Ruokakeskon henkilöstötiedote
4s, tabloid

vetoKETJUUN

Ruokakeskon ●●● 5/2001 ●●● henkilöstötiedote

Sinustako sähköisen huutokaupan huippuosaaja?

World Wide Retail Exhange on merkittävin kaupan alan sähköinen kauppapaikka maailmassa. Ruokakesko on ollut mukana jo yli 20 huutokaupassa, joista ensimmäisessä ostettiin erä kiwi-hedelmiä. Tästä väme keväänä tehdystä huutokaupasta saatiin merkittävää taloudellista hyötyä.

Tulevaisuuden näkymät hahmottavat kuvaa, että jatkossa tavaraa liikkuu maailmalla pitkin ja poikin, mutta ostaminen tapahtuu "kotoisasti" päätteen ääressä. Ruokakesko ostaa noin 50–60 eri maasta. Uusia tavarantoimittajia ja maita tulee lisää toiminnan kehittyessä. Haluaisitko sinä hyvä ruokakeskolainen sähköisen huutokaupan huippuosaajaksi. Ruokakesko voi tarjota mahdollisuuden lähteä pariksi kolmeksi kuukaudeksi Washingtoniin tekemään töitä ja oppimaan sähköistä kaupankäyntiä.

Harri Sivula näkee tämän uuden mahdollisuuden osana Ruokakeskon kansainvälistymistä. Tämä on ihan suoraa jatkoa meidän kansainvälisille yhteistyöile, joka aikoinaan aloitettiin ICA:n kanssa. Toistakymmentä vuotta jatkunut AMS-yhteistyö eurooppalaisten kaupan alan suuryritysten kanssa on hyödyntänyt sekä Ruokakeskoa että ruokakeskolaisia. Moni ruokakeskolainen on voinut hankkia kansainvälistä kokemusta työskentelemällä AMS-organisaatiossa. Nyt tarjoutuva mahdollisuus laajentaa kansainvälistymismahdollisuutta, Sivula toteaa.

Kesko on arvostettu yhteistyökumppani maailmalla. Esimerkiksi AMS-organisaatiossa keskolaiset ovat olleet kysyttyjä ja pidettyjä työntekijöitä. Ruokakeskosta löytyy osaamista, jota Euroopassa arvostetaan.

Ruokakeskon asettamat tavoitteet jäsenyydelle WWRE:ssä ovat sekä kaupalliset että koulutukselliset. Jäsenyys WWRE:ssä merkitsee väylää hankintatoiminnan tehostamiseksi. Sitä kautta Ruokakesko saa myös käyttöönsä maailman parhaat ja modernimmat käytännöt ja välineet. Henkilökunnan osallistuminen työskentelyyn ulkomailla WWRE:n toimipisteissä kanavoi kansainvälistä osaamista Ruokakeskoon, mikä on ensiarvoisen tärkeää yhä kansainvälistyvän toiminnan kautta.

Ruokakeskon yhdeksi kasvutavoitteeksi on asetettu laajentuminen ulkomailla, mistä on hyvänä esimerkkinä kasvava toiminta Baltiassa.

ILMOITTAUTUMINEN

Jos olet kiinnostunut käytännön opiskelusta sähköisen kaupankäynnin parissa, ota yhteys tiimiilä tai puhelimitse Ruokakeskon henkilöstöpäällikkö Pekka Svanijungiin p. 22123. Häneltä saat asiasta lisätietoja.

Sähköinen tunnelma täytti Aiju Asikaisen huoneen elokuisena torstaina, kun Pirjo Paldanius, Risto Virta ja Lauri Miettinen kokoontuivat seuraamaan suolapähkinän hinnan muodostumista huutokaupassa, jossa AMSin toimesta ostettiin 2,8 miljoonaa suolapähkinäpussia. Ruokakeskon osuus tästä ostettavana olleesta erästä oli noin 500 000 pussia. Ruokakeskon kanssa yhteistyössä ostotarjouksen tekivät Puolan Ahold, Hakon Norjasta, Dansk Supermarked Tanskasta ja ICA Ruotsista. Runsaan parin tunnin kaupanteon jälkeen voitiin todeta, että säästöä jäi jokaisen ostajan pussiin reilusti. Näyttöpäätteeltä pystyi seuraamaan reaaliajassa, miten tavarantoimittajat pähkinöitään hinnoittelivat. Lopullinen ostohintakin rävähti ruutuun, kun kaupanteko oli päättynyt. Peanuts-juttu!

Saksalainen Matthias työskenteli Lähikeskossa

Yliopistossa taloutta Saksassa opiskeleva Matthias Schlecker on kuin kotonaan Lähikeskon maisemakonttoritiloissa Katajanokalla. "Matti" on helppo paikallistaa maisemasta. Vilkkaasti elehtien, hieman suomea murtaen hän selvittää puhelimessa seikkaperäisesti, mistä tiedostosta mikin tieto löytyy. Matthias oli kahden kuukauden työharjoittelussa Lähikeskossa.

- Kaikki kaverit lähtivät opiskeluun kuuluvaan työharjoitteluun esimerkiksi Englantiin tai jäivät kotimaahan. Minua ihmeteltiin, että miksi Suomeen, Matthias toteaa. Hän kertoo naureskellen että opiskelijakaverit kysyivät ihmetellen että osaako hän edes maan kieltä. Hän on varma, että hänellä on paljon enemmän kerrottavaa työharjoittelustaan kuin kavereillaan.

Kunnon töitä

Matthiaksen tie Lähikeskoon harjoittelemaan onnistui osittain sukulaissuhteen avulla, mutta edellytti se oma-aloitteisuutta myös häneltä.

Suomalaisittain Matti antaa runsaasti kehuja kaikille läheisille työkavereilleen. Hän koki, että hänet otettiin heti mukaan tiimiin. Hän on myös päässyt tekemään oikein kunnon töitä. Pikkolo-ketjun nettisivut ovat Matthiaksen käsialaa. Samoin hän on paneutunut Lähikauppa-ketjun kauppiaiden sähköpostiosoitteiston luomiseen. Suomeenkin rantautumassa olevan Lidl-ketjun kaupat ovat Matthiakselle tuttuakin tutummat, koska opiskelijana hän suosii edullisia ostopaikkoja. Lähikeskolle Matthias teki selvityksen Lidl-konseptista.

Matthiaksen vilkas olemus on tuonut piristyksen Lähikauppa-ketjuun.

Pirkka puhuttaa ja antaa aihetta aika moneen kuluttajapalveluun tulevaan yhteydenottoon. Yksi hauskimmista yhteydenotoista koski helmeä. Muuan asiakas oli löytänyt Pirkka-simpukkapurkista helmen, jonka löytäjä kävi arvioittamassa kultasepän liikkeessä. Suurta rahallista arvoa helmellä ei ole. Löytäjälleen helmi on onnea tuottava aarre, jonka hän aikoo säilyttää.

Pirkka-imagomainos on jakanut mielipiteitä. Siis se, jossa mies kehua retostelee pöytäseuralaiselleen eksoottisilla ruokakokemuksillaan. "Olen nähnyt mainoksen kymmenia kertoja, mutta se jaksaa silti naurattaa joka kerta. Ja mikä parasta, tuollaisia tyyppejä näkee yllättävän usein. Ehdottomasti kuukauden mainos!" Luonnehti mies Tampereelta mainosta Kuluttajapalveluun lähettämässään palautteessa.