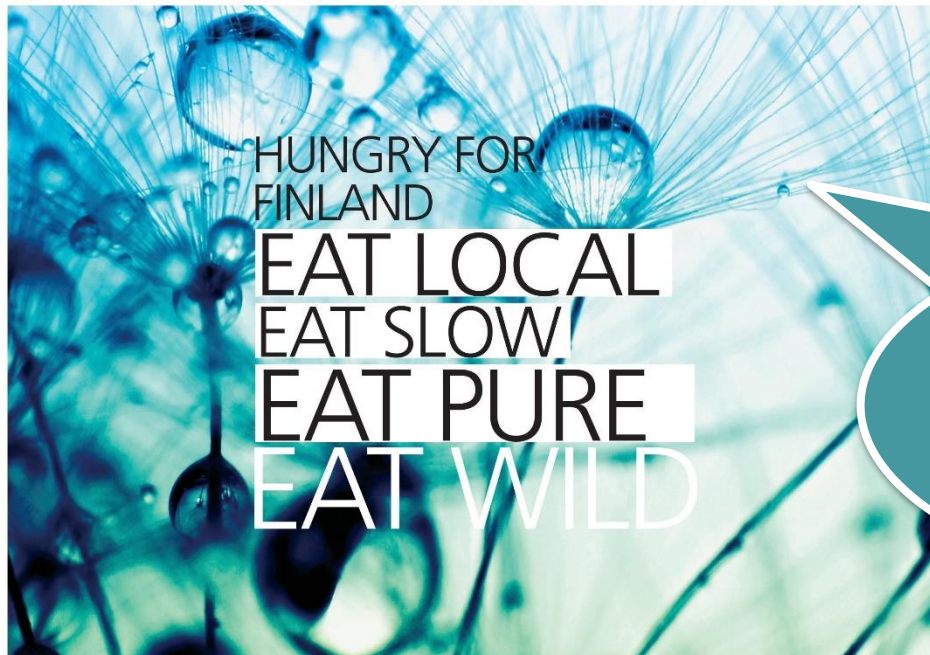


Tarinallistaminen ruokamatkailussa



Olipa kerran...ja
tarinallistaminen on
paljon muutakin

[Björn Ylipää](#) – ruoka itsessään
kertoo tarinan
Lohen vaellus [-katso muita](#)



Jokamiehen oikeuksista kertominen

Björn Ylipää, jokamiehen oikeudet -
pikkuleipämetsä

Matka 2017- ruokamatkailun
seminaari



Elämyskolmio – kokemukseen vaikuttavat tekijät

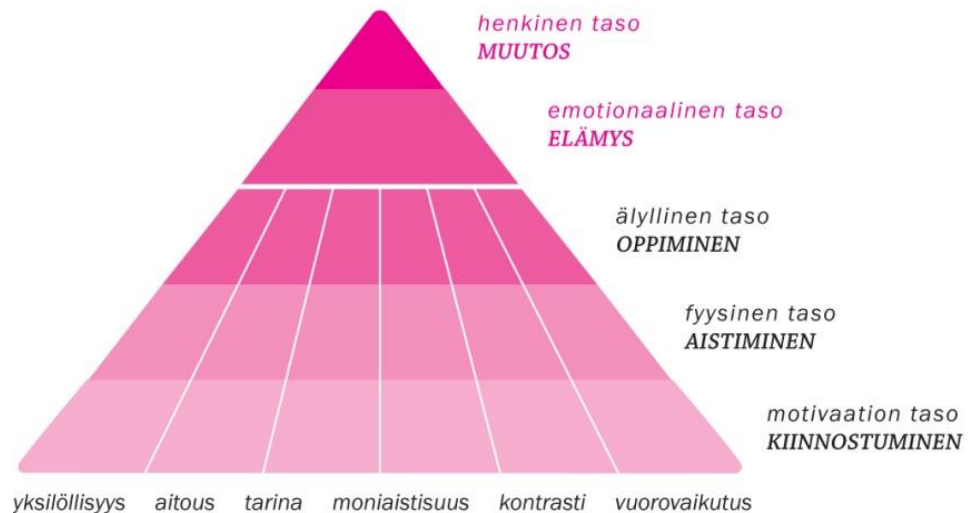
Tarkastelun kaksi näkökulmaa:

1) Elämyksellisyyden kriteerit

- tuotteen elementit
- asiakkaan kokemukseen vaikuttavat tekijät

2) Kokemuksen tasot

- asiakkaan kokemus
- kokemuksen rakentuminen



Tarina liittyy läheisesti tuotteen aitouteen. On tärkeää sitoa kokonaisuuden eri elementit toisiinsa yhtenäisellä tarinalla, jolloin kokemuksesta tulee tiivis ja mukaansatempaava. Hyvä tarina antaa tuotteelle ja kokemukselle sosiaalisen merkityksen ja sisällön sekä **asiakkaalle syyn kokea kyseessä oleva tuote**. Tarinan käyttö tarkoittaa sitä, että tarinalla perustellaan asiakkaalle se, mitä tehdään ja missä järjestyksessä. **Tarina on tuotteen juoni**. Hyvässä tarinassa on faktan ja fiktion elementtejä ja se puhuttelee.

Tarina kiteyttää tuotteesi, palvelusi tai yrityksesi ytimen.

Tarinallistaminen on tarinaan perustuvaa palvelumuotoilua.

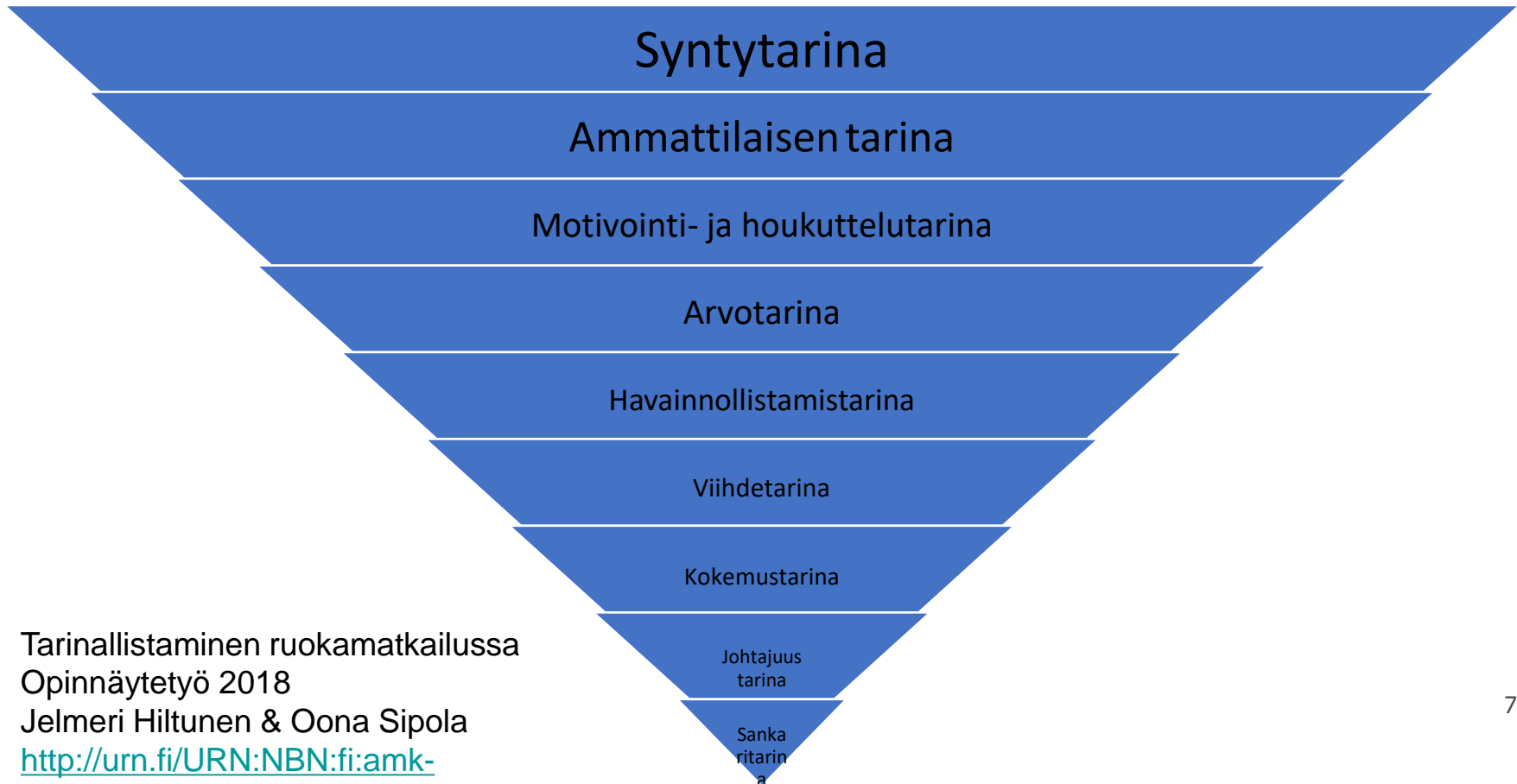
Tarina tekee tunteen, tunne muistijäljen

- Tarinat tekevät elämäksestä houkuttelevan. Tarinan tulisi olla innovatiivinen, sen tulisi luoda eräänlainen käsikirjoitus matkakohteen ruuasta.
- Tarinallistamisella helpotat palveluiden tuotteistamista ja yrityksen markkinointia
- Tarinan avulla erotut ja yrityksesi muistetaan yhä paremmin
- Tarina voimistaa oman yrityksesi vahvuuksia ja tuo esiin aitoutesi
- Tarina tekee merkityksen ja tunteen. Tunteet tuottavat entistä parempia elämispalveluita, iloisempia asiakkaita.
- Tarinallistettua palvelua on helppo ja kiva myydä!
- www.tarinakone.fi

Auttaa
erottumaan,
sitouttaa tai
innostaa!



Ruokamatkailukilpailun 2017 osallistujien (73) tarinatyyppit



- Outous ja erikoisuus
- Sääntöjen ja sosiaalisten normien rikkominen
- Samaistuttavuus
- Yksinkertaisuus
- Konflikteja ja draamaa
- Tunteiden herättäminen
- Aistien herättäminen
- Henkilötarinoissa varsinkin selviytymistarinat kiehtovat



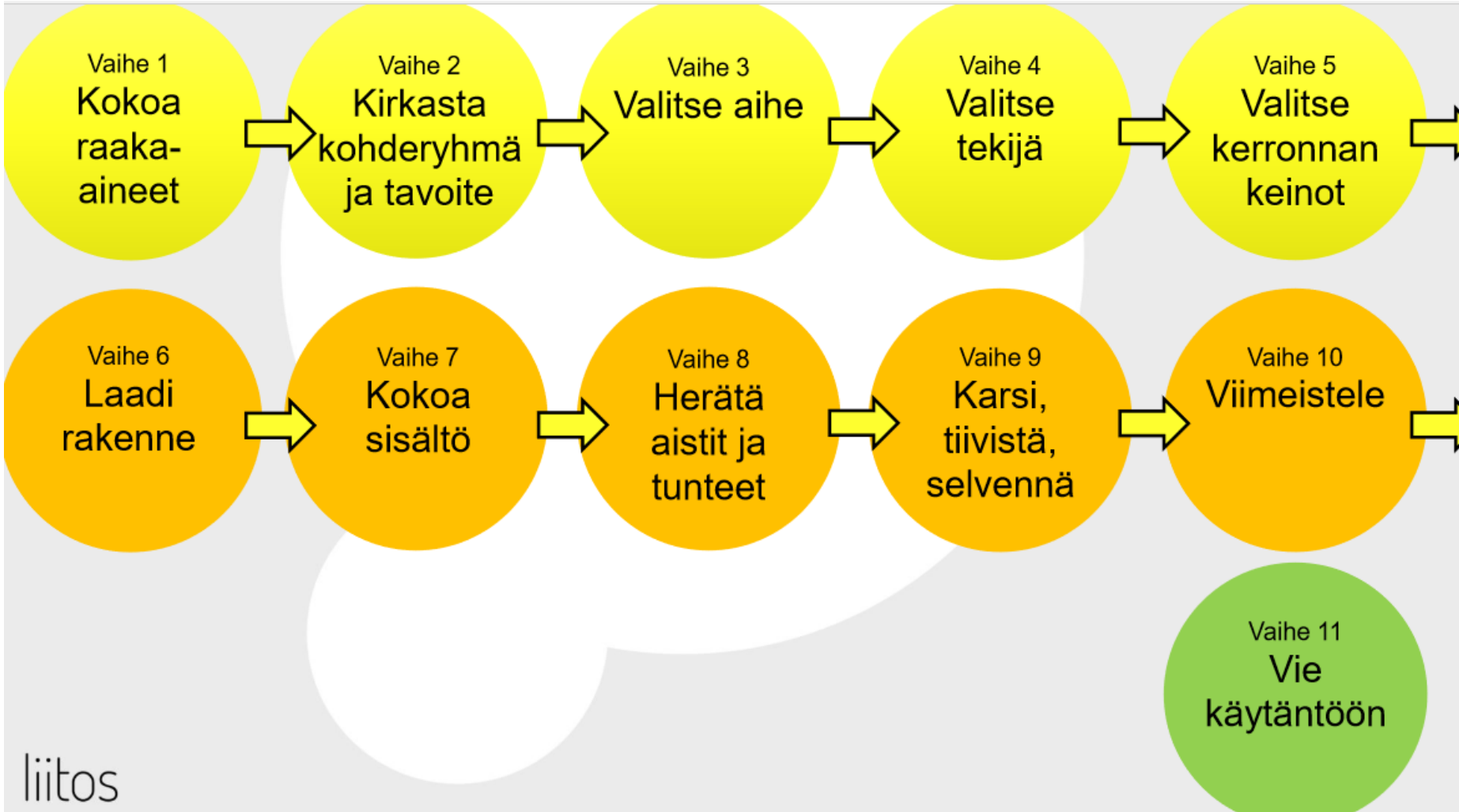
Hyvän tarinan ominaisuudet

1. **Rakenne** sisältää aina alun, keskikohdan ja lopun, joskus myös käänne- tai jännityskohdan.
2. **Juoni** etenee tapahtumasta toiseen ja kuvaa tapahtumien seuraukset.
3. **Sisältö** koostuu faktasta ja fiktiosta tai jommastakummasta.
4. **Tekijä** on ihminen, fiktiivinen hahmo, tuote, palvelu, yritys, maisema tms.
5. **Tavoite** on herättää lukijan aistit, tunteet ja mielenkiinto sekä synnyttää ja ohjata hänen odotuksiaan.





Ohje tarinan kokoamiseen, miten etenet



Tuottajat ja tarinat



Hämäläistä perunaa kuluttajien lautaselle

TUOTTAJATARINA | Ojamäen tila

Ari ja Maarit Ojamäki ovat viljelleet Ojamäen tilaa Lammilla vuodesta 2010. Tila on Ari Ojamäen kotitila, jossa on viljelty perunaa vuodesta 1970, joten vankka kokemus perunanviljelystä kulkee suvussa. Tänä vuonna perunaa on yli 60 hehtaarin alalla. Tilalta voi ostaa multaperunaa mitä lövää



Huljalan kyytöt perinnebiotoopin ylläpitäjinä

TUOTTAJATARINA | Huljalan Tupala

Hämeenkosken Huljalassa Ylisen Viipurintien varresta aukeaa maisema Huljalan Tupala nimiselle tilalle, joka on ollut Laura ja Mika Hämäläisen suvun hallinnassa ainakin vuodesta 1724. Tilan kyytöt tekevät tärkeää työtä laiduntamalla tilan perinnebiotooppeja, jotka ovat maamme uhanalaisimmia



Tulevaisuus luomussa ja monimuotoisuudessa

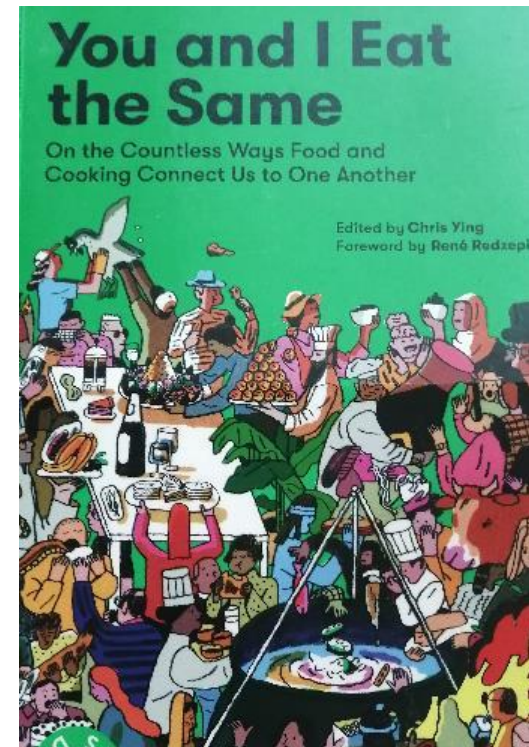
TUOTTAJATARINA | Nikkarin Maatila

Vuonna 2011 sukupolvenvaihdoksen kokenut Nikkarin Maatila on siirtymässä luomuun vuonna 2020 Viljelijä Saara Kukkosen päätöksestä. Suku on viljellyt tilaa jo vuodesta 1745 saakka.



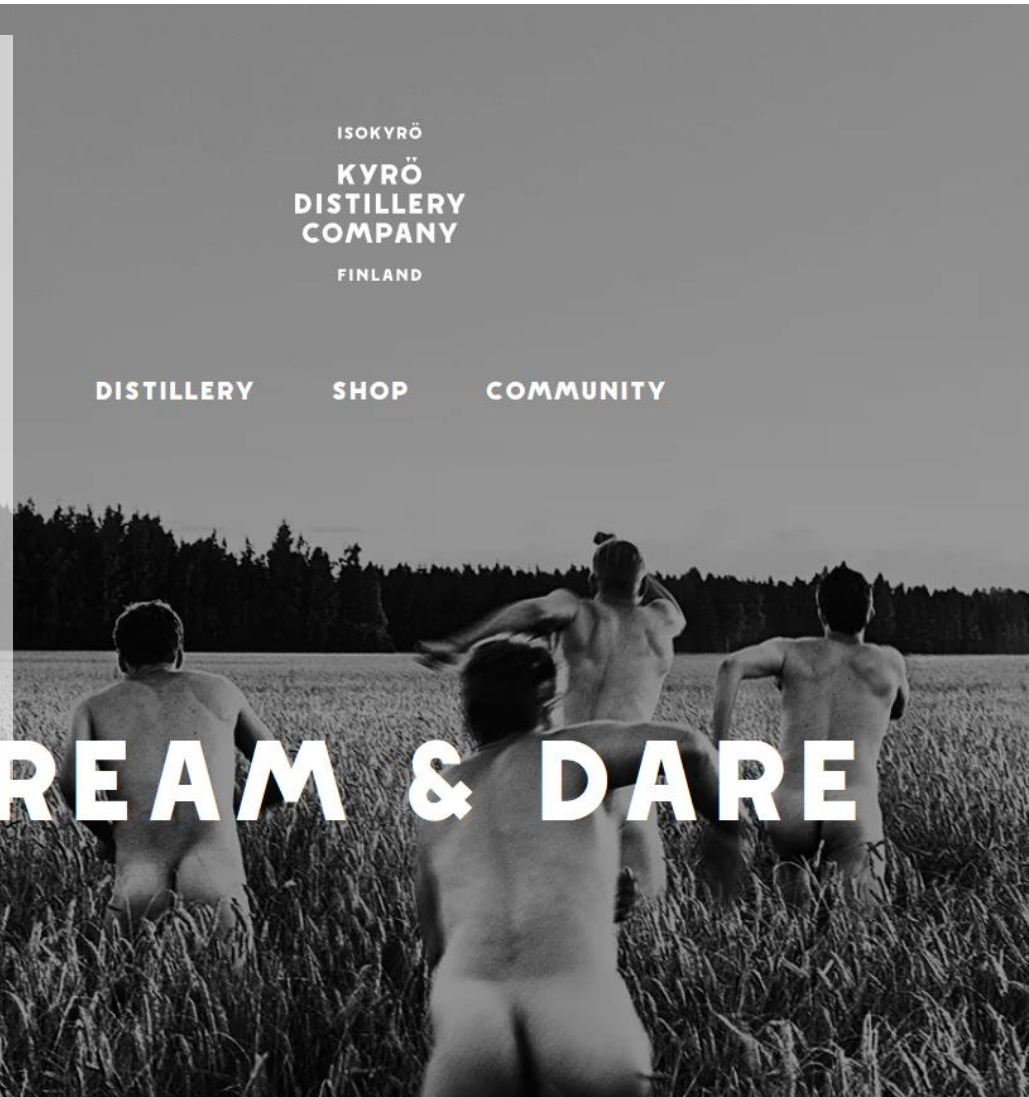
You and I eat the same, Chris Young & Rene Redzepi

- Everybody wraps something in the flat bread
- Fried chicken is a common ground
- Your fire and my fire burn the same
- One seed rules the all –sesame seeds
- Leaves makes things steamy
- If it does good well here, it belongs here
- Cilantro (aka coriander) is everywhere
- We all want a good story
- Food is a gateway
- There is no such a thing that nonethnic restaurant
- Coffee

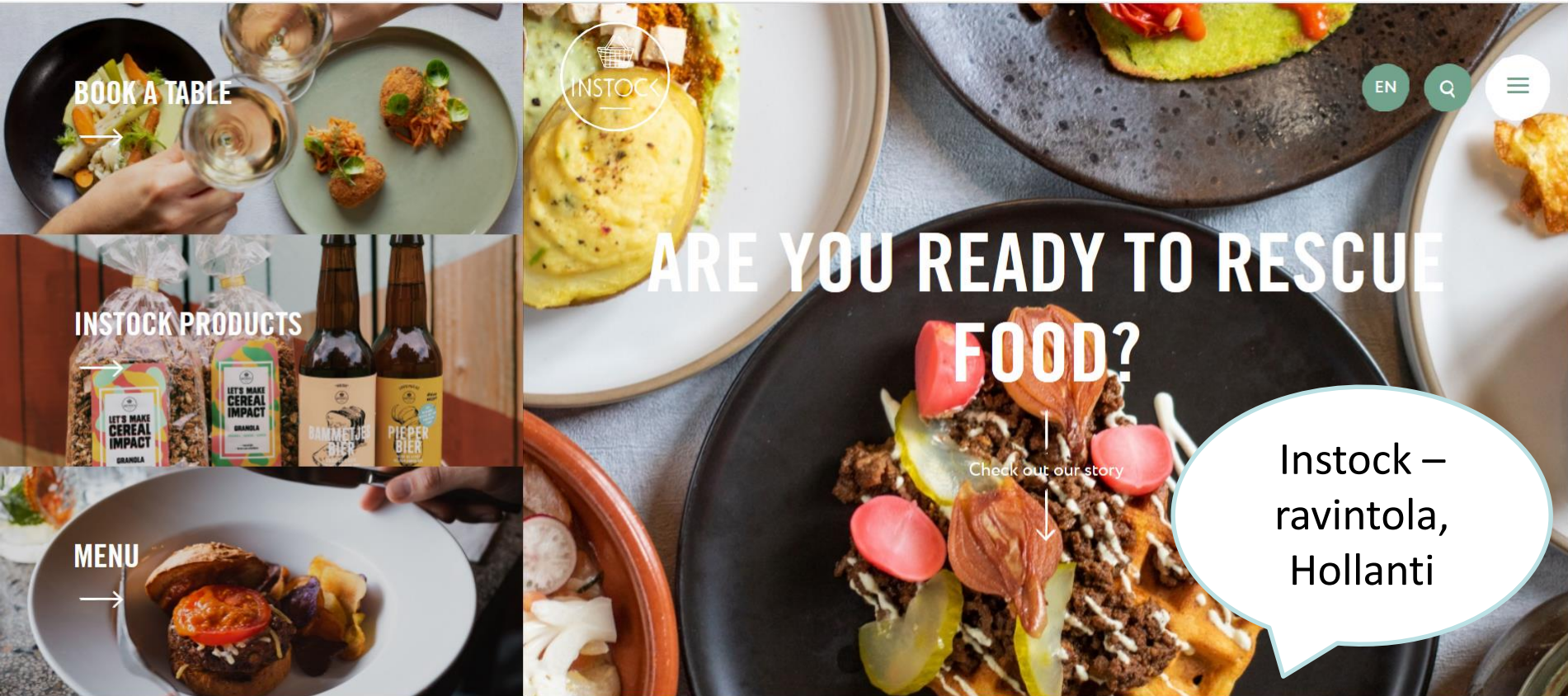


Mad: <https://madfeed.co/>

- Tuotteen mielikuva kiteytyy nimessä, esim. [Löyly](#) Helsingissä
- [Marimekko](#)
- [Finnjävel](#), Ultima
- [Kyrö Distillery Company](#)
- [IPI kulmakuppila](#)
- Ravintola Harmooni
<https://www.harmooni.fi/>



Vastuullisuuden viestiminen asiakkaalle



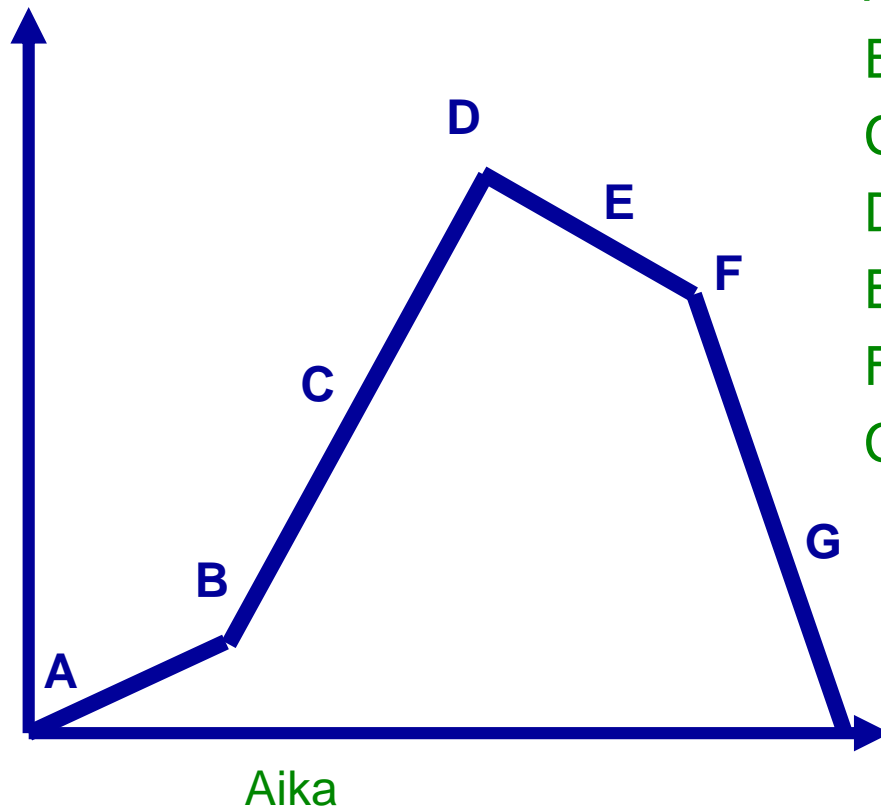
Tarina vastuullisuudesta, Muonion kestävä matkailu



[Keimiön koukkaus: http://www.laplandshaman.com/](http://www.laplandshaman.com/)



Draaman kaari – asiakkaan polun rakentaminen, tuotteen juoni



A - Kokemuksen odotus, jännite

B - Kokemuksen alkupiste

C - Jännitteen voimistuminen

D - Huippukohta

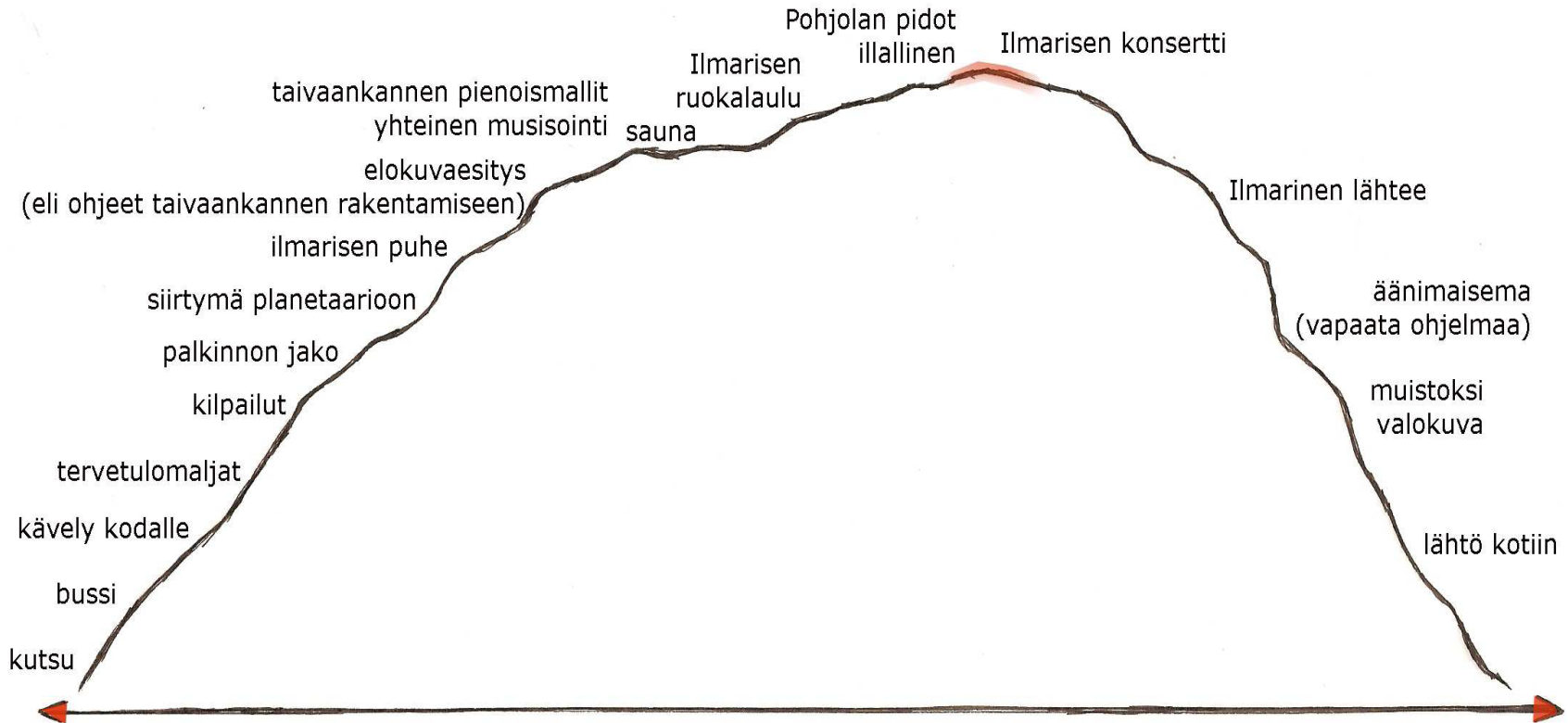
E - Tasaantumisvaihe

F - Kokemuksen loppupiste

G - Lähimuistot, kokemuksen jakaminen

Draaman kaari piirrettynä Pohjolan Pidot palvelutuotteessa

Lähde: Miettinen, S. (2011). Palvelumuotoilu



Mahdollinen tarinan rakenne

- **Alkusysäys:** Mistä kaikki alkoi? Kuka mikä on tarinan hahmo?
- **Esittely:** Miksi yritys/ruokamatkailutuote on mitä on? Syy-seuraussuhteet. Tee näkyväksi, voidaan kertoa vertauskuvallisen tarinan kautta.
- **Syventäminen/käännö:** Yllättävä tapahtuma! Miten tapahtumat vaikuttivat siihen, millainen yrityksestä/ruokamatkailutuotteesta tuli?
- **Ratkaisu:** Tarina on osa palvelulupausta. Mitä lupaamme asiakkaalle tarinan kautta?
- **Loppuhäivyty:** Miltä asiakkaasta tuntuu sen jälkeen kun palvelulupaus on lunastettu? Millainen on tarjoamanne tarinakokemus?

AIHE Mistä tarina kertoo? Kyrö Distillery Companyn vierailukeskuksen synty		TAVOITE Mitä haluat saavuttaa tällä tarinalla? Tavoitteena saada asiakas tuntemaan yrityksen historiaa ja vierailukeskuksen toimintaa		KENELLE? Personoi, mitä tarpeita heillä on? Asiakkaille, jotka ovat kiinnostuneita tislauksesta ja ginin synnystä	
ENNEN Mitä kohderyhmäsi ajattelee, tuntee, tahtoo, tietää ennenkuin he ovat kokeneet tarinan? Yrityksen valmistama Napue gin on palkittu ja mielenkiintoinen tuote, asiakkaat haluavat oppia sen valmistuksesta	RAKENNA NÄYTTÄMÖ Mitä sinun täytyy kertoa, esitellä, selittää? Idea ruistislaamosta syntyi saunan lauteilla kolmen miehen voimin. Perustettiin salakapakka Helsinkiin, jossa myytiin ensimmäiset tisleet	PÄÄVIESTI Ahaa-elämys Muutaman kuukauden toiminnan jälkeen kapakka muutti Isokyröön toimittamaan vierailukeskuksen virkaa, missä myös tislaamo toimii	JOHTOPÄÄTÖS Tarinan loppu. Mikä on johtopäätös? Mitkä ovat argumentit, faktat ja kevennykset tarinassasi - sijoittelu? Yrityksen aloitus salakapakan muodossa herättää mielenkiinnon tutustumaan myös vierailukeskukseen, missä paljon oheistoimintaa ja -palveluja	JÄLKEEN Minkälaisen vaikutuksen tarina teki? Miten, miksi? Ole yksityiskohtainen. Tarina kertoo perisuomalaisesta tavasta kehittää idea ja toteuttaa se erilaisella tavalla	



STORYTELLING CANVAS - TARINALLISTAMINEN RUOKAMATKAILUSSA



<p>AIHE Mistä tarina kertoo?</p> <p>Miksi haluat kertoa sen?</p>	<p>TAVOITE Mitä haluat saavuttaa tällä tarinalla? Mitä haluat asiakkaasi tietävän, tuntevan tai tekevän tarinan jälkeen? Päämääräsi tulee olla valikoiva: voit tuoda esiin vain muutamia asioita.</p>	<p>KENELLE? Personoi, mitä tarpeita heillä on? Sinun tulee ymmärtää ketkä ovat asiakkaitasi. Mistä he välittävät? Miksi he kuuntelisivat tarinaasi? Eri asiakkaat tarvitsevat erilaisen tarinan.</p>		
<p>ENNEN Mitä kohderyhmäsi ajattelee, tuntee, tahtoo, tietää ennenkuin he ovat kokeneet tarinan?</p>	<p>RAKENNA NÄYTTÄMÖ Mitä sinun täytyy kertoa, esitellä, selittää?</p> <p>Hyvä tarina ei ole tasapaksu, sillä on nousuja ja laskuja. Nyt on aika pohtia, miten sinä voisit muotoilla oman tunteiden vuoristoratasi. Missä on tarinan huippuhetki (draaman kaari). Hetki, jota haluat käyttää kertoaksesi pääasian.</p>	<p>PÄÄVIESTI Ahaa-elämys</p>	<p>JOHTOPÄÄTÖS Tarinan loppu. Mikä on johtopäätös? Mitkä ovat argumentit, faktat ja kevennykset tarinassasi - sijoittelu?</p>	<p>JÄLKEEN Minkälaisen vaikutuksen tarina teki? Miten, miksi? Ole yksityiskohtainen.</p>



Ruokamatkailun yhtenäinen tarina

Matkailijoille ja potentiaalisille matkailijoille kerrotaan ruokamatkailun yhteisessä tarinassa (video) asioita, jotka ovat Suomen matkailulisia vetovoimatekijöitä muutenkin, mutta korostuvat ruoantuotannon ja kasvuolosuhteiden osalta. Videota voi käyttää vapaasti kaikki ruokamatkailun parissa toimivat markkinoinnissaan. Yhtenäisen tarinan ytimenä ovat seuraavat: aitous, turvallisuus, luovuus, perinteet, paikallisuus, yksinkertaisuus, keskiyön aurinko, vastakohtat (arktisuus / yötön yö), puhtaus, itä vs. länsi, pohjoismainen keittiö ja korkea laatu

Kieliversiot (en, fi, de, it, ch), tulossa fr



Haaga-Helia

Yhteistyössä Visit Finlandin kanssa rakennettu Hungry for Finland-esite ja -video





Ruokamatkailun tarinaa – video kaikkien käyttöön

Heavy user -tarinallistaminen tehnyt Paula Panttila (YAMK)

http://www.hungryforfinland.fi/sites/hungryforfinland.fi/files/Opas_palvelutarinan_kasikirjoittamiseen_2020.pdf



OPAS YDIN- JA PALVELUTARINAN
KÄSIKIRJOITAMISEEN

*Ruokamatkailun
tarinallistaminen*



Lisää hyviä tarinoita



Voittaja 2019

Saimaa Gastronomy -ruokaviikonloput

Tertin kartano, Hotelli Punkaharju, Teahouse Wehmais ja Sahanlahti Resort, Etelä-Savo

Videoihin kuvista



Merkittävät ruokamatkailuteot 2019



Fork in Hand ruokakävely

Heather's Helsinki



Villiä ja läheltä -Ruokamatka tarinoiden saaristoon

Herrankukkaro Oy, Rymättylä



Emännän piirakkapaja

Okkolan lomamökit, ravintola Niinipuu, Puumala

Kunniamaininnat 2019

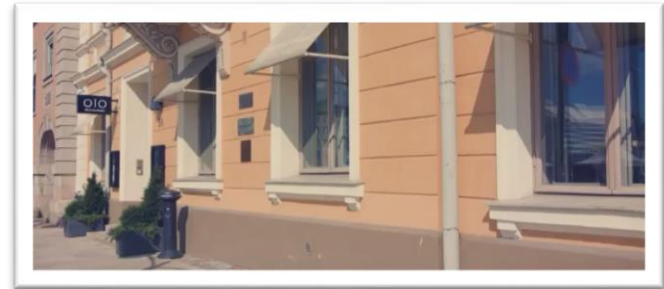
Koe Meidän Tampere

Periscope, Dream Hotel, Dining 26, Kumma, Doris, Tiima

Lappish Foodie Experience & How to be a local

Harriniva oy/Torassieppi, Muonio

Videoihin kuvista



Merkittävät ruokamatkailuteot 2017



Hotelli Punkaharju, sienet ja yrtit



Fiskarsissa
artesaanijuomatuottajien
opastettu kierros: Fiskarsin
panimo, Kuura Cider ja Ägräs
Distillery



Skördefesten: Ahvenanmaa

Kunniamaininnat 2017

SMAKU, porvoolaisten ravintoloiden
yhteinen ruoan ja juoman elämyksellinen
makumatka opastettuna
kävelykierroksena: Porvoo

Studioravintola Tundra:
Kuusamo



Merkittävät ruokamatkailuteot 2015



Kamariherran kalaasit
Mustion Linnassa



Malmgårdin kartano

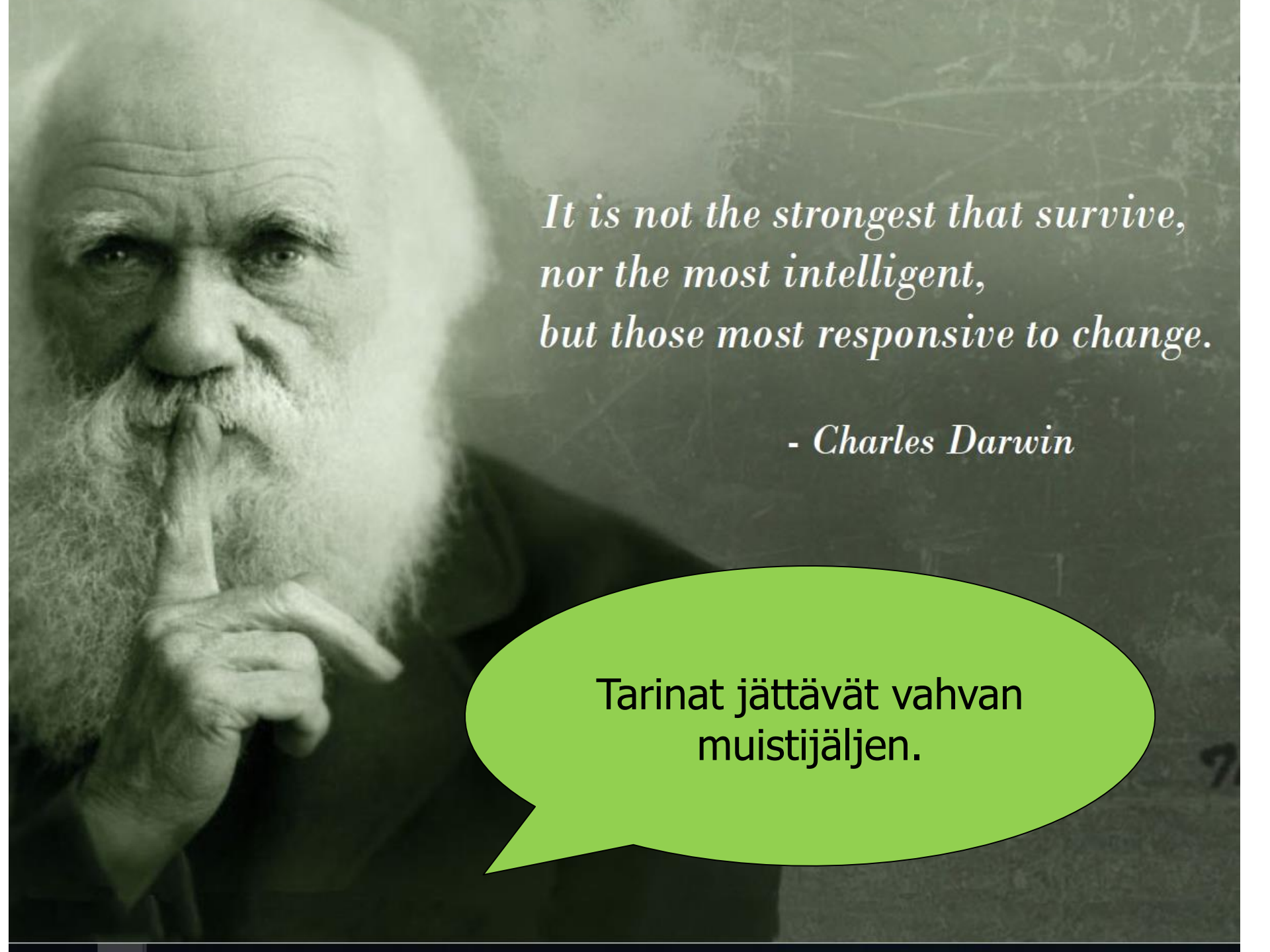


Inari Menu/Tradition Hotel
Kultahovi

Kunniamaininnat 2015

Food Helsinki HEL YEAH -taskuesite,
Helsingin ruokakulttuuri ja ilmiöt,
Visit Helsinki

Food & Fun ruokafestivaali,
Food & Fun Finland



*It is not the strongest that survive,
nor the most intelligent,
but those most responsive to change.*

- Charles Darwin

Tarinat jättävät vahvan
muistijäljen.