

## Maailmanlaajuinen tehtävä

Vuoden 2004 ensimmäisellä neljänneksellä Esmerk otti jälleen yhden merkittävän askeleen lähemmäs aidosti maailmanlaajuisesta seurantaan. Seurantaan lisättiin lähteitä 20 uudesta maasta. Lähi-Itään keskittynyt lisäys laajensi Esmerkin seurannan käsittämään 127 markkina-alueetta ja 29 eri kieltä. Maailman valtioiden lukumäärästä voidaan kiistellä, mutta jos luvuksi hyväksytään 192, on Esmerk päässyt jo kahteen kolmasosaan tavoitteesta.

Maailmanlaajuisen seurannan tarjoaminen ei tietysti ole päämäärä sinänsä, mutta se heijastaa asiakkaittemme tarpeita. Vaikka kaikki asiakkaamme eivät toimikaan maailmanlaajuisesti, ei esimerkiksi innovaatioita tai kilpailijoiden strategiaa seurattaessa voida noudattaa maantieteellisiä rajoja. Uudet päätökset saattavat vaikuttaa yhtiöihin ympäri maailmaa, tehtiin ne sitten Kiinan terästeollisuudessa, Suomen mobiiliteknologiassa tai Intiaan ulkoistetussa tietoteknologiassa. Globalisaatiosta ja sen vaikutuksista talouteen on kirjoitettu paljon, mutta varmaa on, että ihmiset, yhtiöt, alueet ja valtiot ovat nyt toisistaan riippuvaisia.

Esmerkin tavoitteena ei ole seurata paikallisia lähteitä jokaisesta maailman maasta, vaan varmistaa, että asiakkaamme saavat ajoissa tiedon liike-elämään vaikuttavista muutoksista niiden tapahtumapaikasta riippumatta.

DEREK COX  
MANAGING DIRECTOR  
ESMERK GROUP

KÄÄNNÖS: ALEKSI PURSIAINEN

## Sisältö:

Leena-Maija  
Meller

### Markkinat ja maine hallintaan mediaseurannan avulla

Saarioisten viestintäosasto kerää tietoa liiketoimintaympäristöstä ja yrityksen julkisuuskuvasta koko yhtiön tarpeisiin.



VH

[sivu 2](#)

### Kaikki irti intranetistä

Tietopalvelu on olennainen osa yritysten intranet-ratkaisuja. Tehokkaan viestinnän edellytyksenä on laadukas sisältö.



LK

[sivu 3](#)

## Esmerkissä tapahtuu

Esmerk siirtyy Sanoma Osakeyhtiön tytäryhtiöksi EU:n laajeneminen muuttaa yritysten tietotarpeita  
Esmerk ihmisiä: Calvin Foon Yong Keat

[sivu 4](#)

# Markkinat ja maine hallintaan media-seurannan avulla

**Elintarvikealan yrityksen täytyy kerätä tietoa toimintaympäristöstään ja valvoa julkisuuskuvansa.**

**S**aarioinen on yksi tunnetuimmista suomalaisista elintarvikevalmistajista. Samalla se on maamme valmisruokamarkkinoiden kiistaton markkinajohtaja.

Yhtiön valikoimassa on satoja tuotteita vähittäiskaupan ja suurkeittiöiden tarpeisiin. Pääasialliset tuoteryhmät ovat: tuoreet valmisruuat, siipikarja- ja lihatuotteet, marja- ja vihannessäilykkeet sekä jälkiruuat ja saattikastikkeet.

## Viestintäosasto valvoo imagoa

Ruoka on osa jokaisen ihmisen arkipäivää ja siihen liittyy usein voimakkaita tunteita ja mielikuvia. Alan yritykselle on tärkeää seurata, mitä siitä puhutaan. Saarioisten konserniviestinnän yhtenä tehtävänä onkin yhtiön yrityskuvan ja imagon vahvistaminen.

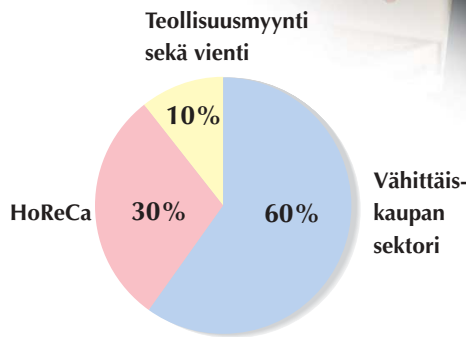
Kehittämisen ja viestintäpäällikkö Leena-Maija Meller kertoo, että he seuraavat tarkkaan kuinka yhtiö näkyy julkisuudessa. Tätä tietoa ei pantata, vaan se jaetaan avoimesti kaikkien nähtäväksi Santraksi nimeytyssä intranetissa.

Esmerk on tietysti viestinnän työkalu, mutta on myös tärkeää, että henkilöstö näkee, mitä ja missä Saarioisesta kirjoitetaan, toteaa Meller.

## Mielikuvien taidetta

Mellerin mukaan Saarioinen mielletään ennen kaikkea suomalaiseksi yhtiöksi. Siihen liitetään sellaisia määreitä kuin tutuus, turvallisuus, luotettavuus ja arjessa mukana oleminen. Perinteisyys ja toisaalta myös nykyaikaisuus korostuvat.

## Myynnin jakautuminen



**Leena-Maija Meller johtaa Saarioisten viiden hengen kehittämis- ja viestintäosastoa.**

Nimellään ja liikemerkillään yhtiö viestii maukkaasta ja korkealaatuisesta ruuasta sekä arvokkaista perinteistä ja vastuullisesta toiminnasta. Saarioisten päämääränä on tarjota hyvänmakuisia, kysyntää vastaavia sekä helposti käytettäviä ja turvallisia elintarvikkeita.

## Tietoa ja osaamista koko konsernin käyttöön

Vaikka varsinaisesta tuoteviestinnästä vastaakin Saarioisten markkinointi, niin viestintäosasto tukee myös sen toimintaa. Osasto vastaa viestinnän lisäksi henkilöstön kehittämisestä.

Koska omaa varsinaista tietopalvelua ei ole, niin viestintä palvelee talon muita yksiköitä tiedon hankinnassa. Tietoa haetaan muun muassa tuotekehityksen tarpeisiin.



**Saarioinen**

Vuonna 1955 perustettu, yksityisessä omistuksessa oleva, elintarvikealan konserni.

Emoyhtiö Saarioinen Oy, kotimaiset tytäryhtiöt: Liha-Saarioinen Oy, Ruoka-Saarioinen Oy, Saarioisten Säilyke Oy ja Saarioisten Keskuslähettämö Oy. Lisäksi Saarioinen Eesti OÜ ja AS Meleco Virossa sekä FinnSaar AB Ruotsissa.

Vientiä pääasiassa Baltian maihin, Ruotsiin, Venäjälle ja Saksaan.

Työntekijöitä yli 2100.

Liikevaihto noin 273 miljoonaa euroa.

[www.saarioinen.fi](http://www.saarioinen.fi)

TERHO REHMONEN

# Kaikki irti intranetistä

**Intranetien yleistyttyä ensi kertaa 1990-luvulla niiden pääasiallinen tarkoitus oli parantaa yritysten sisäistä tiedonkulkua. Cécile van der Weert kertoo, kuinka yritykset ovat nyt huomaamassa, mitä vaikutuksia on tietopalvelujen liittämällä Intranetiin.**



Kuva: Lehtikuva

**I**ntranet on yrityksen sisäisen kommunikaation tehostamiseen tarkoitettu tietoverkko, jollainen lähestulkoon kaikilla suurilla yrityksillä on käytössään. Mutta osaavatko ne ottaa intraneteistään kaiken hyödyn irti?

Kun suuryritykset ensi kertaa kiinnostuivat intraneteistä 1990-luvun puolivälissä, verkoista vastasivat yleensä IT-osastot tai tekninen henkilökunta. He tiesivät kyllä kaiken verkon teknisistä ominaisuuksista, mutta vähemmän sen luomista uusista tiedonvälityksen mahdollisuuksista.

## Vahva tiedonvälityksen väline

Kun tiedonvälityksen rooli intranetissä kasvoi, verkot kehittyivät entisestään ja yritykset ymmärsivät aiempaa selvemmin, kuinka tärkeä tiedon jakamiseen tarkoitettu verkkosivusto on. Sen jälkeen intranetiä on alettu pitää yhä enemmän paikkana, jossa jaetaan myös yhtiön ulkopuolelta tulevaa tietoa.

Esmerk Groupin toimitusjohtaja Derek Cox sanoo, että tällä hetkellä tärkeintä on oikean tiedon välittäminen henkilökunnalle oikeaan aikaan. Tämä on helposti toteutettavissa linkittämällä liiketoiminnalle olennaista tietoa intranetiin. Coxin mukaan tietopalvelut tekevät intranetistä erittäin hyödyllisen liiketaloudellisen työkalun.

## Täyttääkö tietopalvelujen tuottaja liiketaloudelliset tarpeesi?

Ihannetapauksessa intranetistä löytyy tietoa kilpailijoista, markkinasektorista sekä tärkeistä uutisista ja uusista tuotteista. Samalla kun yhä useampi yhtiö käyttää intranetiä tiedonvälitykseen, on huomattu, että linkittämällä taloudellista informaatiota intranetiin voidaan optimoida yrityksen ja henkilöstön tietämys ja siten parantaa yhtiön suorituskykyä.

## Uusi intranet

Intranet ei siis enää ole vain yhtiön sisäisen kommunikaation kanava. Siitä on kehitty-

nyt vahva tiedonvälityksen väline, jonka avulla henkilöstölle voidaan tuottaa kohdennettua informaatiota sekä yhtiön sisältä että ulkopuolelta. Tiedon tehokasta jakamista pidetään yhä tärkeämpänä tekijänä taloudellisen suorituskyvyn optimoinnissa ja kilpailukyvyn ylläpitämisessä. Nyt enemmän kuin koskaan on pysyttävä aikanansa edellä.

*Cécile van der Weert on markkinointikoordinaattori Englannin Esmerk Ltd:ssä. Hän on työskennellyt informaatioalalla neljä vuotta. Van der Weert on kielitieteen tohtori sekä englannin kielen ja kirjallisuuden maisteri.*

KÄÄNNÖS: ALEKSI PURSIAINEN

# Esmerkissä tapahtuu

## Esmerk siirtyy Sanoma Osakeyhtiön tytäryhtiöksi

SanomaWSOY-konserniin kuuluva Sanoma Osakeyhtiö yhtiöittää toimintojaan. Esmerk Oy siirtyy 1.1.2005 alkaen Startel Oy:n alaisuudesta suoraan Sanoma Osakeyhtiön tytäryhtiöksi. Yhtiöittämissuhteen tavoitteena on lisätä Sanoman liiketoiminnallista selkeyttä ja kustannustehokkuutta. Järjestelyllä ei ole vaikutuksia Esmerkin liiketoimintaan.

## EU:n laajeneminen muuttaa yritysten tietotarpeita

Kymmenen uutta jäsenvaltiota – Latvia, Liettua, Viro, Puola, Tshekki, Slovakia, Unkari, Slovenia, Malta ja Kypros - liittyy Euroopan Unioniin toukokuussa 2004. Uudet jäsenmaat eroavat nykyisistä EU-maista melkoisesti niin taloutensa, yhteiskuntarakenteensa kuin kulttuurinsakin suhteen.

Toukokuun ensimmäisen jälkeen EU-kansalaisia on yli 470 miljoonaa. Laajentumisen arvioidaan luovan työpaikkoja ja edistävän taloudellista kehitystä kaikissa jäsenmaissa.

Tiedon merkitys kasvaa laajentuvassa unionissa entisestään. Ajan tasalla pysyminen edellyttää myös uusien jäsenmaiden tilanteen seuraamista - eikä muutos koske ainoastaan kansainvälisillä markkinoilla toimivia organisaatioita. Yritysten tietotarpeet ovat muuttumassa toimialasta ja -alueesta riippumatta, jolloin myös organisaation tietopalveluiden päivittäminen voi käydä välttämättömäksi.

Jos haluat keskustella yrityksesi uutis seuranta-alueen päivittämisestä, niin ota yhteyttä lähettämällä sähköpostia osoitteeseen [esmerk@sanoma.fi](mailto:esmerk@sanoma.fi)

## Esmerkin työntekijät esittäytyvät.

### Esmerk ihmisiä:



**Calvin Foon Yong Keat**  
Tiedotustoimittaja, Malesia

Kuva: Tan Hui Theng

tieteen tutkinnon Malesian Kansallisesta Yliopistosta vuonna 1996. Minua suositteli tiedotustoimittajaksi eräs kurssikaverini, joka vieläkin työskentelee Esmerkillä. Ennen Esmerkiin tuloani olin tehnyt lukuisia erilaisia töitä, esimerkiksi erään IT-yhtiön markkinointijohtajana. Yksikään aiemmista tehtävistäni ei kuitenkaan ollut valmistanut minua työhön Esmerkillä, sillä yhtiöllä on Malesiassa vain harvoja kilpailijoita.

Työni Esmerkissä on hyvin virikkeellistä, sillä saan jatkuvasti omaksua uutta tietoa ja uusia uutisia. Minun on käytävä tiedot läpi ja sen jälkeen jalostettava ne hyödylliseksi informaatioksi yhtiöiden johdolle. Talouselämä on yhä selkeämmin ymmärtämässä ajankohtaisen tiedon tärkeyden, ja Esmerkin rooli on samalla kasvamassa, myös Malesiassa. Työni suurin haaste on kaiken uuden tiedon jalostaminen kiireen keskellä objektiivisesti ja siten, että kaikki tuotettu tieto on mahdollisimman relevanttia. On hienoa, että Malesian toimiston toimialue

kattaa samaan aikaan Singaporen kaltaisia merkittäviä talusalueita ja Nepal in kaltaisia kaukaisia seutuja.

Harrastan vaeltamista viidakossa ja telttailua moskiittojen keskellä tropiikin läkähdyttävässä kuumuudessa. Se on erittäin kasvattavaa. Pidän matkailusta ja olen kah-ta itäistä valtiota lukuun ottamatta käynyt kaikissa Malesian niemimaan maissa. Tulevaisuudessa haluaisin vieraila Italiassa ja Ranskassa; olen kuullut niin monia kiehtovia tarinoita näiden Euroopan maiden kansoista ja rikkaista kulttuureista.

Neljän Esmerk-vuoden jälkeen olen oppinut pitämään toimistoa toisena kotinani, jossa kahvi ja ihmiset ovat aina lämpimiä. Asiat luonnistuvat silloinkin, kun kaikki ei suju niin kuin pitäisi, koska Esmerkissä on osaavia ja avuliaita ihmisiä.

KÄÄNNÖS: ALEKSI PURSIAINEN

**Julkaisija** Esmerk Oy on osa SanomaWSOY-konsernia • **Toimitus** Timo M. Hämäläinen (vastaava toimittaja), Suomi, Maria Andersson, Ruotsi, Cécile van der Weert, Englanti • **Osoite** Esmerk Oy, PL 31, 00089 SANOMAT • **Puhelin** (09) 122 4322 • **Fax** (09) 122 4325 • **E-mail** [esmerk@sanoma.fi](mailto:esmerk@sanoma.fi) • **Internet** [www.esmerk.fi](http://www.esmerk.fi) • **Taitto** Wizzo Oy: Taina Kilpijärvi-Toivanen • **Paino** Käpylä Print Oy, Esmerk Quarter -lehti painetaan uusiopaperille • **Esmerk Quarter ilmestyy neljä kertaa vuodessa**

Seuraava Quarter ilmestyy syyskuussa 2004