

Ruokamatkailua Hämeessä 6.11.2020

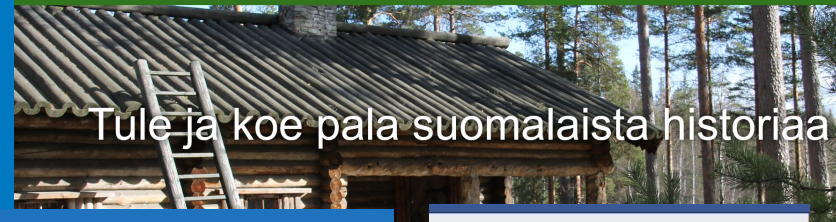
Kristiina Adamsson ja Kristiina Havas, Haaga-Helia amk, Hungry for Finland

Rakennetaan alustavia
ruokamatkailun
reittejä, yhdistelmätuotteita
Hämeeseen.



Marssin Maja

Etusivu Ruokailu Marssin sauna Retket Majoitus Kokoukset Tilat Hinnasto
Yhteystiedot



Tule ja koe pala suomalaista historiaa

Jannen Kisat & SM2020 | Räyskälä Masters | GP-kisat

Etusivu Kalenteri Uutiset Briefing Räyskälä **Palvelut** Purjelentokurssi Kurssit Hinnasto (pdf) Yhteystiedot



Ravintola Huhkajalampi

Ravintola Huhkajalampi aivan kentän vieressä tarjoaa aitiopaikan kentän tapahtumien seuraamiseen. Ravintolan tarjontaan kuuluu laaja valikoima erilaista syötävää ja juotavaa. Poikkea munkkikahville, tankkaa tuhti aamiainen tai nappaa nopea lounas. Herkullinen menu tarjoaa myös mahdollisuuden pidempäänkin päivälliseen.



Lähiruokapuoti
Lopen Pehtoori
@LopenPehtoori

Suomen uudesta ruokamatkailustrategiasta tuotteistamisen näkökulmasta

2020-2028

julkaistu 4.9.2020

Strategiaan tästä

Ruokamatkailustrategia 2020-2028

Tarkoituksena kehittää kärkituotevetoisesti Suomen ruokamatkailua

Kannustaa yhdistelmätuotteiden ja ruokareittien luomiseen

Edistää ruokamatkailun toimijoiden yhteistyötä

Lisää matkailu- ja elintarvikealan kilpailukykyä

Tukee laatutason nostoa

Määrittää ruokamatkailun kehittämisen roolitukset ja vastuut

Parantaa suomalaisen ruokakulttuurin imagoa

Vahvistaa ruokamatkailun Suomi-kuvaa ja viestiä yhtenä rintamana

Tavoitteena rakentaa aktiivinen kansallinen ruokamatkailuverkosto





Ruokamatkailun kulmakiviä

Ruokamatkailun visio ja missio

VISIO:

Hungry for Finland – Ruoka elämykselliseksi ja ostettavaksi osaksi Suomen matkailua vastuullisesti!

MISSIO:

Mitä useampi kokki, sen maukkaampi soppa – ympärivuotista yhteistyötä!



Valitut 4 toimenpidekokonaisuuksia

STRATEGISET TOIMENPIDEKOKONAISUUDET

1. Vastuullinen liiketoiminta
2. Tuotekehitys
3. Strategiset kumppanuudet
4. Myynti, markkinointi ja viestintä



Ruokamatkailun 3 ydinviestiä / tuoteteemaa

**Taste of place - Eat local
and sense Finland!**

Alueellinen ruokakulttuuri,
suomalaisuus ja suomalainen
elämäntapa maistuvat

**Pure & Natural -Eat slow
and healthy in Finland!**

Suomalainen puhdas ruoka
tekee hyvää mielelle ja keholle

**Cool & Creative - Eat wild
and happy in Finland!**

Uudenlaiset, rennot ja luovat
ruokamatkailutuotteet

3 hyvää esimerkkiä yhteistyöstä: reitti ja yhdistelmätuote

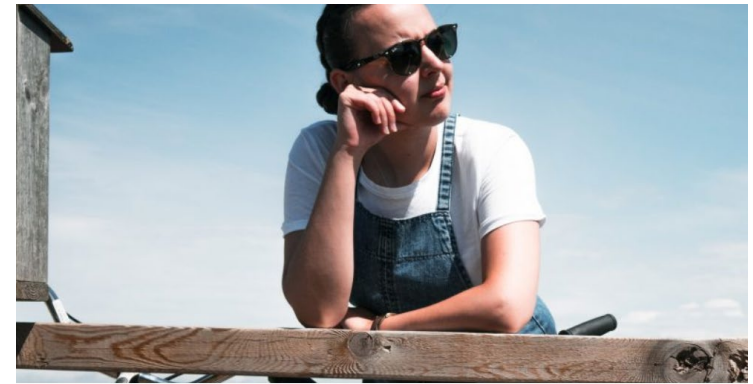
Majatalosta Majataloon



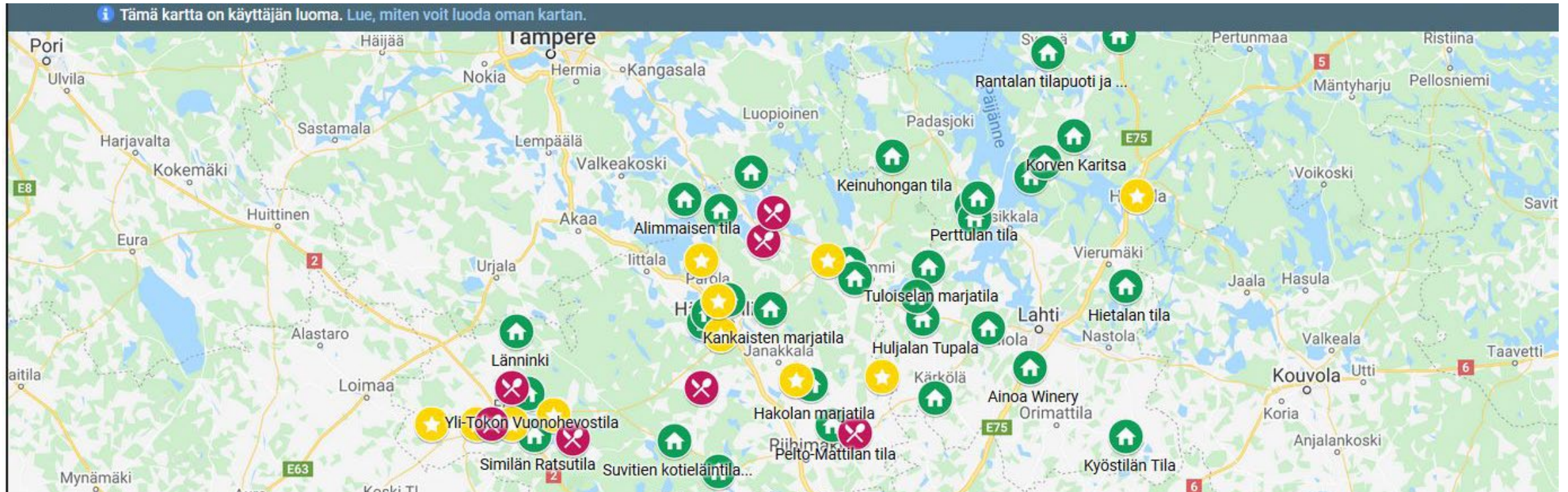
Saimaa Gastronomy -yhteistyö



Pyöräretki Herkkujen Hämeeseen



Hämäläisiä lähiruokakohteita kartalla

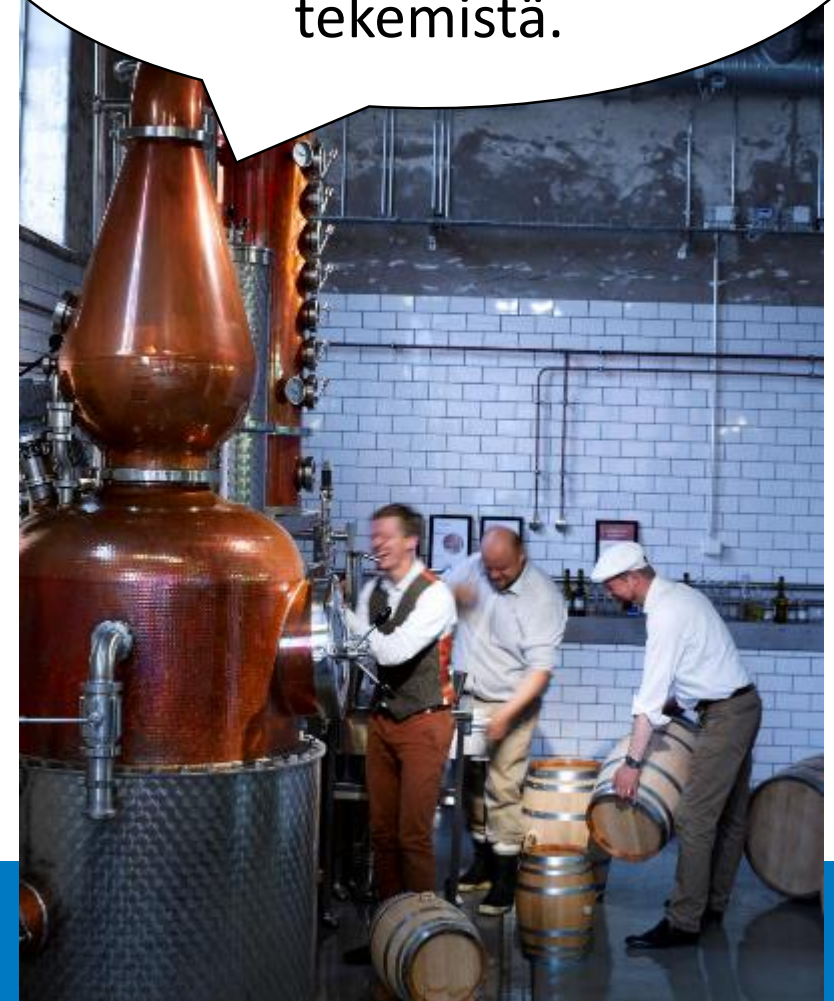




Visatupa



Yhdessä reitissä,
yhdistelmätuotteessa
voi olla monenlaista
tekemistä.



Hämeen ruokamatkailun tuotteistamiseen taustaa 2.10.2020 sessiosta

<https://edu.flinga.fi/s/EM3WSTX>

Tärkeimmät asiakkaat?

Mitä tehdään kehittämiseksi?

Millaisia tarinoita?

www.visithame.fi
www.tasteofhame.fi

Työskentely

Tehdään konkreettisia yhdistelmätuotteita, ruokamatkailureittejä, usean yrittäjän, toimijan kanssa yhteistyötä Hämeen alueella.

- Noin 3-5 henkilön ryhmiä
- Pienryhmissä uuden tuotteen kehittelyä
- Valmiit kysymykset ja otsikot ohjaavat tekemistänne
- Materiaalia sähköpostissanne

Lopputulema: Uusia usean yrittäjän ruokamatkailutuotteita Hämeessä!

Valitkaa pienryhmässänne kirjuri ja puheenjohtaja





Valmistautukaa esittelemään tuotteenne, esitys noin 7 minuuttia

- Jaamme teidät ryhmiin kohta
- **Tulemme pienryhmään vierailemaan**
- Ota sähköpostistasi materiaali. (Lähetäjä Kristiina Adamsson)
- **Valitkaa pienryhmässänne kirjuri ja puheenjohtaja**
- Kun valmista, lähetä 2 PowerPoint-slidea tuotteesta: kristiina.adamsson@haaga-helia.fi
- **Palaamme kaikki klo 11.00 Zoomin isoon**

tilaan, kahvitauko 11-11.15

Työskennellään seuraavasti

mm. tämä slide löytyy ennakkomateriaalina sähköpostistanne

1. Kuka on asiakas? Asiakassegmentit

- Ketkä ovat ruokamatkailutuotteen asiakkaat?
- Miten kuvaamme asiakkaitamme tarkemmin, asiakkaan profiili?

2. Arvolupaus

- Mitä tarjotaan asiakkaalle?
- Miksi juuri tämä tuote/ palvelu on ostamisen arvoinen? (tuote/palvelulupaus)

3. Tärkeimmät yhteistyökumppanit

- Kenen kanssa tehdään yhteistyötä? Ketkä ovat mukana tuotteessa? Kuvailkaa.

4. Jakelukanavat

- Mistä ja miten tavoitetaan asiakkaat?
- Miten asiakkaat ostavat ruokamatkailutuotteen?
- Mahdolliset haasteet?

(Kenelle/keille tuote tehdään? Millainen asiakas? Mistä hän on kotoisin? Minkä ikäinen asiakas? Mitä hän odottaa ja toivoo ruokamatkailutuotteelta jne.?)

Mitä asiakas saa? Mikä tekee tuotteesta erityislaatuinen? Mikä on tuotteen WAU?)

Kirjatkaa konkreettisia yrityksiä, toimijoita

Hitaasti hämäläisittäin – syö ja pyöräile

Sirpa Kurppa, Tiina Reijonen ja Annamaria Laine

1. Kuka on asiakas? Asiakassegmentit

- Kotimaiset pyöräilevät lapsiperheet, saattavat saapua alueelle omalla autolla, junalla tai bussilla
- Luontomatkailijat, kiinnostuneita vastuullisuudesta, eläimistä ja luonnosta

2. Arvolupaus

- Nauti vastuullisesti ruoasta luonnon keskellä hitaasti hämäläisittäin
- Liikunta ja ruoka vastuullisen terveellisuuden perustana
- Slow food ja slow life

3. Tärkeimmät yhteistyökumppanit

- Elonkierron makasiinikahvila
- Wendla - ruokapaikka
- Jokioisten museorautatie – elämys
- Hunajakoto – majoituspaikka
- Eerikkilän urheiluopisto
- Ypäjän Loimijoki Golf ja hevosopisto

4. Jakelukanavat

- Sosiaalinen media – lapsiperheiden ja kotimaanmatkailijoiden omat ryhmät, bloggaajat
- Markkinoidaan vastuullista ruokailua luonnon keskellä osana retkipäivää
- Mahdolliset haasteet: sääolosuhteet

(Kenelle/keille tuote tehdään? Millainen asiakas? Mistä hän on kotoisin? Minkä ikäinen asiakas? Mitä hän odottaa ja toivoo ruokamatkailutuotteelta jne.?)

Mitä asiakas saa? Mikä tekee tuotteesta erityislaatuisen? Mikä on tuotteen WAU?)

Kirjatkaa konkreettisia yrityksiä, toimijoita

Taste of slow Hauho – Karita Tovanen, Liisa Valgamaa, Tiina Reijonen

1. Kuka on asiakas? Asiakassegmentit

Kv-asiakkaat;
nuoret aikuiset,
kokeilunhaluiset,
omatoimiset, aitoja
elämyksiä hakevat

2. Arvolupaus

elämys, paikallisuus,
hämäläinen
vieraanvaraisuus

Uusi luksus (rauhaa,
hiljaisuutta, puhtautta,
vesistö)

3. Tärkeimmät yhteistyökumppanit

- Hahkialan Kartano
- Pekkolan tila
- Aikkolan Mattila
- Iloranta

4. Jakelukanavat

- Visit Finland -> Koko Travel Planner
- Kv- matkanjärjestäjät
- Paikallinen myyntikanava (?)

(Kenelle/keille tuote tehdään? Millainen asiakas? Mistä hän on kotoisin? Minkä ikäinen asiakas? Mitä hän odottaa ja toivoo ruokamatkailutuotteelta jne.?)

Mitä asiakas saa? Mikä tekee tuotteesta erityislaatuinen? Mikä on tuotteen WAU?)

Kirjatkaa konkreettisia yrityksiä, toimijoita

Ruokamatka museojunalla

Outi Mertamo, Mari Noromies-Wahl, Leena Kylämarkula

1. Kuka on asiakas? Asiakassegmentit

- Ketkä ovat ruokamatkailutuotteen asiakkaat?
 - Pienryhmät (6-10 hlö)
- Miten kuvaamme asiakkaitamme tarkemmin, asiakkaan profiili?
 - Kansainvälinen asiakas tai kotimainen. kaveriporukka.

(Kenelle/keille tuote tehdään? Millainen asiakas? Mistä hän on kotoisin? Minkä ikäinen asiakas? Mitä hän odottaa ja toivoo ruokamatkailutuotteelta jne.?)

2. Arvolupaus

- Mitä tarjotaan asiakkaalle?
- Historiallinen ja elämyksellinen ruokaretki museojunan kera ja hämäläisiä makuja.
- Miksi juuri tämä tuote/ palvelu on ostamisen arvoinen?
- Tuote on erilainen ja poikkeaa junaretken ja viikinkisaunan ansiosta muista ruokamatkailu tuotteista.

Mitä asiakas saa? Mikä tekee tuotteesta erityislaatuisen? Mikä on tuotteen WAU?)

3. Tärkeimmät yhteistyökumppanit

- Yhteistyössä:
- Urpolan kartano
- Jokioisten museorautatie
- Hunajakoto
- Elonkierto
- Piipputerassi ja Olut Mylly Forssa
- Hotelli maakunta
- Antin konditoria

Kirjatkaa konkreettisia yrityksiä, toimijoita

4. Jakelukanavat

- Mistä ja miten tavoitetaan asiakkaat?
- Visit Häme sivut (kartan kanssa), mukana olevilta kohteilta, matkanjärjestäjät ja paketointi
- Miten asiakkaat ostavat ruokamatkailu-tuotteen?
- Rakentavat itse tai matkanjärjestäjältä.
- Mahdolliset haasteet?
- Saatavissa vain kesällä ja viikonloppuna. Muina päivinä museorautatiellä voi mennä resiinalla.

Ruokamatka museojunalla

Kesäinen viikonloppuretki pyörällä ja museojunalla Humppilasta Jokioisille.

- Pe saapuminen Urpolan Kartanon viikinkisaunalle. Viikinkisauna ja illallinen, sekä majoitus.
- Hämäläisen aamiaisen jälkeen pyörällä Humppilan asemalle ja pyörät postivaunun kyytiin.
- Saavutaan Minkiön asemalle, tutustutaan museoon ja kahvitellaan asemakahvilassa.
- Pyörällä maalaismaiseman halki Hunajakotoon Jokioisilla.
- Hunajakoto lounas puutarhassa.



Ruokamatka museojunalla

Kesäinen viikonloppuretki pyörällä ja museojunalla Humppilasta Jokioisille.

- Retki jatkuu pyörällä Jokioisten kartanon alueelle ja maa- ja kotieläinpuisto Elonkiertoon jossa tutustutaan ruoan tuotantoon ja kiertotalouteen.
- Pyöräretki jatkuu noin 10 kilometrin matkan Forssaan.
- Illallinen Kehräämöalueella piipputerassilla, jossa myös paikallisen olutpanimon tuotteita tarjolla.
- Majoittautuminen hotelli Maakuntaan.
- Sunnuntain aamiainen historiallisessa leipomossa vieressä Antin Konditoriassa.





Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Ruokamatkailun yhdistelmätuote & -reitti canvas kokonaisuudessaan

5. Frontstage 5 min Mitä palveluntarjoajat eli me teemme palvelun aikana?	4. Tärkeimmät yhteistyökumppanit 5 min Kenen kanssa teemme yhteistyötä? Ketkä ovat mukana tuotteessa?	2. Arvolupaus, 10 min Mitä tarjoamme asiakkaalle? Tuotteen teema ja tarina? Miksi juuri tämä tuote/ palvelu on ostamisen arvoinen? (tuote-/palvelulupaus)	3. Fyysinen ympäristö ja asiakkaan toiminta 10 min Missä tapahtuu? Mitä asiakas tekee, asiakkaan toiminta ja osallistuminen? Kuvaa asiakkaan polku, miten hän etenee tuotteessa/palvelussa) mitä siis ruokamatkailutuotteeseen kuuluu asiakkaan näkökulmasta?	1. Asiakassegmentit, 10 min Ketkä ovat ruokamatkailutuotteemme asiakkaat? Miten kuvaamme asiakkaitamme tarkemmin, asiakkaan profiili?
6. Mahdolliset haasteet? 7 min Mitä tuotteen toteuttaminen edellyttää siihen osallistuvilta yrityksiltä? Yhteistyön edellytykset? Mitä tukiprosesseja tarvitsemme? Millaisia asiakkaalta näkymättömiä prosesseja tarvitaan (backstage)?			7. Jakelukanavat 5 min Mistä ja miten tavoitamme asiakkaamme? Miten asiakkaamme ostaa ruokamatkailutuotteemme?	

(Lähde: Osterwalder & Pigneur Business Model Canvas www.businessmodelgeneration.com)

Yhteyshenkilön nimi:

Lisätietoja

www.hungryforfinland.fi

Facebook [@hungryforfinland](https://www.facebook.com/hungryforfinland)

Instagram [@hungryforfinland](https://www.instagram.com/hungryforfinland)

Kristiina Havas, projektipäällikkö

kristiina.havas@haaga-helia.fi

Kristiina Adamsson, projektiasiantuntija

kristiina.adamsson@haaga-helia.fi

Teemu Moilanen, projektiasiantuntija

Teemu.moilanen@haaga-helia.fi

