

Huonekalukauppa kiteytti alan markkinoinnin pelisääntöjä

Suomen Huonekalukaupan Liitto yhdessä alan muiden toimijoiden kanssa kokoontui toukokuun alussa yhteiseen Round Table –tapaamiseen yhteisten markkinointipelisääntöjen vahvistamiseksi alalle. Round Tablessa todettiin, että SHKL ei ota kantaa alan yksittäisten toimijoiden markkinointiin, mutta kiteytti toimintatapoja alan kokonaispelisääntöjen tasolla.

-Kuluttajansuojalaissa on määritelty markkinoinnin säännöt. Oletusarvona on, että toimijat noudattavat lakia, ja että mainoksissa kerrotaan vain sellaista, mikä on totta, toteaa SHKL:n puheenjohtaja Seppo Laine.

- Markkinointi voi ja sen pitääkin olla räväkkää, mutta kuluttajia ei saa koskaan johtaa harhaan esimerkiksi jatkuvilla alennuskampanjoilla tai tarjoustuotteilla, joita ei voi kuitenkaan ostaa. Tuotteiden lähtöhinnointelu sinällään on kuitenkin jokaisen yrityksen oma asia.

Kaikki alan suurimmat ketjut sitoutuivat linjattuihin pelinsääntöihin. Markkinoinnin oikeellisuutta tullaan testaamaan liiton jäsenten osalta koeostoin.

Mielikuvaa ontuvista huonekalutoimituksista oikaistaan tiedottamisella

Huonekalukauppaa kritisoidaan julkisuudessa toimituksien virheellisyydestä ja usein asiakkaalla on jo valmiiksi negatiivinen odotus toimituksen onnistumisesta. Kaupan kokemukset ovat kuitenkin osoittaneet, että virhetoimitusten osuus on käytännössä vain muutama promille kaikista toimituksista. SHKL toteuttaa toimitusvarmuudesta kyselyn, jonka tulokset julkaistaan kesän alussa.

- Kritiikkiin voidaan vastata parantamalla asiakastiedottamista aiheesta ja tietenkin korjaamalla mahdolliset virheet toimitusketjussa, sanoo Seppo Laine.

Lisätietoja:

SHKL ry, hallituksen puheenjohtaja Seppo Laine, seppo.laine@vepsalainen.com tai 050 573 4417.

SHKL ry, toimitusjohtaja Arja Tammi, arja.tammi@formamessut.fi tai 010 820 9801.