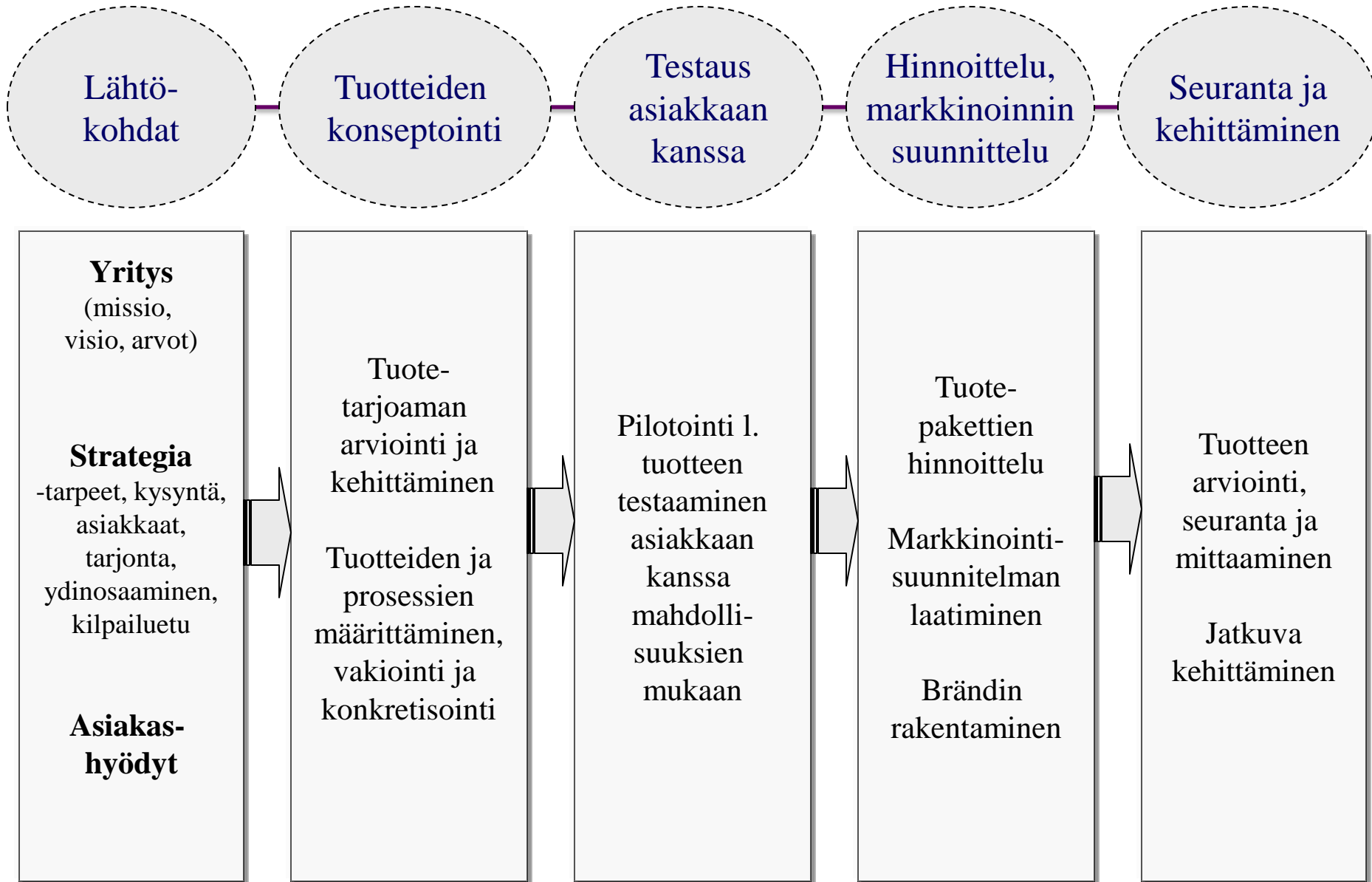


Keskisuomalainen Ruokakulttuuri- seminaari III

Markkinakohderyhmän ja –alueen ymmärtäminen
elintarvikkeiden tuotekehitys- ja markkinointityössä

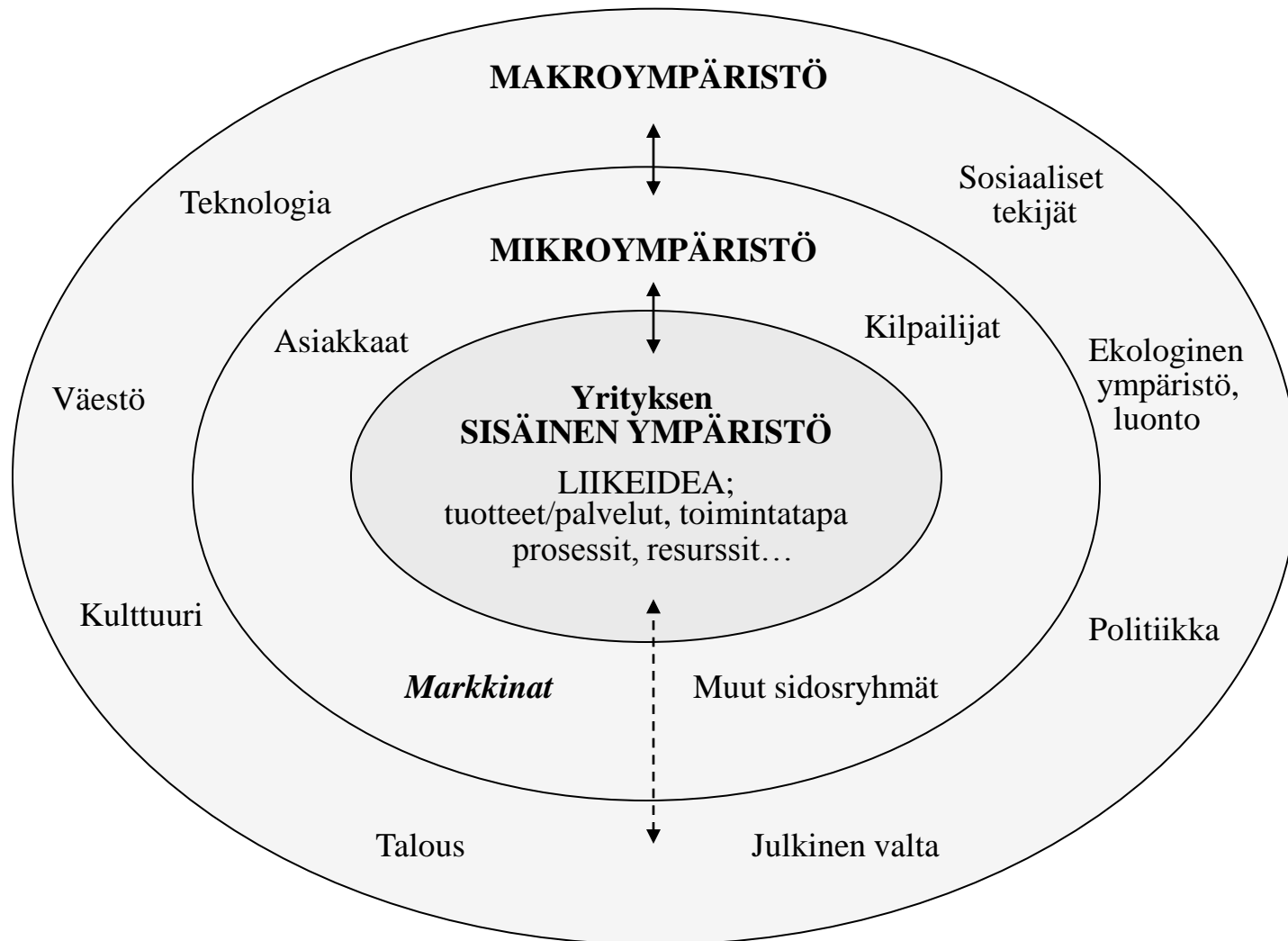
Arto Vidgren Ediple Oy

Tuotteistaminen prosessina



Toimintaympäristön kartoitus

Ympäristössä on erilaisia voimia, jotka vaikuttavat yrityksen kykyyn toimia ja kehittää uusia tuotteita ja palveluja markkinoille.



Toimintaympäristön analyysit

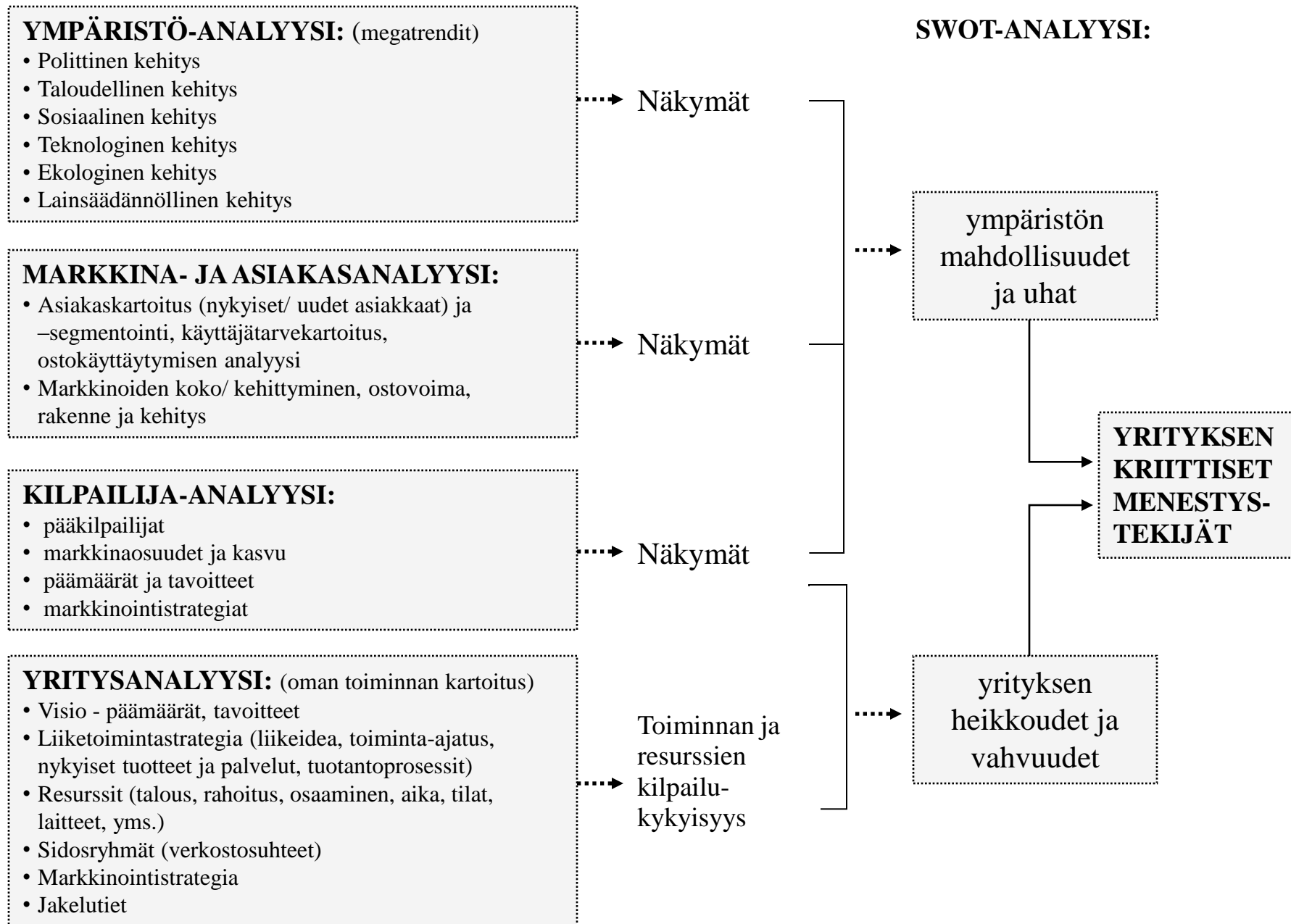
Toimintaympäristöä koskevat näkökulmat voidaan jakaa seuraaviin analyysityökaluihin:

- Ympäristötekijöiden kartoitus- ja muutosanalyysit
 - Trendi- ja PESTEL-analyysit (toimintaympäristön ja ympäristötekijöiden muutosten tarkastelu ja analysointia tulevaisuuteen)
- Sidosryhmäanalyysit (keskeisten sidosryhmien tunnistaminen, analysointi ja yhteisen toiminnan suunnittelu)
 - Asiakasanalyysi (segmentointi, tarvekartoitus, ostokäyttäytyminen)
 - Verkostokumppanianalyysi
- Kilpailija- ja toimiala-analyysit (toimialan kilpailutilanne)

SWOT -analyysi

- **SWOT** –analyysi on kokoava työkalu analysoida yritystä ja sen toimintaympäristöjä.
- *SWOTin* pääkohdat ovat
 - **Vahvuudet ja heikkoudet** ovat yrityksen sisäisiä tekijöitä.
 - **Mahdollisuudet ja uhat** ulkoisia tekijöitä ja liittyvät yrityksen mikro- ja makrotasoihin.
- Yhteenveto analyysin tulosten perusteella ja niistä toimenpiteistä,
 - miten vahvuudet voidaan hyödyntää monipuolisesti yrityksen toiminnassa,
 - miten heikkouksia voidaan parantaa,
 - miten lähitulevaisuuden mahdollisuudet voidaan mahdollisimman hyvin hyödyntää yrityksen toiminnassa ja
 - kuinka toimintaympäristön uhat voidaan torjua ja kuinka huomioit ne toiminnan suunnittelussa.

Erillisanalyyseistä yhteenvetoanalyysiksi



Yrityksen SWOT -analyysi

Vahvuus voi olla:

- Uusi, innovatiivinen tuote tai palvelu
- Liiketoimintasi sijoittuminen
- Ainutlaatuinen prosessi ja toimintatapa
- Muut näkökohdat, jotka lisäävät tuotteesi tai palvelusi arvoa
- Oma resurssit (osaaminen, tilat, laitteet, pääoma jne.)

Heikkoudet voivat olla:

- Samanlaiset tuotteet ja palvelut (esim. suhteessa kilpailijoihisi)
- Liiketoimintasi taso
- Tuotteiden ja palveluiden huono taso tai heikentynyt maine
- Resurssien puute (osaaminen, tilat, laitteet, pääoma jne.)

Mahdollisuus voi olla:

- Markkinoiden kehittyminen kuten internet ja sosiaalinen media
- Siirtyminen uusille markkina-alueille, jotka tarjoavat lisätuottoa
- Uudet kansainväliset markkinat
- Tehottomien kilpailijoiden hallitsemat markkinat
- Uusi teknologia
- Uudet ekologiset ratkaisut

Uhka voi olla:

- Uusi kilpailija kotimarkkinoillasi
- Hintakilpailu
- Kilpailijalla on uusi tuote/palvelu
- Kilpailijoilla on erityinen pääsy jakelukanaviin
- Verotusta esitetään tuotteillesi tai palveluillesi

Asiakasanalyysi

Tärkeimmät kysymykset:

- ketkä ovat mahdollisia asiakkaitani?
- paljonko niitä on valitsemallani alueella?
- millaisiin ryhmiin (segmentteihin) asiakkaat voidaan jakaa?
- mikä on asiakaskohderyhmän koko ja kasvumahdollisuudet?
- millaisia tarpeita eri asiakaskohderyhmillä on?
- miten tavoitan asiakkaat?
- paljonko asiakkaat ovat valmiita maksamaan tuotteestani/ palvelustani?
- miksi asiakas ostaisi mieluummin minulta kuin kilpailijaltani?
- mikä on asiakassuhteen arvo yritykselle?
- millainen on asiakaskohderyhmien ostokäyttäytyminen?

Asiakassegmentointi

Tavoitteet:

- tarpeiden ymmärtäminen
- yhtenäinen tuote-/palvelutarjonta
- markkinoinnin kohdentaminen

Vaiheet:

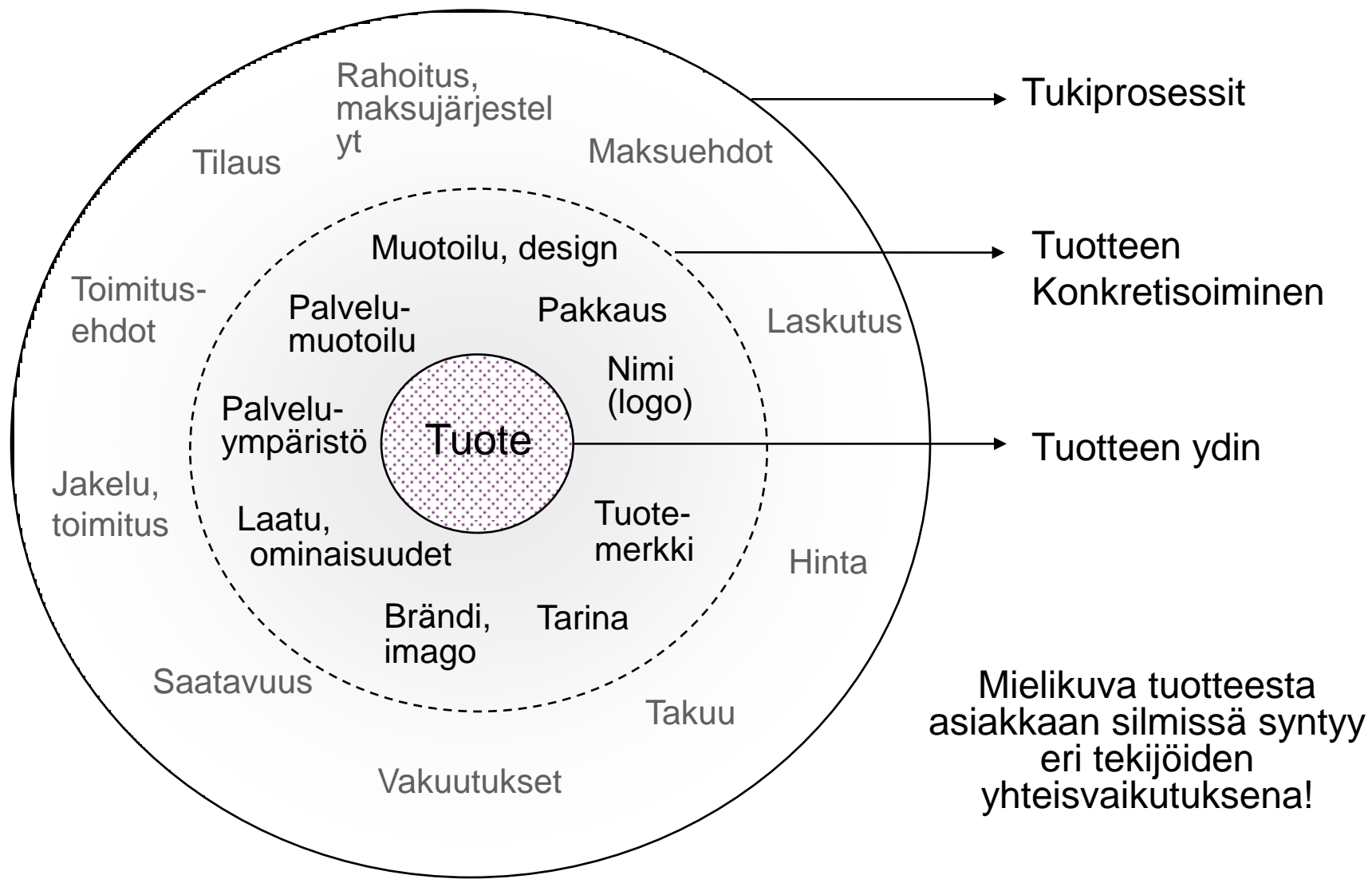
1. kohdeasiakkaiden valinta

- kriteerien määrittäminen
- asiakasryhmien tunnistaminen

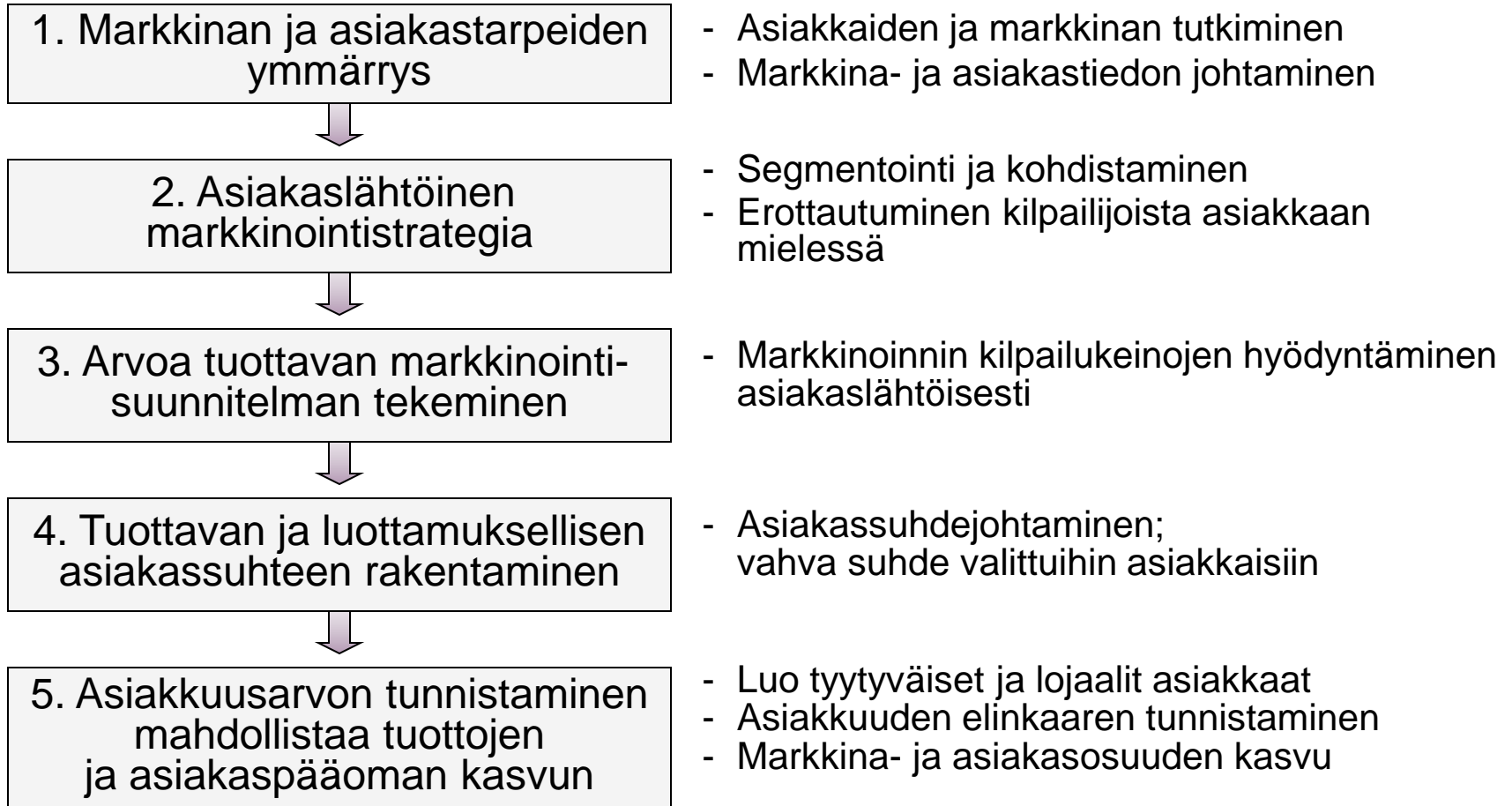
2. toimenpiteiden määrittely kohdeasiakkaille

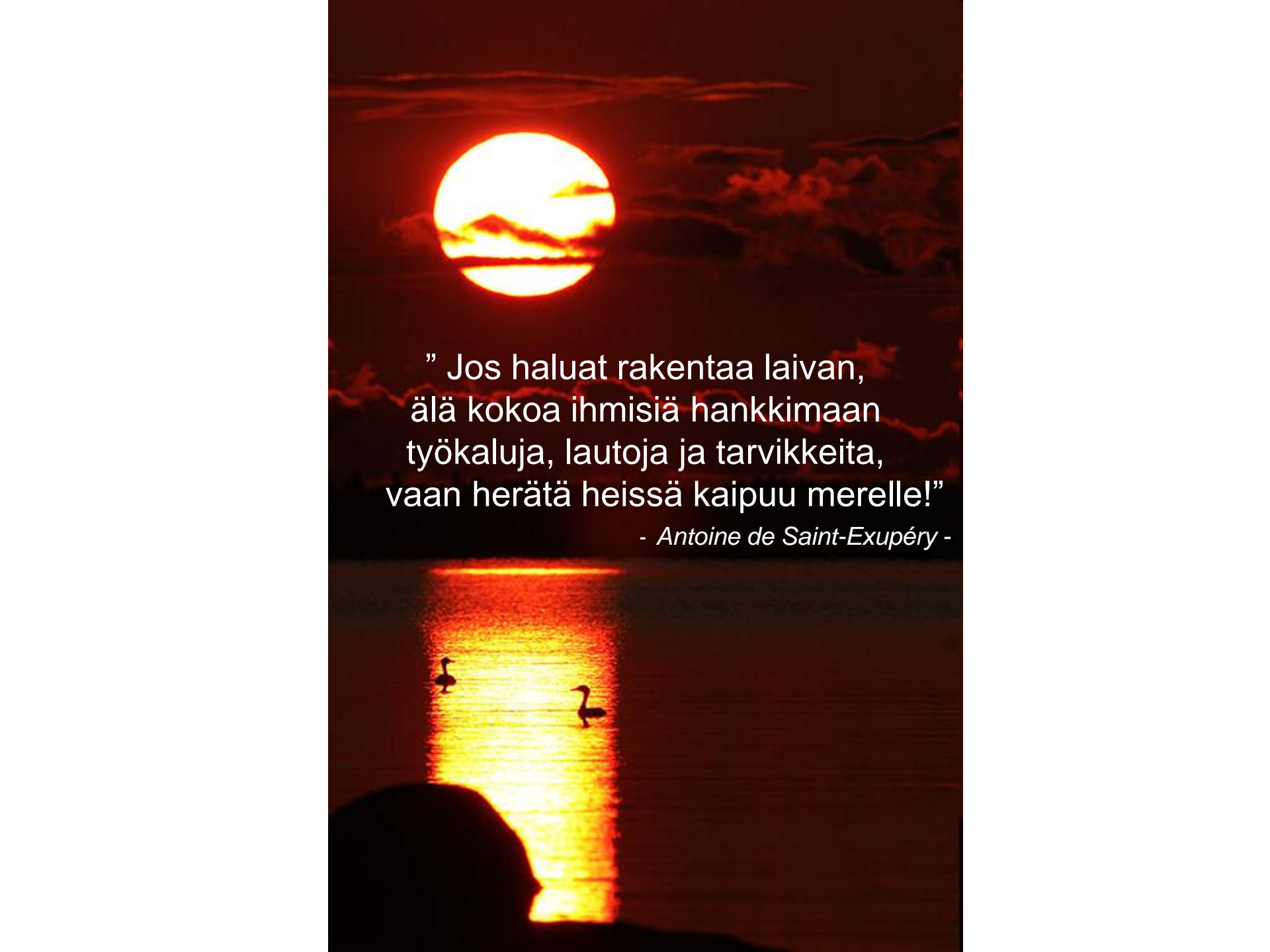
- tuote-/palvelutarjooman määrittely
- markkinointitoimenpiteet

Tuotteen eri tasot



Arvon tuottaminen asiakkaille markkinoitiprosessissa



A vertical photograph of a sunset over a body of water. The sun is a large, bright orange circle in the upper half, partially obscured by dark, wispy clouds. Its light reflects as a vertical column of shimmering orange and yellow on the water's surface. Two dark silhouettes of swans are visible on the water, one to the left and one to the right of the reflection. In the bottom foreground, the dark silhouette of a person's head and shoulder is visible, looking out towards the sunset.

” Jos haluat rakentaa laivan,
älä kokoa ihmisiä hankkimaan
työkaluja, lautoja ja tarvikkeita,
vaan herätä heissä kaipuu merelle!”

- *Antoine de Saint-Exupéry* -