



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



KESTÄVÄÄ LIIKETOIMINTAA LÄHIRUOASTA

Valmistautuminen asiakasesittelytilaisuuteen

Asiakasesittelytilaisuuksiin osallistumisen tavoitteet

1. mahdollisten asiakkaiden mielenkiinnon herättäminen /vahvistaminen omia tuotteita ja yhteistyömahdollisuuksia kohtaan
2. oman tiedon ja ymmärryksen lisääminen mahdollisten asiakkaiden tarpeista, kokemuksista ja tilausmenettelyistä
3. keskusteluyhteyden aikaansaaminen ja jatkosta sopiminen mielenkiintoisten ostajien kanssa

kun asiakastarpeet ja omat tuotteet kohtaavat, mahdollisesti myös

4. ensimmäisestä tilauksesta / toimituksesta sopiminen

Tapahtumaan valmistautumisessa on tärkeää, että riittävä esittelymateriaali sekä asiakastiedon tarpeet on mietitty etukäteen.

Markkinointimateriaalit

Monilla on jo valmiina hyvät ja kattavat esite-/esittelymateriaalit. Jos näin ei ole, voitte hyödyntää Kestävää liiketoimintaa lähiruoasta –hankkeen laatimia suomen- ja ruotsinkielisiä tuottajatarinakortti- ja saatavuuskortti-pohjia. Ne ovat ladattavissa omalle koneelle ja vapaasti muokattavissa ja hyödynnettävissä osoitteessa http://www.uusimaaseutu.fi/lahiruoka_markkinointi.asp.

Tarinakorttipohjiin on helppo liittää omat tekstit ja kuvat ja joko tulostaa / painattaa sekä julkaista sähköisinä esim. omilla kotisivuilla. Tarinakortit ovat myös ravintoloille ja julkisille keittiöille mielenkiintoisia, koska he voivat käyttää niitä suoraan omissa asiakasviestinnässään, kertoessaan tarjoamansa ruoan alkuperästä ja tuottajista.

Saatavuuskorttipohjaa voi hyödyntää kertomaan mistä tuotteitanne saa ostaa, yhteystieto-/käyntikortteina yleensä tai esim. linjastolle ruoan viereen laitettavina tuottajakortteina.

Muistilista tapahtumaan osallistujille:

1. omat yhteystiedot on jaettavissa (käyntikortit / saatavuuskortit, yhteystiedot esitteissä)
2. mietittynä miten keskustelukumppanien yhteystiedot kerätään (vähintään nimi, vastualue ja organisaatio)
3. riittävät tiedot annettavaksi paperilla mukaan (esitteet, tarinakortit, tuotetiedot esim. PTY:n tuotekorttipohjaa http://www.tkk.utu.fi/extkk/ruokasuomi/oppaat_2011_tuotekortti_Tuotekortti_mikroyrityshanke.xls hyödyntäen)
 - tilasta ja tuottajasta / yrityksestä
 - tuotteista
 - pakkauksista (pakkauuskoot, toimituserät)
 - toimitustavoista
 - mahdollisista asiakasreferensseistä (asiakkaalta lupa nimen käyttöön)
 - Julkiset hinnastot (esim. verkkokauppa) voi ottaa mukaan kyseessä olevan myyntikanavan tämänhetkisinä hintoina. Kerran asiakkaalle ilmoitetusta hintaindikaatiosta neuvotellaan yleensä vain alaspäin.

Asiakastiedon keruu

Jos olette kiinnostuneet kehittämään tuotteita, pakkauksia, toimitustapoja jne. ammattikeittäöihin paremmin sopiviksi, se kannattaa tuoda esiin esitteissä / keskustelussa. Usein kuulee, että tuotteiden pitäisi olla esikäsiteltyjä / pidemmälle jalostettuja jotta niiden käyttö julkisessa ruokapalvelussa olisi mahdollista.



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



LAUREA

KESTÄVÄÄ LIIKETOIMINTAA LÄHIRUOASTA

Hankintamenettelystä kannattaa julkisilta toimijoilta myös kysyä mahdollisimman paljon; mitä ja miten kilpailutetaan, sallitaanko osatarjouksia, kuinka pitkiä ovat sopimuskaudet, kuka päättää tilauksista hyväksytyjen toimittajien osalta, miten pienet/suuret erät mahdollisia jne.

Tarpeiden selvittämiseksi

1. mietittäessä, miten tieto asiakastarpeista keskustelujen yhteydessä kerätään
 - mielenkiintoiset tuotteet, miksi kiinnostaa, mahdolliset määrät, tarvittava jalostusaste, mahdollinen hintataso
 - aiemmat kokemukset tuotteista;
 - o nykyinen käyttö, nykyiset toimittajat, nykyiset hinnat, käyttökokemukset ja ongelmakohdat
 - o mahdolliset kokemukset /mielikuvat omista tuotteistanne
 - mikä kiinnostaisi lähi- / luomutuotteena, mutta ei toimittajaa tuotteelle siinä muodossa kuin haluavat
 - o nykyiset tuoteryhmät (esim. erilainen laatu, jalostusaste, alkuperä, pakkauskoko jne)
 - o uudet tuoteryhmät
 - kriittiset ominaisuudet ostopäätöksen kannalta
 - seuraavan hankintakierroksen /-päätöksen todennäköisyys ja ajankohta
 - minkälainen tilaus-/tarjousprosessi on, miten voi osallistua
 - miten keskustelua jatketaan – sopiminen!