



K-ruoka-mobiilisovellukselle voitto Blue Arrow Awardseissa

K-ruoka-mobiilisovellus palkittiin parhaasta ostamisesta Blue Arrow Awardseissa. Voittoisa sovellus on löytänyt asiakkaat, sovelluksen on ladannut jo 200 000 käyttäjää.

KESKO LEHDISTÖTIEDOTE 27.5.2016

Blue Arrow Awards on kilpailu parhaille digitaalisille palveluille. Voittajat julkaistiin 29 finalistin joukosta torstaina 26.5.2016 gaalassa The Circuksessa. Seitsemän eri kategorian voittajat olivat Nordic Sky Entertainment System, Juhlapesu, K-Ruoka-sovellus, Elisan kasvutiimi, IndustryHackin järjestäjät, Objection.js ja Yrityskylä. K-ruoka-sovellus palkittiin parhaasta ostamisesta.

"K-ruoka-sovellus on tehty Keskolle uudella tavalla, ketterästi. Onnistumisen ytimessä on tiimi, joka on intohimaisesti lähtenyt kehittämään uutta sekä se, että vanhoista totutuista malleista pystyttiin luopumaan. Näin pystyimme kehittämään uuden digitaalisen palvelun täysin asiakkaiden ehdoilla", kertoo sovelluksen kehityksestä vastaava myyntijohtaja **Mika Kakko** Keskon päivittäistavarakaupasta.

"K-ruoka-sovelluksen kehitysprojektissa loimme yhteistyökumppanimme Futuricen kanssa tekemisen mallin, joka perustuu avoimuuteen ja luottamukseen. Yhtenäinen kehitystiimi on pystynyt ketterästi ja nopeasti toteuttamaan asiakaslähtöistä palvelua, joka koskettaa lähes jokaista suomalaista kuluttajaa", kertoo K-ruoka-sovelluksen tuoteomistaja **Antti Rajala** Keskon ICT-yksiköstä.

"K-ruoka-sovellus on osoitus siitä, että yhtiö on onnistunut haastamaan omat toimintamallinsa. Jos Keskon kokoinen jätti pystyy tähän, ei meillä muillakaan pitäisi olla mitään tekosytä", perustelee kategorian päätuomari **Mikael Jungner** voittoa.

K-ruoka-mobiilisovellus on lanseerattu lokakuussa 2015. Tällä hetkellä K-ruoka-sovelluksen on ladannut jo yli 200 000 käyttäjää. Sovellusta on kehitetty jatkuvasti, jotta se palvelee parhaalla mahdollisella tavalla kaupassakävijää.

"Asiakkaat ovat olleet keskeisessä roolissa sovelluksen kehityksen kaikissa vaiheissa. K-ruoka-mobiilisovellus muuttuu vuoden aikana entistä personoidummaksi. Uusimpia ominaisuuksia ovat esimerkiksi K-kauppojen kampanjoiden näkyminen sovelluksessa, usean kaupan valintamahdollisuus sekä ostoslistaan liittyvät parannukset", kertoo Kakko.

K-ruoka-sovellus sai toukokuussa kunniamaininnan myös digitaalisen markkinointiviestinnän töille tarkoitetussa Grand One -kilpailussa Paras UX-design -kategoriassa.

Lisätietoja

Mika Kakko, myyntijohtaja, Keskon päivittäistavaratoimiala p. 010 5346 620, mika.kakko@kesko.fi

Yrjö Kari-Koskinen, Better Digital Services ry, p. 050 300 9827, yrjo.kari-koskinen@futuraice.com

[Lue lisää K-ruoka-sovelluksen kehitystyöstä.](#)

Noin 900 K-ruokakaupan asiakastytyytyväisyydestä vastaavat K-ruokakauppiaat, joiden kanssa Keskon päivittäistavarakauppa toimii ketjuliiketoimintamallilla. K-ruokakauppojen ketjuja ovat K-citymarket, K-supermarket ja K-market. K-ruokakaupat ovat alansa vastuullisimpia maailmassa. Lisäksi vahvuuksia ovat ylivoimaiset tuoreosastot, ammattitaitoinen palvelu, laajimmat valikoimat, suomalaiset tuotteet ja Pirkka. K-ruokakaupat ovat sekä laadukkaita että edullisia. K – jotta kaupassa olisi kiva käydä.

Blue Arrow Awards on teknologia-alan yritysten yhteenliittymän, Better Digital Services Finland ry:n, järjestämä kilpailu parhaille digitaalisille palveluille. Blue Arrow Awards järjestettiin ensimmäistä kertaa toukokuussa 2016 Helsingissä. Blue Arrow rohkaisee yrityksiä ja yksilöitä nostamaan tekemisensä uudelle tasolle ja antaa esimerkkejä hyvistä toteutuksista. Tarkoitus on paitsi palkita hyviä suorituksia, myös nostaa julkiseen keskusteluun positiivista näkökulmaa hyvin toimiviin digitaalisiin palveluihin.