

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä Mari Polvinen	
Työn nimi IKEA Kuopion markkinoinnin kehittäminen kauppakeskusympäristössä	
Päiväys	27.11.2014
Sivumäärä/Liitteet	51
Ohjaajat Minna Tarvainen ja Anneli Juutilainen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) IKEA Kuopio	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyössä tutkitaan kuinka IKEA Kuopion tavaratalon markkinointia voisi kehittää, kun sen toimintapaikkana on kauppakeskus. IKEA Kuopio toimii Kauppakeskus Matkuksen yhteydessä ja se on Suomen ensimmäinen kauppakeskusyhteyteen rakennettu IKEA-tavaratalo. Toimeksiantajayrityksessä oli huomattu, että kauppakeskusympäristö luo omanlaiset haasteensa tavaratalon paikalliseen markkinointiin. IKEA Kuopion tavoite toimintavuodelle 2014 oli luoda tavaratalolle yhteinen malli yhteistyöhön ja markkinointiin Kauppakeskus Matkuksessa, mutta tavoite jäi kuitenkin suurelta osin toteuttamatta. Tämän työn tavoitteena oli tutkimuksen kautta luoda IKEA Kuopiolle kehityssuunnitelma kauppakeskusmarkkinointiin, joka olisi mahdollista toteuttaa toimeksiantajaorganisaatiossa.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, joka oli tutkimuksellinen kehittämistyö. Tiedonkeruu menetelminä työssä käytettiin teemahaastatteluita ja havainnointia. Lisäksi kehityssuunnitelmassa hyödynnettiin toimeksiantajan aiheeseen liittyvää materiaalia. Työn teoreettisen viitekehyksen tutkimukseen muodosti kauppakeskusmarkkinoinnin eri osa-alueet. Teemahaastatteluissa ja havainnointitilanteessa saaduista tuloksista muodostettiin SWOT-analyysi, jossa tiivistyi IKEA Kuopion kauppakeskusmarkkinoinnin ja yhteistyön nykytila heikkouksien ja vahvuuksien kautta sekä tulevaisuuden uhat ja kehitysmahdollisuudet.</p> <p>IKEA Kuopion kehitysmahdollisuudet kauppakeskusmarkkinointiin ja yhteistyöhön Kauppakeskus Matkuksen kanssa selvisivät tutkimuksessa. Kehityssuunnitelman tavoitteiksi asetettiin IKEA Kuopion markkinointitoimenpiteiden lisääminen Kauppakeskus Matkuksessa ja yhteistyökuvion selkeyttäminen. Kehittämiskohteiksi valittiin yhteistyövastuun keskittäminen yhdelle henkilölle IKEA Kuopion organisaatiossa, kauppakeskuksen tapahtumamarkkinointiin osallistuminen, IKEA Kuopion näkyvyyden lisääminen kauppakeskuksen tiloissa ja kauppakeskuksen markkinointiviestintäkanavien hyödyntäminen. Tutkimuksen perusteella muodostettu kehityssuunnitelma on konkreettinen ja hyödynnettävissä toimeksiantajayrityksessä.</p>	
Avainsanat IKEA, Matkus Shopping Center, Kauppakeskusmarkkinointi, Yhteistyö, Markkinoinnin kehittäminen	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author Mari Polvinen			
Title of Thesis Developing the marketing of IKEA Kuopio in the shopping center surroundings			
Date	27.11.2014	Pages/Appendices	51
Supervisors Minna Tarvainen and Anneli Juutilainen			
Client Organisation /Partners IKEA Kuopio			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis was to find out how IKEA Kuopio's marketing in shopping centre surroundings could be developed. IKEA Kuopio is located in the same complex as Matkus Shopping Center and it is the first IKEA store which operates in a shopping center surroundings in Finland. A shopping center as a business location brings its own challenges to IKEA's marketing in a local level. This was notified in IKEA Kuopio's organisation and their one objective for the fiscal year 2014 was to create a operations model for marketing and cooperation with Matkus Shopping Center. However, the objective was not fully achieved during the fiscal year. The main objective of this research was to create a development plan for IKEA Kuopio's shopping center marketing which would be beneficial for the organisation.</p> <p>The research method of this thesis was qualitative. Theme interviews and observation were used for data collection and also the organisation's own material was exploited for the development plan. The theoretical framework of the research was shopping center marketing. The results of the interviews and observation were presented in form of a SWOT analysis. The SWOT model shows IKEA Kuopio's current weaknesses and strengths in the shopping center marketing and the future threats and development possibilities for the marketing decisions in the shopping centre surroundings.</p> <p>The development areas of IKEA Kuopio's local marketing in the shopping center surroundings were recognised from the results of this research. Two main objectives of the development plan are to increase IKEA Kuopio's marketing actions in Matkus Shopping Center and to clarify cooperation with the shopping center organisation. The development objects of the plan are as follows: concentrating the cooperation responsibility for an person in IKEA Kuopio's organisation, participation in event marketing with the shopping center, increasing IKEA store coverage in the shopping center and exploiting Matkus Shopping Center's channels for marketing communications. The development plan of this thesis is concrete and exploitable in IKEA Kuopio's organisation.</p>			
Keywords IKEA, Matkus Shopping Center, Marketing shopping centres, Cooperation, Marketing development			

