

Tokmanni voitti AdProfitin palkinnon vuoden 2016 parhaasta kampanjasta



Tokmanni on voittanut mainonnan tuloksellisuutta ja vaikuttavuutta painottavassa AdProfit-kilpailussa vuoden parhaan kampanjan palkinnon. AdProfitin palkinto on jo viides Tokmannin saama tunnustus noin vuoden sisään.

Mainostajien Liiton järjestämän AdProfit-kilpailun pääsarjoihin osallistui tänä vuonna yhteensä 25 työtä, joista kymmenen pääsi shortlistalle. Tokmanni kilpaili *Vuoden paras kampanja* -sarjan shortlistalla neljän muun yrityksen kanssa. Voiton se pokkasi kilpailun ylituomariston mukaan seuraavin perusteluin:

"Tokmannin kampanja todistaa, että kivijalkakauppa pystyy hyvällä strategialla taistelemaan asemastaan menestyksellä. Konsepti on erinomainen; se puhuttelee molempia aivolohkoja, luo uskottavuutta ja laajentaa kohderyhmää. Samalla se hyödyntää Anttilan jättämää aukkoa. Toteutus on äärimmäisen yhtenäinen kaikissa välineissä, muovikassiin asti. Pisteitä systemaattisesta ja tiukasta tavoitteiden asettamisesta!"

Tokmanni on pyrkinyt syksyllä 2016 lanseeraamansa *Maaailman paras ostaja* -markkinointikonseptin avulla uudistamaan markkinointiaan, rakentamaan liiketoimintaansa sekä kehittämään brändiään. Markkinointikonseptin avulla kuluttajille kerrotaan, että koska Tokmanni ostaa tuotteita fiksusti itse ilman turhia välikäsiä ja hoitaa oman jakelutiensä kautta tuotteet suoraan kauppoihin, myös asiakkaat voivat ostaa laatua fiksusti.

– On suuri kunnia ottaa vastaan vuoden parhaan kampanjan palkinto. Olemme saaneet paljon positiivista palautetta markkinointimme uudistamisesta. Fiksua ostamista painottavaa *Maaailman paras ostaja* -markkinointikonseptiamme on kuvailtu mm. hauskaksi ja oivaltavaksi. Kiitosta olemme saaneet myös siitä, että

joustavasti eri välineisiin taipuva konseptimme on helppo ymmärtää ja että Tokmannin ostajaa esittävään mainoshahmoon on helppo samaistua, Tokmannin markkinointijohtaja **Tomi Hakanpää** kertoo.

AdProfitin *Vuoden paras kampanja* -palkinto on jo viides Tokmannille myönnetty tunnustus noin vuoden sisään. Huhtikuussa Tokmanni voitti Suomen suurimman digitaalisen median kilpailun Grand Onen parhaan verkkomainoksen palkinnon Facebook Live -lähetyksellään ”*Hinnanjuhlat*”, helmikuussa *Kuukauden Parhaat Sekunnit* -filmisarjan mainosfilmillään ”*Herra Tokmanni ja Sebastian Très-Aimé*” ja tammikuussa Markkinointi&Mainonta-lehden ja MARK Suomen Markkinointiliiton myöntämän *Vuoden 2016 markkinointiteko* -palkinnon. Lisäksi viime vuoden huhtikuussa Tokmanni palkittiin *Vuoden Huiput 2015* -kilpailun äänimainonnan pääpalkinnolla.

– Kauppana haluamme Tokmannin olevan helposti lähestyttävä ”*kaikkien kaveri*”. Uskomme markkinoinnissa jo tekemiemme uudistusten mm. vahvistaneen Tokmannin brändimielikuvaa ja puhutelleen myös uutta kohderyhmää. Tavoitteenamme on tehdä Suomen parasta tarjousmainontaa, ja tulemme jatkamaan uudistustyötä myös tulevaisuudessa, Hakanpää kertoo.

TOKMANNI

Lisätietoja:

Tomi Hakanpää
markkinointijohtaja

puh. 020 728 6497
tomi.hakanpaa(at)tokmanni.fi

Tokmanni on käyttötavaroiden myyntiin keskittynyt vähittäiskauppaketju. Noin 3 200 tokmannilaista helpottaa ihmisten arkea ja juhlaa tarjoamalla monipuolisen ja ajankohtaisen valikoiman kotimaisia ja kansainvälisiä merkkituotteita sekä muita laadukkaita tuotteita aina edulliseen hintaan. Yli 160:n eri puolilla Suomea sijaitsevan myymälänsä ja verkkokauppansa ansiosta Tokmanni on aina lähellä palvelemassa ihmisiä. Vuonna 2016 Tokmannin liikevaihto oli 776 miljoonaa euroa. Tokmannin osakkeet on listattu Nasdaq Helsingin pörssilistalle.