

Tokmanni viihdyttää jälleen uudella mainosfilmillään
– ”Nostetaan kissa pöydälle”, neiti Cattia ehdottaa

Yllätys on suuri, kun neiti Cattian kartanon varastorakennusta täyttää eräänä aamuna peräti kymmenentuhatta ylimääräistä kissanhiekkasäkkiä. ”Kissan viikset. Miten nämä kaikki saadaan myytyä?” neiti Cattia älähtää. Hetken päästä pihaan kurvaa herra Tokmanni. Ja kuinkas sitten käykään...

Tokmanni-halpakauppaketjun hurjan suosittujen mainosfilmien kavalkadi jatkuu jälleen uudella taltioinnilla. Siinä neiti Cattian pelastaa pälkähästä, ”kymmenestä tuhannesta ylimääräisestä kissanhiekkasäkistä”, kukapa muukaan kuin tuttu flanellipaitainen herra Mäntsälästä.

Heinä-elokuussa esitettävässä Herra Tokmanni ja neiti Cattia -nimisessä mainosfilmissä neiti Cattian elegantilla kartanolla on käynyt melkoinen epäonni. Rakas Nöpönenä-kissa on yön pimeinä tunteina leikkinyt hiirellä ja klikautellut leikkien lomassa neidin nimeä kantavan kissanhiekan tuotannonohjausjärjestelmään aivan uusia lukuja. Lopputuloksena kartanon varastorakennusta täyttää kymmenentuhatta ylimääräistä säkkiä kissanhiekkaa.

”Kissan viikset. Miten nämä kaikki saadaan myytyä?” neiti Cattia älähtää.

Tilanne vaikuttaa totta tosiaan kiperältä. Mutta sitten pihaan kurvaa tuttu mies punaisella rekallaan.

”Nostetaan kissa pöydälle: maailmanluokan kissanhiekkaa – teille vain kymmenen euroa säkki”, neiti Cattia ehdottaa.

Seuraa tuttu hymy. Ja lopunhan jokainen meistä jo tietääkin.

- Uusin mainosfilmimme *Herra Tokmanni ja neiti Cattia* yhdistää jälleen osuvasti kaksi erinomaista brändiä, halvoista hinnoistaan tutun Tokmannin ja kissanhiekoistaan tutun Best Friend Cattian, kaupallinen johtaja **Veli-Pekka Ääri** Tokmannilta kertoo.
- Elokuvallinen filmimme muistuttaa edeltäjiensä tavoin paitsi sujuvasta yhteistyöstä ja sen merkityksestä halpakauppamme ja tavarantoimittajiemme välillä myös siitä, että Tokmannilta löytyy fiksua ostettavaa hyvin monenlaisiin tarpeisiin, hän lisää.



”Kun Nöpönenä yöllä leikki hiirellä, hän ilmeisesti kasvatti samalla tuotantomääriä”, neiti Cattian assistentti paljastaa.

Tokmannin mainosfilmit luodaan aina hyvässä yhteistyössä

Tokmanni-halpakauppaketju on esitellyt vuodesta 2016 lukuisia mainosfilmejä punaisella rekallaan liikkuvan *herra Tokmannin* ostosmatkoilta.

Halpakauppaketjun kiitellyt mainosfilmit luodaan aina aidossa yhteistyössä brändejä edustavien valmistajien ja tavarantoimittajien kanssa.

- Kun pidämme yhteistyömme sujuvana, voimme huolehtia siitä, että mainosfilmiemme tarinat sekä sykähdyttävät myönteisesti että kannustavat asiakkaitamme laittamaan ostohousuja jalkaan, Ääri kertoo.
- Toimiva yhteistyömme näkyy myös erilaisissa yksityiskohdissa. Esimerkiksi *Herra Tokmanni ja neiti Cattia* -mainosfilmimme värimaailmassa on tarkoituksella paljon tuttua **Best Friendin** Cattia-brändin kanssa. Eikä se Tokmannin rekkakaan näytä lainkaan väärältä tässä väripaletissa, hän jatkaa.

Tokmanni aikoo julkaista tarinoita *maailman parhaan ostajan* matkoista myös tulevaisuudessa.

– *Herra Tokmannimme* on kuulolla, Ääri vinkkaa mukaan mainosfilmeihin halajaville brändinhaltijoille Suomessa ja maailmalla.



Herra Tokmanni on tunnettu taitavana hintaneuvottelijana. Tällä kertaa sen huomaa – jälleen kerran – myös neiti Cattia.

Tokmannin markkinointi kerää valtavasti myönteistä huomiota

Tokmannin markkinointi on saanut huimasti kiitosta ja lukuisia huomionosoituksia vuosien varrella. Pitkäikäinen, jo vuonna 2016 lanseerattu markkinointikonsepti onkin parantanut Tokmannin brändimielikuvaa ja tarjonnut eväitä liiketoiminnan kasvuun.

- Vuonna 2025 Tokmannin markkinointikonsepti voitti sekä kirkkaimman Grand Effien että Erikoissarjan kultaa arvostetussa Effie Awards Finland 2024 -kilpailussa.
- Vuonna 2020 Tokmannin kesän mainosfilmi *"Herra Tokmannin paluu"* palkittiin mediakonserni Sanoman kesäkuun Kuukauden kamppis -kunnianosoituksella.
- Vuonna 2019 Tokmannin omiin tuotemerkkeihin lukeutuvan Brücken lanseerausmarkkinointi palkittiin *Vuoden paras lanseeraus* -palkinnolla markkinoinnin tuloksellisuutta mittaavassa AdProfit 2018 -kilpailussa. Samana vuonna Brücken markkinointikampanja palkittiin pronssisella Effie-palkinnolla Effie Awards Finland 2018 -kilpailussa.

- Vuonna 2017 Tokmanni voitti *AdProfitin* palkinnon vuoden 2016 parhaasta kampanjasta, *Grand Onen* parhaan verkkomainoksen palkinnon Facebook Live -lähetyskseen ”*Hinnanjuhlat*”, *Kuukauden Parhaat Sekunnit* -filmisarjan mainosfilmillään ”*Herra Tokmanni ja Sebastian Très-Aimé*” sekä Markkinointi&Mainonta-lehden ja MARK Suomen Markkinointiliiton myöntämän *Vuoden 2016 markkinointiteko* -palkinnon.
- Vuonna 2016 Tokmanni palkittiin *Vuoden Huiput 2015* -kilpailun äänimainonnan pääpalkinnolla.

TOKMANNI

Lisätietoja:

Veli-Pekka Ääri
kaupallinen johtaja
Tokmanni

puh. 040 655 5257
veli-pekka.aari(at)tokmanni.fi

Maarit Mikkonen
sijoittajasuhde- ja viestintäpäällikkö
Tokmanni

puh. 040 562 2282
maarit.mikkonen(at)tokmanni.fi

Tokmanni Group Oyj on yksi Pohjoismaiden johtavista halpakauppakonserneista. Yli 6 000 kaupan alan ammattilaista helpottaa ihmisten arkea ja juhlaa tarjoamalla monipuolisen ja ajankohtaisen valikoiman pohjoismaisia ja kansainvälisiä merkkituotteita sekä muita laadukkaita tuotteita aina edulliseen hintaan Suomessa, Ruotsissa ja Tanskassa. Yli 390:n Tokmanni-, Dollarstore-, Big Dollar-, Click Shoes- ja Shoe House -myymälänsä sekä verkkokauppojensa ansiosta Tokmanni-konserni on aina lähellä palvelemassa asiakkaitaan. Lisäksi Tokmanni-konsernilla on ollut yksinoikeus myydä SPAR-tuotteita ja hyödyntää SPAR-brändiä Suomessa vuodesta 2025 lähtien. Vuonna 2025 Tokmanni-konsernin liikevaihto oli 1 728 miljoonaa euroa ja vertailukelpoinen liikevoitto 85 miljoonaa euroa. Tokmanni Group Oyj:n osakkeet on listattu Nasdaq Helsingin pörssilistalle.