

Tuotteistaminen, arvo ja hinta

Vikke-hankkeen työpajat

28.11.2019

Ellare Oy

Pirjo Räsänen



Etusivu

Outdooractive ▾

Palvelut ▾

Blogi

Yritys ▾

Valmennukset

Tuotteistaminen

Markkinointi

Matkailuliiketoiminnan kehittäminen

Esteettömän luontomatkailun kehittäminen

Kuva: Julia Kivelä / Lakeland Finland



IN ASSOCIATION WITH
Visit Finland

Pirjo Räsänen



Florence
Pignot-
Hämäläinen



Virva Niissalo



Johannes
Sipponen



Tiina
Kattilamäki



Jukka
Parviainen



ellAre

Self-guided Tours of Finland's Natural Attractions

"Blue Finland" Touring Route



Allow time for route: 12 days
Starting point: Helsinki
Finishing point: Helsinki
Level of difficulty: easy / moderate / demanding
Family-friendly

This 12-day touring route will take you from Helsinki's historic islands through the high spots of Finland's lovely Lake District and back south to the shores of the Baltic Sea. Along the way you can see a splendid lakeside castle, watch wildlife including rare lake seals, go rafting on white water rapids, and enjoy quintessentially Finnish scenery in some of the country's best loved national parks.

Read more: Blue Finland - Experience a Land of Water, the Baltic Sea, Finnish Lakeland and Wild White Waters, Touring Route, 12 Days (pdf, 1619 KB)

- **Matkailun kehittämiseen erikoistunut asiantuntijayritys vuodesta 1995**
- Outdoors-matkailu, kiertomatkat, tuotteistaminen, kansainvälistyminen
- Useita kymmeniä [tuotemanuaaleja](#), useita [tuotteistamisoppaita](#)
- Erilaisia valmennuspaketteja ja –kokonaisuuksia vuodesta 2000 näillä teemoilla
- Julkaisuja ja tutkimuksia (Visit Finland, Karttakeskus jne)
- Media-, matkanjärjestäjä- ja bloggarimatkoja, kansainvälistä myyntityötä yli 10 v

Sitä ennen matkanjärjestäjän palveluksessa tuotantopäällikkönä (7 v) ja oppaana (4 v)

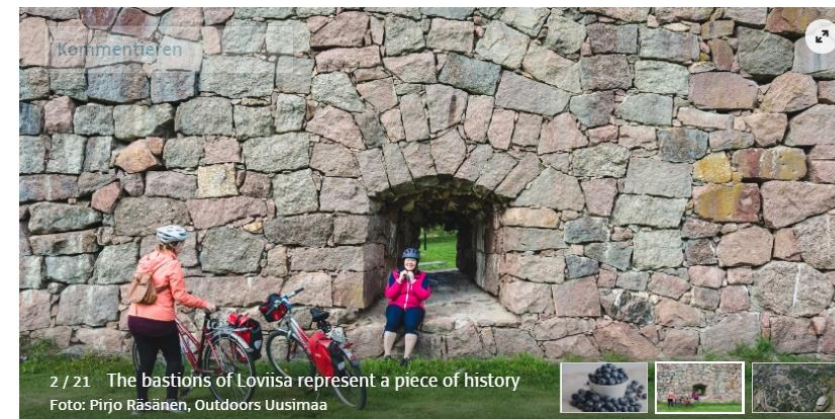


outdooractive

Ellare Oy, Hämeentie 11-13, 00530 Helsinki

 Etappentour Herkullista lähiruokaa rannikolta, kiertomatkaraitti Hamina-Vaasa

Etappe auswählen Touristische Straßen - Archipelago

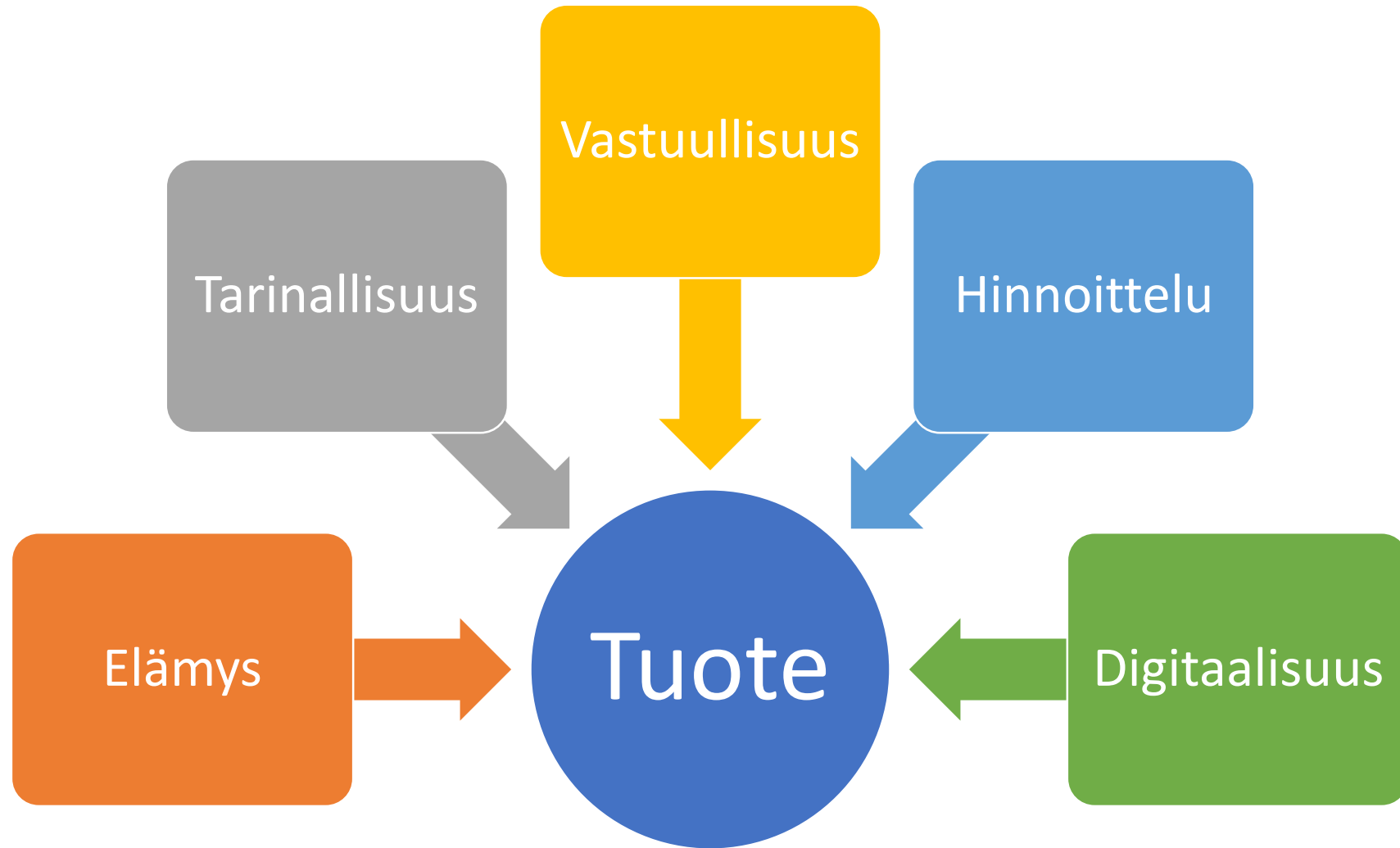


VIKKE - valmennukset

- 24.10.2019 Tarinallistaminen, tarina markkinoinnissa, Valmentaja: Anne Kalliomäki
- to 7.11.2019 Tarina osana tuotetta ja palvelua, Valmentaja: Anne Kalliomäki
- **to 28.11.2019 Tuotteistaminen ja hinnoittelu, tarinan tuoma lisäarvo hintaan, Valmentaja: Pirjo Räsänen**
- to 23.1.2020 Tarinan visualisointi ja tuottaminen digitaaliseksi, Valmentaja: Kirsi Mikkola
- to 6.2.2020 Maakunnan matkailukärkien ja tarinoiden hyödyntäminen kohteen omassa markkinoinnissa, Valmentaja: Pirjo Räsänen
- to 20.2.2020 Digitaaliset näkyvyyskanavat, Valmentaja: Kirsi Mikkola
- to 5.3.2020 Digitaaliset myyntikanavat, Valmentaja: Kirsi Mikkola
- to 19.3.2020 Tarina osana myyntityötä, Valmentaja: Suvi Ahola

Jos pitäisi nimetä kolme tärkeintä asiaa
tuotteistamisessa, niin mitkä ne olisivat?

Mikä on tuote?



Mikä on tuote?

- visuaalisesti ja sisällöllisesti edustava
- aina ostettavissa
- helposti hahmotettavissa & ymmärrettävissä
- myytävissä tiettyyn aikaan etukäteen määriteltynä ajanjaksona

Mikä on tuote?



Tuotteita, tarinoita ja arvoa

Vesijärven kierros, 85 km

Pyöräilyreitti • Finnisches Schärenmeer



lähde:
Outdoors Finland

Kommentoi



valokuva: Lauri Karlsson, Outdoors Finland



Reitti Reittitiedot Reittiohje Kulkuyhteydet

Vesijärven kierros tarjoaa hienoja vaihtelevia ympäristöjä Lahden satama-alueesta, Vääksyn kanavaan ja Hollolan kirkonseutuun.

Kauniin Vesijärven ympäristön maisemat vaihtelevat viljellystä maalaismaisemasta metsiin. Reitin varrella on mukavia majoituspaikkoja ja sopivasti nähtävää. Kannattaa pysähtyä ihailemaan Hollolan keskiaikaista kirkkkoa, viivähtää hetki kahvilla Vääksyn kanavalla ja pistäytyä Pääjäänne-talolla, kunnes on aika jatkaa takaisin kohti idyllisiä maalaismaisemia. Matkan voi jättää jatkamaan Lahden satamaan, jota värittävät kahvilat ja kesäterassit.

vaikeus		kohtalainen
etäisyys	↔	81,3 km
kesto	🕒	5:35 tuntia
nousu	⬆️	416 m
laskeutuminen	⬆️	419 m

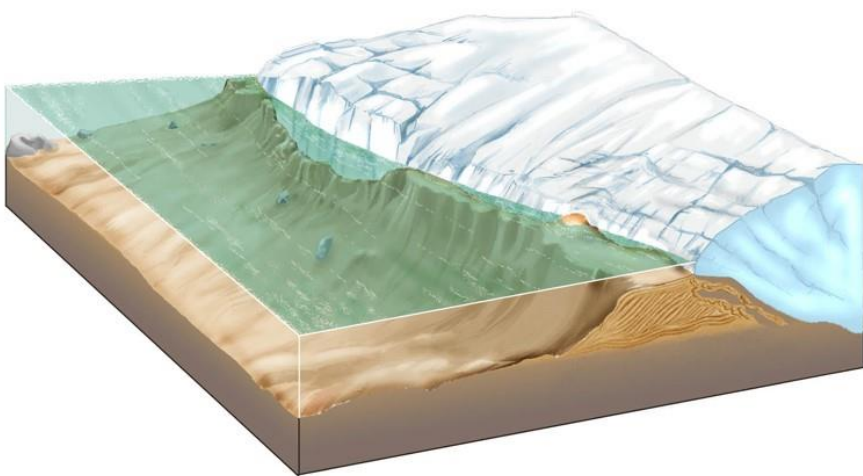
Lisätiedot

Kiertomatka Mukavat näkymät
Virkistyspysähdys Sopii perheille ja lapsille

outdooractive



ELLARE
OUTDOORS



outdooractive



Koivut (*Betula*) on kasvisuku, johon kuuluu noin 120 lajia pohjoisen pallonpuoliskon lauhkean vyöhykkeen puita ja pensaita. Ne ovat kesävihantia, tuulipölytteisiä ja yksikotisia. Lehdet ovat oksilla kierteisesti ja ne ovat yleensä ehytreunaisia, mutta joskus liuskaisia. Emi- ja hedenorkot ovat samassa puussa. Eminorkot ovat hedenorkkoja pienempiä ja kukkiessaan pystyjä.

Hedenorkot ovat pitkiä ja riippuvia. Lenninsiivelliset siemenet varisevat syksyllä, ja ne kulkeutuvat tuulen mukana pitkiäkin matkoja.



Levinnäisyyskartta



JOKA KURITTA KASVAA SE KUNNIATTA KUOLEE!

Kuva kirjasta Valterin seikkailut / Gummerus 2001, kuvittaja Maija Karma



outdooractive

Karseita esimerkkejä – mutta totta!

Melontaretki Näsijärvellä, 1 pv

Tutustu kauniiseen Näsijärveen meloen. Voit vuokrata kanootin tai kajakin päiväksi tai pidemmäksikin aikaa. Hintaan sisältyy kajakki tai kanootti, melat ja pelastusliivit. Välineet pitää palauttaa lähtöpisteeseen.

Peruutus- ja varausehdot:

2. pv. Pyöräretki, 6 h

Aamiainen. Sen jälkeen hypätään pyörän selkään ja lähdetään pyöräilemään kohti xxx kaupunkia. Matkan aikana ohitetaan järvi, joka oli aiemmin todella saastunut, mutta nyt se on puhdistettu.

Multiaktiviteettipaketti Saimaalla, 4 pv

Lähde melomaan, pyöräilemään ja patikoimaan kauniille Saimaalle.

Matkaohjelma

1. Pv. Melontaretki, 4h

Aamiaisen jälkeen tutustutaan välineisiin ja varusteisiin ja sitten lähdetäänkin vesille melomaan. Melotaan noin tunti, jonka jälkeen rantaudutaan. Lounas laavulla, jonka jälkeen melontamatka jatkuu.

Die Rose "Weg der Sinne" - Wurzelware



11,95 € *

inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten

● Lieferzeit ca. 5 Tage

1



In den Warenkorb



📖 Merken

★ Bewerten

Artikel-Nr.:

SW10029

Beschreibung

Bewertungen



Produktinformationen "Die Rose "Weg der Sinne" - Wurzelware"

Den Duft des Rothaarsteig für den eigenen Garten

Kunden haben sich ebenfalls angesehen



Die Rose "Weg der Sinne" -
Containerware

18,95 € *



Postkarte der Rothaarsteig-
Rose „Weg der Sinne“

1,40 € *



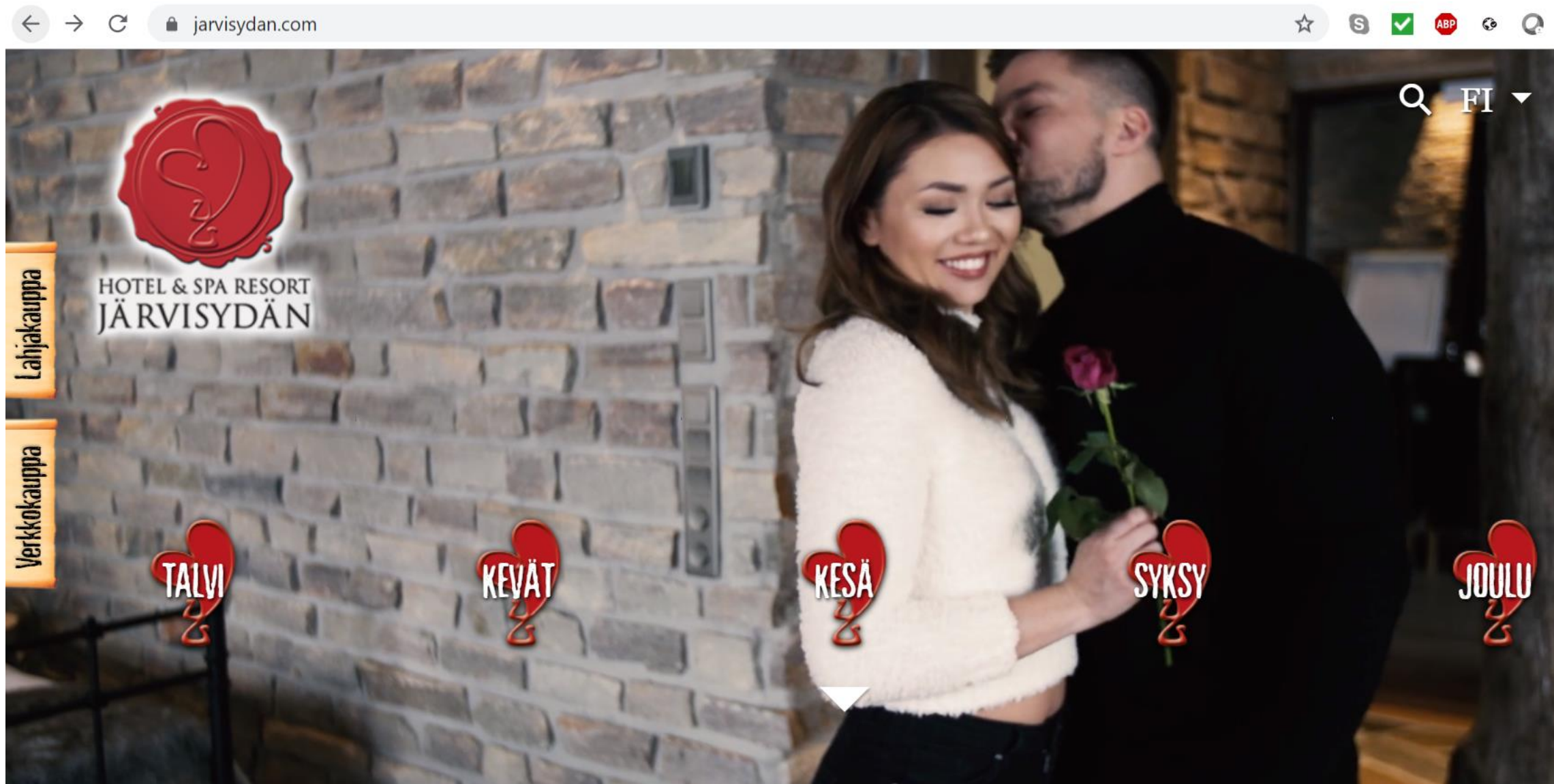
Hängematte

1.779,40 € *



Waldsofa

ab 902,90 € *



Vietetään hetki Järvisydämen parissa ja katsotaan miten ja mitä kaikkea he ovat tuotteistaneet.

KARELIA À LA CARTE -TUOTTEET

Tervetuloa ainutlaatuiselle ruokamatkalle Karelia à la carte -karjalaiseen keittiöön!



MAJATALOSTA MAJATALOON KARJALAINEN RUOKAMATKA

Tervetuloa Pohjois-Karjalan ja Pielisen pohjoisosaan, aitojen makuja ja karjalaisen ruokakulttuuria alkusijolle.

☕ Kohteessa kahvila ☑ Kohteessa mahdollisuus ruokailuun ⓘ Opastus

OSTA



KARJALAINEN ILTA

48€ Karjalainen pitopöytä - Karelia à la carte

☕ Kohteessa kahvila ☑ Kohteessa mahdollisuus ruokailuun

OSTA



MAJATALON KARJALAINEN LOUNAS RYHMILLE

28€/hlö

Majatalon Karjalainen lounas

☕ Kohteessa kahvila ☑ Kohteessa mahdollisuus ruokailuun

OSTA



MAJATALON KARJALAINEN LOUNAS

Majatalon Karjalainen lounas

☕ Kohteessa kahvila ☑ Kohteessa mahdollisuus ruokailuun ⓘ Opastus

OSTA

KARJALAINEN ILTA

📍 Kajaaninitie 844, 75700 Valtimo



👤 Min 6 hlö 🧑 Max 24 hlö

☕ Kohteessa kahvila ☑ Kohteessa mahdollisuus ruokailuun

Koe karjalaisen ruokaperinteen herkut, villiyrteillä ja oman tilan tuotteilla valmistettuina. Keittiön sydän on perinteinen puulla lämmitettävä uuni, jonka siimeksissä hautuvat Majatalon herkut. Illallinen tarjoillaan Majatalon tunnelmallisessa pirtissä, pitkissä pöydissä, nautitaan hyvän ruoan lisäksi laadukkaista luomuviineistä ja musiikista.

Hinta: 48€/hlö

Hintaan sisältyy: Illallinen, alkoholiton tervetuliaismalja, laulu- ja kanteleensoittoaesitys (kesto n. 25 min)

Kesto: 3 h

48€

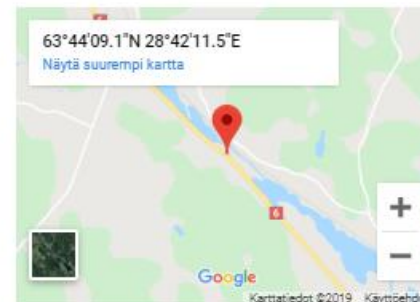
	Marraskuu 2019						
Vk	Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su
44	28	29	30	31	1	2	3
45	4	5	6	7	8	9	10
46	11	12	13	14	15	16	17
47	18	19	20	21	22	23	24
48	25	26	27	28	29	30	1

Osta tuote viim. 3 vrk etukäteen.

48€/hlö. *

24€/lapset 4-12v.*

LISÄÄ VARAUSKORIIN



Katso kartta suurempana

outdooractive

Mitä hyötyä?

- Tuote on laaja käsite

Hyvin tuotteistettu tarkoittaa:

- Parempaa näkyvyyttä markkinoilla
- Paikkaansidottua asiakaskokemusta
- Uusia ansaintamahdollisuuksia

TUOTEKORTTI

Otsikko/tuotteen nimi	Otsikoi oikein, puhuttele kohderyhmää ja markkina-aluetta Käytä avainsanoja, kategorioita ja paikkoja:
Yhteenvedo, highlights	Lause/lauseita, jotka kuvaavat tuotteen pääasiat. Kosketa tunteita, luo mielikuvia
Tuotteen kuvaus 800 – 1000 merkkiä	Matkan/paketin pääkohdat aukikirjoitettuna: - Kronologisessa järjestyksessä kuvataan se, mitä lukija matkan aikana <u>näkee ja kokee ja mistä matka koostuu</u>. Kirjoita kohteista ja tuntemuksista, ryyditä avainsanoilla. - Puhuttele lukijaa suoraan: Vältä passiivimuotoa, erityisesti englanniksi vältä muotoa: one can discover/find/explore - Käytä kuvaustekstissä synonyymejä
Vaativuus/soveltuvuus/Ke- nalle tarkoitettu	
Sesonki, ajankohta	
Ohjelma ja aikataulu	
Hinta ja hintaan sisältyy	
Minimi - maksimi	
Lisämaksusta	
Huomioitavaa	
Toteuttamispaikka	
Yhteystiedot:	

HYVÄN VIESTIN 4 OIKEIN



A

MUISTA KONKRETIA

Älä käytä geneerisiä ilmauksia kuten "luon-
toelämys", vaan kerro mitä
ne ovat käytännössä: suo-
pursun tuoksu, vihreänä
hohtavat revontulet, tykky-
lumisen luonnon hiljaisuus.

B

PUHUTTELE AISTEJA

Kerro miltä asiat maistuvat,
tuoksuvat tai kuulostavat.
Vie viestin lukija kuvitelmis-
saan keskelle elämystä.

C

KOROSTA HELPPOUTTA

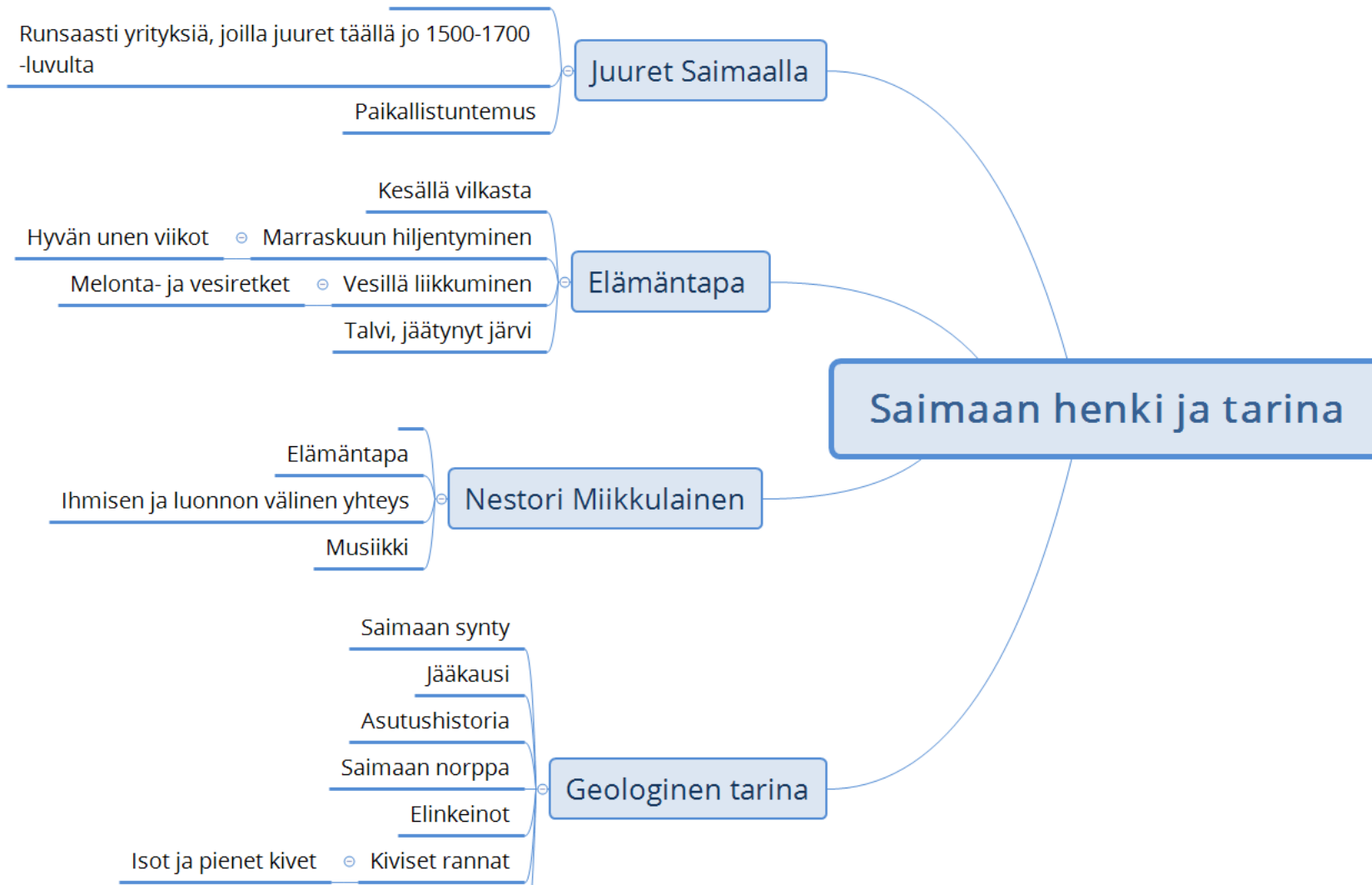
Kerro miten paikan
pälle pääsee, miten
liikenneyhteydet toimivat.
Älä jätä tilaa arvailuille.

D

RINNASTA TUTTUUN

Kerro eksotiikasta niin, että
vastaanottaja ymmärtää.
Kerro mitä esimerkik-
si yötön yö tarkoittaa;
sitä, ettei aurinko laske
yölläkään.

Miten tuotetaan arvoa?



TOIMIMME LAADUKKAASTI

- matkailukohteemme ovat hoidettuja ja siistejä
- asiakkaitamme varten tarkoitetut tilat ovat harmonisia, viihtyisiä ja toimivia
- otamme aina vieraamme vastaan henkilökohtaisesti ja perehdytämme hänet taloin tapoihin ja historiaan
- emme tarjoa pelkkää majoitusta vaan pakettimme sisältävät aina vieraidemme inhimilliset kohtaamiset ja huolenpidon sekä toimintaympäristömme, historian ja tekemisen siellä
- ohjaamme vieraamme liikkumaan turvallisesti, vastuullisesti ja siten, että he saavat parhaan mahdollisen kokemuksen

TOIMIMME VASTUULLISESTI

- kierrätämme ja säästämme energiaa ja teemme sen vieraillemme näkyväksi
- suosimme paikallisia tuotteita, elintarvikkeita ja palveluita
- työllistämme ja tuomme verotuloja paikallistalouteen
- kalastuksen eettiset ohjeet

TOIMIMME LUONTOA KUNNIOITTAEN

- olemme luonnon keskellä ja luontoa lähellä ja kunnioitamme luontoa kaikin tavoin > luontoa ei roskata (ohjeistus asiakkaalle)
- elämme vuodenaikojen mukaan; kaamosaikaan ja talvella hiljennymme ja kesällä talon täyttää hyörintä ja aktiivisuus (tuotteet vuodenaikojen mukaan, talvella hiljaisuuden korostaminen, takkatuli, hyvä uni ja luonnon voimaannuttava vaikutus, kesällä yötön yö, aktiiviset retket)
- olemme sidoksissa Saimaan maisemaan ja nostamme maiseman tarinat esille

MEILLÄ ON PERSOONA PELISSÄ

- tuomme esille oman historian, suvun ja lähiseudun tarinat ja kerromme niistä vieraillemme
- kohtaamme vieraamme lämmöllä, arvostaen, kiireettä ja kuunnellen
- kaikki ovat tervetulleita
- olemme kaikki alueella sijaitsevia ja toimivia perheyrytyksiä

Arvopohjainen tuotteistaminen

Kumppanit

- Ketkä ovat avainkumppaneita?
- Mitä resursseja heiltä saadaan?
- Mitä tärkeitä toimintoja he hoitavat?
- Mikä kumppaneista motivoitui?

Toiminnot

- Toiminnot arvolupauksen täyttämiseksi?
- Tuotanto, ongelmanratkaisu, alusta/verkosto?

Resurssit

- Mitä avainresursseja arvolupauksen täyttäminen edellyttää?
- Fyysiset resurssit, tieto/data, patentit, henkilöt, osaamiset, taloudelliset resurssit

Arvolupaus

- Mitä arvoa asiakkaille tuotetaan?
- Mikä asiakkaan ongelma ratkaistaan?
- Mitä asiakkaan tarpeita tyydytetään?
- Vaihtelevatko em. seikat asiakassegmenteittäin?

Arvon elementtejä:

- Uutuus, suorituskyky, helppous/käytettävyys, räätälöinti, muotoilu, status, säästö (aika, raha), saavutettavuus, riskin vähentäminen

Asiakassuhde

- Millainen asiakassuhde meillä on? Nykyiset, potentiaaliset? Jatkuva, kertaluonteinen?
- Eroavatko segmentit toisistaan?
- Henkilökohtainen, itsepalvelu, yhdessä tekeminen...

Kanavat

Miten arvolupaus toimitetaan asiakkaalle? kanavat toimivat yhdessä? Mitkä toimivat parhaiten? Mitkä ovat kustannustehokkaimpia?

Asiakkaat

- Kenelle tuotetaan arvoa?
- Tärkeimmät asiakassegmentit?

Kysyntälähtöinen

Kulurakenne

- Merkittävimmät kulut kehittämisessä ja jatkuvassa toiminnassa (kiinteät, muuttuvat)?
- Mitkä resurssit ja toiminnot aiheuttavat eniten kuluja?
- Perustuuko toiminta enemmän kustannustehokkuuteen (esim. automatisointi) vai arvon luontiin?
- Kustannusohjattu vai kasvu?

Mistä asiakkaamme ovat valmiita maksamaan? Mistä he tällä hetkellä maksavat? Miten he maksavat nyt? Miten he haluaisivat maksaa?
Mikä on tulovirran tyyppi? Mikä on hinnoittelumalli?
Mikä on yksittäisen tulovirran merkitys kokonais liikevaihdolle?

Arvolähtöinen

Kustannuslähtöinen

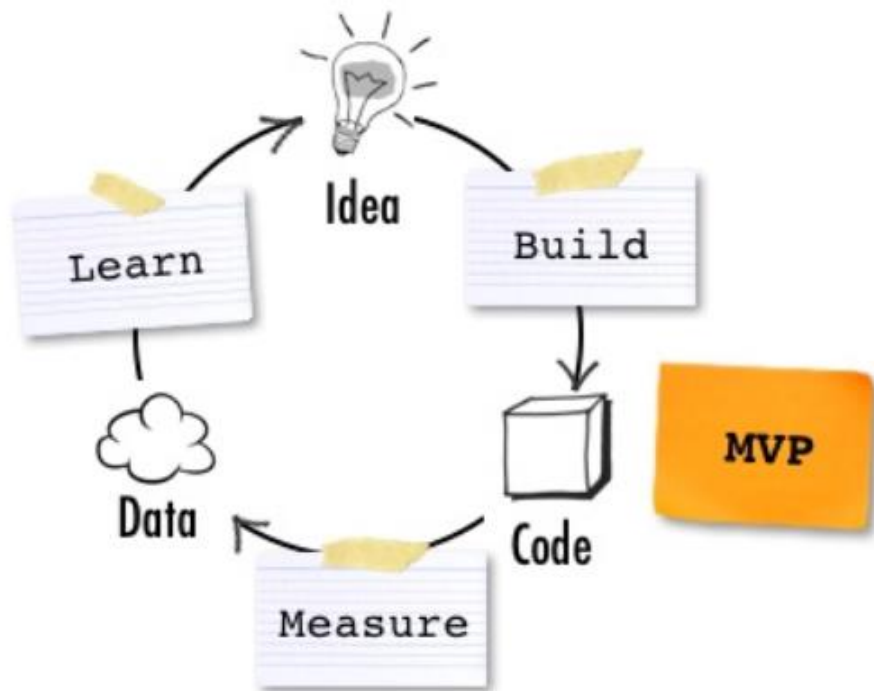
Tuotteistan ja hinnoittelen

Matkailualan hinnoittelu

Faktoja matkailualan hinnoittelussa

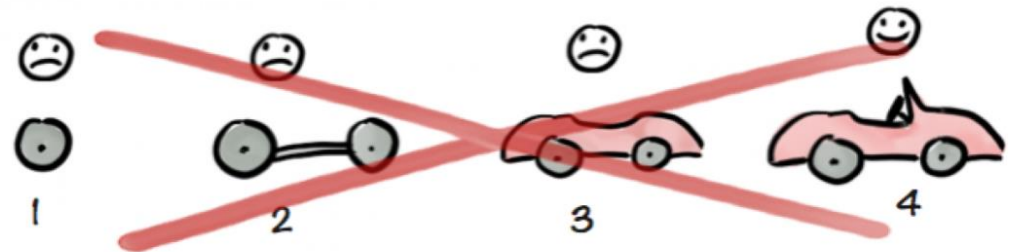
- edelläkävijä dynaamisessa hinnoittelussa
- hintajousto on suuri
- Asiakkaan maksuvalmius on kasvanut vasta viime vuosina
- Majoitus ja liikenne on lähes 100%: sesti kansainvälisissä myyntikanavissa
- Vastaavasti ohjelmapalveluista alle 20%

Minimaalinen versio konseptista

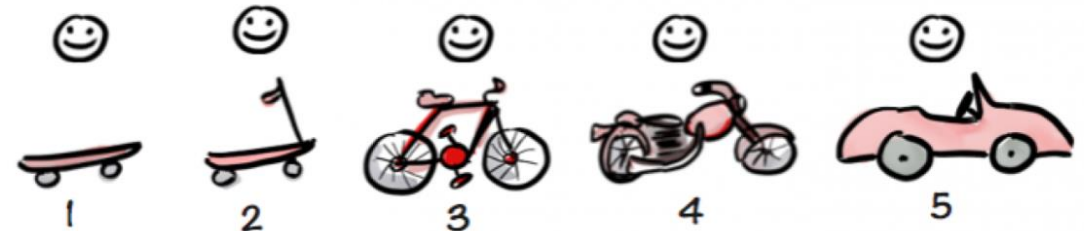


<https://www.romanpichler.com>

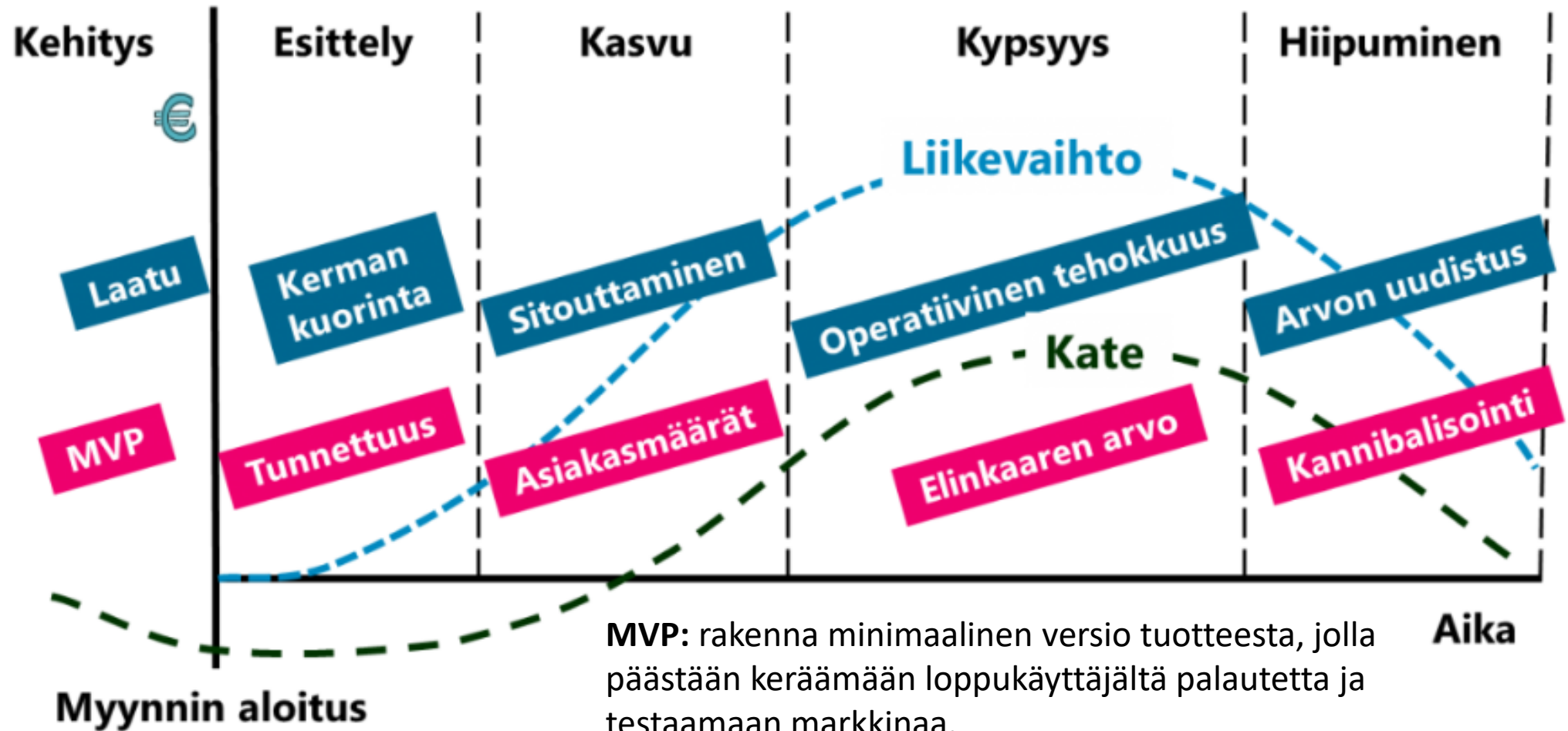
Not like this....



Like this!



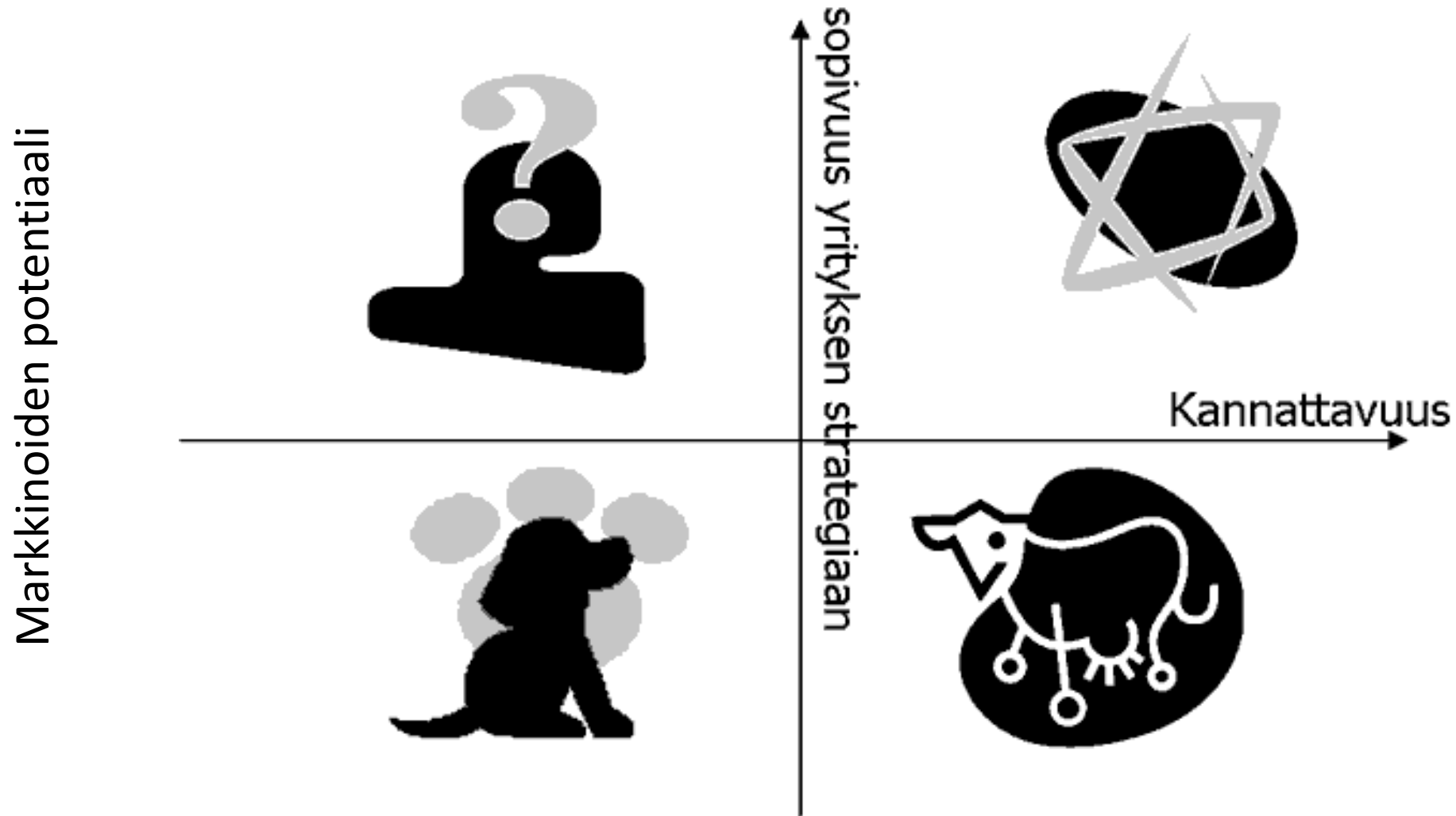
HINTA- JA TUOTESTRATEGIOITA



MVP: rakenna minimaalinen versio tuotteesta, jolla päästään keräämään loppukäyttäjältä palautetta ja testaamaan markkinaa.

Toteutuksen tarkoituksena on osoittaa pienimmällä mahdollisella toteutuksella tuotteen oletettu potentiaali. Eric Ries, [The Lean Startup](#)

HINTA- JA TUOTESTRATEGIOITA



Markkinoiden volyymi

Tuotteistamisharjoitus

HINNOITTELUSTRATEGIOITA

- **Markkinahinnoittelu:** kilpailun huomioiva hinnoittelu, jossa markkinatilanne määrää hintasi.
- **Penetraatiohinnoittelu:** tavoitteena on kasvattaa markkinaosuutta. Uusi tuote lanseerataan edulliseen hintaan.
- **Kermankuorintahinnoittelu:** tuotetta myydään korkealla hinnalla vain pieniä määriä tai pienille markkinoille.
- **Hintadifferointi:** eri hintaan eri asiakkaille
- **Psykologinen hinnoittelu:** ”alkaen 99 €”, jonka kuluttaja mieltää selvästi edullisemmaksi kuin 100 euron hinnan.
- Korkean lähtöhinnan **tarjoushinnoittelu:** ”Normaalihinta 1 299 €, nyt vain 899 €. Tarjous voimassa 27.11. saakka tai sadalle nopeimmalle”.
- **Loss leader** -hinnoittelu: aggressiivista sesonkihinnointia. Halvin hinta rajataan hiljaiseen aikaan, jolloin sillä saadaan kasvatettua volyymia. Pääsesonkituotteita puolestaan myydään korkeimpaan mahdolliseen hintaan.
- **Early bird** -alennukset ja ennakkomaksajan edut.
- **Takuut**, kuten vaikkapa lumitakuu, tyytyväisyystakuu tai saalistakuu, voivat nekin olla osa hinnoittelua.

Hinnoittelutehtäviä

Konseptisi kulurakenne?

- Merkittävimmät kulut kehittämisessä ja jatkuvassa toiminnassa (kiinteät, muuttuvat)?
- Mitkä resurssit ja toiminnot aiheuttavat eniten kuluja?
- **Perustuuko toiminta enemmän kustannustehokkuuteen (esim. automatisointi) vai arvon luontiin?**
- **Kustannus-hyöty -tarkastelu**

Konseptisi tulorakenne?

- **Mistä asiakkaamme ovat valmiita maksamaan? Mistä he tällä hetkellä maksavat? Miten he maksavat nyt? Miten he haluaisivat maksaa?**
- Mikä on tulovirran tyyppi? Mikä on hinnoittelumalli?
- Mikä on yksittäisen tulovirran merkitys kokonaisliikevaihdolle Millaiset maksuehdot sinulla? Miten laskutat ja millä aikajänteellä?

Hinnoittelutehtäviä

Mitä lisätuotteita yrityksesi voisit tuotteistaa?

Miten tuotteidesi keskihinta vertautuu muiden yritysten vastaaviin?

Kiitos



Pirjo Räsänen
Olavinlinnantie 7 C 54
00900 Helsinki
Sähköposti: pirjo.rasanen@ellare.fi
Puhelin: 040 737 8650

