



Mediatiedote
22.1.2014

Vuoden makein digitoimisto -kunniamaininta Fazerin virtuaaliselle digitiimille

Fazer julkisti syksyllä 2012 digikumppaneilleen ”Vuoden makein digitoimisto” haasteen vuodelle 2013. Tavoitteena oli valjastaa olemassa olevat toimistokumppanit kirittämään Fazerin liiketoimintastrategian toteutumista verkkoympäristössä yhdessä sisäisen online-tiimin kanssa. Kriteereinä olivat Fazerin brändien ja teemojen löydettävyyys, luovat ratkaisut kuluttajille, aidon läsnäolon lisääminen ja kuluttaja-asiakkaiden lojaliteetin kasvattaminen. Vuoden 2013 kunniamaininnan vei virtuaalinen digitiimi, joka koostuu useamman toimiston edustajista yhden toimiston sijaan.

”Verkossa kuluttajien kanssa vuorovaikuttaminen vaatii laaja-alaista osaamista digitaalisen maailman eri osa-alueilta. Haluamme palvella kuluttajia kokonaisvaltaisesti verkon tarjoamissa eri kohtaamispisteissä. Tämän online-ekosysteemin kehittämiseen tarvitsemme moniosaajajoukon”, kertoo Fazerin online-kehityksestä ja dialogista vastaava johtaja **Kati Sulin**.

Osaamista kuluttajan kuuntelusta tuotantoon

Vuoden 2013 makein digitiimi muodostuu palvelumuotoilutoimisto Palmun, sisältömarkkinointitoimisto Vapa Median, analytiikkatoimisto Avauksen ja teknologiakumppani Solitan osaajista. Käytännössä tiimi on työskennellyt nyt vuoden yhdessä eri työvaiheissa tarvittavien osaamisten mukaan vaihtuvassa kokoonpanossa. ”Jokaisella työvaiheella ja –suoritteella on prosessissa tärkeä rooli. Tiimi on työskennellyt tasavertaisina ammattilaisina vaiherikkaan vuoden aikana”, sanoo Sulin.

Kehitystyön lähtökohdaksi otettiin vahva kuluttajien kuuntelu. Keväällä 2013 aloitettiin työskentely, jossa haluttiin ymmärtää kuluttaja-asiakkaiden verkon käyttämisen tapoja ja syitä, miksi Fazerin kanssa halutaan vuorovaikuttaa verkossa. Lopputuloksena käynnistettiin loppuvuoden kestänyt projekti, jossa koko Fazerin verkkoläsnäololle luotiin uusi konseptiaihiio. ”Kutsumme sitä konseptiaihioksi, koska lopullinen konsepti syntyy vasta yhdessä kuluttajien kanssa. Jos sitä nyt koskaan voi kutsua lopulliseksi – olemme aloittamassa uutta, jatkuvaa prosessia ollaksemme paremmin läsnä tässä ja nyt. Ensimmäinen ulostulo on tällä viikolla julkaistu fazeri.fi”, iloitsee Sulin.



Vuoden makein digitoimisto -kunniamaininnat

Vuoden makein digitiimi –kunniamaininnat luovutetaan helmikuun alussa samalla, kun yritysviestintään keskittyvä fazergroup.com ja kansainvälisille kuluttajille suunnattu fazer.com julkaistaan.

Kunniamaininnan ottavat vastaan Santeri Soininen Palmusta, Ilona Hiila Vapa Mediasta, Petri Heinonen Avaukselta ja Ossi Lindroos Solitalta.

”Fazerin hanke osoittaa, että bränditalossa kuluttajia palveleva lopputulema saavutetaan vain yhdessä tekemällä. Fazer.fi projektiin osallistui perinteisen viestinnän, markkinoinnin ja IT-tiimin lisäksi myös kuluttajapalvelu ja tuoteasiantuntijat. Konseptin syntymistä ohjasivat kuluttajien mielipiteet ja odotukset”, sanoo **Santeri Soininen** Palmusta.

”Lähes vuoden kestänyt hanke on opettanut koko tiimiä ja yhteistyöllä olemme saaneet aikaiseksi enemmän kuin yksin. On ollut ilo huomata, miten eri toimijat asiakkaasta lähtien ovat ymmärtäneet sisältöjen arvon Fazerin kehittäessä verkkoläsnäoloaan yhä kuluttajalähtöisemmäksi. Vuoden makein digitoimisto -tunnustus on osoitus siitä, kuinka edelläkävijäyritykset hyödyntävät sisältöjä yhä suunnitelmallisemmin liiketoiminnan tukena ja osana brändinrakennusta”, kommentoi **Ilona Hiila** Vapa Mediasta.

Lisätietoja

Kati Sulin, Vice President, Online, PR and Dialogue, Fazer, p. 040 5858 488 tai etunimi.sukunimi@fazer.com

Fazer-konserni

Fazer on kansainvälinen perheyritys, joka tarjoaa leipomo-, makeis- ja keksituotteita sekä ruokailu-, ravintola- ja kahvilapalveluita. Fazerilla on toimintaa kahdeksassa maassa ja vientiä yli 40 maahan. Yrityksen menestys on sen perustamisesta lähtien vuonna 1891 perustunut parhaaseen tuotteiden ja palvelun laatuun, rakastettuihin brändeihin ja osaaviin ihmisiin. Fazer noudattaa liiketoiminnassaan eettisiä periaatteita, jotka pohjautuvat yrityksen arvoihin ja UN Global Compactin periaatteisiin. Fazer-konserni toimii kahdella liiketoiminta-alueella. Fazer Brands on tunnettu maukkaista leipomotuotteista ja makeisista. Fazer Food Services tarjoaa hyvää ruokaa ja asiakaskohtaisia palveluita sopimusruokailussa. Fazer-konsernin liikevaihto vuonna 2012 oli lähes 1,7 miljardia euroa ja yrityksessä työskentelee yli 15 000 henkeä.