



Kekkilä Ruukkukatteet  
Aikakauslehtikampanja  
huhti-toukokuu 2007

**KEKKILÄ**



# Kekkilän Ruukkukate kampanja

## **Kekkilä Oyj**

Markkinointipäällikkö Iia Adlercreutz

## **Mainostoimisto Dynamo Advertising**

Projektijohtaja Reeta Hietalahti

## **Mediatoimisto Carat Finland**

Elina Heinonen





Vastustamattomat ruukkukatteen  
ovat saapuneet lähikaappoihin.

Ruukkukate ei ainoastaan paranna kasvin ulkonäköä.  
Se saa myös mulan voimaan paremmin ja vähentää kastelutarvetta.  
Kekkilän kuutta erilaista katetta saa 1,5 ja 2 litran pakkauksissa  
kaupoista ja käyttövinkkejä löytyy osoitteesta [www.kekkila.fi](http://www.kekkila.fi)

**KEKKILÄ**







Vastustamattomat ruukkukatteen  
ovat saapuneet lähikaappoihin.



Vastustamattomat ruukkukatteen  
ovat saapuneet lähikaappoihin.



Ruukkukate ei ainoastaan paranna kasvin ulkonäköä. Se saa myös mullan voimaan paremmin ja vähentää kastelutarvetta. Kekkilän kuutta erilaista katetta saa 1,5 ja 2 litran pakkauksissa kaupoista ja käyttövinkejä löytyy osoitteesta [www.kekkila.fi](http://www.kekkila.fi)

## KEKKILÄ



Ruukkukate ei ainoastaan paranna kasvin ulkonäköä. Se saa myös mullan voimaan paremmin ja vähentää kastelutarvetta. Kekkilän kuutta erilaista katetta saa 1,5 ja 2 litran pakkauksissa kaupoista ja käyttövinkejä löytyy osoitteesta [www.kekkila.fi](http://www.kekkila.fi)

## KEKKILÄ





© 2014/15



Vastustamattomat ruukkukatteet  
ovat saapuneet lähikaappoihin.

Ruukkukate ei ainoastaan paranna kasvin ulkonäköä.  
Se saa myös mullan voimaan paremmin ja vähentää kastelutarvetta.  
Kekkilän kuutta erilaista katetta saa 1,5 ja 2 litran pakkauksissa  
kaupoista ja käyttövinkkejä löytyy osoitteesta [www.kekkila.fi](http://www.kekkila.fi)

**KEKKILÄ**



## Kampanjan sisältö lyhyesti

- Tavoitteena tehdä tunnetuksi kukkaistutuksiin ruukun pinnalle tarkoitettut uudet Kekkilä Ruukkukatteen: vastaavan tyyppisiä tuotteita on aiemmin myyty Suomessa ainoastaan no-name -tuotteina; kyseessä on siis uutuustuotelanseeraus.



## Kampanjan sisältö lyhyesti

- Mediaksi valittiin aikakauslehdet, joiden kohderyhmänä ovat sisustuksesta ja trendeistä kiinnostuneet 25-44 -vuotiaat naiset; ei rinnakkaisia medioita Kekkilän Kesäopasta (ilmaisjakelu jälleenmyyjien kautta, painosmäärä 270 000 kpl) lukuun ottamatta.
- Kampanja ajoittui kukkamullan vaihdon sesonkiin eli 6.3.-7.5.2007.



# Mediavalinnat

2007

Anna		15.3.	29.3.	19.4.	
Avotakka	7.3.				2.5.
Deko				3.4.	
Glorian Koti		13.3.			
Kodin Kuvalehti			29.3.		26.4.
Koti ja Keittiö			29.3.		
Kotiliesi	6.3.				
Kotipuutarha				2.4.	
Kotivinkki			22.3.		
Me Naiset		15.3.		19.4.	
Oma Piha	8.3.				
Talo & Koti		15.3.			
ET Kotipiha			27.3.		
Ruukkupuu			29.3.		
Viherpiha	7.3.				



## Mainostettava tuote lyhyesti

- Mitä, mihin tarkoitukseen?



# Kekkilä Ruukkukatteet



Jäänsininen Lasirae

Luonnonvalkoinen Koristekivi

Tiilenpunainen Tiilirae

Hiilenmusta, Savenpunainen ja Antiikinpunainen Puuhake

# Kekkilä Ruukkukatteen 1,5 l ja 2 l

- Milloin?** Ympäri vuoden ruokkustutusten pinnalle
- Kenelle?** Kaikille ruukkupuutarhan rakentajille ja viherkasvien ostajille
- Miten paljon?** 1 pakkaus / 2-3 pientä ruukkua

# Kekkilä Ruukkukatteet 1,5 l ja 2 l

## Myyntiargumentit!

Kekkilä Ruukkukatteella viimeistelet ruukkuistutukset ja vähennät kasvien kastelutarvetta.

Mullan pinta pysyy siistinä ja kasvi saa sopivan pienilmaston, kun mullan päällä on katekerros varastoimassa vettä.

Lämpimänsävyisillä puuhakkeilla täydennät kodin muuta sisustusta. Lasirakeella sen sijaan teet näyttäviä ja rohkeita asetelmia leikkokukille ja vesiaiheille. Luonnonvalkoinen Koristekivi sopii japanilaishenkisiin istutuksiin ja Tiilirae lasiastioihin hehkumaan lämpöä.





Uudet Kekkilä  
Ruukkukatteet korvaavat  
vuosikymmeniä ruukkujen  
pintoja peittäneen Lecasan.

Vedenpidätyskykynsä  
ansiosta Ruukkukatteet  
vähentävät myös  
kastelukertoja.



Kekkilä Ruukkukate sitoo kodin ruokkustutukset kauniilla tavalla osaksi muuta sisustusta.



Luonnonvalkoinen koristekivi on herkkäsävyinen ja hillitty kiviseos. Se sopii yhteen monenlaisten ja monen sävyisten kasvien kanssa.





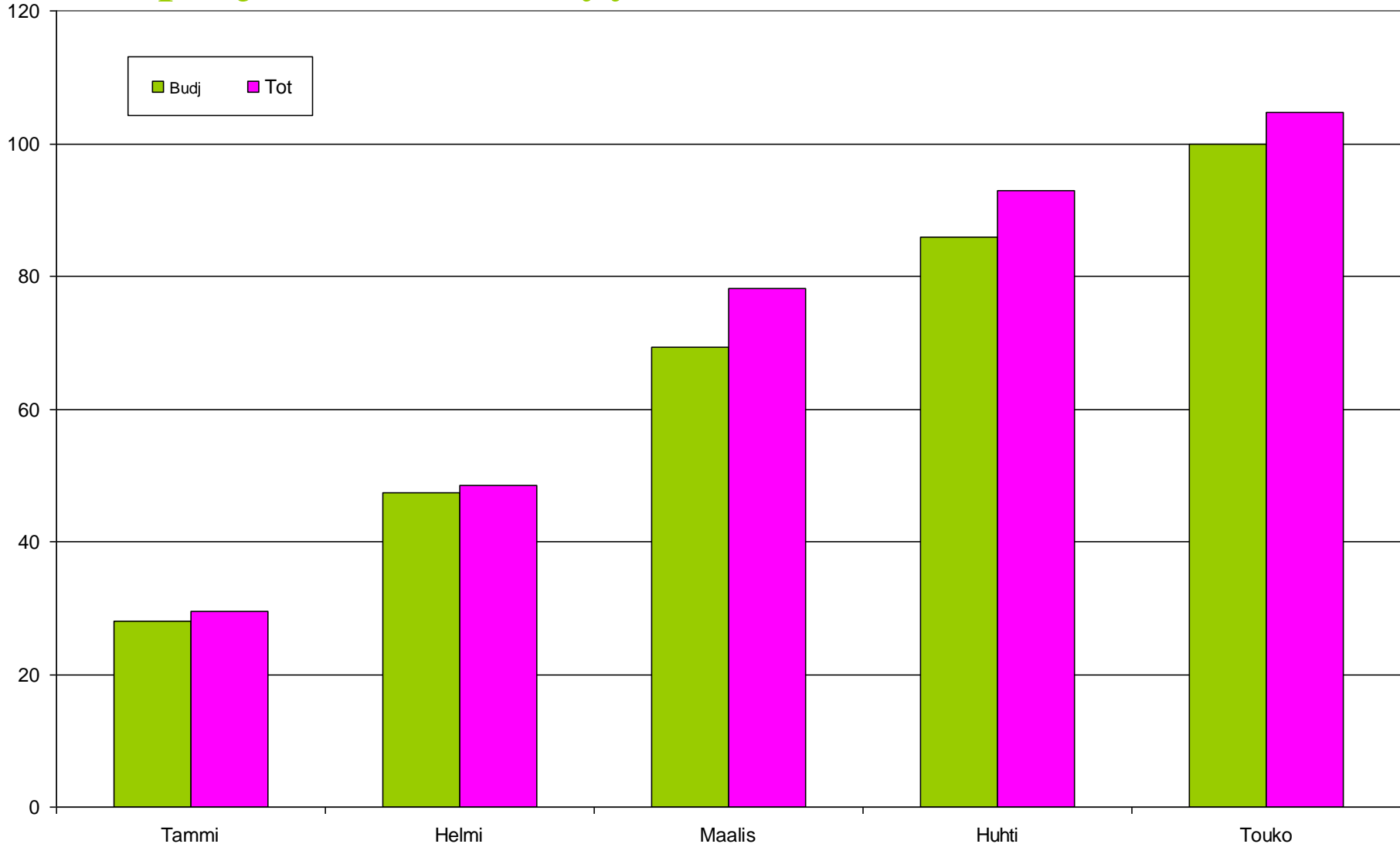
Auringon valossa lämpimästi  
hehkuva Tiilirae sopii hyvin  
erilaisiin lasiastiaistutuksiin.



Pienetkin vesielementit luovat  
parvekkeelle tai puutarhaan  
lisää tunnelmaa.



# Kampanjan vaikutus myynnillisesti



- Budjetti piti ja **budjetoitu vuosimyynni toteutui jo toukokuun lopussa**

## Kampanjan teho

- Budjetoitu vuosimyynti toteutui toukokuun lopussa
- Määriteltyä kohderyhmää (25-44 -vuotiaat naiset) paremmin mainos tavoitti +50 -vuotiaat lukijat; ryhmä, joka onkin aktiivisuudessaan ja kulutusvalmiudessaan kovaa vauhtia nousemassa kohderyhmäksi
- Medioiden huomioarvotutkimusten mukaan ilmoituksen huomioarvo oli keskitasoa (vrt. kooste tutkimusnumeroiden huomioarvotutkimuksista)



# AVOTAKKA; A-lehdet

## Tuoteryhmä

Product category

Asuminen, rakentaminen /  
Habitation, buildings

## Ilmoitus

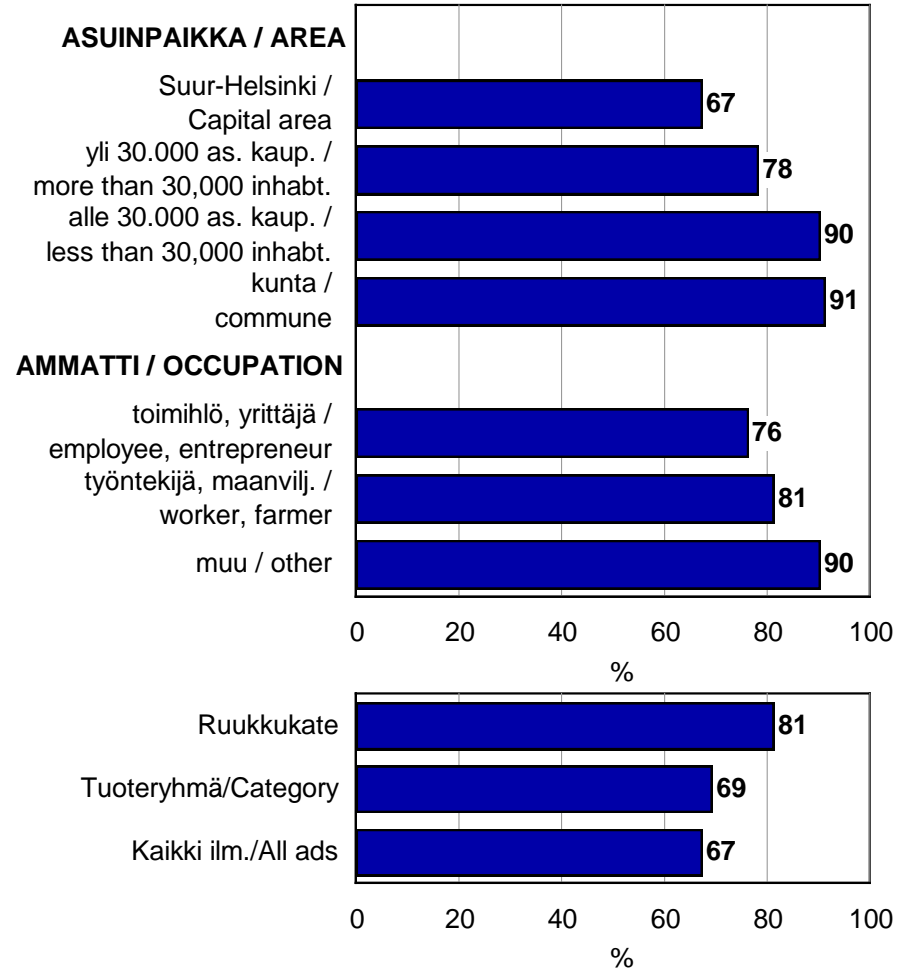
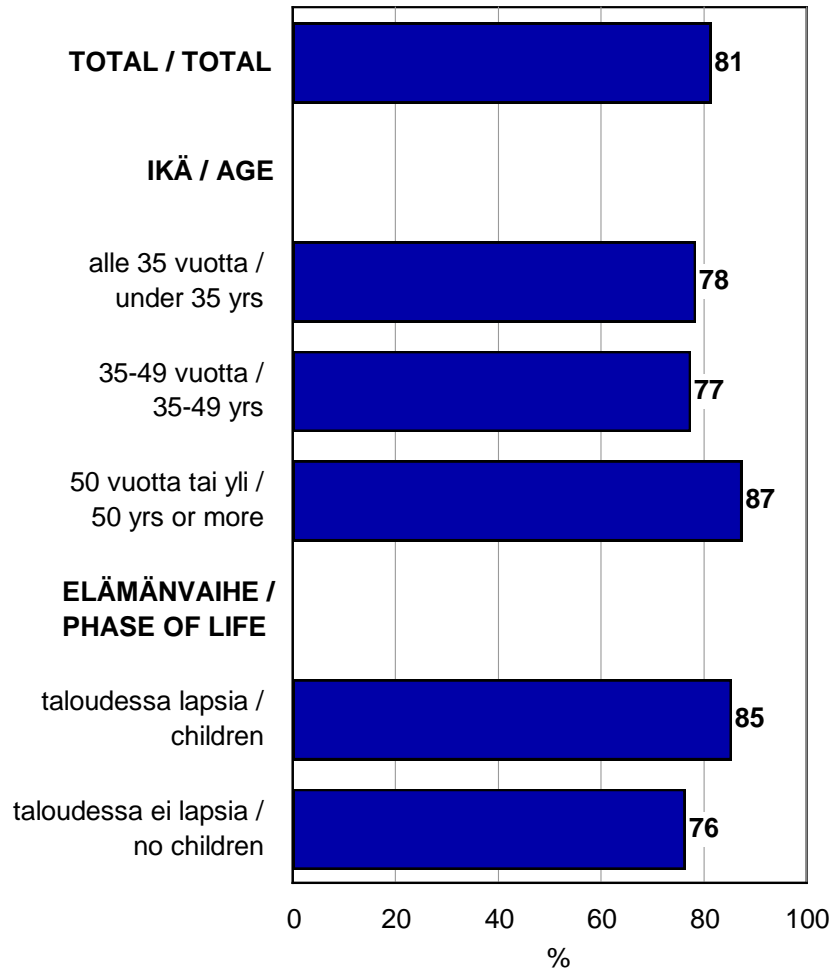
Ad

Kekkilä  
Ruukkukate

## Huomioarvo

Recognition value

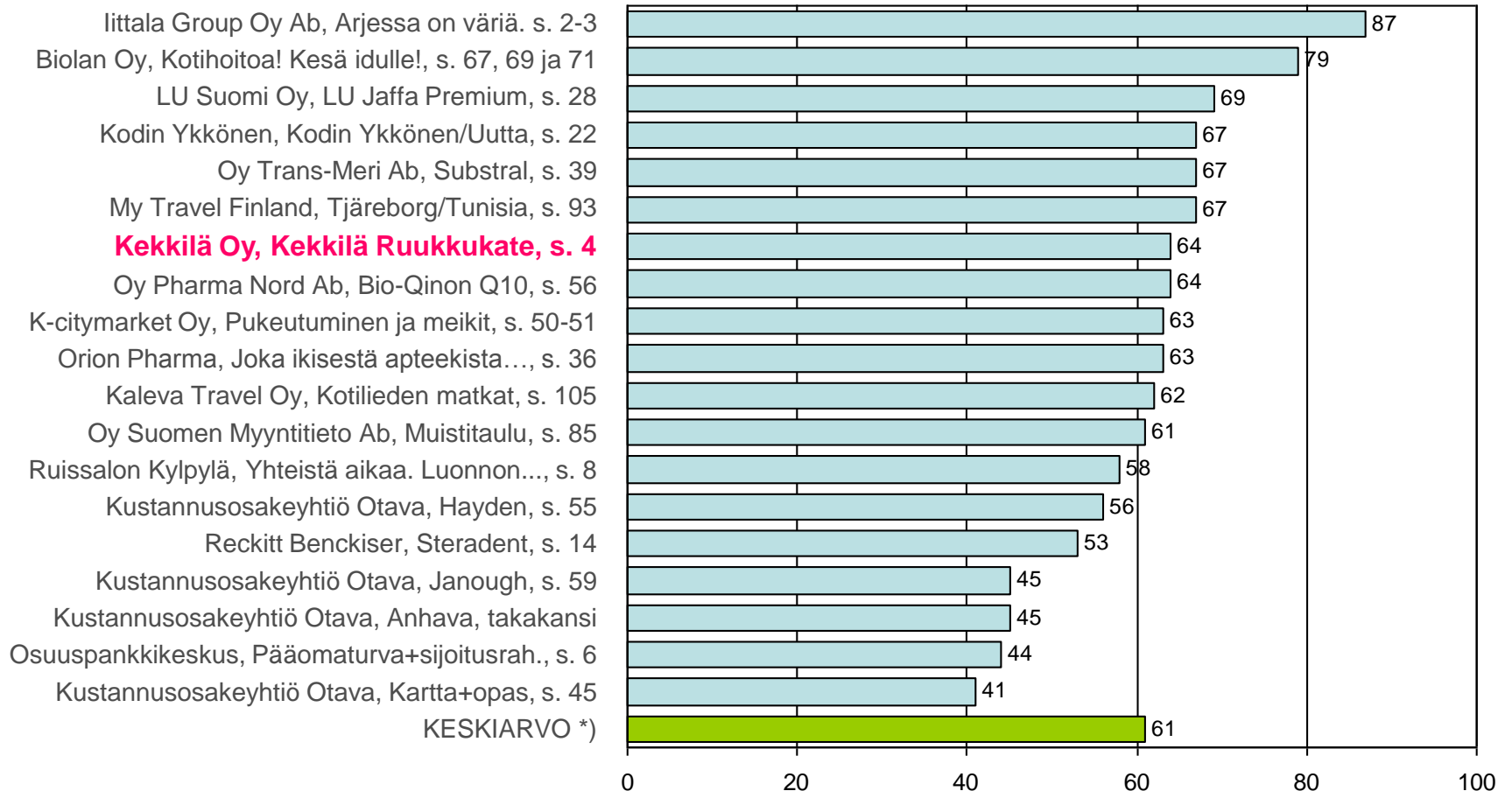
Naiset / Female, n=163





# KOTILIESI; Yhtyneet Kuvalehdet

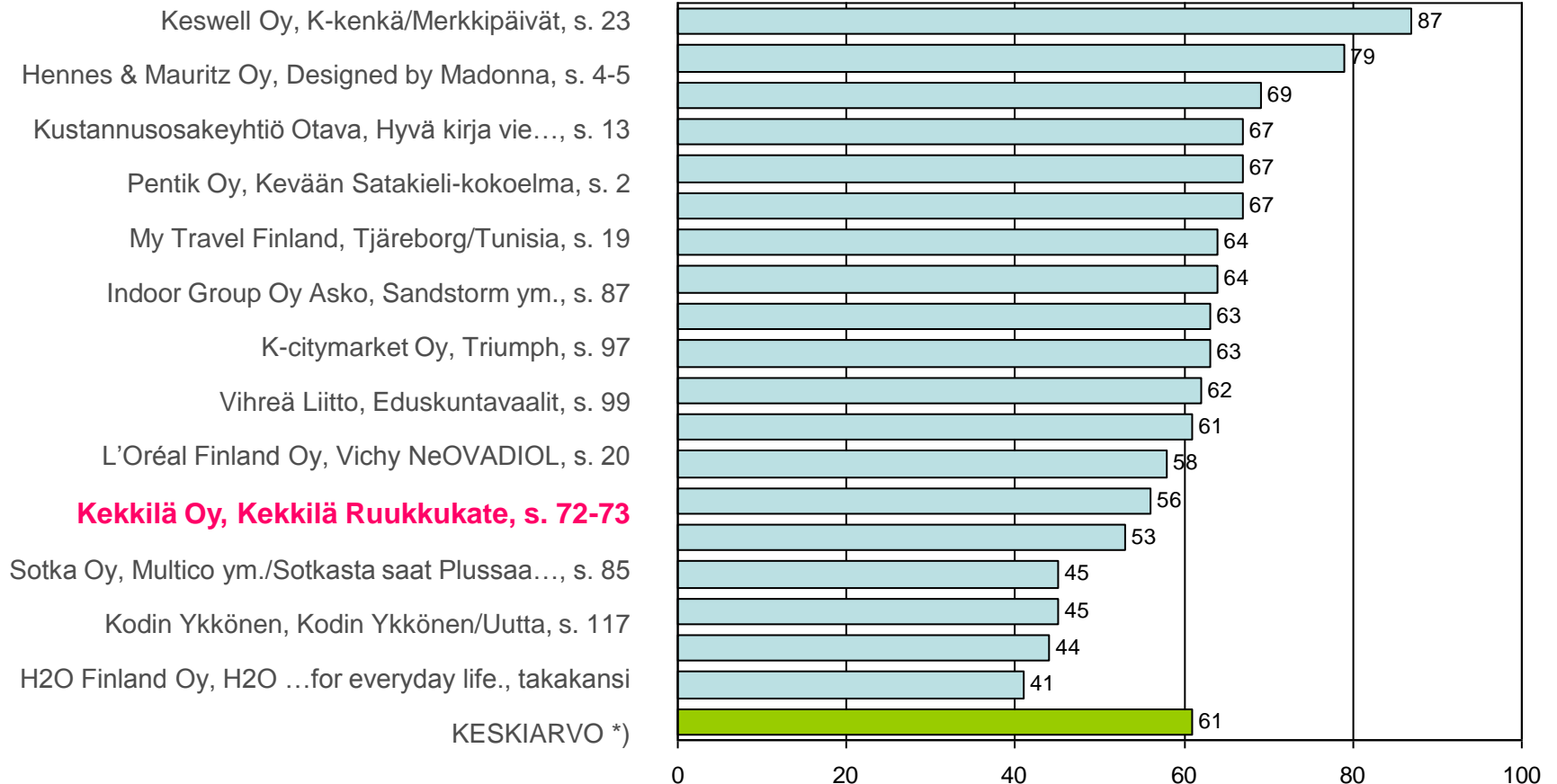
Kaikki tutkitut mainokset; Huomioarvot



\*) Lehden tässä numerossa tutkittujen mainosten huomioarvojen keskiarvo.

# ANNA; Yhtyneet Kuvalehdet

Kaikki tutkitut mainokset; Huomioarvot



\*) Lehden tässä numerossa tutkittujen mainosten huomioarvojen keskiarvo.

**KEKKILÄ**