

Kespron datalla

kohdennettu eksklusiivinen uutiskirjeiden sarja

MEDIAKORTTI 2026

Sisältö

- o Uutiskirjesarjan kohderyhmän muodostus ja poiminta Kespron asiakassegmentointien ja datan pohjalta.
- o Uutiskirjesarjan lähetysrytmin valinta Kespron ostodatan ja verkkokauppadatan perusteella.
- o 3 kpl kumppanin Tuotteen viestille eksklusiivista uutiskirjelähetystä muodostettuun lähetyskohderyhmään
- o Kustomoitu uutiskirjesisältö Kespron sisällöntuottajien toimesta
- o Liikenteen ohjaus relevantteihin asiakkaan digitaalisiin kohtaamispisteisiin
- o Uutiskirjesarjan lähetysten avainlukujen raportointi, sekä uutiskirjelähetysten lähetyskohderyhmään toteutuneen myynnin seuranta.

Aineistot

Kespro ja kumppani sopivat Palvelun tuottamiseen tarvittavista kuva- ja tekstisisällöistä ja muista palvelun tuottamiseen vaadittavista tiedoista Palvelun aloituspalaverissa.

Kumppanin tulee välittää kunkin uutiskirjeen tuotetiedot ja uutiskirjeeseen halutut kuvat Kesprolle vähintään yksi (1) kuukausi ennen kutakin uutiskirjelähetystä, ellei Palvelun aloituspalaverissa toisin sovita.



Yhteyshenkilöt Kesprossa

Sopimukset, mainostettavan tuotteen valinta

Tuotepäällikkö

etunimi.sukunimi@kesko.fi

Palvelun tuotanto

Jaakko Valkiainen
Aineistot

jaakko.valkiainen@kesko.fi
kespro.digiaineisto@kesko.fi

Kespron markkinointipalvelun sisältökuvaus:

Kespron datalla kohdennettu eksklusiivinen uutiskirjeiden sarja

Kespron datalla kohdennettu eksklusiivinen uutiskirjeiden sarja, jäljempänä ”Palvelu”, on Kespron tuottama, Kespron asiakasdatan perusteella kohdennettu uutiskirjeiden sarja. Sarja sisältää kolme (3) kappaletta valikoidun kumppanin tuotteen, tuotteiden, tuoteryhmän tai tuoteryhmien, jäljempänä Tuote, viestinnälle eksklusiivista uutiskirjetä, uutiskirjeiden sisällön tuotannon, sekä uutiskirjeiden lähetykset Kespron datan perusteella muodostettuihin ja Kespron asiakkaita koostettuihin lähetyskohderyhmiin.

Kespron tuottaman Palvelun sisältö kumppanille:

Palvelu sisältää:

1. Uutiskirjesarjan kohderyhmän muodostus ja poiminta Kespron asiakassegmentointien ja datan pohjalta.
2. Kolme (3) kpl kumppanin Tuotteen viestille eksklusiivista uutiskirjelähetystä muodostettuun lähetyskohderyhmään
3. Valitun Tuotteen ja lähetyskohderyhmän pohjalta kustomoidun uutiskirjesisällön tuotanto Kespron sisällöntuottajien toimesta
4. Uutiskirjesarjan lähetyssyklin valinta Kespron ostodatan ja verkkokauppadatan perusteella.
5. Uutiskirjeiden kautta muodostuneen liikenteen ohjaaminen tuotteen ja kohderyhmän kannalta relevantteihin asiakkaan digitaalisiin kohtaamispisteisiin. Asiakkaan digitaaliset kohtaamispisteet määritellään tapauskohtaisesti ja niitä voivat olla esimerkiksi Kespro.com tuotemerkkisivu, Kespro.com artikkeli tai Kespro.fi verkkokaupan tuotesivu. Asiakkaan digitaalisten kohtaamispisteiden näkyvyydet myydään erikseen ja määritellään markkinointisopimuksella.
6. Uutiskirjesarjan lähetysten avainlukujen raportointi, sekä uutiskirjelähetysten lähetyskohderyhmään toteutuneen myynnin seuranta etukäteen sovittun ajanjakson ajan.
 - o Kespro raportoi uutiskirjeiden lähetysvolyymin, avausprosentin, sekä lähetyskohderyhmään toteutuneen myynnin kokonaisuudessaan yhden (1) kerran kuukaudessa ensimmäisestä uutiskirjelähetyksestä lähtien.
 - o Kespro seuraa myynnin syntymistä lähetyskohderyhmään kahden (2) kuukauden ajan kunkin uutiskirjelähetysten jälkeen, sekä kolme (3) kuukautta viimeisen lähetysten jälkeen.
 - o Kolme (3) kuukautta viimeisen uutiskirjesarjan lähetysten jälkeen Kespro raportoi lähetyskohderyhmään syntyneen Tuotteen myynnin kokonaisuudessaan koko kampanjan ajalta, eli ajanjaksolta, joka alkaa ensimmäisen uutiskirjelähetysten lähetyspäivästä ja päättyy kolme (3) kuukautta viimeisen uutiskirjesarjan lähetysten jälkeen.
7. Uutiskirjesarjaan sisältyvien uutiskirjeiden esikatselun lähetykset Kumppanille.
 - o Kespro lähettää kunkin uutiskirjeen esikatselun Kumppanille hyväksyttäväksi ennen kunkin uutiskirjeen lähetystä.
8. Kespro ilmoittaa kunkin uutiskirjelähetysten tarkan lähetyspäivän yhtä (1) viikkoa ennen kutakin lähetystä, ellei aloituspalaverissa muuta sovita.

Kumppanin vastuut

- Kumppani vastaa uutiskirjelähetyksissä mainostettavan Tuotteen valinnasta. Tuotteen tulee olla Kespron valikoimissa ajanjaksolla, joka alkaa ensimmäisen uutiskirjelähetysten lähetyspäivästä ja päättyy kolme (3) kuukautta viimeisen uutiskirjesarjan lähetysten jälkeen. Kespron on hyväksyttävä Kumppanin valitsema Tuote. Kespro vastaa Tuotteen lopullisesta hinnoittelusta asiakkaalle.
- Kumppani vastaa, että mainostettava Tuote on ilmoitettu Kesprolle ennen lopullisen tarjouksen muodostamista.
- Kumppani vastaa mainostettavan Tuotteen ajantasaisten ja oikeellisten tietojen välittämisestä Kesprolle.
- Kumppanin tulee välittää kunkin uutiskirjeen tuotetiedot ja uutiskirjeeseen halutut kuvat Kesprolle vähintään yksi (1) kuukausi ennen kutakin uutiskirjelähetystä, ellei Palvelun aloituspalaverissa toisin sovita.
- Kumppani on tietoinen, että palvelu ei sisällä lupaus, että uutiskirjesarjassa mainostettavan Tuotteen myynti lähetyskohderyhmässä nousee. Kumppani on tietoinen, että myynnin muodostumiseen vaikuttavat tekijät, kuten Tuotteen kilpailukyky Tuotteen tuoteryhmässä ja Tuotteen kilpailutilanne markkinassa

Palvelun käyttöönotto

Palvelu otetaan käyttöön aloituspalaverissa, jossa Kespro ja kumppani käyvät läpi Palvelun tuottamiseen vaadittavat tiedot, kuten kuva – ja tekstisisällöt. Lisäksi sovitaan Palvelun tuottamiseen liittyvistä aikatauluista

Muuta huomioitavaa

Kespro vastaa Tuotteen lopullisesta hinnoittelusta asiakkaalle.

Ennen Palvelun tuottamista Kespro antaa Kumppanille arvion kunkin uutiskirjelähetysten lähetyskohderyhmän koosta. Kespro ei sitoudu siihen, että lähetysmäärä vastaa kullakin lähetyshetkellä tarkalleen annettua arvioita, vaan kyse on arviosta.

Kesprolla on osana Palvelua oikeus muokata uutiskirjelähetysten vastaanottajakohderyhmiä ja niiden kokoa Palvelun optimoimiseksi ja Palvelun parhaan mahdollisen suorituskyvyn saavuttamiseksi.