia kehitysalueita ovat logistiikan päästölaskennan tarkentaminen, tuotetietojen tarkemman ESG-datan kerääminen sekä pakkausmateriaalien vähentäminen. Tavoitteena on, että ESG-data kulkee saumattomasti tuotteen mukana. Tämä vaatii tiivistä yhteistyötä tavarantoimittajien kanssa.

Lisääntyvä EU-regulaatio, kuten CSRD-raportointi, digitaalinen tuotepassi sekä ekosuunnitteluasetus asettavat uusia vaatimuksia datan hallinnalle. Keskon pitkäjänteinen datankeruun automatisointi sekä raportointikyvykkyyden parantaminen auttavat vastaamaan vaatimuksiin tehokkaasti.



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-säätelyyn 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 laadun, huomioiden liiketoimintatarpeet ja riskienhallinnan. Prosessit ja vastuut takaavat datan asianmukaisen, turvallisen ja lainmukaisen käsittelyn.

Kesko eteni vuonna 2024 tiedonhallinnan prosessien päivittämisessä ja sisäisen datayhteistyön kehittämisessä. Tietovarastoinnin kehittyminen on parantanut skaalautuvuutta ja käytettävyyttä sekä datan laatua. Keskustelu hyödyntämismahdollisuuksista on konkreettisempaa ja yhteisiksi koetut datasetit auttavat yhdistämään käyttötapaukset entistäkin tiiviimmin liiketoimintaan.

Tiedonhallinnan haasteet kasvavat jatkuvasti. Datan räjähdysmäinen kasvu, monimuotoisten tietovirtojen

yhdistäminen ja liiketoimintaprosessien integrointi edellyttävät jatkuvaa kehitystä. Kesko vastaa tähän rakentamalla yhtenäisiä tietorakenteita ja tehostamalla tiedon saatavuutta yli organisaatorajojen. Kasvavista tietomassoista ja käsittelynopeuksista huolimatta Kesko varmistaa tiedon laadun täsmällisillä, automaattisilla laatumittareilla ja -prosesseilla.

Laadunhallinnan perustana toimii selkeä johtamismalli. Siihen kuuluvat datan katalogisointi ja metadatan hallinta sekä tietopääoman määritelmät. Mallissa on määritelty

myös datan omistajuudet, vastuut ja roolit, jotka varmistavat tehokkaan laadunhallinnan toteutumisen.

Datakokonaisuuksien ja niiden sisältämien entiteettien omistajuus- ja hallinnointimalli on kehittynyt ja ymmärrys tiedon arvosta liiketoiminnalle on kasvanut. Omistajuuteen kuuluu strategisen liiketoimintakytkennän lisäksi kokonaisvaltainen käsitys tietosisällöstä ja sen riippuvuuksista.

K-Data-alusta



Tiedonhallinnan prosessit kehittyivät edelleen vuonna 2024.

Riskienhallinta takaa jatkuvuuden ja turvallisuuden

Dataan liittyvien riskien tunnistaminen ja hallinta ovat Keskon dataintensiivisen toimintamallin perusedellytys. Datariskien hallinta kattaa datan laadun, käytettävyyden, turvallisuuden, käsittelyn turvallisuuden ja vaatimustenmukaisuuden sekä vastuukysymykset.

Kyberriskit ja niiden hallinta on integroitu osaksi Keskon kokonaisvaltaista riskienhallintamallia. Malli kattaa systemaattisesti kaikki konsernin toimialat ja maayhtiöt, joissa jokaisessa on tunnistettu toimintakohtaiset kyberriskikenaariot osana liiketoiminnan jatkuvuuden varmistamista. Riskienhallinta ulottuu Keskon oman datan lisäksi asiakkaiden ja kumppaneiden dataan, huomioiden kaikki riskiluokat datan keräämisestä sen turvalliseen hävittämiseen koko tiedon elinkaaren aikana.

Riskienhallintamallissa tietosuojariskit katselmoidaan kaksi kertaa ja kyberriskit neljä kertaa vuodessa. Tunnistetut uudet riskit tai olennaiset muutokset nykyisissä riskeissä viedään datan omistavan liiketoiminnan vastuulla olevaan riskienhallintamalliin. Keskon hallituksen tarkastusvaliokunta käsittelee riskikokonaisuuden neljännesvuosittain. Riskien lieventämistoimenpiteiden dokumentointi ja seuranta on systematisoitu vastaamaan uusia regulaatiovaatimuksia.

Dataan ja kyberturvallisuuteen liittyvä sisäinen tarkastus toteutetaan riippumattomasti ja riskipohjaisesti. Sisäisen tarkastuksen suunnitelmalla varmistetaan datariskienhallinnan riittävä kattavuus, ohjelmat, kontrollit ja kehityskohteiden käsittely. Sisäinen tarkastus raportoi ylimmälle johdolle ja Keskon hallituksen tarkastusvaliokunnalle. Tarkastustoiminta kattaa myös tekoälyn hyödyntämiseen liittyvät riskit ja niiden hallinnan.

Datasääntely ja määräystenmukaisuus

Dataa koskevan sääntelyn ja vaatimustenmukaisuusvalvonnan rakenne- ja ohjausmalli varmistaa, että Keskon käsittelee ja hyödyntää dataa kokonaisuutena vastuullisesti ja sääntelyn mukaisesti, mutta myös uusia liiketoimintamahdollisuuksia tunnistaen ja hyödyntäen.

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

Uusi EU-tasoinen ”Big Five” data-, datanhallinta, tekoäly, digipalvelu- ja digimarkkinasääntely vaikuttaa lähivuosina voimakkaasti datan hyödyntämisen, jakamisen ja luovuttamisen käytäntöihin EU-alueella. Eniten Keskon toimintaan vaikuttavat tekoälysäädös (AI Act) sekä datasäädös (Data Act).

Syyskuussa 2025 voimaan astuva datasäädös avaa Keskolle muun muassa 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 vianmäärittelyn.

Tekoälysäädökseen liittyen keskityttiin tekoälyjärjestelmien kartoitukseen ja riskiarviointiin sääntelyn näkökulmasta. Kesko voi käyttää eri riskiluokkiin kuuluvia tekoälyjärjestelmiä, mikä asettaa vaatimuksia käyttämisen hallintaan, valvontaan, dokumentointiin sekä loppukäyttäjien informoimiseen järjestelmien käytöstä ja käyttäjien datan hyödyntämisestä. Kesko rakentaa parhaillaan konsernitaseista hallinnointimallia ja prosesseja, jotka varmistavat tekoälysäädöksen noudattamisen sen täysimääräisen soveltamisen alkaessa vaiheittain elokuussa 2026.

Turvallisuuden näkökulmasta ajankohtaisia direktiivejä ovat kyberturvallisuusdirektiivi (NIS2) sekä yhteiskunnan kriittisiä toimintoja koskeva resilienssidirektiivi (CER).

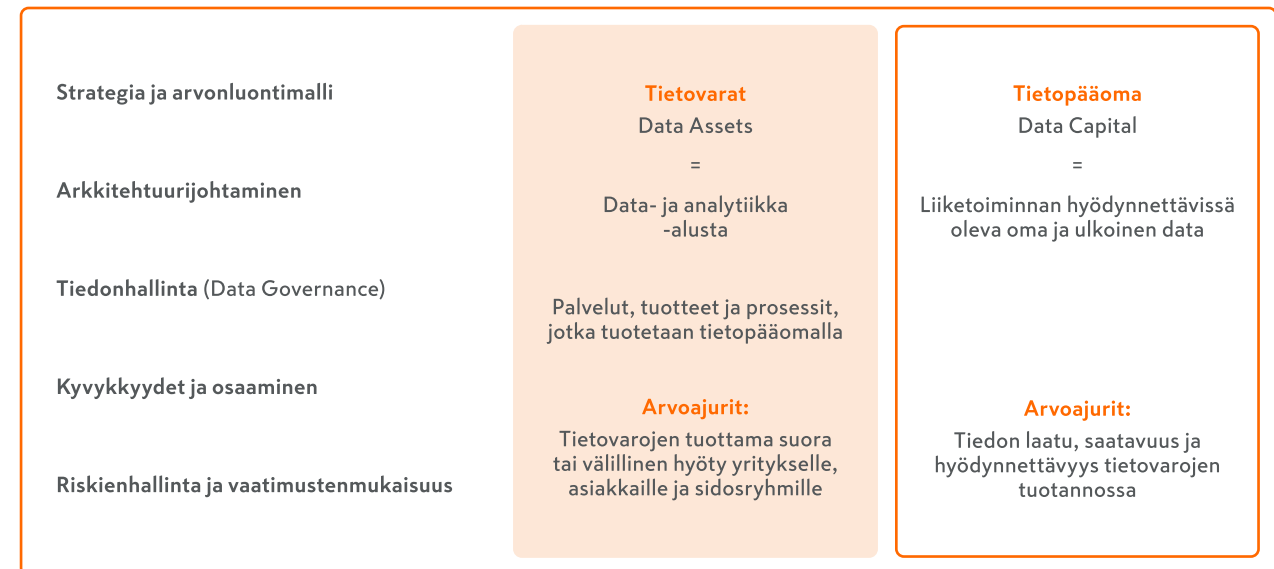
TIETOTASE YHDISTÄÄ KESKON DATAPÄÄOMAN JA SEN KÄYTTÖKOHTEET

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 (fit for use), laadun ja elinkaaren johtaminen sekä tietovarojen puolella tapahtuva datan hyödyntäminen arvoa synnyttävällä tavalla. Arvonluonti toteutuu Keskon data- ja analytiikka-alustan palveluissa sekä Keskon omaan toimintaansa, asiakkailleen tai sidosryhmilleen tuottamissa digitaalisissa palveluissa, tuotteissa ja prosesseissa.

Keskon tietotase



CASE

Asiakasymmärryksestä liiketoimintaan

Kesko on kehittänyt syvällistä asiakasymmärrystään pitkään. Vakiintuneet tutkimustyökalut, kehittyvä data-analytiikka ja vahva strateginen fokus muodostavat kokonaisuuden, jossa tieto jalostuu konkreettisiksi teoiksi kaupan arjessa.

Emme tyydy vain keräämään dataa tai tekemään havaintoja. Olennaista on jalostaa tieto ensin johtopäätöksi ja sitten näkemyksiksi, jotka ohjaavat liiketoimintaa", kertoo Stakeholder Insight -toiminnon johtaja **Heidi Jungar**.

Keskon asiakasymmärrys rakentuu pitkäjänteisesti kehitetyille työkaluille. Vuodesta 2017 lähtien toteutetut ruokailmiötutkimukset, viiden vuoden ajan jatkunut K-Barometri sekä kasvava asiakasyhteisö K-Kylä muodostavat vakaan perustan. Näitä täydentää kehittynyt asiakaspalautteen analysointi, joka toimii jatkuvana tutkimuskanavana.

"Asiakaspalaute on meille kuin jatkuva tutkimuskysely. Tekoälyavusteinen analyysi mahdollistaa laajojen palautemassojen jalostamisen konkreettisiksi kehitystoimenpiteiksi", Jungar selventää.

Tutkimus- ja analyysitoiminta keskittyy strategiaan painopistealueisiin. Täsmätutkimukset kriittisillä alueilla, kuten hedelmä- ja vihannesosastolla sekä leipätuotteissa, tukevat suoraan liiketoiminnan kehittämistä. Analyysissä huomioidaan myös toimintaympäristön epävarmuus ja muutokset.

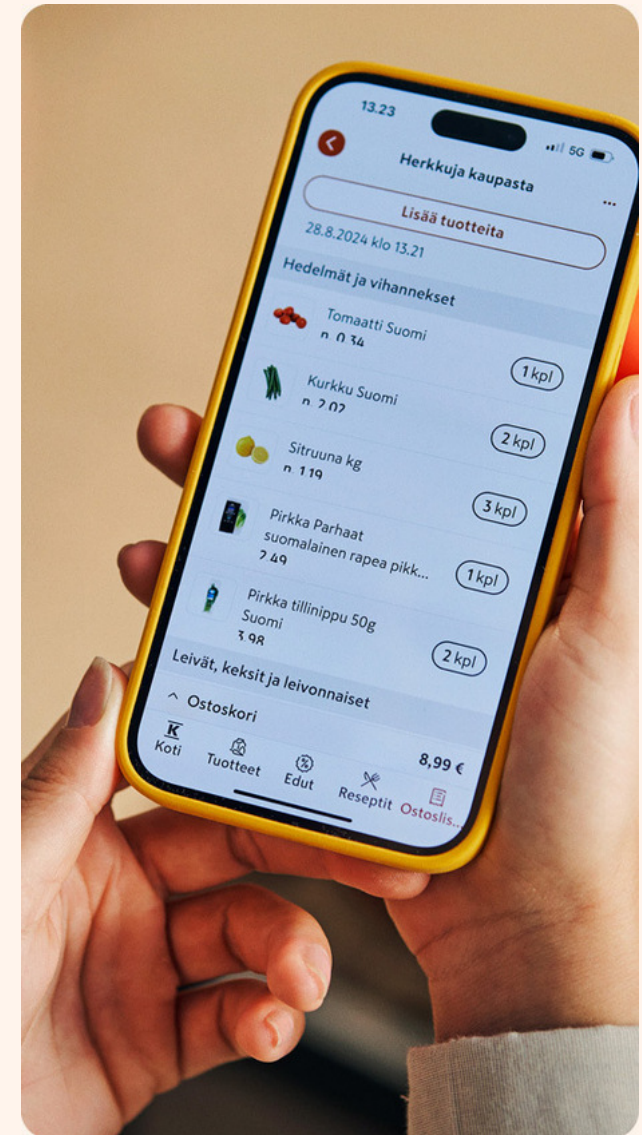
Asiakasymmärryksen työkalut palvelevat koko K-ryhmää. Kauppiaat saavat tietoa suoraan omiin järjestelmiinsä, ja keskeiset havainnot jaetaan myös kumppaneille. Asiakaspalautteen analysointi auttaa tunnistamaan kehityskohteita jopa yksittäisen kaupan tasolla.

"Yhdistämällä eri datalähteitä ja tutkimuksia pystymme tunnistamaan sekä nopeita muutoksia että pitkän aikavälin trendejä. Tärkeintä on kuitenkin se, että tieto johtaa tekoihin", Jungar painottaa.

Keskon asiakasymmärryksen kehittämisessä korostuu nyt olemassa olevien työkalujen tehokas hyödyntäminen ja tiedon jalostaminen konkreettisiksi toimenpiteiksi. Samalla varmistetaan, että strategiset muutokset näkyvät aidosti asiakkaan arjessa.

"Muutosten pitää olla niin merkittäviä, että asiakas todella huomaa ne. Siksi seuraamme jatkuvasti, miten kehitystoimenpiteet vaikuttavat asiakaskokemukseen", Jungar kiteyttää.

Tulevaisuudessa asiakasymmärrystä syvennetään entisestään tekoälyn avulla, mutta inhimillinen analyysi ja tulkinta säilyvät keskiössä. Tavoitteena on tuottaa entistä osuvampia ratkaisuja asiakkaiden tarpeisiin ja vahvistaa K-ryhmän kilpailukykyä.



CASE

Data pitää päivittäistavarakaupan toimitusketjun liikkeessä

Keskolla logistiikka on muuttunut yhä enemmän datavetoiseksi toiminnaksi, jossa tekoälypohjaiset järjestelmät ohjaavat päivittäistavarakaupan tavaravirtoja ja optimoivat toimitusketjua.

Datan ja tietojärjestelmien rooli on tavaravirtojen hallinnassa äärimmäisen keskeinen. Tiedon pitää kulkea, sen pitää olla oikeaa ja oikea-aikaista - aivan yhtä keskeistä kuin fyysisten tavaroiden virtaus.

Keskon logistiikkajärjestelmä käsittelee päivittäin valtavia tietomääriä. Järjestelmä luo myyntiennusteet jokaiselle tuotteelle kauppaakohtaisesti ja päivätasolla. Näiden ennusteiden pohjalta se tekee automaattisesti tilausehdotukset huomioiden nykyiset varastotasot ja jo tehdyt tilaukset.

"Tekoälyä hyödynnetään erityisesti ennustamisessa ja täydentämisessä. Järjestelmä oppii jatkuvasti historiadatasta ja pystyy ennakoimaan yhä tarkemmin erilaisten sesonkien ja kampanjoiden vaikutukset myyntiin", kertoo **Jyrki Tomminen**, Vice President, Supply Chain Management, Logistics and Store Operations.

Keskon päivittäistavarakaupan logistiikan mittakaava on valtava: yli 160 000 neliometriä logistiikkatilaa sisältäen keskusvarastot päivittäistavaroille, käyttötavaroille ja pakasteille sekä verkkokaupan logistiikkakeskukset. Erityispiirteenä on päivittäistavarakaupan ja Kespron foodservice-toimitusten yhdistäminen samaan järjestelmään. Kun päivittäistavarakaupan asiakkaita on noin tuhat, palvelee Kespro 25 000 asiakasta ravintoloista

kouluihin ja sairaaloihin. Tämä yhdistelmä tuo merkittäviä synergiaetuja erityisesti kuljetusten tehokkuudessa.

Logistiikkaa kehitetään vahvasti asiakaslähtöisesti, mikä on strategisesti kriittistä kauppiasvetoisessa mallissa. "Emme optimoi vain omaa toimintaamme, vaan haluamme luoda arvoa kauppiaille ja sitä kautta kuluttajille. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, miten järjestelmä huomioi kunkin kaupan yksilölliset tarpeet ja erityispiirteet", Tomminen korostaa.

Asiakaslähtöinen lähestymistapa on tuottanut tulosta: kauppojen tyytyväisyys logistiikkapalveluihin on korkealla tasolla siitä huolimatta, että toimintaympäristö on erittäin kompleksinen. Kauppaakohtaiset valikoimat, vahva kampanjointi ja tuoretuotteiden suuri osuus asettavat korkeat vaatimukset logistiikan toimivuudelle.

Digitalisaation merkitys näkyy myös vastuullisuudessa. Tarkemmalla ennustamisella ja tehokkaammalla logistiikalla on pystytty vähentämään merkittävästi ruokahävikkiä. Samalla kuljetusten optimointi on auttanut pienentämään päästöjä.

Tulevaisuuden kehityskohteita ovat erityisesti ennustetarkkuuden parantaminen ja automaation lisääminen varastoissa. "Unelmamme on, että pystymme tekoälyn avulla hoitamaan tämän kirjavan kauppaakohtaisen liikenteen ja massan viimeisen päälle", Tomminen visioi.



CASE

Data-analytiikka tehostaa Keskon energianhallintaa

Kesko on ottanut merkittävän harppauksen energianhallinnassaan yhdistämällä kiinteistö- ja energiadataa älykkääksi kokonaisuudeksi. Uudet data-analytiikkaa hyödyntävät järjestelmät tuottivat lämpötilakorjattuna 11 prosentin säästöt lämmityskustannuksissa syksyn 2024 aikana edellisvuoteen verrattuna. Järjestelmät analysoivat tuntitason lämpötila- ja kulutusdataa sekä rakennusautomaation tietoja, tunnistuen automaattisesti optimointikohteita satojen kiinteistöjen joukosta.

Järjestelmät osaavat ennakoida mahdollisia ongelmia ja ohjata huoltohenkilöstön tarkastamaan esimerkiksi lämmityksen säätökäyriä tai ilmanvaihdon toimintaa. Näin oikeat toimenpiteet voidaan kohdentaa tehokkaasti juuri niihin kohteisiin, joissa on todellista säästöpotentiaalia.

Keskon kiinteistöjen energiankulutus on huomattavaa - vuositasolla koko kaupparyhmän tasolla noin 712 GWh sähköä kylmälaitteisiin, valaistukseen ja kiinteistötekniikkaan sekä Suomessa noin 202 GWh kaukolämpöä kiinteistöjen lämmitykseen. Edistynyttä analytiikkaa käytetään laajasti tämän kulutuksen optimoinnissa.

Kulutus- ja olosuhdetietojen sekä rakennusautomaatiodatan avulla voidaan kiinteistöjen energiankäyttöä optimoida reaaliaikaisesti. Tämä näkyy sekä kustannussäästöinä että parempana asiakaskokemuksena myymälöissä.

Energiatehokkuuden parantaminen on keskeinen osa Keskon vastuullisuusstrategiaa. Yhtiö sekä hankkii sähköä markkinoilta että tuottaa sitä omilla aurinkovoimaloillaan. Lisäksi yli 80:een K-ruokakauppaan asennetut lämmönkierrätysjärjestelmät vähentävät merkittävästi ostoenergian tarvetta.



TIETOSUOJA

Kesko suojaa asiakkaidensa, henkilöstönsä ja sidosryhmiensä tietoja sekä huolehtii tietosuojaan liittyvien yksilön oikeuksien toteutumisesta tietojen käsittelyssä.

Asiakastietoa hyödynnetään erityisesti asiakaslähtöisen liiketoiminnan johtamisessa, kohdennetussa markkinoinnissa, mainonnassa ja asiakasviestinnässä sekä valikoimajohtamisessa. Asiakkaat hyötyvät tästä esimerkiksi entistä kohdennetumpina etuina ja henkilökohtaisempana palveluna. Kaupalle asiakastieto tarjoaa välineitä asiakkaita kiinnostavien tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen.

Henkilötietojen käsittely on lainmukaista, kohtuullista ja läpinäkyvää ja se tapahtuu tiettyä, nimettyä tarkoitusta varten laissa säädetyn oikeusperusteen nojalla. Kesko käsittelee tietoja vain siinä määrin ja niin kauan, kun se on käyttötarkoituksen kannalta tarpeellista.

Kesko käsittelee työntekijöidensä terveystietoja työterveystoiminnossaan työterveydenhuollon toteuttamiseksi sekä rajatusti henkilöstöhallinnossaan osana sairausloma-ajan palkanmaksun toteuttamista. Palkanmaksun tai kauppiasyrittäjien palkanmaksupalvelun tuottamisen yhteydessä voidaan työntekijän omalla suostumuksella käyttää ammattiliiton jäsenyystietoa jäsenmaksun suoratililykseen palkasta. Kesko ei kerää eikä käsittele rekisterinpitäjänä muiden sidosryhmien erityisiin henkilötietoryhmiin kuuluvia tietoja.

Keskon tietosuojapolitiikan periaatteiden toimeenpanemisesta vastaa Kesko-konsernin lakiasioista ja

vastuullisuudesta vastaava johtaja, joka on konsernin johtoryhmän jäsen. Tietosuojapolitiikka määrittää periaatteet, toimintatavat ja vastuut henkilötietojen lainmukaisen käsittelyn ja tietosuojan korkean tason varmistamiseksi. Tietosuojasta huolehtiminen on osa Keskon compliance-toimintaa, riskienhallintaa ja K Code of Conduct -toimintaperiaatteita.

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

Tietosuojan johtamismalli

Tietosuojan johtamismalli käsittää Keskon tietosuojavastaavan, tietosuojajuridiikkaan keskittyvän Corporate Counselin sekä kaksi tietosuoja-asioihin ja toimenpidepyyntöihin erikoistunutta henkilöä Compliance & Ethics -tiimissä. DPIA-arvioinnit toteutetaan osana tietosuojan toimintamallia. Aihepiirin toimintaohjeet ja -tavat perustuvat yhtiön hallituksen vahvistamaan tietosuojapolitiikkaan.

Tietosuojariskien hallinta on osa Keskon riskienhallintaprosessia. Riskienarvioinnit toteutetaan henkilötietojen käsittelyn suunnitteluvaiheessa sekä osana vuosittaista riskiarviointia. Tietosuojaa koskeva vaikutustenarviointi (DPIA - Data Protection Impact Assessment) tehdään sääntelyn ja viranomaisohjeistuksen edellyttämässä tilanteissa. Tietosuojan teknisten ja organisatoristen hallintakeinojen määrittely perustuu riskiarviointien tuloksiin.



Kukin liiketoimintayksikkö tai rekisterinpitäjä varmistaa ja valvoo tietosuojan toteutumista omassa toiminnossaan. Tietosuojan päivittäistä toteuttamista ja riskienhallintaa liiketoiminnoissa tukevat koulutetut Data Protection Championit. Rekisteröityjen toimenpidepyyntöihin vastataan kyseessä olevan rekisterin omistavassa liiketoiminnassa, tarvittaessa konsernitason tietosuojajärjestelmän tukena.



Tietosuojan varmistaminen toiminnassa

Keskon tietosuojajärjestelmä varmistaa, että tietosuojaan liittyvä osaaminen ja toimintaohjeiden tuntemus on korkealla tasolla. Se tukee Keskon yksiköissä tietosuojariskien tunnistamista ja hallitsemista.

Ohjeistukset käsittävät ryhmätasoisien tietosuojakäsikirjan sekä maakohtaiset sitä täydentävät ohjeet. Tietosuojajärjestelmät koskevat kaikkia keskolaisia ja käsittävät keskeiset säännöt, toimintaohjeet ja prosessit tietosuojan toteuttamiseen, poikkeamien ja riskien tunnistamiseen sekä käsittelyyn.

Tietosuojan vuosisuunnitelma ja -ohjelma ylläpitävät tietosuojan korkeaa tasoa. Lisäksi Kesko tekee sisäistä ja teettää ulkoista tietosuojaa auditointia erityisesti liiketoiminnan muutostilanteissa sekä yritysjohtajien yhteydessä.

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

Koulutus ja viestintä

Keskossa käsitellään paljon asiakastietoa. Jokaisen keskolaisen perehdytysohjelmaan sekä jatkuvaan koulutukseen kuuluu roolin edellyttämän tietosuojan

osaamistason saavuttaminen ja ylläpitäminen. Aktiivinen viestintä, tietoiskut ja koulutustoiminta varmistavat korkean tietosuojajärjestelmän tason. Tietosuojaa koskevat ajantasaiset ohjeet ovat helposti koko henkilöstön saatavilla.

Tietosuojan eLearning-koulutus on pakollinen osa uuden keskolaisen perehdytystä. Koulutus on uusittava kahden vuoden välein. Lisäksi esimerkiksi asiantuntijat ja johdon edustajat suorittavat tehtävänsä vaatimusten mukaisia tietosuojajärjestelmän- ja turvakoulutuksia. Verkko-oppimisympäristön avulla varmistetaan tietosuojakoulutusten hyvän saavutettavuus- ja osaamistason varmennus ja dokumentointi.

Kohdennetut koulutustapahtumat täydentävät säännöllistä koulutustoimintaa. Vuoden aikana järjestettiin kuudelle kohderyhmälle yhteensä 24 Data Protection Interest Group -tapahtumaa, joissa käsiteltiin viimeisintä tietosuojan soveltamiskäytäntöä, viranomaisohjeita, lainsäädäntömuutoksia sekä parhaita käytäntöjä. Säännöllistä koulutus- ja ajankohtaistoimintaa täydentävät tarvepohjaiset kohdennetut tietosuojan koulutustapahtumat eri yksiköille.

Keskolla on prosesseja ja kanavia, jotka mahdollistavat yhteydenpidon kuluttaja-asiakkaiden kanssa tietosuojaan liittyvissä asioissa. Suomessa Keskolla on verkkosivuillaan julkinen tietosuojaportaali, johon on koottu tietoa ja ohjeita tietosuojaan liittyen. Henkilö voi tehdä omia tietojaan koskevia toimenpidepyyntöjä tietosuojaportalissa tai ottamalla yhteyttä rekisterikohtaisiin yhteyspisteisiin tai asiakaspalvelukanaviin. Esille nostettuihin kysymyksiin ja pyyntöihin vastataan ilman aiheetonta viivästystä.

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

Yhteydenpito ja epäkohtiin puuttuminen

Kesko huolehtii tietosuoja-asetuksen mukaisten rekisteröityjen oikeuksien toteutumisesta informoimalla rekisteröityjä tietojen käsittelystä sekä määrittämällä toimintamallit ja ohjeet niihin tilanteisiin, joissa rekisteröidyt haluavat käyttää oikeuksiaan esimerkiksi tutustua kerättyihin tietoihin, pyytää itseään koskevien tietojen oikaisua tai poistamista. Kesko pyrkii varmistamaan käytettävien tietojen oikeellisuuden, ja tietoja päivitetään henkilöltä itseltään tai luotettavista lähteistä.

Kesko dokumentoi kaikki tietoturvaloukkaukset ja tekee tietoturvaloukkauksista ilmoitukset tietosuoja-viranomaiselle, mikäli tapahtumasta aiheutuu rekisterinpitäjän käsityksen mukaan riski rekisteröidyille. Jos riski altistaa väärinkäytöksille tai vahingoille arvioidaan korkeaksi, ilmoittaa Kesko ilman aiheetonta viivästystä tietoturvaloukkauksesta lisäksi myös henkilölle, jonka henkilötietojen suoja on vaarantunut sekä tarjoaa ohjeita tilanteeseen.

Rekisteröidyt voivat olla kaikissa tietosuoja-asioissa yhteydessä Keskon tietosuojavastaavaan tietosuojavastaava@kesko.fi. Tietosuoja-asioihin liittyvistä epäilyistä väärinkäytöksistä voi ilmoittaa nimettömästi myös Keskon SpeakUp -ilmoituskanavassa.

Toimenpidepyynnöt ja poikkeamat

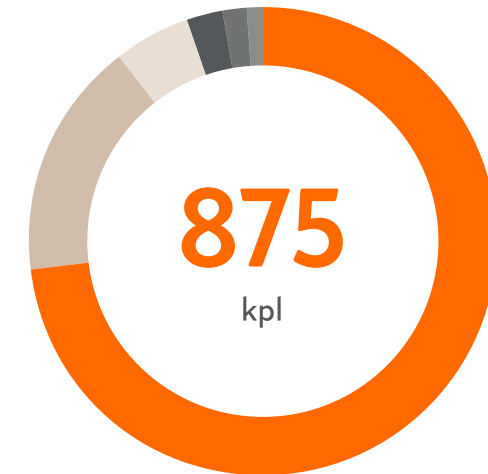
Vuonna 2024 Kesko käsitteli Suomessa 875 (2023: 1125) tietosuojaportaalin kautta tullutta toimenpidepyyntöä. Lisäksi toimenpidepyyntöjä käsiteltiin muissa kanavissa. Määrä on laskenut viime vuosina.

Valtaosa toimenpidepyynnöistä kohdistuu omien tietojen tarkistamiseen ja korjaamiseen. Erilainen tietojen normaali päivittäminen (esim. nimen ja yhteystietojen muutokset) kirjautuu tilastoon tietojen korjaamisena, mikäli rekisteröity hoitaa asian tietosuojaportaalin palveluiden avulla. Poistopyynnot liittyvät tyypillisesti tilanteeseen, jossa asiakas kokee asiakassuhteen päättyneen tai muutoin haluaa lopettaa tietojensa käsittelyn.

Suomessa Kesko-konserni havaitsi ja tutki toiminnoissaan vuonna 2024 yhteensä 347 (2023: 461) tietoturvaloukkausta, joista 63 (2023: 110) ilmoitettiin myös tietosuojavaltuutetun toimistolle. Muissa toimintamaissa havaittiin yhteensä 6 tietoturvaloukkausta, joista

3 ilmoitettiin paikallisille toimivaltaisille valvontaviranomaisille. Yksittäisissä tapauksissa tietoturvaloukkauksesta ilmoitettiin myös rekisteröidylle.

Toimenpidepyyntöjen jakautuminen 2024



- Tietojen tarkastaminen 641 (697*)
- Tietojen poistaminen 143 (158*)
- Tietojen korjaaminen 47 (214*)
- Käsittelyn vastustaminen 21 (11*)
- Käsittelyn siirtäminen 15 (22*)
- Tietojen rajoittaminen 8 (22*)

* Suluissa vuoden 2023 luku.

KYBERTURVALLISUUS

Kesko varmistaa digitaalisen infrastruktuurinsa jatkuvuutta ja turvallisuutta monitasoisesti. Teknologian nopea kehitys kasvatti tietoturvympäristön riskejä ja negatiivisia ilmiöitä edelleen. Kesko onnistui hyvin järjestelmiensä ja tietojensa suojaamisessa vuonna 2024.

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

Tarkoituksenmukainen ja tehokas tietoturva mahdollistaa Keskon toimintoihin liittyvien tietoteknisten ratkaisujen käytettävyyden, prosesseissa ja palveluissa käytettävien tietojen eheyden sekä luottamuksellisuuden kaikissa olosuhteissa kaikissa toimintamaissa.

Kesko otti käyttöön vuonna 2024 Microsoftin uusia tietoturvapalveluita, minkä yhteydessä korvattiin aiemmin käytössä olleita palveluita mukaan lukien osa tietoturva- ja tietosuoja-työkaluista. Uudistuksen myötä Kesko sai käyttöönsä uusia toiminnallisuksia, jotka edelleen parantavat näkyvyyttä, automaatiota sekä vaikuttamiskykyä Keskon järjestelmiin ja IT-palveluihin. Tämä mahdollistaa esimerkiksi aiempaa nopeamman reagoinnin esimerkiksi tilanteissa, joissa tili tai istunto kaapataan. Myös laite- ja identiteettivaltuutus on tehostunut.



Digitaalisen turvallisuuden johtaminen

Keskon, asiakkaiden ja sidosryhmien datan sekä järjestelmien ja yhteyksien suojaaminen on suunniteltu ja toteutettu monitasoisen puolustuksen periaatteella. Järjestelmät on tärkeysluokiteltu ja niillä on palautumissuunnitelmat, joita testataan ja harjoitellaan säännöllisesti. Käytetty kyberturvateknologia hyödyntää automaatiota ja koneoppimista, mikä mahdollistaa nopean uhkien havaitsemisen ja vastatoimien käynnistämisen. Havainnointia ja hyökkäyksiin vastaamista johdetaan keskitetystä tietoturvalavomosta.

Tietoturvan johtamis- ja ohjausmalli

Keskolla on hallituksen hyväksymä tietoturvapoliittikka, joka määrittelee tietoturvan perusvaatimukset sekä varmistaa edellytykset politiikan toteuttamiselle käytännössä. Tietoturvan ohjausmalli on osa Keskon riskienhallinnan ohjausmallia. Tietoturvajohdaminen 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 tietoturvapoliittikka on esitetty Keskon verkkopalvelussa osoitteessa <https://www.kesko.fi/yritys/politiikat-ja-periaatteet/tietoturvapoliittikka/>

Tietoturvan jatkuva varmistaminen

Kesko auditoi tietoturvaa sekä omien että ulkopuolisten asiantuntijoiden toimesta. Vuonna 2024 erityisiä teemoja olivat riskienhallinta ja riskien mitigointi. Lisäksi varmistettiin kriittisten kapasiteettipalveluiden korkeaa tasoa sekä vahvistettiin kyvykkyyksiä puolustautua kiristyshaittaohjelmilta.

Vahva riskienhallinta perustuu yhteisiin, huolellisesti koulutettuihin toimintamalleihin, jotka varmistavat valmiuden reagoida erilaisiin tilanteisiin. Tietoturvariskejä arvioidaan säännöllisesti osana järjestelmien ja palveluiden kehitystä sekä käyttöönottoa, ja erityisesti merkittävien muutosten yhteydessä. Kaikki sopimuskumppanit sitoutuvat noudattamaan Keskon tietoturva vaatimuksia, 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 sisäisenä arviointikeinona, joka päivitetään vuosittain jokaiselle toimialalle ja keskikonsernin tasolle.

Tietoturvatilanteesta raportoidaan normaalin sisäisen valvonnan sekä sisäisten ja ulkoisten tarkastusten yhteydessä. Teknistä tietoturvaa arvioidaan jatkuvasti ja tärkeimpiin ympäristöihin tehdään erillisiä tietoturvatarkastuksia.

Turvallisuusviestintä ja koulutus

Keskolla on useita säännöllisesti toteutettavia toimenpiteitä turvallisuustietoisuuden parantamiseksi. Näitä ovat muun muassa verkkokoulutukset, kalasteluviestisimulaatiot sekä sisäinen uutisointi ajankohtaisista merkittävistä tietoturva-aiheista.

Koulustustoiminta jatkui aktiivisena vuonna 2024. Kaikille työntekijöille pakollista tietoturvan peruskoulutusta sekä kassa- ja asiakaspalveluhenkilöstölle räätälöityä koulutusta toteutettiin verkkokoulutuksena. Lisäksi tietoturvatiimi koulutti aktiivisesti henkilöstöä eri roolien mukaisesti.

Tietoturva- ja kyberharjoitustoiminta on aktiivista ja arkipäiväistä. Kesko osallistuu myös Traficomin järjestämiin kansallisiin tietoturvaharjoituksiin, kuten Tieto24-harjoitukseen. Lisäksi Kesko järjesti yhteistyössä Traficomin kanssa elintarvikealan kriittisten yritysten kesken päivän kestävä kyberharjoituksen, jossa harjoiteltiin yhteistyötä ja valmiuksia kyberuhkien varalta. Kesko osallistuu aktiivisesti tiedonvaihitoryhmiin, jossa jaetaan luottamuksellista tietoa kyberuhkista ja -havainnoista muiden yritysten ja viranomaisten kanssa.

Kesko toimii aktiivisesti Traficomin, Huoltovarmuuskeskuksen ja eri tiedonvaihitoryhmien piirissä.

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.

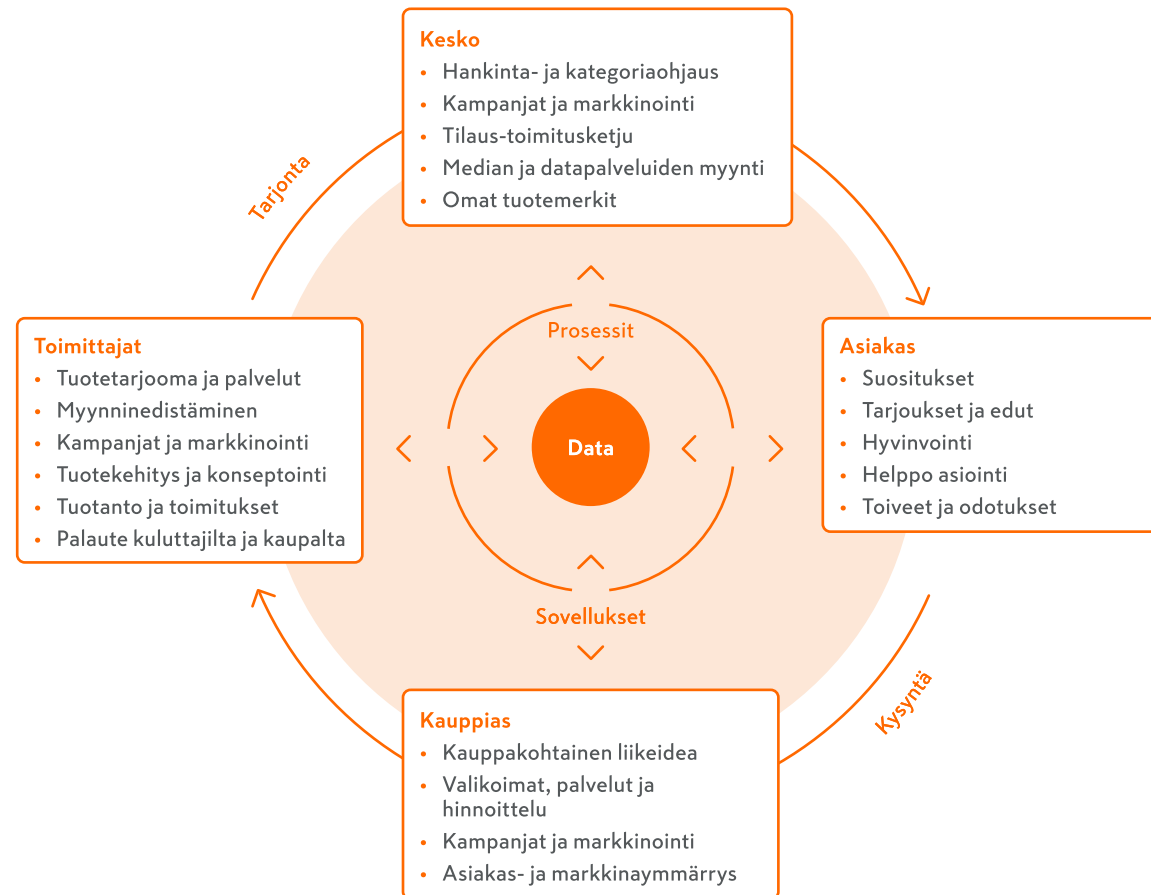
K-ruokakauppa jalostaa datasta arvoa asiakkaalle

Dataohjautuva K-ruokakauppa yhdistää kauppiasyrittäjyyden ja kattavat digitaaliset palvelut. Asiakkaille K-Ruoka-mobiilisovellus, K-Plussa-kanta-asiakasjärjestelmä ja verkkokauppa mahdollistavat yksilöllisen asiakaskokemuksen sekä kivijalkakaupoissa että digitaalisissa kanavissa.

K-ryhmässä ainutlaatuinen kauppiasmalli yhdistää ketjukohtaisen tehokkuuden ja yksittäisen kaupan dataohjautuneen johtamisen. Jokainen kauppa on erilainen, perustuen kaupan sijaintiin, asiakaskuntaan ja paikallisiin tarpeisiin.

Kaupan digitaalisten työkalujen tehokas käyttö tuottaa arvoa kauppiaille ja asiakkaalle. Ne auttavat kauppiaita

Keskon päivittäistavarakaupan digitaalinen liiketoiminta-alusta



tarjoamaan asiakkailleen oikeaa valikoimaa sekä oikeassa suhteessa etuja ja elämyksiä. Erityisesti kauppakohtaiset tekoälypohjaiset ennusteet ja suositukset mahdollistavat oikeiden valikoima-, kampanja-, hinnoittelu- ja konseptipäätösten tekemisen.

Lähes reaaliaikainen myynnin raportointi sekä asiakas- ja markkina-aluetiedon hyödyntäminen mahdollistavat nopean reagoinnin ja kampanjoiden johtamisen. K-Kampanja-työkalun jatkokehitys on tuonut kauppiaille entistä nopeammin tarkempaa tietoa kampanjoiden toteutumisesta ja tuloksellisuudesta.

Erityisen merkittävää on ollut valikoimajohtamisen kehittyminen. Parantunut näkemys valikoiman onnistumisesta kiertonopeuden, myynnin ja katerakenteen näkökulmasta on tuottanut taloudellista arvoa kauppiaille. Samalla se on edistänyt ympäristövastuullisuutta hävikin pienentyessä.

K-Ruoka asiakaskokemuksen kärjessä – mobiiliasiointi kasvaa voimakkaasti

K-Ruoka tuo kaiken olennaisen asiakkaan luo. Se yhdistää yksilölliset edut, arjen inspiraation ja sujuvan ostamisen. Asiakas voi helposti löytää itselleen sopivimmat tuotteet, reseptit ja tarjoukset sekä seurata omien ostojensa vaikutuksia terveyteen ja ympäristöön. Tekoälyyn pohjautuva personointi varmistaa, että jokainen asiakas saa juuri hänelle hyödyllisiä suosituksia

Palvelu toimii saumattomasti niin verkkokaupassa kuin lähikaupassa asioitaessa – reseptien raaka-aineet voi tilata suoraan kotiin tai kerätä valmiiksi noudettavaksi ja

mobiilisovelluksesta löytyvät henkilökohtaiset edut ovat käytettävissä myös kaupan kassalla.

Vuonna 2024 mobiilikanava nousi merkittäväksi myynninedistäjäksi K-Ruoka-sovelluksessa. Digitaaliset kampanjat kasvattivat myyntiä suoraan mitattavalla tavalla, ja omien mediakanavien rooli markkinoinnissa vahvistui huomattavasti. Tämä strategia on tuottanut kustannustehokkaita tuloksia asiakkaiden tavoittamisessa ja heille merkityksellisen sisällön tarjoamisessa.

K-Ruoka-sovelluksen käyttäjämäärä kasvoi 38 %.

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

Verkkokauppa kehittyi asiakastarpeiden mukana - vaivattomuus ja nopeus avainasemassa

Päivittäistavaraverkkokauppa mukautuu ketterästi muuttuviin kuluttajatarpeisiin. Vaivattomuus ja nopeus ovat nousseet avaintekijöiksi asiakaskokemuksen kehittämisessä. Tästä konkreettisena esimerkkinä pikatoimituspalvelut, joita

K-Market ja K-Supermarket-ketjut ovat laajentaneet merkittävästi vuoden 2024 aikana.

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.

Vuoden 2024 lopussa noin 780 K-ruokakauppaa eri puolella Suomea tarjosi ruoan verkkokaupan palveluita. Verkkokaupan myynti vuonna 2024 oli noin 294 miljoonaa euroa (sis. alv) ja sen osuus K-ryhmän päivittäistavara-myynnistä (sis alv) oli noin 3,7 %.

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.

Ruuan verkkokaupan myynti kasvoi +13,5 % edellisvuodesta (K-Ruoka ja pikatoimitukset).

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 ravintosisäلتöjä 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-Plussa on monikanavaisen asiakaskokemuksen ja palkitsemisen perusta

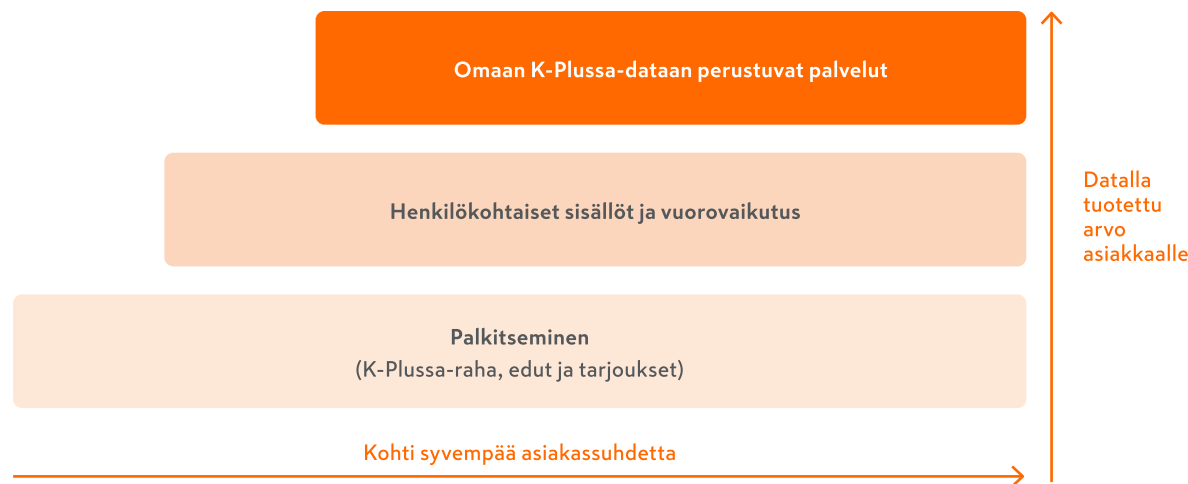
K-Plussa on kattava kanta-asiakasjärjestelmä, joka palvelee kaikkia K-Plussa-asiakkaita monikanavaisesti parhaalla mahdollisella tavalla, oli kyseessä sitten Opiskelija-Omistaja- tai esimerkiksi K-ryhmään ostoksensa keskittävä Paras asiakas.

K-Plussa-asiakasohjelma hyödyntää asiakasdataa sekä kehittyntä data-analytiikkaa parasta asiakaskokemusta tavoittelevien sovellusten perustana. Se yhdistää henkilökohtaiset kanta-asiakasedut sekä älykkäät digitaaliset palvelut, jotka tukevat henkilökohtaisia mieltymyksiä ja arvovalintoja.

Keskon dataohjattu lähestymistapa perustuu luottamukseen ja aitoon arvонуontiin 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 ja palveluiden kehittämisessä.

Modernit digitaaliset työkalut tarjoavat asiakkaille myös mahdollisuuden seurata ja analysoida omia kulutustottumuksiaan sekä niiden kehitystä pitkällä aikavälillä, tukien tietoista ja omien arvojen mukaista kuluttamista.

Data mahdollistaa yhä henkilökohtaisemman K-Plussa-asiakkuuden



K-Ruoka-mobiilietujen käyttö kaksinkertaistui vuonna 2024.

CASE

Henkilökohtainen hyvinvointipalvelu aina mukana

Kokonaisvaltainen hyvinvointi on noussut asiakkaiden ykköstrendiksi. K-Ruoka-mobiilisovellukseen yhdistettyä K-Hyvinvointi-palvelua kehitettiin monipuolisesti vuoden 2024 aikana. Uusimpiin ominaisuuksiin kuuluu muun muassa vitamiinien ja kivennäisaineiden seuranta asiakkaiden ostoksista sekä 13 suomalaisen ravitsemussuosituksen toteutumisen seuranta ja edistäminen asiakkaan asettamien tavoitteiden mukaisesti.

"Ruoka-ilmiötutkimuksessamme kokonaisvaltainen hyvinvointi nousi tärkeimmäksi trendiksi. Asiakkaat haluavat selkeästi hyvinvointia mittaavia palveluita", kertoo K-Hyvinvoinnin kehityksestä vastaava **Hayde Furubacka**.

K-Hyvinvointi on integroitu tiiviimmin osaksi K-Ruoka-palvelukokonaisuutta. Palvelu huomioi asiakkaan antamat

ruokavaliopreferenssit ja huomioi niitä Oma Plussa -eduissa ja tarjouksissa sekä resepteissä. Loppuvuodesta 2024 K-ryhmä lanseerasi myös hevihaasteen, joka kannustaa asiakkaita syömään suositusten mukaisen määrän kasviksia päivässä. K-Ruokavuosi puolestaan summaa koko vuoden kohokohdat hyvinvoinnin edistämisen vinkkelistä.

Terveellisemmät ruokavalinnat näkyvät myös kaupan kassalla. "Olemme havainneet, että ravitsemussuosituksen mukaisesti syövien asiakkaiden ostoskorien arvo on keskimääräistä suurempi. Tämä on linjassa myös kansainvälisten tutkimusten kanssa", Furubacka toteaa.

K-Hyvinvointi-palvelun kehitys jatkuu, ja tavoitteena on tuoda hyvinvointinäkökulma entistä vahvemmin osaksi asiakkaiden päivittäistä asiointia.



K-Ruoka-palvelu on täynnä ominaisuuksia



Oma kauppa, omat edut ja omat sisällöt

- Pääasiallinen digitaalinen ostamisen ja sisältöjen kanava kuluttaja-asiakkaille
- Ruoan verkkokauppa, sisältäen älykkäät ostoslistat ja laadukkaat tuotetiedot
- Tuote-, resepti- ja kauppahaku
- Personoidut asiakaskohtaiset sisältö- ja tuotesuosituksot 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.



Hyvinvoinnin edistäminen

- Omien ostosten vertailu suomalaisiin ravintosuosituksiin
- Asiantuntijoiden ideoita ja ohjeita hyvinvoinnin edistämiseen
- Mahdollisuus asettaa ja seurata henkilökohtaisia tavoitteita
- Omia tavoitteita tukevat reseptit, tuotesuosituksot ja Oma Plussa -edut



Plussa-palvelut ja paperiton palvelu

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

KESPRO AUTTAA ASIAKKAITAAN MENESTYMÄÄN

Kespro on kehittynyt foodservice-tukkukaupasta kokonaisvaltaiseksi ja dataohjautuneeksi palvelualustaksi alan ammattilaisille. Kespro tarjoaa ravintolayrittäjille raaka-aineiden lisäksi monipuolisia liiketoimintaa tukevia ratkaisuja. Tavoitteena on ymmärtää ja vahvistaa asiakkaiden liiketoimintaa kokonaisuutena.

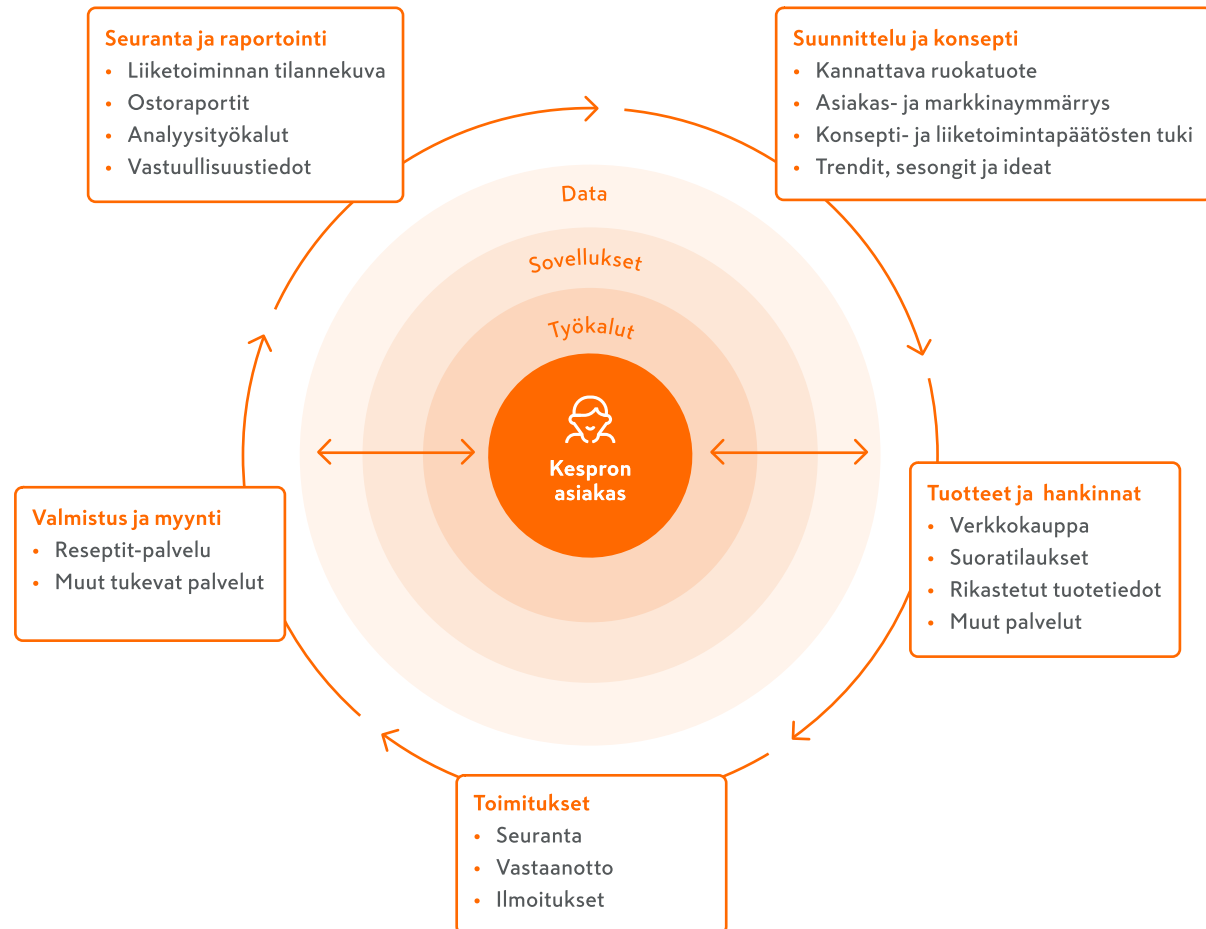
Kespron digitaaliset palvelut kokoavat yhteen foodservice-ammattilaisten arkea helpottavat palvelut ja tarjoavat Suomen laajimman raaka-ainevalikoiman lisäksi asiakaskohtaisia hyötysisältöjä, inspiraatiota ja vinkkejä. Kattavat ja reaaliaikaiset tuote- ja hintatiedot tukevat kannattavien annosten ja ruokalistojen suunnittelua Reseptit-palvelussa sekä auttavat asiakkaita ymmärtämään ja johtamaan kokonaisostojaan huomioiden vastuullisuusnäkökulmat Raportit-palvelussa. Helppous on viety mahdollisimman pitkälle – kaikki palvelut ovat käytössä yhdellä kirjautumisella.

Ylivoimainen verkkokauppa

Kespron myynnistä noin 75 % tapahtuu digitaalisesti eli joko verkkokaupan kautta tai tilausjärjestelmällä suoraan asiakkaan oman tilausjärjestelmän kautta. Kespron myynti digitaalisten kanavien kautta on lähes 900 miljoonaa euroa, eniten koko K-ryhmässä. Verkkokauppa tarjoaa yli 55 000 tuotteen valikoiman ja älykkäitä ominaisuuksia, jotka vastaavat foodservice-ammattilaisten kaikkiin tarpeisiin.

Vuonna 2024 verkkokauppaan tuotiin runsaasti uusia toimintoja muun muassa tuotesuositteluun, korvaavien

Kespron digitaalinen liiketoiminta-alusta tuottaa arvoa asiakkaalle läpi arvoketjun



tuotteiden tarjoamiseen sekä tuotehakuun. Edistynyt tuotehaku auttaa löytämään inspiraatiota ja sopivia tuotteita. Tekoälyn mahdollisuuksia hyödynnetään monipuolisesti markkinoiden parasta asiakaskokemusta rakennettaessa. Vuoden 2024 aikana Kespron verkkokaupan NPS-arvo vaihteli välillä 51–62.

Kespron myynnistä tapahtuu digitaalisesti noin 75 %.

Analytiikalla uutta arvoa liiketoiminnalle

Kespron asiakaspolku perustuu tiedolla johtamiseen. Datatuotteet tukevat liiketoimintaa ja päätöksentekoa. Vuonna 2024 kehitetyt tuotteet keskittyivät asiakasymmärryksen syventämiseen käyttäen luokittelevaa ja ennustavaa analytiikkaa.

Asiakasymmärrystä rakennetaan moniulotteista asiakasdataa hyödyntämällä. Tämän avulla voidaan paremmin tunnistaa, mitä eri asiakasryhmät tarvitsevat ja miten he tekevät ostopäätöksiä. Kespro on määritellyt liiketoiminnan tarpeisiin laajaan asiakasdataan ja data-analytiikkaan perustuvat asiakassegmentit. Tämä liiketoiminnan kanssa tiiviissä yhteistyössä rakennettu segmentointi mahdollistaa palveluiden ja tuotteiden tehokkaamman kohdentamisen eri asiakasryhmille, kuten erikokoisille ravintoloille, julkishallinnon organisaatioille ja ketjutoimijoille. Asiakasymmärrys ja data-analytiikka

toimivat laajasti päätöksenteon tukena sekä myynnin että koko liiketoiminnan johtamisessa.

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 -resurssit tukevat kehitystyötä.

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

Kohokohtia Kespron palveluista

Reseptit

- Oman reseptiikan ylläpito ja inspiraatio turvallisesti yhdessä paikassa
- Kuvalliset, videoilla rikastetut valmistusohjeet jaettavaksi
- Annosten allergeenit, ravintosisällöt ja erityisruokavaliot
- Annosten kustannukset ja katteet sekä myynnin simulointi

Tarjooma

- Asiakaskohtaiset hinnat ja valikoimat tuotetaan palveluna suoraan suurien asiakkaiden omaan hankintajärjestelmään
- Integroituminen asiakkaan omaan järjestelmään tehostaa huomattavasti asiakkaan omia prosesseja

Raportit

- Tarjoaa asiakkaan ostodatan helppossa muodossa hyödynnettäväksi
- Omia raaka-ainehankintoja voi tutkia ja analysoida niin eurojen, kilojen, toimittajien kuin kotimaisuuden ja vastuullisuuden näkökulmasta
- Omien raaka-ainehankintojen logistiikkakustannuksia, tehokkuutta sekä kuljetusten hiilijalanjälkeä voi seurata toimipiste- ja yritystasolla
- Tarjoaa valmiita raportteja sekä mahdollisuuden luoda omia
- Auttaa johtamaan ja kehittämään liiketoimintaa talouden, tehokkuuden ja vastuullisuuden näkökulmasta

Toimitukset

- Kertoo, mitä seuraavassa toimituksessa on tulossa
- Kertoo myös mahdollisista puuttuvista tuotteista
- Korvaa paperiset lähetylistat, lisäksi reklamaatiot voi tehdä suoraan palvelussa kuorman tarkastamisen yhteydessä
- Räätelöitävät älykkäät ilmoitukset varmistavat arjen sujuvuuden
- Näyttää kaikki asiakkaalle tehdyt tilaukset toimituspäivineen sekä toimitushistorian
- Digitaalinen reklamaatioprosessi säästää kaikkien työaikaa

CASE

Reseptit-palvelu muuttaa foodservice-markkinaa

Kespro esitteli elokuussa 2024 Kespron asiakkaille suunnatun Reseptit-palvelun, ammattilaisten reseptipalvelun, joka mahdollistaa asiakkaan omien reseptien digitalisoinnin ja resepteissä kiinni olevien raaka-aineiden tilaamisen suoraan Kespron verkkokaupasta. Palvelu edustaa siirtymää perinteisestä tukkukaupasta kohti asiakkaiden liiketoiminnan kokonaisvaltaista helpottamista, tehostamista ja kehittämistä.

Reseptit-palvelu on yhteydessä Kespron verkkokauppaan, mikä mahdollistaa raaka-aineiden tilaamisen suoraan reseptiltä tai vaihtoehtoisesti verkkokaupassa asiakas voi tehdä tilauksen reseptien pohjalta muokaten vielä verkkokaupassa valmistettavien annosten määrää. Verkkokauppa laskee tilattavien raaka-aineiden määrän automaattisesti asiakkaan puolesta, jos valmistettavien annosten määrää muutetaan.

Palvelu hyödyntää automaatiota: Kespron valikoimasta ostaville asiakkaille ainesosat, ravintosisällöt ja asiakkaan hintatiedot päivittyvät automaattisesti reseptille.

Reseptit-palvelu automatisoi ravintola-alan keskeisiä toimintoja. Se hyödyntää asiakkaan omia reaaliaikaisia ostohintoja kustannusten laskennassa sekä mahdollistaa katteen simuloinnin palvelun sisällä. Näin ollen asiakas varmistuu siitä, että annosten myyntikatetavoite toteutuu ja

heille jää tarpeeksi katetta kattamaan muita kiinteitä ja muuttuvia kustannuksia. Allergeenit ja ravintosisällöt, kuten rasvat, proteiinit ja suolat, päivittyvät automaattisesti Kespron tuotteista ja yleistuotteista.

Kespron Reseptit-palvelu voitti arvostetussa Grand One -kilpailussa parhaan palvelun palkinnon.



RAKENTAMINEN JA TALOTEKNIikka – PARASTA TEHOKKUUTTA JA ASIAKASKOKEMUSTA RAKENTAMASSA

Rakentamisen ja talotekniikan kaupassa kannattavan kasvun keskiössä on paras asiakaskokemus ja proaktiivinen myynti. Käyttäjälähtöiset digitaaliset palvelut, skaalautuvat ratkaisut ja vahva datapohja parantavat asiakaskokemusta ja tehokkuutta.

Asiakkaat ja heidän tarpeensa tunnetaan rakentamisen ja talotekniikan kaupassa hyvin. Valikoimajohtaminen, digitaaliset palvelut, markkinointi ja myynti hyödyntävät laaja-alaisesti asiakas- ja tuotedataa parhaan asiakaskokemuksen rakentamisessa. Järjestelmät varmistavat, että data kytkeytyy liiketoimintaprosesseihin tehokkaasti. Automaatiota ja tekoälyä hyödynnetään tehokkaasti ja monipuolisesti.

Onnisen, K-Raudan, K-Byggin, Bygghälsan 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.

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. Palvelut on kehitetty palvelemaan parhaalla mahdollisella tavalla kunkin maan paikallisia asiakkaita ja heidän tarpeitaan.

Tekninen tukkukauppa lähellä asiakkaita Suomessa

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. Onninen toimittaa asiakkailleen lähes 12 miljoonaa myyntiriviä vuosittain.

Onnisen tilausriveistä noin 80 % käsitellään digitaalisesti.

Onnisen digitaalisen myynnin pääkanavat ovat verkkokauppa, OnniAPP-sovellus ja suoratilaukset asiakkaan omista järjestelmistä. Onninen tarjoaa asiakaskohtaisesti räätälöityjä digitaalisia ratkaisuja ja integraatioita, jotka vastaavat asiakkaan tarpeita ja hankintaprosessia. Myyjien käytössä oleva sähköinen työpöytä OnnSale tehostaa asiakaspalvelua.

OnniAPPin mobiilisovellus helpottaa asiakkaiden asiointia Onninen Express -myymälöissä ja palveluvarastoissa. Se nopeuttaa tuotteiden löytämistä ja keräilyä, mikä edelleen nopeuttaa ostoprosessia. Kattavat tuotetiedot tukevat oikean tuotteen valinnassa ja tuotteiden vertailussa.

Onnisen sähköinen myyjän työpöytä OnnSale kokoaa asiakaspalvelua ja myyntiä tukevat olennaiset tiedot ja sovellukset yhteen helppoon käyttöliittymään. Palvelu on helppokäyttöinen ja tehokas: myyjät voivat keskittyä asiakkaiden tarpeiden kartoittamiseen ja niihin vastaamiseen. Parhaan asiakaskokemuksen ja tehokkuuden takaamiseksi hyödylliset tiedot, kuten asiakkaan tilaushistoria, tarjoukset, toimitukset sekä Onnisen rikkaat tuotetiedot ja dokumentaatio, ovat helposti myyjän käytettävissä OnnSalella.

Onninen on laajentanut verkkokauppapalveluitaan kaikkiin toimintamaihin, vuoden 2024 aikana viimeisimpänä Latviaan ja Liettuaan. Tämä mahdollistaa yhteisiin teknisiin ratkaisuihin perustuvien verkkokauppojen käytön kaikissa maissa ja tukee asiakaskokemuksen kehittämistä ja digitaalisten kanavien kautta tapahtuvaa myynninkasvua. Yhteisestä teknisistä ratkaisuista huolimatta verkkokauppojen valikoimat ja prosessit ovat paikallisia, mikä mahdollistaa parhaan mahdollisen asiakaskokemuksen.

Vuonna 2023 ostetun norjalaisen Elektroskandian verkkokauppa integroitiin Norjassa Onnisen verkkokauppaan vuoden 2024 aikana. Elektroskandian asiakkaat palvelevat nyt Onninen.no verkkokaupan ja muiden Onnisen digitaalisten palveluiden avulla. Onnisen verkkokauppaan on lisätty uusia infra-alan asiakkaille

olennaisia palveluita, jotta asiakkaiden palvelutaso säilyy korkealla tasolla ja paranee entisestään.

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 69 (2023: 66) ja OnniAPPin NPS 81 (Suomi) (Vuoden 2024 keskiarvoja).

Onninen Suomen valikoima jatkoikasvuun

Asiakastarpeisiin vastaava valikoima on yksi tärkeimmistä asiakaskokemukseen ja -tyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä. Erityisesti Suomessa Onnisen tavoitteena on tarjota alansa laajin valikoima, jota uudistetaan koko ajan sekä asiakasymmärrystä että tavarantoimittajien osaamista hyödyntäen. Uusien tuotteiden kysynnän ja tehokkaimman logistisen ketjun mallintamisessa korostuu Onniselle kertynyt syvälinen toimialaosaaminen.

Onnisen Suomen verkkokaupan valikoimaa kasvatettiin edelleen vuonna 2024. Valikoimat kasvoivat noin viidenneksellä. Asiakas hyötyy, kun laajan valikoiman tuotteiden saatavuus paranee ja ostaminen helpottuu

parantuneesta saatavuudesta ja ostamisen helpottumisesta. Valikoiman laajentaminen verkkokauppaan on sisältänyt sekä uusien tuotteiden lisäämistä että aikaisemmin terminaalikaupassa tarjolla olleiden tuotteiden tuomista verkkokauppaan.

Onninen.fi valikoima kasvoi noin 20 % vuonna 2024.

Tuotetietojen rikastamisesta arvoa asiakkaalle

Tuotetiedon rikastaminen ja rikastettujen tuotetietojen määrän kasvattaminen palvelee asiakkaita ja auttaa myyjää heidän työssään. Tietoja laajennetaan lisäämällä tuotteiden perustietojen rinnalle olennaisia ja oikeita ohjeita esimerkiksi käytöstä, asentamisesta ja huoltamisesta. Tuotetietojen rikastamisessa hyödynnetään oman henkilöstön tietotaitoa yhdistettynä omaan ja tavarantoimittajien dataan.

Kattavat tiedot antavat tietoa muun muassa tuotteen käyttötarkoituksesta, teknisistä ominaisuuksista, tuotekoodista, väreistä, mitoista, painoista ja sertifikaateista. Kytkeytyvät tuotekuvat, tekniset dokumentaatiot, asennusohjeet, videot sekä tiedot tuotteen varaosista ja asentamisesta tarvittavista tuotteista täydentävät tuotteesta annettavaa informaatiota.

K-Rauta houkuttelee verkkoon ja kivijalkamyymälään

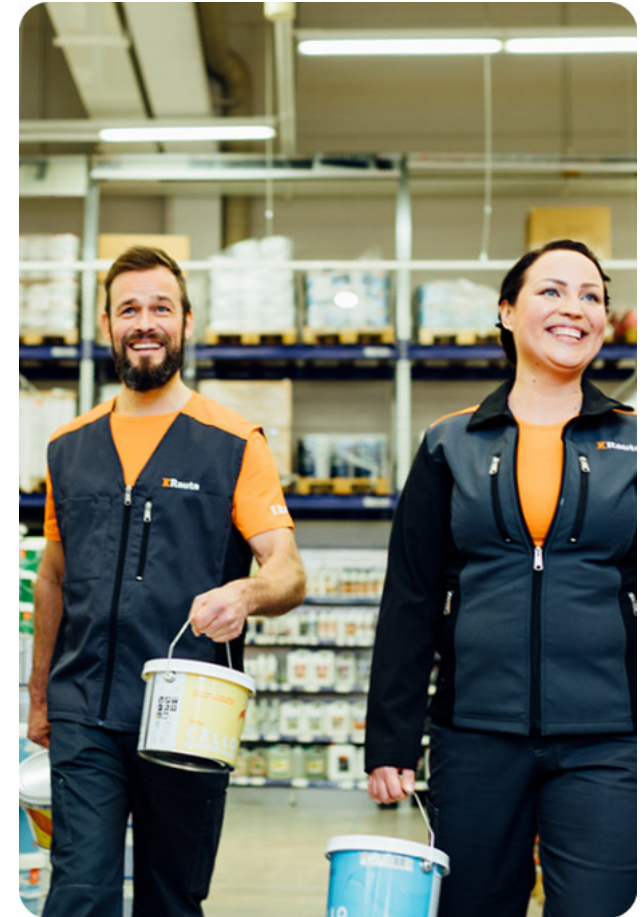
Suomessa K-Raudan digitaalinen toimintamalli ja laadukkaat tuotetiedot mahdollistavat asiakkaiden palvelemisen verkkokaupan ja kivijalkakaupan vahvuuksia yhdistellen. Lähes 80 prosenttia K-Rauta.fi-verkkokaupan liikenteestä tulee hakukoneista ja tuotetiedon, ideoiden ja inspiraation merkitys on keskeinen. K-Raudan 124 myymälässä tuotteita voi testata, koskea, 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. 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 kauppiaat hyödyntävät tietoa kauppakohtaisen liikeidean ja markkinoinnin toteuttamiseksi.

Tiedolla johtamalla K-Rautojen valikoimat ja palvelut saadaan vastaamaan asiakkaiden odotuksia ja tarpeita mahdollisimman hyvin. Ryhmätason synergioita syntyy yhteisen K-Plussa-asiakasdatan hyödyntämisestä, ja uusi K-Data-alusta avaa edelleen uusia mahdollisuuksia hyödyntää yhteistä datapohjaa ja analytiikkaa.

NPS 65 - K-Rauta.fi:n nettosuosittelevuusindeksi oli vuonna 2024 erinomainen.



CASE

Onnisen asiakkaaksi ja ostoksille – minuuteissa

Onnisen automatisoitu asiakkaaksi liittyminen on osoittautunut merkittäväksi kilpailueduksi teknisen alan tukkukaupassa. Aiemmin manuaalinen prosessi hoituu nyt minuuteissa.

"Erityisesti pienille ja keskisuurille urakoitsijoille nopea pääsy ostamaan on hyödyllistä. Kun urakoitsija saa työtilauksen, tarvikkeiden pitää olla saatavilla heti. Onnisen näkökulmasta on tietysti myös eduksi, että asiakas pääsee heti ostamaan", kertoo **Martti Forss**, johtaja, Onninen Suomi.

Automatisoitu prosessi parantaa asiakaskokemusta, tehostaa toimintaa ja tukee riskienhallintaa. Järjestelmä tarkistaa automaattisesti yrityksen perustiedot, luottokelpoisuuden sekä tilin avaajan oikeudet edustaa yritystä.

Palvelu on käytössä Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Virossa. Suomessa järjestelmän kautta on avattu jo yli 31 000 asiakkuutta, ja se on Onnisen ainoa tapa avata uusia asiakkuuksia. Yhtenäinen prosessi tuo tehokkuutta ja palvelut saadaan nopeammin käyttöön.

"Tämä on erinomainen esimerkki siitä, miten voimme samaan aikaan tehostaa prosesseja ja parantaa asiakaskokemusta. Automaatio vapauttaa resursseja asiakaspalveluun ja myyntiin, kun manuaalinen paperityö vähenee", jatkaa Martti Forss.



CASE

Uusittu verkkokauppahaku tuntee ammattilaisten kielen

Onninen.fi-verkkokaupan hakukone uudistettiin vuonna 2024. Tavoitteena oli parantaa oikean tuotteen löytymistä riippumatta siitä, kuka tuotetta hakee tai millä, esimerkiksi teknisillä tai puhekielisillä termeillä sitä etsitään. Jokainen turha tai epäolennaisia tuloksia tuottava haku aiheuttaa turhautumista ja jopa poistumisen verkkokaupasta.

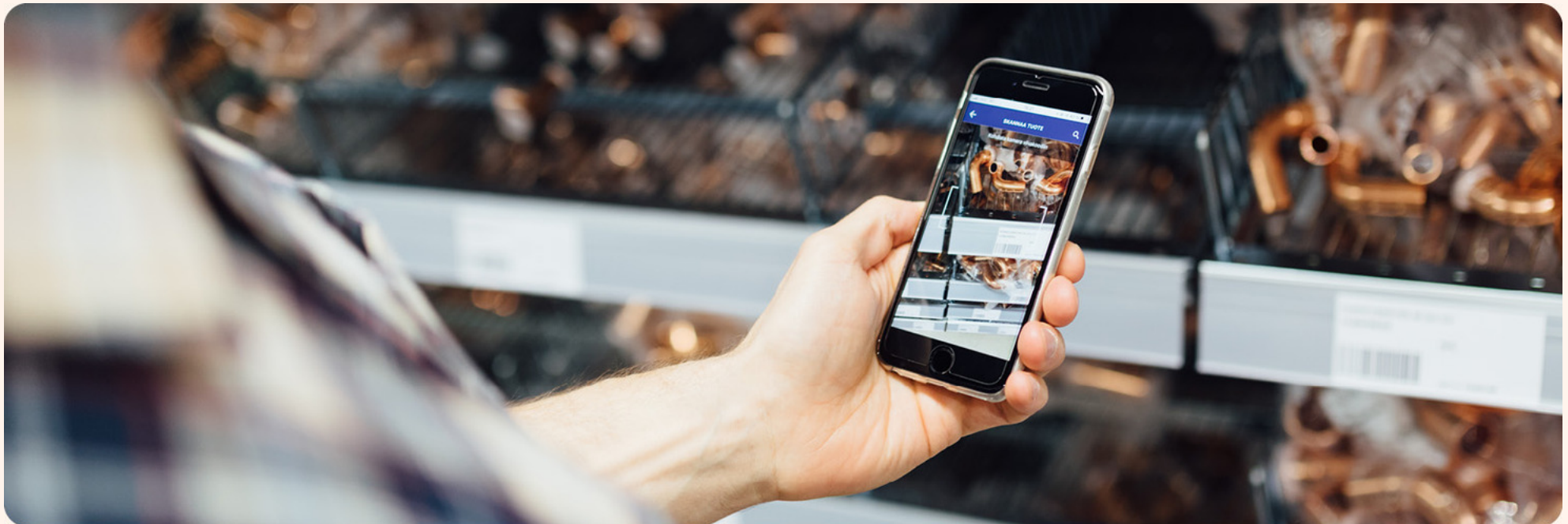
Hakukoneen uudistaminen toteutettiin asiakaslähtöisesti ketterillä kehitysmenetelmillä. Matkan varrella analysoitiin kattavasti asiakasdataa ja hakukäyttäytymistä, minkä pohjalta hakukoneen logiikkaa ja sanastoa optimoitiin vastaamaan ammattilaisten tarpeita. Uudistettu hakukone

tunnistaa paremmin mm. eri kirjoitusasuja ja yhdyssanamuotoja. Haun taustalla hyödynnetään laajasti eri tuotetietoja, kuten tuotteen perustietoja ja tuotteeseen liittyvää metadataa. Löydettävyyttä parannetaan myös tarjoamalla käyttäjille käyttöyhteystuotteita, korvaavia tai vaihtoehtoisia tuotteita, mikä tehostaa relevanttien tuotteiden ja kokonaisuuksien löytämistä.

Jatkuvan kehittämisen ja AB-testauksen avulla varmistettiin hakukoneen toimivuus käytännössä. Tulokset osoittavat merkittävää parannusta hakutulosten tarkkuudessa ja asiakastytyvyydessä, mikä näkyy verkkokaupan

korkeissa NPS-luvuissa. Uudistus tehostaa myyjien työtä antamalla heille paremmat työkalut tuotteiden löytämiseen ja tietojen hyödyntämiseen.

Hakukoneen uudistuksen tulokset osoittavat selkeää parannusta verkkokaupan toiminnallisuudessa. Hakukoneen osumatarkkuus on parantunut merkittävästi, mikä näkyy tuloksettomien hakujen vähenemisenä. Tämä on johtanut asiakastytyvyyden kasvuun, josta kertovat verkkokaupan ja Onniapin korkeat NPS-luvut.



CASE

K-Raudalta uusia digitaalisia palveluja yritysasiakkaille

K-Rauta PRO -verkkokauppaan julkaistiin loppuvuonna 2024 kaksi ammattilaisten arkea helpottavaa ja tehostavaa ominaisuutta. Samalla ne tehostavat ammattiasiakkaan ja kaupan toimintaa.

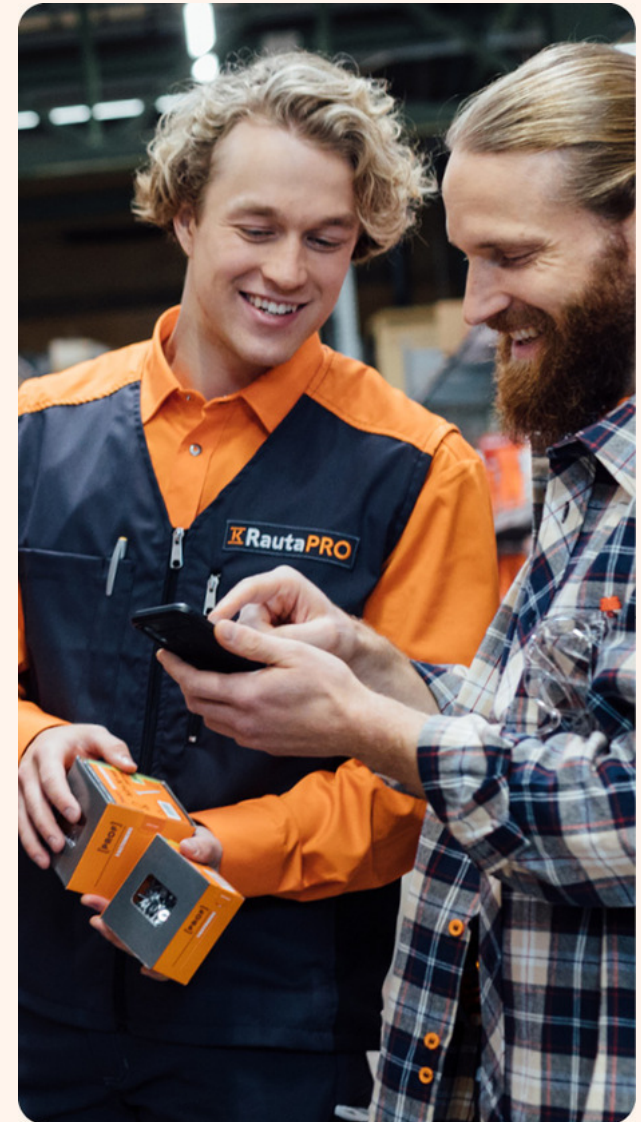
Ostohistoria-toiminnallisuuden avulla asiakkaat voivat tarkastella omia ostotapahtumiaan kauppa- ja projektikohtaisesti. Palvelu kattaa sekä kivijalkakaupan että verkkokaupan ostot, ja mahdollistaa muun muassa tuotetason tarkastelun ja uusintaostot. Ostohistoriasta löytyvät myös tuotteisiin liittyvät sertifikaatit, mikä helpottaa ja parantaa muun muassa dokumentointia ja raportointia loppuasiakkaille.

Uusi käyttäjähallinta mahdollistaa yritysasiakkaille käyttäjien itsenäisen hallinnoinnin. Aikaisemmin käyttäjien ylläpito hoidettiin manuaalisesti kauppojen toimesta. Palvelussa voidaan nyt määrittää käyttäjäkohtaisesti muun muassa osto-oikeudet, sopimushintojen näkyvyys ja määräaikaisten osto- ja käyttöoikeudet. Tehokas käyttäjähallinta ja muun muassa osto-oikeuksiin liittyvät säännöt vahvistavat hankintojen turvallista hallinnointia asiakkaiden liiketoiminnassa.

Teknisesti uudistus nojaa moderniin mikropalveluarkkitehtuuriin. Ostohistoriaa varten kehitettiin kokonaan uusi skaalautuva mikropalvelu, joka mahdollistaa toiminnallisuuden laajentamisen myöhemmin myös kuluttaja-asiakkaille ja muille toimintamalle.

Molemmat toiminnallisuudet otettiin käyttöön lokakuussa 2024, ja ne ovat saatavilla Suomen lisäksi myös Ruotsissa K-bygg.se ja Norjassa Byggmakker.no -verkkokaupoissa.

"Palveluiden käyttöaste on kasvanut julkaisun jälkeen hyvin. Asiakkaiden lisäksi nämä ovat olleet kauppojen puolelta odotettuja toiminnallisuuksia. He pääsevät nyt markkinoimaan jatkuvasti parantuvaa digitaalista palvelua omille asiakkailleen PRO-puolella", kertoo K-Raudan ketjujohtaja **Olli Pere**.



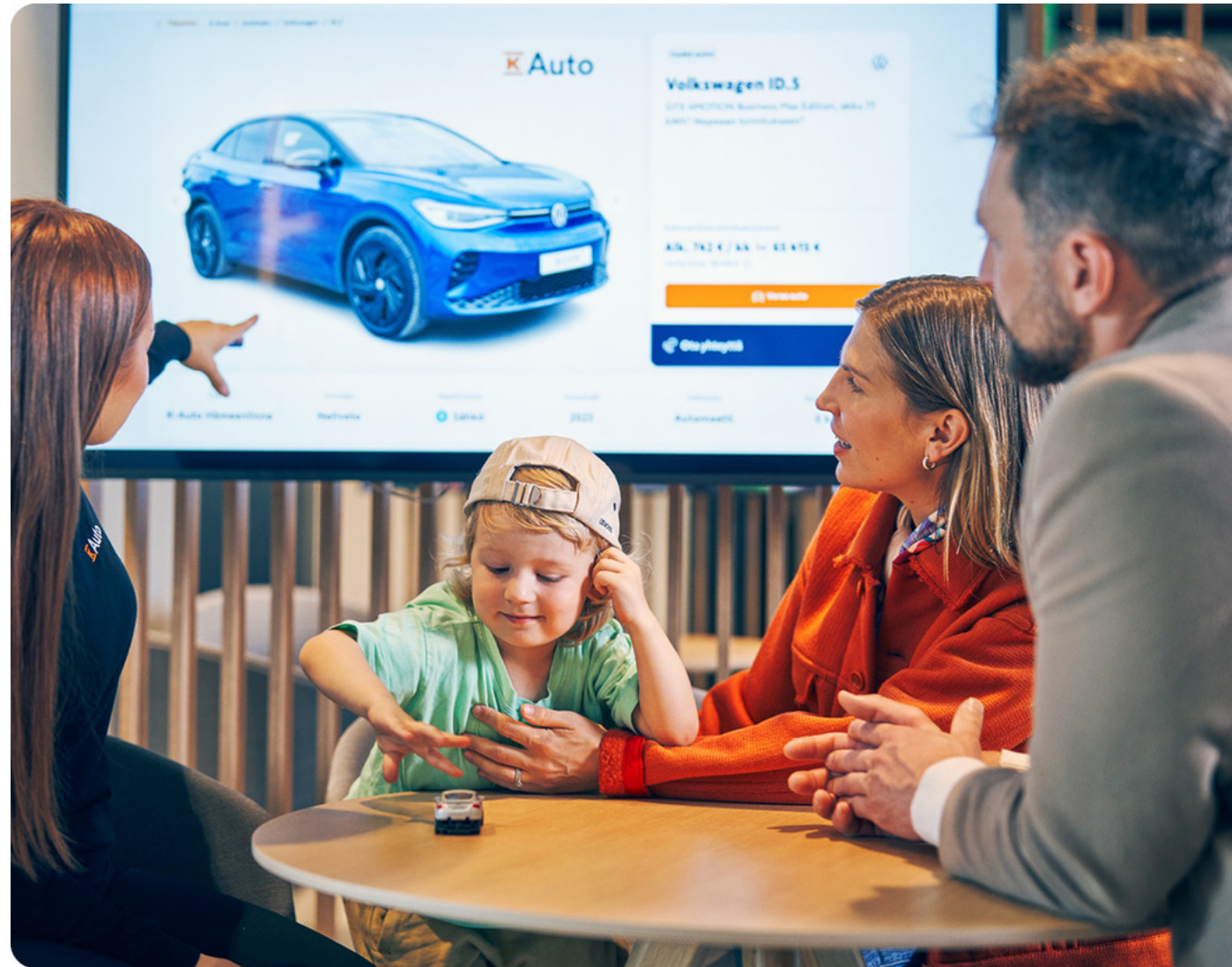
AUTOKAUPPA KIIHDYTTÄÄ KAIKISSA KANAVISSA

K-Auto on kiihdyttänyt etenemistään dataohjautuneen autokaupan sekä huolto- ja latauspalveluiden kärjessä. Se vastaa uudentyyppisiin asiakastarpeisiin sekä tapoihin hankkia ja omistaa auto. Vuonna 2024 avaintekijöinä olivat paras monikanavainen asiakaskokemus ja tehokkuuden jatkuva parantaminen.

Autokannan ja autoilun voimakkaasti uudistuessa asiakkaat odottavat myös uudenlaisia lähestymistapoja auton ostamiseen, huoltamiseen ja lataamiseen. K-Auto rakentaa pitkäjänteisesti asiakaslähtöistä digitaalisten kanavien kokonaisuutta ja dataohjattuja asiakkuuksia, joissa omiin tarpeisiin sopivan auton hankkiminen ja käyttäminen on vaivatonta samalla, kun keskeiset auton ylläpidon ja käyttämisen palvelut on helppo hankkia K-Autolta.

Datan, analytiikan ja automaation rooli kasvaa koko ajan, kun polku uuden tai vaihtoauton etsimisessä kuljetaan yhä monikanavaisemmin ja asiakkaan omassa tahdissa. Vuonna 2023 parannettu automyynti- ja -huollon järjestelmäarkkitehtuuri lisäsi vuonna 2024 tehokkuutta ja digikanavien asiakaskokemusta. Lisäksi se mahdollisti uusien ominaisuuksien ja toimintojen kehittämisen.

K-Auto panostaa voimakkaasti digitaalisiin kanaviin ja myyntiin. Vuonna 2024 digitaalisissa kanavissa tapahtui kuukausittain noin 1,2 miljoonaa asiakaskohtaamista, joista syntyi lähes 10 miljoonaa euroa myyntiä. Digimyynti syntyi kolmesta lähteestä: chat-myyntistä, verkkokaupasta ja liidien kautta toteutuneista kaupoista.



Asiakasdataa hyödynnetään laajasti asiakkaan palvelukokemuksen parantamiseksi ja myynnin kasvattamiseksi. Asiakasdatalla rakennetaan esimerkiksi autonvaihto- ja huoltoennusteita, joiden perusteella toteutettavat myynnin ja markkinoinnin toimenpiteet tuntuvat asiakkaista mahdollisimman olennaisilta ja hyödyllisiltä. Toimenpiteiden tarkka mittaaminen ja kehittäminen varmistavat, että esimerkiksi asiointidataan perustuvat hoitomallit kasvattavat sekä tyytyväisyyttä että myyntiä.

K-Auto hyödyntää monipuolisesti eri datalähteitä ymmärtääkseen alueellisia ja ajallisia trendejä, markkinaa ja asiakkaitaan. Edistynyttä analytiikkaa käytetään erityisesti markkinointia ja myyntiä tukevissa prosesseissa, esimerkiksi vaihtoautojen dynaamisessa hinnoittelussa, asiakastarpeiden tunnistamisessa sekä markkinointitekstien tuottamisen tukena.

Monikanavaisesti paras asiakaskokemus

Ylivoimaisesti suurin osa asiakkaista aloittaa autonhankinnan digitaalisessa kanavassa. Keskeinen osa-alue on monikanavaisen toimintamallin jatkuva kehittäminen ja dataohjautuneisuuden kasvattaminen. Asiakkaalle pyritään tuottamaan kaikissa kanavissa parasta asiakaskokemusta riippumatta siitä, miten hän kulkee ostopolkunsa aikana digissä, kivijalassa tai näiden yhdistelmässä. Tämä lähestymistapa on osoittautunut menestyksekkääksi, ja esimerkiksi chat-myyntin volyymi on kasvanut merkittävästi viime vuosina. Chatin kautta tuleva myynti mitataan jo kymmenissä miljoonissa euroissa, mikä on huomattava kasvu verrattuna muutaman vuoden takaiseen tilanteeseen.

Jo yli 90 % aloittaa auton ostamisen digitaalisesti.

Autokaupan asiakkuuksien johtaminen on pitkäjänteistä. K-Auto soveltaa useita asiakkuuden hoitomalleja, jotka käsittävät palvelut ja vuorovaikutuksen uuden auton, auton vaihtamisen tai huoltopalveluiden piirissä. Vuoden 2024 aikana hoitomallien kattavuus laajeni merkittävästi, ja vuoden päättyessä sen piirissä oli jo 110 000 asiakasta.

Helpoimmat huoltopalvelut

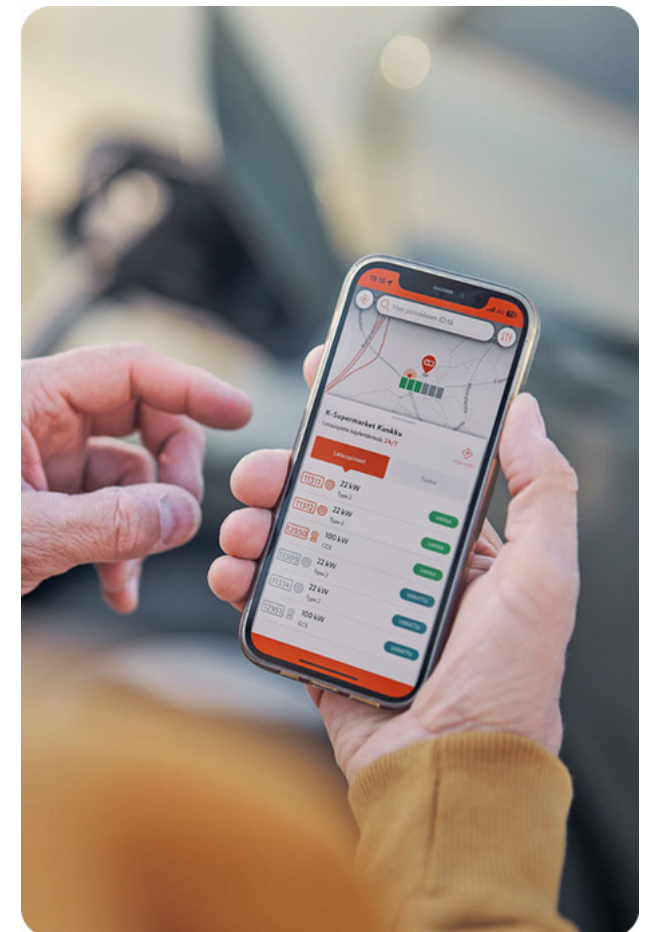
Autojen huolto- ja ylläpitotarpeet muuttuvat voimakkaasti autokannan uudistuessa ja sähköistyessä. K-Auto pyrkii tekemään auton ylläpidosta ja huollosta niin vaivatonta kuin mahdollista. Huollon verkkovaraus ja Oma Auto -palvelu on suunniteltu vastaamaan asiakkaiden odotuksiin tarjoamalla vaivattomuutta, nopeutta, luotettavuutta ja ammattitaitoa.

Suurin osa huoltovarauksista tehdään verkossa. Huollon verkkoajanvaraus koostaa automaattisesti ajoneuvolle iän, ajomäärän, huoltohistorian sekä valmistajan huolto-ohjelman mukaisen suosituksen. Toimipisteiden ja asentajien varaustilanteen puitteissa voi valita, mistä toimipisteestä huollon hankkii.

Samalla asiakas voi valita runsaista lisäpalveluista huollon aikana toteuttavaksi. Vaivattomuus rakentaa huoltopakettia houkuttelee myös hoitamaan auton muunkin käytettävyyden kerralla kuntoon. Huollon verkkokaupassa lisäpalveluiden myynti on jopa suurempaa kuin asiakaspalvelijan kanssa huoltoaikaa ja -palveluita sovittaessa.

Sisäänrakennettu tehokkuus

Merkittävä osa automyyntin ja -huollon prosesseista perustuu vaiheittaisiin työnkulkuihin sekä sisäisten ja ulkoisten järjestelmien käyttämiseen. Auton rekisteröinti- ja vakuutusmuutokset, koeajojen hallinnointi, rahoitus- ja kauppasopimusprosesseja on automatisoitu K-Autossa pitkälle. Ohjelmistorobotiikalla saavutetaan merkittäviä tehokkuushyötyjä.



CASE

Uusittu Oma Auto -palvelu syventää asiakassuhdetta

K-Auton uudistus tekee auton omistamisesta yhä helpompaa. Uudistettu Oma Auto -palvelu tarjoaa asiakkaille monipuolisia toiminnallisuuksia, kuten mahdollisuuden seurata autonsa tietoja, varata huoltoja ja saada henkilökohtaisia tarjouksia omaan autoonsa liittyen. Tavoitteena on koota kaikki autoon ja sen huoltamiseen käyttämiseen liittyvät tiedot ja palvelut yhteen helppoon paikkaan.

Yksi merkittävimmistä uudistuksista on proaktiivinen hintatarjous autosta. Palvelussa tunnistetaan eri menetelmin autoja, joiden vaihtamisesta niiden omistajat voisivat olla kiinnostuneita. Markkinointiluvan antaneille asiakkaille lähetetään tieto ostotarjouksesta, johon he voivat halutessaan tutustua Oma Auto -palvelussa. Tarjoushinta muodostetaan automaattisesti K-Auton käyttämällä edistyneellä tekoälypohjaisella hinnoittelutyökalulla.

Toinen merkittävä uudistus on uuden auton luovutuspäivän valinta. Asiakkaalle lähetetään automaattisesti viesti hänen uudesta pian Suomeen saapuvasta autostaan. Viestin lähetysajankohta valikoituu automaattisesti logistiikkadatan perusteella. Asiakas voi valita auton luovutusajankohdan Oma Auto -palvelussa. Myyjä saa automaattisesti ilmoituksen luovutuspäivästä ja sopii auton luovutuksesta henkilökohtaisesti asiakkaan kanssa.

Oma Auto -palvelu tarjoaa ennakoivasti myös kattavat ja oikea-aikaiset rengaspalvelut. Kun asiakkaan kesä- ja talvirenkaiden tiedot tallennetaan jokaisen vaihdon yhteydessä, voidaan asiakkaille automaattisesti suositella uusien renkaiden vaihtamista, kun renkaiden käyttöikä on loppusuoralla. Asiakkaat voivat ostaa renkaat suoraan Oma Auto -palvelun ja verkkokaupan kautta sekä varata vaihtoajan uusille renkailla.

Tulevaisuudessa Oma Auto -palvelu kehittyy entistä monipuolisemmaksi ja integroidummaksi osaksi autoilijan arkea. K-Auto aikoo hyödyntää yhä enemmän tekoälyä ja asiakasdataa tarjotakseen entistä personoidumpia palveluita ja tarjouksia. Myös sähköautoiluun ja lataukseen liittyvät ominaisuudet ovat osa kehittämisen tiekarttaa.



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. Data auttaa ymmärtämään ja parantamaan oman ostoskorin ilmastovaikutuksia, terveellisyttä ja kotimaisuusastetta. Hyvinvointia tuetaan tarjoamalla tietoa elintarvikkeiden ravitsemuksellisista ominaisuuksista. Ymmärrys oman ostokäyttäytymisen kestävydestä ja laajemmista vaikutuksista auttaa tekemään kestäviä päätöksiä arjessa.

Dataan perustuva ennustaminen ja valikoiman jatkuva optimointi auttaa puolestaan K-kauppiaita vähentämään

ruokahävikkiä merkittävästi. Keskon kauppakiinteistöt ja myymäläkalusteet mahdollistavat energiatehokkuuden jatkuvan parantamisen olosuhteista tinkimättä.

Datan jalostaminen ja jakaminen

Keskon datavastuullisuus ulottuu myös datan avulla muodostetun uuden tilastollisen tiedon ja ymmärryksen jakamiseen asiakkaille, kauppiaille ja kumppaneille. Yksi esimerkki ovat päivittäistavarakaupan ostohistoriaan perustuvat havainnolliset raportointi-, analyysi- ja suosittelupalvelut. Tilastollisen datan tapauksessa esimerkiksi mittavaa ymmärrystä suomalaisten syömisestä on jaettu eri sidosryhmille. Tietosuojaan liittyvät seikat huomioidaan tarkasti koostettuja tietoja jaettaessa.

Vastuullista ja ihmiskeskeistä datan hyödyntämistä

Datan ja tekoälyn hyödyntäminen perustuu vastuullisuuteen ja eettisiin periaatteisiin. Asiakkaan dataa hyödynnetään hänen edukseen ja esimerkiksi tarjoukset, tuotesuosituksiset ja kohdennettu viestintä tapahtuvat aina asiakkaan

lähtökohdista. Asiakkaalla on oikeus valita itselleen sopivat viestintämuodot ja halutessaan rajoittaa tai estää omien tietojensa käyttöä.

Asiakkaan tiedot ovat turvassa Keskossa. 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	- Kesko hallinnoi datan käytön vaatimusten mukaisuutta datan koko elinkaaren mitalla - Yksilön oikeudet omaan dataan on varmistettu kattavasti ja tiedonsaanti tehty vaivattomaksi
Reilu datatalous ja datakansalaisuus	- 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	- Omien ostosten ja hankintojen ilmastovaikutusten ymmärtäminen ja ohjaaminen - Tuotteiden hävikin minimointi - Logistiikan hiilijalanjäljen minimointi - Muut tuotetason ympäristövastuullisuuden mittarit ja sertifikaatit
Toimitusketju	- Omien ostosten kotimaisuusasteen ymmärtäminen ja ohjaaminen - Toimitusketjun vastuullisuuden varmistaminen - Yksittäisten tuotteiden kotimaisuusaste - Yksittäisten tuotteiden muut sosiaalisen vastuun sertifikaatit, esimerkiksi Reilu Kauppa
Tavarantoimittajat	- 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	- 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 tuotesuosituksiset, inspiraatio)
Energia-, resurssi- ja materiaalitehokkuus	- Rikastettu tuotetiedot rakentamisen ja talotekniikan kaupassa auttaa valitsemaan kestävyttä edistäviä tuotteita - Energiatallisuuden jatkuva olosuhte- ja laitedataan perustuva optimointi kiinteistöissä ja myymäläkalusteissa - Tavaravirtojen sekä logistiikka- ja jakelureittien optimointi - Hävikin minimointi ennustavan analytiikan ja valikoimasuunnittelun avulla
Eettinen tekoäly	Vahvat eettiset periaatteet ja käytännöt tekoälyn ja asiakastiedon sekä analytiikan hyödyntämisessä (profilointi, automaattinen päätöksenteko, läpinäkyvyys)



KESKON RAJATTU TIETOTASE 2024

	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	Kuluttaja-asiakkaille - K-Ruoka (mobiili. sivusto ja verkkokauppa) - K-Raudan verkkokauppa - K-Hyvinvointi ja K-Ostokset - K-Kuitit - K-Plussa - K-Tunnus - Tietosuojapalvelut	Oma tietopääoma (esimerkkejä) - 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, jäljitettävyyys) - Verkkoselailudata (sivustot, sovellukset, verkkokauppa) - Kauppapaikka- ja kauppiastieto - Kampanja- ja mediadata - Operatiivinen toiminnanohjaus (ERP)-tieto - Henkilöstötieto - ESG-data
	Yritysassiakkaille - Verkkokaupat (Kespro, K- Rauta, Onninen) - Rajapinta- ja EDI-palvelut - Raportointipalvelut - Tuotetietopalvelut - Toimitukset -palvelu - Hankinnat	Ulkoinen tietopääoma (esimerkkejä) - 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
	K-kauppiaille - K Valikoima - K Kampanja - K Markkinointi - K Ruokakauppa -alusta - K Työvuorot - Hymy, NPS - K Raportointi - Digital Signage -näyttöpäalvelut - Sähköiset hintanäytöt	
	Kumppaneille ja tavarantoimittajille - K-Toimittaja (ml. tiedonjakopalvelut) - K-Mediaratkaisut - Datapalvelut tuotannon ja tuotekehityksen tueksi	
	Keskon sisäiset palvelut - Ennustaminen ja raportointi - Verkostosuunnittelu - Riskienhallinta - Kiinteistöjohtaminen - Business Insight - K Consent	

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



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

www.kesko.fi/sijoittaja