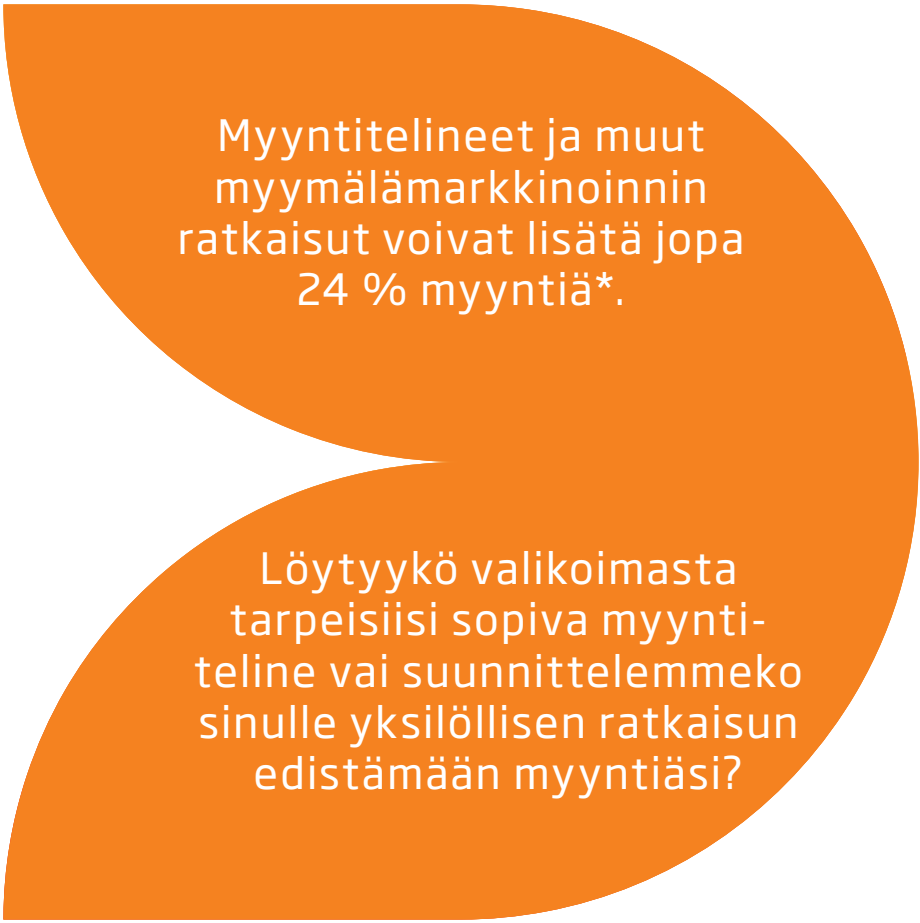




Myynninedistäminen

Vakiotelineet





Myyntitelineet ja muut
myymälämarkkinoinnin
ratkaisut voivat lisätä jopa
24 % myyntiä*.

Löytyykö valikoimasta
tarpeisiisi sopiva myynti-
teline vai suunnittelemeko
sinulle yksilöllisen ratkaisun
edistämään myyntiäsi?

Sisällysluettelo

Miksi myynninedistäminen?.....	4
Asiakastarina: Lejos.....	5
Asiakastarina: Kouvolan Lakritsi.....	6
Vinotarjotinteline.....	7
Taittohylyteline.....	7
Porrasteline.....	8
Piikkiteline.....	8
Huppujalusta.....	9
Minidisplay.....	9
Perushyllyteline.....	10
Pulloteline.....	10
Tölkkiteline.....	11
Hyllyteline reunoilla.....	11
Mutteriteline.....	12
Pyörremutteri.....	12
Minidolly-display.....	13
Dolly-display.....	13
Torniteline.....	14
Varttilavakontti, matala etureuna.....	14
Varttilavakontti, korkea etureuna.....	15
Puolilavakontti.....	15
Eurolavakontti.....	16
Vaneriteline.....	16
Pöytädisplay, esite.....	17
Pöytädisplay, simppele.....	17
Pöytädisplay, tasot.....	17
Pöytädisplay, piikki.....	18
Näytelaatikko 1	18
Näytelaatikko 2.....	18
Lavakulma 1.....	19
Lavakulma 2.....	19
Lavanauhat.....	19
Lahjalaukku.....	19

Miksi myynninedistämiseen kannattaa satsata?

Uusien tuotteiden markkinoille tuominen on työtä vaativa toimenpide. Päivittäistavara-kaupassa on tuhansia tuotenimikkeitä taistelemassa omasta näkyvyydestään ja hyllypaikastaan, kaupan koosta ja tuoteryhmistä tietysti riippuen.

Jokaisen markkinalle pyrkivän tuotteen tavoitteena on tulla huomatuksi, valituksi ja ostetuksi. Kukaan ei tahdo, että oma brändi ja oma tuote jää harmaaksi massaksi muiden joukkoon. Mutta miten siihen voi vaikuttaa?

Tutkimusten mukaan kaksi kolmesta (66 %) kuluttajasta on ostanut kaupasta myyntilinioiden ja myynninedistämismateriaalien houkuttamana sellaista, jota he eivät olleet suunnitelleet ostavansa. Jopa neljä viidestä (80 %) on rohkaistunut tekemään ostopäätöksen aivan uudesta tuotteesta, mikäli se on ollut kampanjatuotteena.

Mutta entä se hetki, kun tahdot kuluttajan tarttuvan tuotteeseesi hänen vieraillessaan kaupassa, oletko valmistautunut siihen, että tuotteesi tulee huomatuksi? Lokakuussa 2020 Euroopan 12 maassa tehdyn tutkimuksen mukaan kuluttajat käyttivät pandemian vuoksi kaupoissa lyhempiä aikoja. Jopa 68 % pyrki löytämään tiensä ulos mahdollisimman pikaisesti isommin kaupassa kiertelemättä. Se tarkoitti, että erottuakseen kaupan tuhansista tuotteista oli tuotteen erotettava joukosta – joko huomioita herättävän pakkauksen tai myyntiä tukevan myyntilinioiden tai niiden yhdistelmän avulla. Tämä oppi on syytä muistaa pandemian jälkeenkin. Tutkimuksen mukaan myyntilinioiden sijoittelulla on vaikutusta ja sen ollessa kaupan reuna-alueiden kulkureiteillä tuotemyynti kasvaa jopa 32 %.

Kun mietit tuotteellesi markkinointikampanjaa ja mietit,

miten tuote tulee esille sosiaalisessa mediassa, kenties tapahtumissa, verkko- ja lehtimainoksissa, älä unohda myyntilinioiden ja muuta myymälämarkkinointia, joka sitoo kaiken yhteen ja tuo tuotteet kuluttajien silmien eteen kaupan jo valmiiksi runsaassa valikoimassa. Ja pakottaa huomaamaan tuotteesi kaupassa.

Liikkeelle voit lähteä matalan kynnyksen kautta valitsemalla tuotteellesi hyväksi todetun vakioratkaisun, tietysti sinun brändisi ilmeelle valmistettuna. Kokemuksen karttuessa, ja nähtyäsi myynninedistämisen tuomat tulokset, voit tietysti siirtyä näyttäviin ja juuri sinun tuotteillesi soveltuviin ratkaisuihin. Ammattisuunnittelijan kanssa tekemällä työtä voit varmistua, että oma ajatuksesi ja kaupan puitteet kohtaavat eikä tuotteesi uhmaa telineen painovoimaa tai ole jopa mittasuhteiltaan vaarallinen ohikulkijalle.

Kun brändisi ja tuotteesi tulee edukseen esille, eikä kiinnitä huomioita väärällä tavalla, voit nähdä onnistumisia myös siinä missä tavoittelitkin. Kysynnässä.

Kaipaatko hiljaista myyntitykkiä avuksesi? Tutustu vakiotelineiden valikoimaamme tässä esitteessä. Jos mietit jotain suurempaa tai näyttävämpää, suunnittelijamme auttavat mielellään.

Ideota löydät myös verkkosivuiltamme dssmith.com/myymalamateriaalit

”Jopa 2/3 tekee ostopäätöksen kaupassa.”

Lähteet:
DS Smith ja IPSOS Morin tutkimus: Sustainable Packaging. Has the COVID-19 pandemic changed everything?
Grocer Research Guide, "Endcap Display Optimization: Beer for the Win", Oracle, 2018: Grocery-Optimization-GB.pdf (oracle.com)
Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvitys 1-2015: Päivittäistavaroitten ostaminen ja kuluttajien näkemykset kaupan kanta-asiakasjärjestelmistä
RetailMeNot Survey, 2018: New Study Shows Deals and Promotions Affect Every Part of Shopping Experience | Inc.com



Lejos tietää, että myyntiteline erottuu massasta ja lisää myyntiä

Lejos toi ensimmäisenä Suomeen isompia eriä appelsiineja, kahvia, rusinoita tai kaakaota. Maineikas perheyrittys täytti vuonna 2021 jo 100 vuotta ja kasvaa vinhempaa vauhtia kuin koskaan ennen.

Lejoksen edustamat ikoniset brändit, kuten Sun-Maid-rusinat, Sunsweet-luumut, Van Houten-kaakao tai Dole-ananassäilykkeet ovat meille kaikille tuttuja pakkauksiaan myöten.

Nimi Lejos tarkoittaa espanjaksi kaukana. Se sopii erinomaisesti yhtiölle, joka on tuonut aikanaan eksoottisia elintarvikkeita maailman eri äärilaildoilta. Heidän missionsa 'tuoda jotain parempaa elämän eri hetkiin' on ollut käytössä vuodesta 2016 ja se mukailee yrityksen alkuperäistä löytöretkeilijämäistä ajatusmallia.

"Meidän perus-DNA:han kuuluu toimia löytöretkeilijänä ja etsiä uusia suomalaisia kiinnostavia elintarvikebrändejä. Olemme onnistuneet siinä aika hyvin, sillä viime vuosina liikevaihto on tuplaantunut", kertoo asiakasmarkkinointipäällikkö Juhani Åström.

Oikeanlainen myyntiteline tuo brändin esiin

Lejoksen edustamat tuotteet ovat nopeasti liikkuvia kuluttajatuotteita ja asiakkaina ovat pääosin keskuksliikkeet sekä erityyppiset myymälät, kioskit tai huoltoasemat. Loppuasiakkaina ovat tietysti kuluttajat, joiden toiminta vaikuttaa brändin tulevaisuuteen.

Åstromin mukaan Lejoksen tehtävänä on auttaa asiakkaitaan kasvattamaan myyntiään. Ja se on yhä alati muuttuvassa toimintaympäristössä haastavampi tehtävä.

"Kuluttajasta tulee shopper, kun hän astuu myymälään ja siinä on olemassa omat lakinsa. Myymälässä on kuluttajalle miljoona eri triggeriä, niin miten voit erottua kaikista muista ja tuoda omaa brändiä eniten esiin?"

"Myymälässä on kuluttajalle miljoona eri triggeriä, niin miten voit erottua kaikista muista ja tuoda omaa brändiä eniten esiin?"

Lejoksella on havaittu, että yhtenä toimivana ratkaisuna ovat pahiset myyntitelineet ja displayt, joiden avulla voidaan kasvattaa myyntiä jopa 15-kertaiseksi.

"Myyntitelineen merkitys lisämyyntiin on merkittävä ja se kannattaa sijoittaa myymäläkierron varrella otolliseen paikkaan, mielellään niin että kuluttaja törmää siihen", toteaa Lejoksen myymälämarkkinointivastaava Kati Hämäläinen.

Tästä hyvä esimerkki on Sun-Maid rusinat, joiden sesonkimyynti on olennaisen tärkeää. "Noin 40% Sun-Maidin vuosimyyntistä syntyy joulusesongista, jolloin myymälöissä korostuu lisämyyntipaikat. Näihin laadukkaat Sun-Maid -lavat ja -display on mietitty yhteistyössä



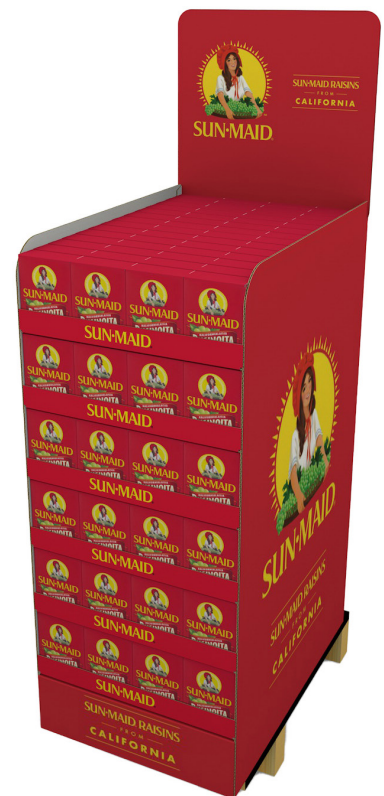
DS Smithin kanssa."

Pakkausyhteistyökumppanin valinnassa on merkinnyt eniten luotettavuus, laatu, yhteisen tuotekehityksen sujuvuus, aikataulu ja hinta.

"Me olemme DS Smithin kanssa onnistuneet luomaan houkuttelevia, mutta myös käytännöllisiä ja kestäviä myyntitelineitä, joiden avulla saamme nostettua meidän brändejämme tyylikkäästi esille."

Lejokselle on myönnetty Green Office -sertifikaatti ja valikoimissa on yhä enemmän luomu- sekä hyvinvointituotteita, joiden vastuullisuus on mietitty raaka-aineista työntekijöiden olosuhteisiin asti.

"Vastuullisuus on yrityksen DNA:ssa ja hyvinvointiin liittyvä näkökulma pyritään pitämään mukana kaikessa tekemisessä."



Myyntiteline edistämässä maailman parhaan lakritsin myyntiä

Kouvolan Lakritsi valmistaa lakritsiherkkua yli 700 000 kiloa vuodessa hyödyntäen rakkautta ja salaista reseptiä, jota yrityksen lakritsimestarit vaalivat ja jonka ne välittävät seuraavalle sukupolvelle. Brittiläisen LUXLife -lehden mukaan Kouvolan Lakritsi on maailman paras luksuslakritsivalmistaja 2022, kolmatta vuotta peräkkäin.

Tarve edistää näkyvyyttä ja lisätä myyntiä

Kouvolan Lakritsi halusi lisätä myyntiään ja näkyvyyttä myymälöissä myydyimmällä lakritsillaan eli irtolakritsilla, jota myydään tyypillisesti pienissä, brändäämättömissä pakkauksissa lähellä kassaa.

Kouvolan Lakritsi osallistui DS Smithin asiakkaana virtuaaliseen asiakastapahtumaan talvella 2022. Nähtyään siellä inspiroivia myyntitelineitä he ottivat yhteyttä DS Smithiin ja halusivat luoda yhdessä myyntitelineen, joka kasvattaa myyntiä.

Kouvolan Lakritsin tarve oli saada myyntiteline, joka sopii erilaisiin myymälöihin, pienistä suuriin. Kestävä kehitys on yritykselle tärkeää, samoin johdonmukaisuus brändi-ilmeen kanssa, ja siksi he halusivat myyntitelineiden oleva aaltopahvista valmistettuja, katseita vangitsevia ja myymälöissä toimivia – ja lopuksi helppoja kierrättää, kun niitä ei enää käytetä.

Myyntiteline edistämään menestystä

DS Smithin suunnittelutiimi työskenteli tiiviissä yhteistyössä asiakkaan kanssa luodakseen heidän tarpeisiinsa sopivan ratkaisun. Lopputuloksena oli vaikuttava myyntidisplay, josta brändi on helppo tunnistaa, ja joka sopii erilaisiin myyntipisteisiin ja todella lisää myyntiä.

Aluksi display asetettiin valikoituihin myymälöihin Suomessa. Pian niiden tehosta saatiin numeraalisia todisteita, miten ne lisäsivät myyntiä. Sen seurauksena tyytyväinen asiakas tilasi telineitä laajempaan käyttöön.

Onnistunut yhteistyö menestyksen salaisuutena

”Olemme tehneet yhteistyötä DS Smithin kanssa jo useita vuosia. Yhteistyön aikana olemme luoneet yhdessä myös muita menestyneitä tuotteita, kuten ScanStar -palkitun joulukalenterin ja siihen soveltuvat myyntitelineet. Tässä tapauksessa meillä oli selkeä tarve hankkia displayteline, joka nostaisi suosituimman lakritsimme myyntiä

kassojen läheisyydessä, ja joka olisi myös katseenvangitsija ja tukisi brändiämme.

Yhteistyö suunnittelusta toimitukseen on ollut erittäin ammattimaista, helppoa ja erittäin ystävällistä. Olemme todella tyytyväisiä lopputulokseen. Olemme käyttäneet näitä myyntitelineitä kaupoissa ja ne ovat lisänneet myyntiä.” - Jari Hautala, Chief Happiness Officer, Kouvolan Lakritsi Oy

Kouvolan Lakritsin toimitusjohtaja Timo Nisula kommentoi yhteistyötä kanssamme aiemmin antamassaan haastattelussa:

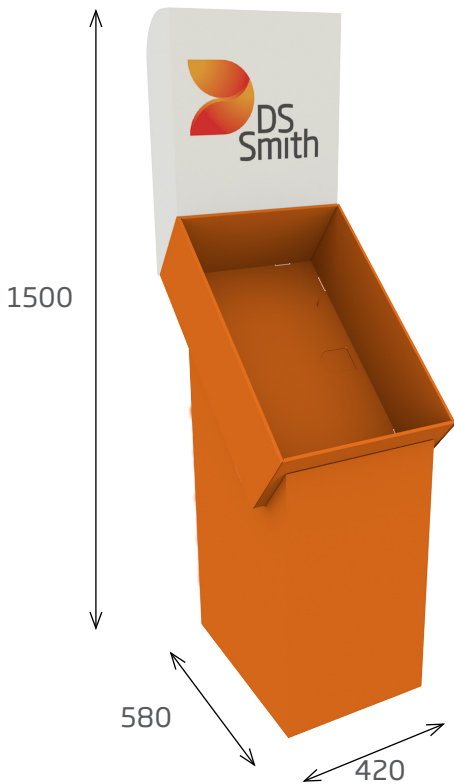
”DS Smith valikoitui jo alussa kumppaniksi, sillä he osaavat valmistaa parhaiten kuljetuspakkauksia ja erikoispakkauksia. Tärkeintä on osaavat ihmiset, jotka ymmärtävät, tuovat meille ratkaisuja ja antavat asiantuntevaa apua uusien tuotteiden innovointiin.”



” Olemme todella tyytyväisiä lopputulokseen.

Olemme käyttäneet näitä myyntitelineitä kaupoissa ja ne ovat lisänneet myyntiä .”

Vinotarjotinteline

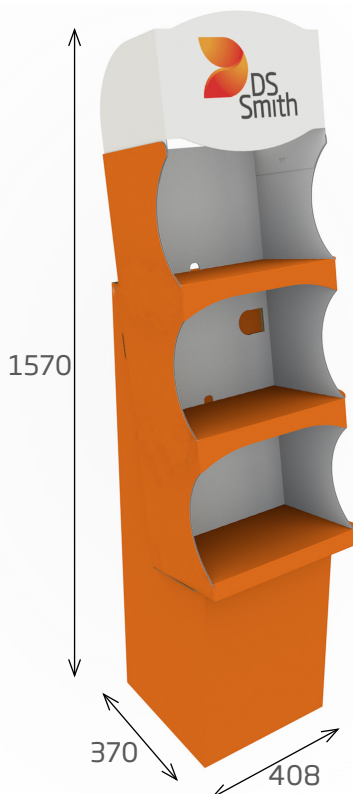


Mitat

- Leveys 420 mm
- Syvyys 580 mm
- Korkeus 1500 mm
- Tuotetila 400*600*170 mm
- Jalusta 357*395*801 mm

850000-0085

Taittohyllyteline

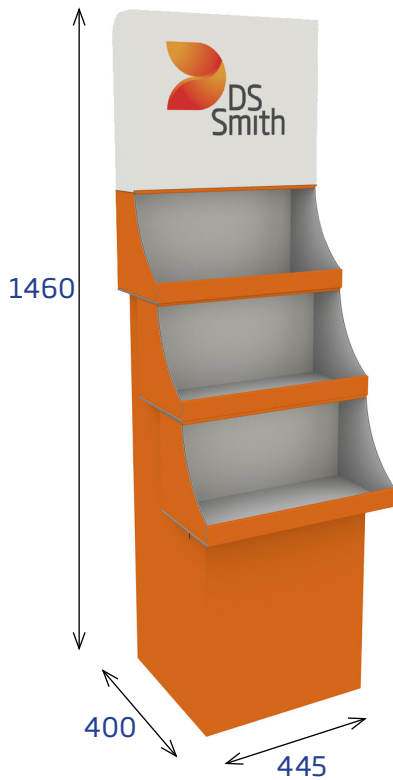


Mitat

- Leveys 408 mm
- Syvyys 370 mm
- Korkeus 1570 mm
- Hyllyn tuotetila 402*252*252 mm
- Jalusta 382*370 mm

850000-0080

Porrasteline



Mitat

- Leveys 445 mm
- Syvyys 400 mm
- Korkeus 1460 mm
- Tuotetila: 440*204*207 mm

850000-0081

Piikkiline

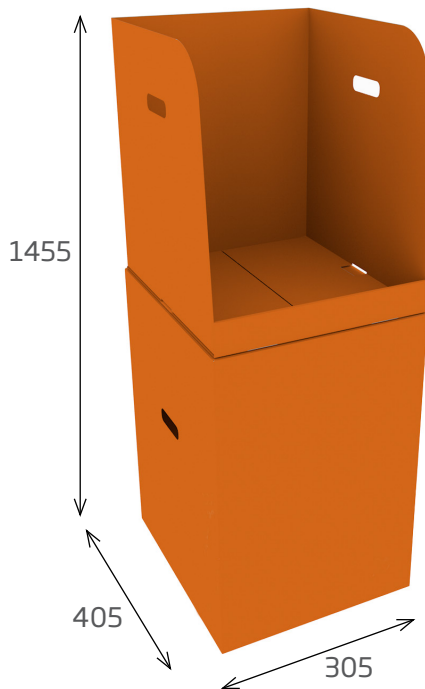


Mitat

- Leveys 418 mm
- Syvyys 302 mm
- Korkeus 1875 mm
- Tuotetila 990*400*158 mm
- 9 piikkipaikkaa
- Jalusta 303*302 mm

850000-0086

Huppujalusta

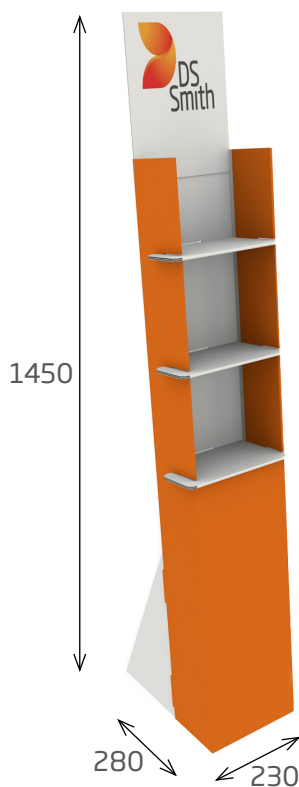


Mitat

- Leveys 305 mm
- Syvyys 405 mm
- Korkeus 1135/1455 mm
- Tuotetila: 300*400*566 mm

850000-0087

Minidisplay

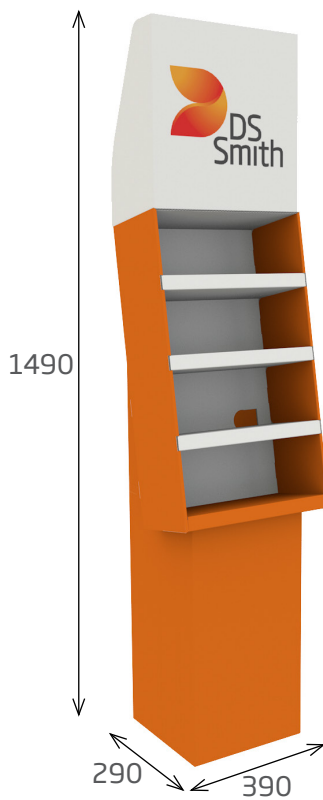


Mitat

- Leveys 230 mm
- Syvyys 280 mm
- Korkeus 1450 mm
- Hyllyn tuotetila 215*145*210 mm

850000-0088

Perushyllyteline

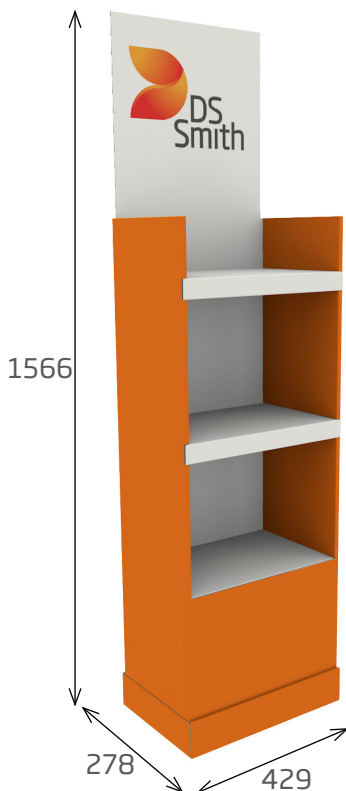


Mitat

- Leveys 390 mm
- Syvyys 290 mm
- Korkeus 1490 mm
- Hyllyn tuotetila 258*183*140/170 mm
- Jalusta 303*293 mm

850000-0110

Pulloteline

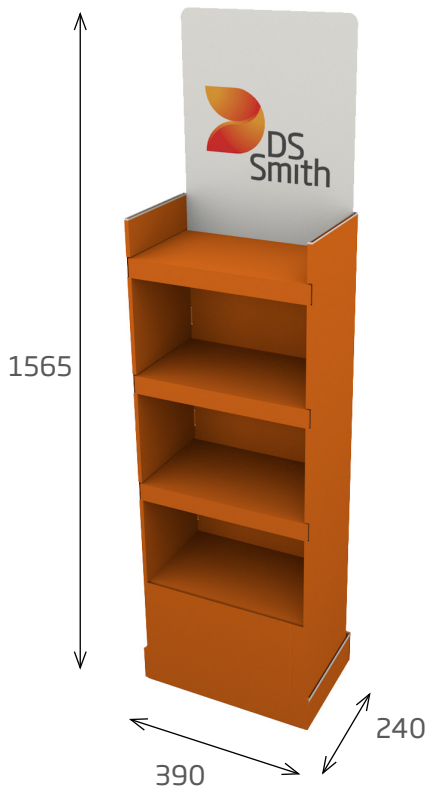


Mitat

- Leveys 429 mm
- Syvyys 278 mm
- Korkeus 1566 mm
- Hyllyn tuotetila 400*269* 292 mm

850000-0082

Tölkkiteline

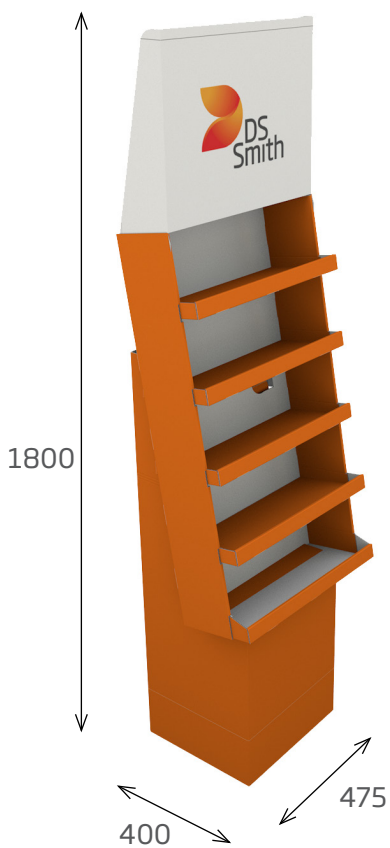


Mitat

- Leveys 390 mm
- Syvyys 240 mm
- Korkeus 1565 mm
- Hyllyn tuotetila 380*230*210 mm

850000-0089

Hyllyteline reunoilla

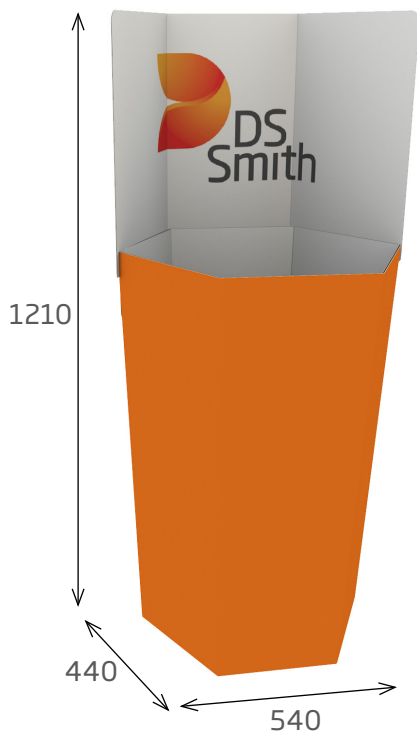


Mitat

- Leveys 475 mm
- Syvyys 400 mm
- Korkeus 1800 mm
- Hyllyn tuotetila 460*150*145 mm
- Jalusta 360*330 mm

850000-0090

Mutteriteline

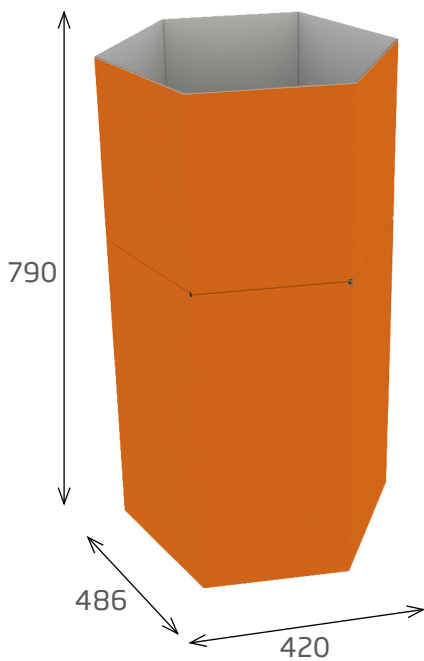


Mitat

- Leveys 540 mm
- Syvyys 440 mm
- Korkeus 1210 mm
- Tuotetila 500*430*250 mm

850000-0091

Pyörremutteri

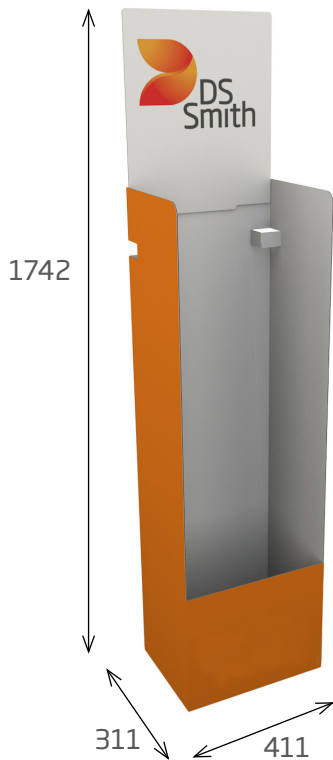


Mitat

- Leveys 420 mm
- Syvyys 486 mm
- Korkeus 790 mm
- Tuotetila 415*480*290 mm

850000-0092

Minidolly-display

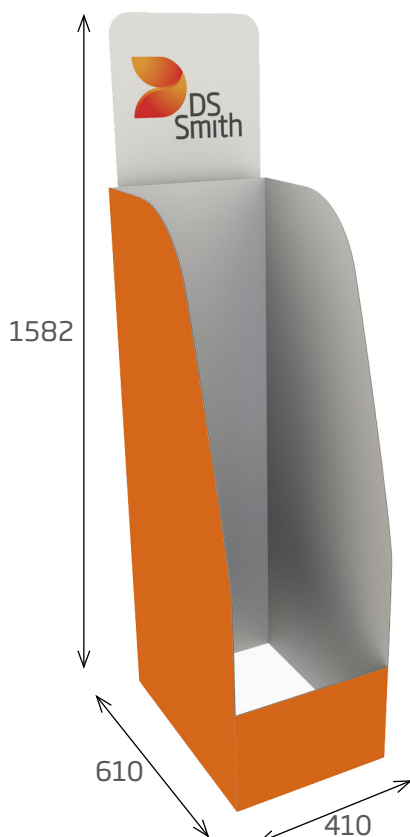


Mitat

- Leveys 411 mm
- Syvyys 311 mm
- Korkeus 1742 mm
- Tuotetila 405*305*1342 mm

850000-0093

Dolly-display

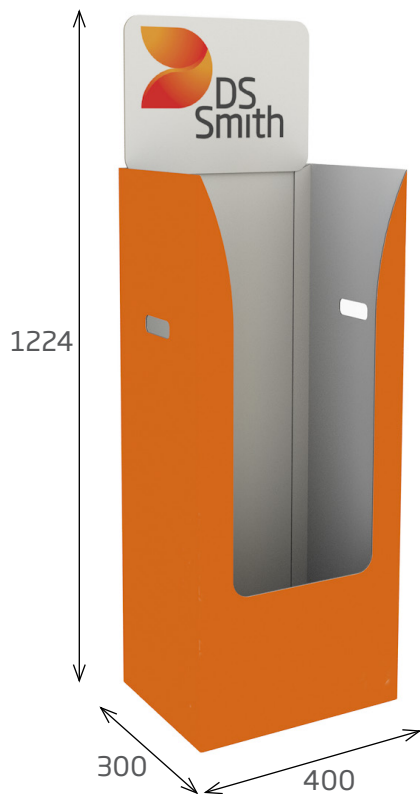


Mitat

- Leveys 410 mm
- Syvyys 610 mm
- Korkeus 1582 mm
- Tuotetila 403*603*1345 mm

850000-0094

Torniteline

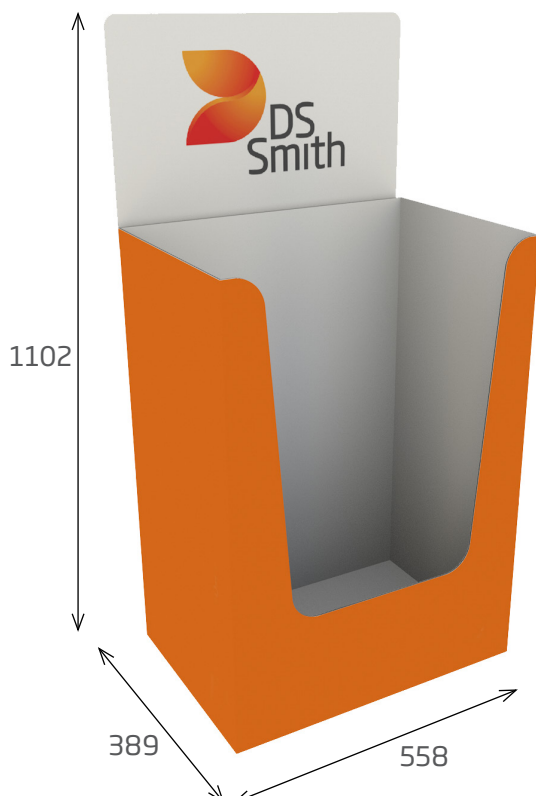


Mitat

- Leveys 400 mm
- Syvyys 300 mm
- Korkeus 1224 mm
- Tuotetila 395*295*940 mm

850000-0095

Varttilavakontti, matala etureuna

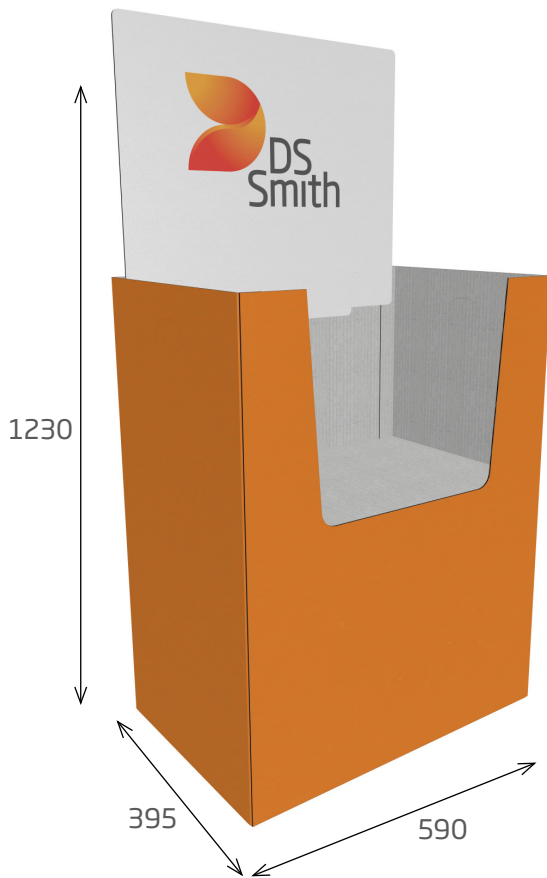


Mitat

- Leveys 558 mm
- Syvyys 389 mm
- Korkeus 1102 mm
- Tuotetila 552*382*780 mm

850000-0083

Varttilavakontti, korkea etureuna

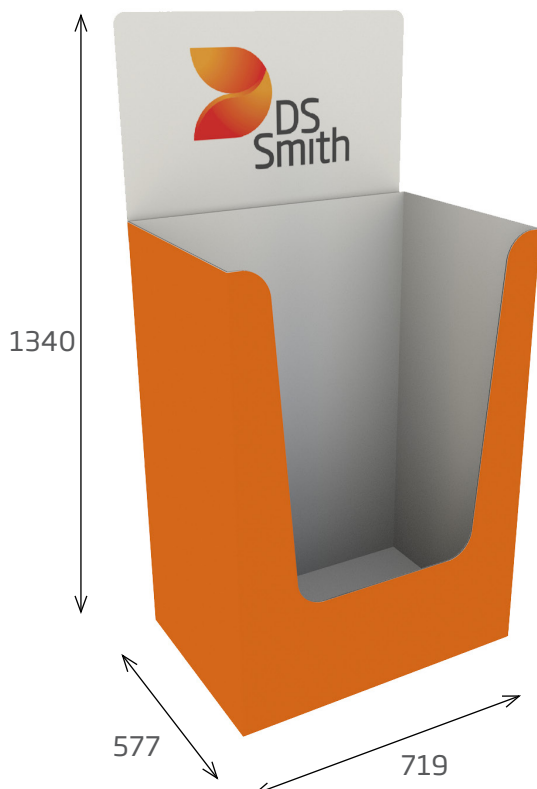


Mitat

- Leveys 590 mm
- Syvyys 395 mm
- Korkeus 1230 mm
- Tuotetila 580*380*750 mm

850000-0096

Puolilavakontti

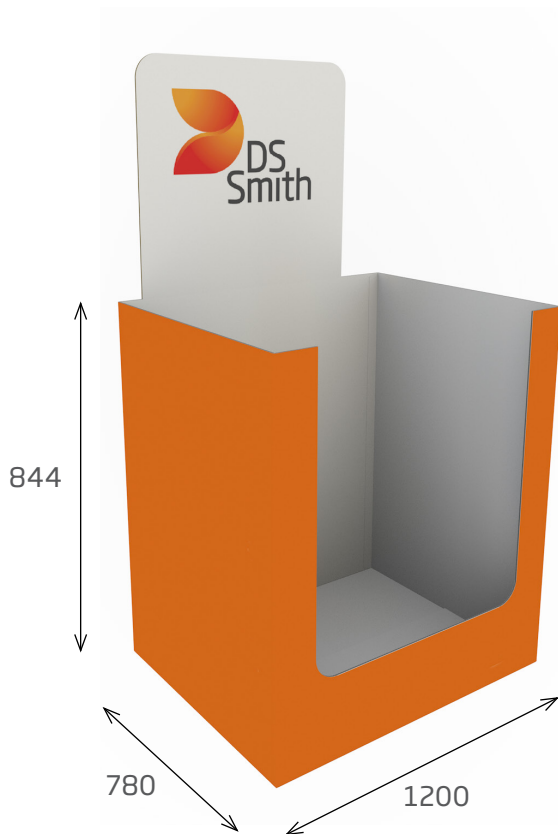


Mitat

- Leveys 719 mm
- Syvyys 577 mm
- Korkeus 1340 mm
- Tuotetila 710*570*810 mm

850000-0098

Eurolavakontti



Mitat

- Leveys 1200 mm
- Syvyys 780 mm
- Korkeus 844/1244 mm
- Tuotetila 1198*770*844 mm

850000-0099

Vaneriteline

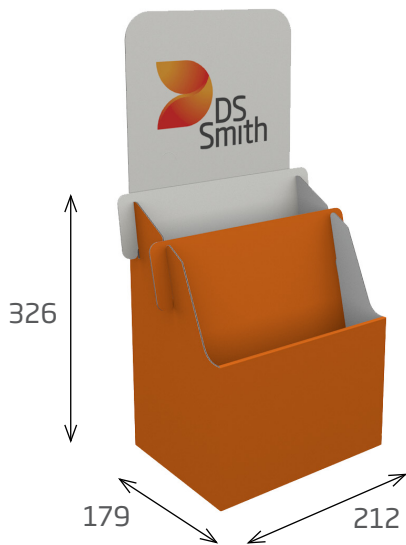


Mitat

- Leveys 600 mm
- Syvyys 400 mm
- Korkeus 1494 mm
- Tuotetila 562*361*250/350 mm

850000-0100

Pöytädisplay, esite

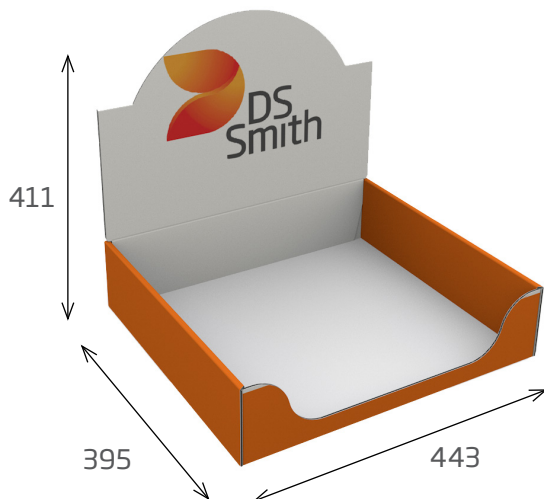


Mitat

- Leveys 212 mm
- Syvyys 179 mm
- Korkeus 326 mm
- Tuotetila 200*175*73 mm

850000-0101

Pöytädisplay, simppele

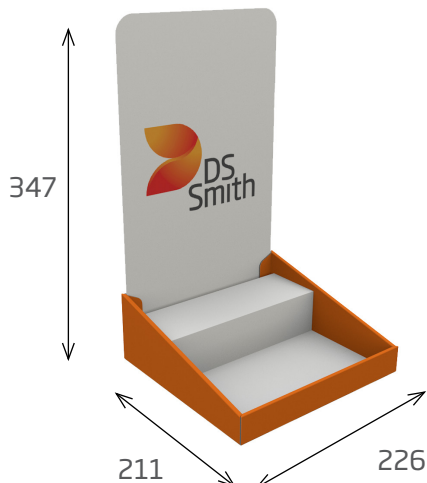


Mitat

- Leveys 443 mm
- Syvyys 395 mm
- Korkeus 115 mm/avattuna 411 mm
- Tuotetila 425*385*112 mm

850000-0084

Pöytädisplay, tasot

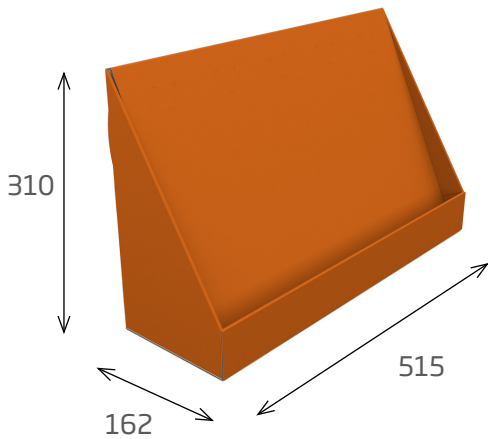


Mitat

- Leveys 226 mm
- Syvyys 211 mm
- Korkeus julisteella 347 mm
- Tuotetila 215*200*80 mm

850000-0102

Pöytädisplay, piikki

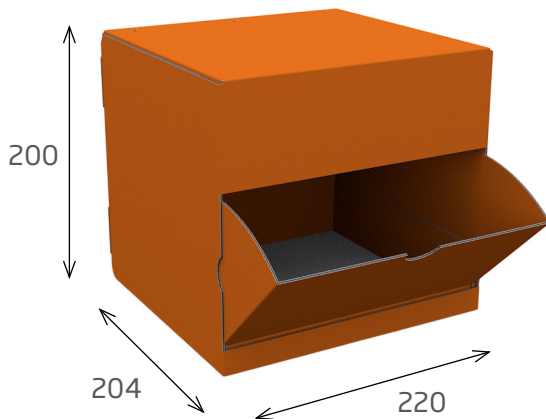


Mitat

- Leveys 515 mm
- Syvyys 162 mm
- Etureunan korkeus 60 mm/takaseinä 310 mm
- 5 piikkipaikkaa
- Tuotetila 505*156*310 mm

850000-0103

Näytelaatikko 1

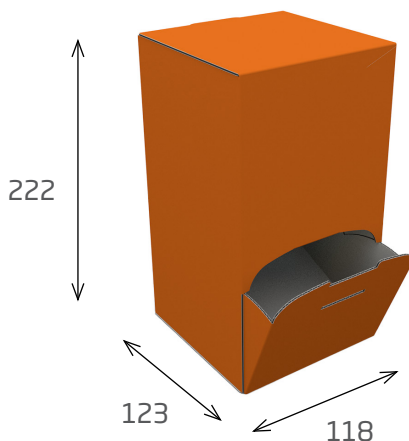


Mitat

- Leveys 220 mm
- Syvyys 204 mm
- Korkeus 200 mm

850000-0104

Näytelaatikko 2

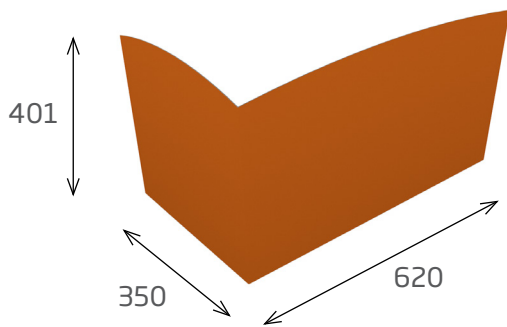


Mitat

- Leveys 118 mm
- Syvyys 123 mm
- Korkeus 222 mm

850000-0105

Lavakulma 1

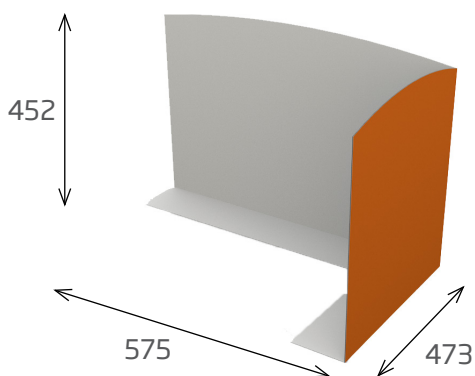


Mitat

- Leveys 620 mm
- Syvyys 350 mm
- Korkeus 401 mm

850000-0106

Lavakulma 2



Mitat

- Leveys 575 mm
- Syvyys 473 mm
- Korkeus 452 mm

850000-0107

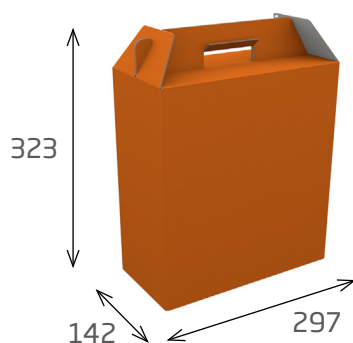
Lavanauhat



- Leveys tarpeen mukaan, yleensä 150-400 mm
- 1- tai 2-puolinen painatus
- 25 jm/rulla tai sopimuksen mukaan

850000-0108

Lahjalaukku



Mitat

- Leveys 297 mm
- Syvyys 142 mm
- Korkeus 323 mm

850000-0109

DS Smith
PL 426
33101 Tampere
Puh. 010 245 2111
info.packfi@dssmith.com
dssmithpackaging.fi

© Copyright DS Smith 2023