



K-kerroksen väkeä -spottisarja starttaa K-Marketin uudistuvan mainonnan

K-Marketin brändiuudistus on yksi mittavimmista tällä hetkellä käynnissä olevista suomalaisen katukuvaan merkittävästi vaikuttavista muutoksista. Vuoden 2016 aikana markkinoinnilla tuetaan asiakkaiden mielikuvaa uudistuvasta K-Marketista ja lähimarkkinoiden parhaasta palvelusta. Uudistuvan mainonnan starttaa huumorilla hienovaraisesti höystetty K-kerroksen väkeä -spottisarja, jonka on ohjannut Petteri Summanen.

KESKO LEHDISTÖTIEDOTE 19.5.2016

K-Market-ketjusta syntyy Suomen kattavin ja palvelevin lähikauppaverkosto, joka on lähellä jokaista suomalaista. Osana muutosta on käynnistetty K-Marketin ilmeuudistus. K-Marketin ilme on moderni, rento ja helposti lähestyttävä. Uudistuvien kauppojen lisäksi K-Marketin uusi ilme näkyy toukokuun puolivälistä alkaen myös kaikessa K-Marketin mainonnassa, niin perinteisissä kuin digitaalisissakin kanavissa.

"K-kerroksen väkeä -nimellä kulkeva neljän mainosspotin sarja käynnistää markkinoinnin uudistumisen. Spoteissa kerromme asiakkaille muutoksesta, vaivattomuudesta, valikoimasta ja henkilökohtaisesta palvelusta. K-Marketin "Kaikki hyvä on lähellä" -lupaus toteutuu mainoksissa monella eri tasolla aina kaupan fyysisestä läheisyydestä kauppiaan palveluaitiuteen saakka", kertoo K-Marketin markkinointijohtaja **Anne Weide**.

Uusien myymälöiden ja K-Marketin ilmeeseen taustalla on Hasan & Partners. Myös mainonnan ilme on K-Marketin, Hasan & Partnersin ja Hasan Motionin suunnittelema. Visuaalisen ilmeen ja mainonnan konseptin suunnittelussa tehtiin tiivistä ja aktiivista yhteistyötä kaikkien osapuolten kesken. Kirsikaksi kakun päälle TV-mainosten ohjaajaksi saatiin yksi Suomen tunnetuimmista viihde- ja ilmaisualan ammattilaisista, Petteri Summanen. Mainonnan konsepti antaa mahdollisuuden pitkäkestoiseen, sarjamaiseen näkyvyyteen. Uusia hahmoja, uusia tuotteita ja uusia käänteitä on lupa odottaa myös jatkossa.

"Sarjassa esitellään fiktiivinen talo, jonka kivijalassa on uusi K-Market. Jokaisessa mainoksessa tutustutaan talon eriskummallisiin asukkaisiin, jotka kohtaavat ostoksineen talon hississä. Näiden minitarinoiden tyylilajina on hienovaraisella huumorilla maustettu, Amelie- ja Grand Budapest Hotel -elokuvista tuttu, korotetun todellisuuden maailma, jossa päästään tekemään irtiotto oikeasta maailmasta", kertoo Hasan & Partnersin senior creative **Axa Fahler**.

"Projekti on ollut minulle mieluisa, sillä tykkään karaktäärikomediasta, hahmoista moni voi tunnistaa itsensä tai jonkun tuntemansa ihmisen. Casting on ollut erittäin onnistunut, olemme saaneet parhaat mahdolliset esiintyjät toteuttamaan kerrostalon fiktiiviset hahmot", kertoo ohjaaja **Petteri Summanen**.

Lisätietoja

Katso Petteri Summasen kommentit Making of -videolta <https://youtu.be/wbnXdKO2BOg>

Anne Weide, K-Market-ketjun markkinointijohtaja, Keskon päivittäistavaratoimiala p. 040 520 0573

Panu Nordlund, toimitusjohtaja Hasan & Partners p. 040 860 0293

K-Market-ketjusta syntyy Suomen kattavin ja palvelevin lähikauppaverkosto, joka on lähellä jokaista suomalaista. Nämä 2020-luvun lähikaupat tarjoavat tuoreen ja laajan valikoiman, kattavat palvelut ja luotettavan kilpailukykyisen hintatason, helposti ja nopeasti. Kaikki hyvä on lähellä – www.k-market.fi.