



**INDOOR GROUP**

**Vahva perusta uuteen kehitysvaiheeseen**

Sievi Capitalin puolivuosisikatsauksen julkistustilaisuus 25.8.2020

# Veronica Lindholm, CEO

---

3.2020 - Toimitusjohtaja, Indoor Group  
2015 – 2019 Toimitusjohtaja, Finnkino Group  
2013 - 2015 Toimitusjohtaja, Mondelez Finland  
2010 – 2013 Chief Marketing Officer,  
The Walt Disney Company Nordic  
1999 – 2010 Marketing Director,  
Walt Disney Home Entertainment Nordic  
ja Walt Disney International

## Luottamustehtävät

2016 - Hallituksen jäsen, Nokian Renkaat

Koulutus KTM

# INDOOR GROUP

Olemme johtava kodin huonekalujen ja sisustustuotteiden vähittäiskauppias Suomessa ja Virossa. Konserniin kuuluvat vähittäiskauppaketjut Asko ja Sotka sekä sohvatehdas Insofa Oy. Lisäksi ketjuilla on omat verkkokaupat Suomessa, Virossa ja Latviassa.



- o "Antaa parhaan vastineen rahalle"
- o Helppo ja nopea asioida
- o Laaja ja kattava verkosto
- o Sotka profiloituu edullisilla tuotteilla ja kompaktilla tuotevalikoimalla
- o Sotkan asiakkaat ovat helppoutta ja edullisuutta arvostavia kuluttajia



- o Hyvin mietittyjä sisustuskokonaisuuksia
- o Hyvä hinta/laatu suhde
- o Aktiivisin ja luotettavin myyntityö
- o Asko toimii "kohtuuhintainen premium" -kategoriassa
- o Askon asiakkaat ovat laatutietoisia kodin sisustajia

## INDOOR GROUP

### Indoor Group Holding Oy (IFRS)

|                   | 2018  | 2019  |
|-------------------|-------|-------|
| Liikevaihto, MEur | 198   | 201   |
| Liikevoitto, MEur | 9,5   | 9,0   |
| Liikevoitto-%     | 4,8 % | 4,5 % |

### Henkilöstömme 2019

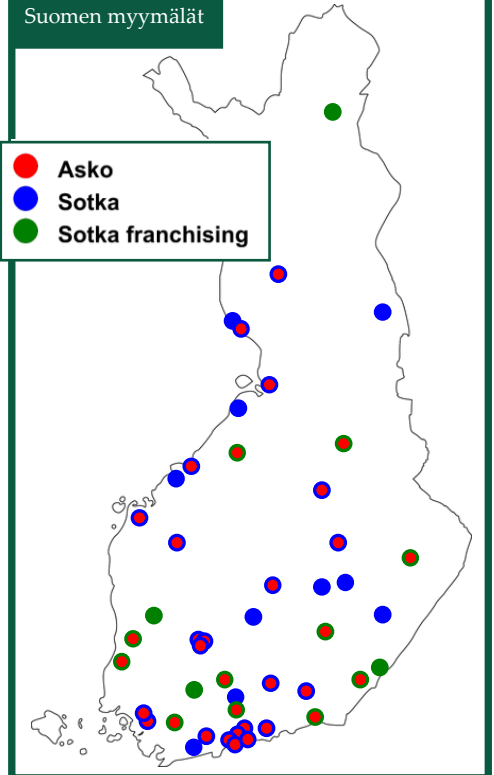
|                 |     |
|-----------------|-----|
| Indoor Group Oy | 632 |
| Insofa Oy       | 70  |
| Indoor Group AS | 53  |

### Verkostomme

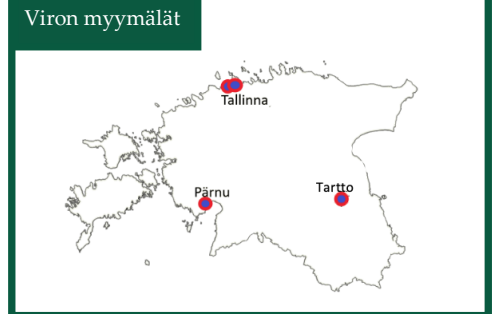
|                         |             |
|-------------------------|-------------|
| <b>Suomi</b>            | <b>Viro</b> |
| 36 Asko                 | 4 Asko      |
| 49 Sotka (16 Franchise) | 4 Sotka     |

**Yhteensä 85 + 8 = 93 myymälää**  
+ Verkkokaupat Suomessa, Virossa ja Latviassa

### Suomen myymälät



### Viron myymälät



KULUTTAJAKÄYTTÄYTYMISEN MUUTOS:

KULUTTAJAKÄYTTÖKSESSÄ NÄKYVY USEITA ALALLE LEIMALLISIA PIIRTEITÄ

**1** Ostamisen motiivit polarisoituvat.

**2** Kiertotalous on tullut jäädäkseen.

**3** Kotiin liittyvät hankinnat ja päätökset ovat sosiaalisen vaikutuksen piirissä.

**4** Kulutustottumusten muutos ei koske ainoastaan nuorta väestöä.

**5** Hankinnat keskittyvät tiettyihin elämänvaiheisiin ja hetkiin.

**6** Ideoiden etsiminen ja inspiroituminen ovat merkittävä osa asiakkaan polkua.

# INDOORILLA ON VAHVA PERUSTA, JOLTA PONNISTAA

Indoorin uudistus rakentuu vahvaa historiaamme, jonka vahvuudet nostamme strategiakaudella perustaksi, jonka varaan uudistuksemme rakentuu...

Kokenut ja osaava  
henkilöstö

Kotimaisuus ja vahva  
paikallinen läsnäolo

Tunnetut  
brändit

Oma sohvatehdas  
ja vahva käsityöläisyyden  
perinne

Vastuullisuus ja  
luotettavuus

**INDOOR**  
GROUP

# INDOOR 2025

Strategia 2021-2025

Indoor Groupin uudessa strategiassa on kolme keskeistä teemaa:

ASIAKAS

## EDELLÄ

Vastaamme asiakaskäyttäytymisen muutokseen vahvistamalla moni-kanavaista toimintamallia. Muutamme markkinointimallimme asiakkaille ymmärrettäväksi, puhuttelemme asiakasta hänen valitsemissaan kanavissa, ja kehittämme monikanavaista asiakaskokemusta kaikissa asiakkaan ja Indoorin kohtaamispaikoissa.

KAKSI VAHVAA

## BRÄNDIÄ

Asemoimme kaksi ikonista suomalaista sisustusbrändiä toisistaan erottuviksi ja eri kohderyhmiä puhutteleviksi. Asiakkaille on jatkossa tarjolla kaksi varteenotettavaa vaihtoehtoa. Asko vahvistaa asemaansa laadukkaiden sisustusratkaisujen aktiivisena tarjoajana ja Sotka asemoituu vahvemmin Suomen parhaan hinta-laatusuhteen tarjoavaksi hintajohtajaksi. Indoor Groupin jalansija markkinajohtajana vahvistuu asiakaskunnan laajentuessa.

YHTENÄINEN

## INDOOR

Harmonisoimme ketjuja tukevat prosessit ja keskusorganisaatiomme Indoor –tasoisiksi virtaviivaisiksi prosesseiksi. Ytimessä ovat uusi tuoteryhmäjohtamisen malli, uusi ERP, uudet asiakasdataratkaisut ja digitaaliset alustat, ostoprosessien harmonisointi sekä tehokas tilaus-toimitus -prosessi. Merkittävästi parantuvat prosessit mahdollistavat kannattavuuden selkeän kasvun.

# ASIAKKAAN POLKU



VERKON  
ROOLI  
VAHVISTUU

KIVIJALAN  
MERKITYS  
SÄILYY

- Indoorin kanavastrategia noudattaa uskollisesti "ole siellä missä asiakkaasi ovat"-ajattelua
- Koko asiakkaan inspiroitumisesta ostamiseen etenevää polkua helpottavat ratkaisut ja palvelut kehitetään sekä kivijalassa että verkossa.
- Hyödynnämme digitalisaation tuomat mahdollisuudet

ALAN PERINTEINEN TOIMINTAMALLI KÄSITTÄÄ TÄMÄN ALUEEN



Asiakkaan ostopolulle on päästävä mukaan jo heti alkuvaiheessa.

Panostamme vahvaan after sales processiin.

Asiakasymmärryksen ja asiakastiedolla johtamisen merkitys korostuu. Ansaitsemme asiakkaiden luottamusta ja käymme vuorovaikutteista keskustelua heidän kanssaan relevanteissa kanavissa. Tunnumme asiakkaamme ja räätälöimme heille kiinnostavia tuotteita/palveluja ostohistoriaan ja kiinnostukseen perustuen.

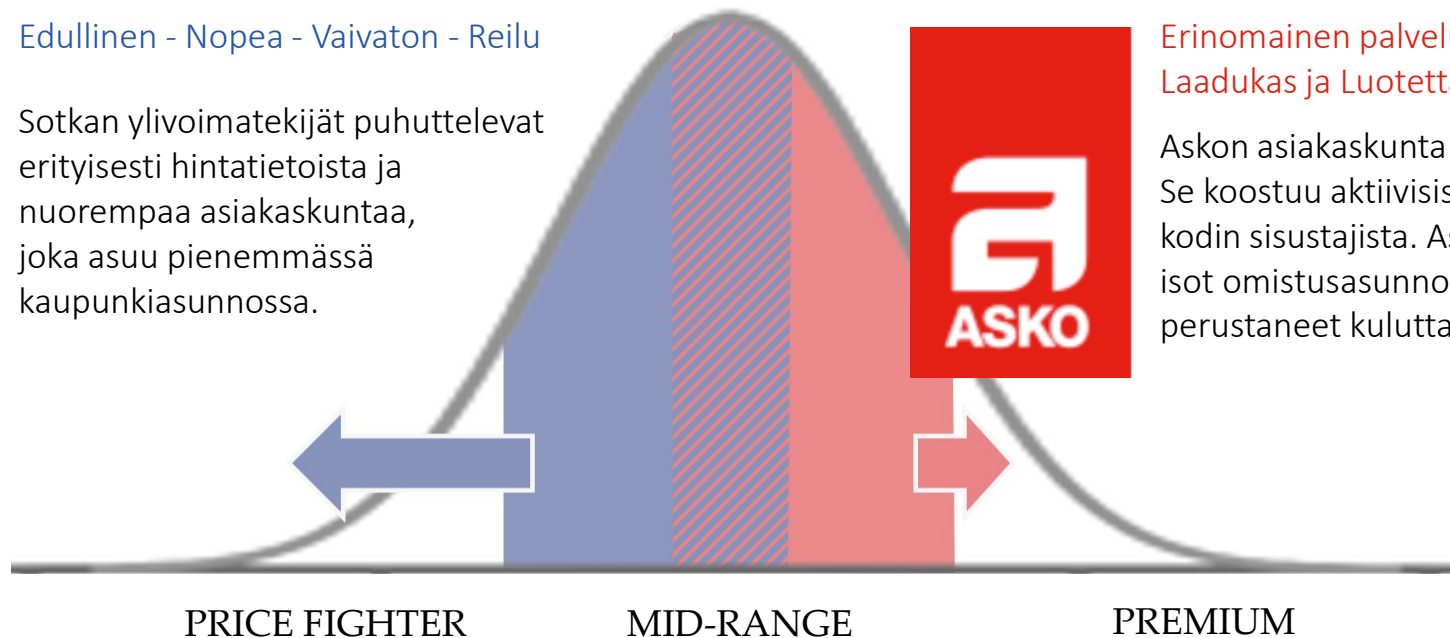
# KETJUT POSITIOITUVAT BRÄNDIEN UUSILLA ARVOLUPAUKSILLA

Indoor Group näkyy kuluttajille kahden selkeästi erilleen positioidun brändin alla. Brändeillä on erilainen asiakaskunta ja oma kommunikoinnin tapa. Brändien selkeän ja toisistaan erottuvan asemoinnin avulla Indoor Group laajentaa asiakaskuntaansa. Luomme brändeille selkeät tuoteryhmäjohtamisen mallit, kampanjastrategiat, hinnoittelumallin ja hintakommunikaatiomallin, jotka viestivät asiakkaalle asemoinnin muutoksen.



Edullinen - Nopea - Vaivaton - Reilu

Sotkan ylivoimatekijät puhuttelevat erityisesti hintatietoista ja nuorempaa asiakaskuntaa, joka asuu pienemmässä kaupunkiasunnossa.



Erinomainen palvelu - Kilpailukykyinen -  
Laadukas ja Luotettava - Ajan Hengessä

Askon asiakaskunta pysyy edelleen laajana. Se koostuu aktiivisista ja laatutietoisista kodin sisustajista. Asiakaskunnassa korostuu isot omistusasunnot ja perheen jo perustaneet kuluttajat.



# YHTENÄINEN INDOOR-PROSESSIARKKITEHTUURI

Indoor Groupin tuloksetekokyvylle on tärkeää, että kahden ketjun malli noudattaa yhdenmukaista ja yritystason näkökulmalla suunniteltua ja johdettavaa mallia. Seulomme ja monistamme parhaat taustatoimintojen ja prosessien käytäntömme yhdeksi, yhteiseksi Indoor-tasoiseksi tekemisen malliksi, joka tuottaa synergiaetuja ja kasvattaa sisäistä tehokkuutta. Harmonisoimme toimintaamme ja yhtenäistämme Indoor-tasoisesti yrityksen prosessiarkkitehtuurin ja IT-järjestelmät, tukitoiminnot sekä tuoteryhmäjohtamisen, ostojen ja logistiikan toimintamallit.

KAKSI VAHVAA  
BRÄNDIÄ

YKSI YHTENÄINEN  
INDOOR



# TALOUDELLISET TAVOITTEEMME

Vuosille 2021-2025 ajoittuvalla strategiakaudella tavoitellaan maltillista orgaanista kasvua ja huomattavaa parannusta kannattavuudessa

**INDOOR**  
GROUP

