



Elintarvikealan mikroyritysten valmentaminen päivittäistavarakaupan yhteistyökumppaneina

Hankkeen tausta



- “ Kaupalla on valmiudet toimia kaiken kokoisten tavarantoimittajien kanssa
- “ Mikroyritysten pienemmät resurssit on kuitenkin osattava hyödyntää mahdollisimman tehokkaasti
 - “ Logistiikkaa ja markkinointia koskevia toimintoja mikroyritys voi joissain tapauksissa ulkoistaa muille toimijoille
- “ Tuotteen pitää olla kiinnostava ja kaupan valikoimaa täydentävä

Hankkeen tausta: kaupan näkökulma



- ” Pienet tavarantoimittajat ovat kaupalle tärkeitä
 - ” Ne ovat tärkeä osa maamme elintarviketuotannon monimuotoisuutta
 - ” Suomalainen kuluttaja saa nauttia paikallisista erikoisuuksista ja ruokakulttuurimme rikkauksista
 - ” Yhteistyö pienten elintarvikealan yritysten kanssa helpottuu kun toimintatapoja yhtenäistetään ja tehostetaan

Hankkeen tausta: kaupan tavoitteet



- ” Mikroyritysten kilpailukyvyn parantaminen tehostamalla niiden yhteistyötä kaupan kanssa
- ” Resurssiongelman ratkaiseminen . kaupalla on paljon tavarantoimittajia ja vähän mahdollisuuksia valmentaa jokaista erikseen
- ” Pienten tuottajien kilpailukykyisten tuotteiden tarjonnan ja menestymisen varmistaminen
- ” Myymälöihin entistä parempi valikoima kuluttajia kiinnostavia hyviä ja kilpailukykyisiä tuotteita



Painopistealueet: Valikoimahallinta ja hyvä tuote



- “ Valikoimien hallinnan lähtökohta
 - “ Tuoteryhmän tuotetarjonta vastaa ketjun asiakaskohderyhmän tarpeita ja haluja sekä ketjuun kohdistuvia odotuksia
- “ Tarjonnan erilaistaminen ja uudet innovaatiot ovat avain kysynnän laajenemiseen
 - “ Myynniltään pienellä tuotteella voi olla merkitys tärkeille asiakasryhmille
 - “ Parhaat menestyksen mahdollisuudet ovat tuotteilla, jotka tuottavat kaupan asiakkaalle lisäarvoa
- “ Turvallisuus on ehdoton vaatimus kaupan valikoimiin otettaville tuotteille
- “ Yhteistyökumppanin toiminnan tuntemus ja yhteistyön osaaminen tärkeässä roolissa

Painopistealueet: Logistiikka ja tiedonsiirto



- ” Tavoitteena on tehokkuus niin tavarantoimittajan kuin kaupankin näkökulmasta
 - ” Tehokas tilaus-toimitusprosessi on myös mikroyrityksen toiminnan perusedellytys ja kokonaiskannattavuuteen keskeisesti vaikuttava tekijä
- ” Tavarantoimittaja ja kauppa sopivat tuotteelle parhaiten sopivasta jakelumallista
 - ” Toimitusvarmuus on ensiarvoisen tärkeää
- ” Tuotetiedon sekä tilauksia ja toimituksia koskevan tiedon välittämisessä hyödynnetään laajalti sähköistä tiedonsiirtoa
- ” Kaikkea ei aina kannata tehdä itse
 - ” Verkostoituminen voi tuoda merkittävää lisähyötyä logistiikan alueella



Painopistealueet: Markkinointi



- ” Markkinoinnin avulla osoitetaan tuotteen lisäarvoa asiakkaalle
 - ” Mikroyrityksen tuotteen tarina voidaan rakentaa pienimuotoisuuden pohjalta
- ” Paikallista tunnettua pienyrittäjä voi kasvattaa paikallisilla teoilla, esimerkiksi:
 - ” Maistatuksilla
 - ” Paikallisella medianäkyvyydellä
- ” Verkottuminen on pienille tavarantoimittajille keino tehostaa toimintaa
 - ” Tavarantoimittajien yhteiset kampanjat voivat olla kustannustehokas tapa esitellä tuotteita kaupalle ja kuluttajalle



Mikroyrityksen keskeiset strategiset valinnat



Päätösalueet:

- ” Omien resurssien kartoitus ja yhteistyökumppaneiden valinta
- ” Tuotteen asemointi kaupan valikoimiin ja tuoteturvallisuus
- ” Logistiikka ja tiedonsiirto
- ” Markkinointi

Tuotekortti



- ” Tuotekortti auttaa mikroyrittäjää hahmottamaan, mitä tietoja kauppa tarvitsee tavarantoimittajasta ja tuotteesta ottaakseen uuden tuotteen valikoimiinsa
- ” Tuotekortin avulla tavarantoimittaja voi suunnitella tuotteeseen ja sen logistiikkaan liittyvät asiat ennen uuden tuotteen tarjoamista kaupalle
- ” Tavarantoimittaja voi itse arvioida tuotteensa valikoimiin pääsyn mahdollisuuksia samoilla kriteereillä, joita kauppa käyttää arvioidessaan uusia tuotteita



Tuotekortin tavoitteet



- ” Tavoitteena parantaa pienyrittäjien mahdollisuuksia saada omat tuotteet kaupan valikoimaan eri toimintatasoilla
- ” Tehostaa yhteistyötä kaupan kanssa systemaattisen keskustelupohjan luomisella
 - ” Systemaattisuutta tuotteiden arviointiin
 - ” Yrittäjien ja kaupan välinen yhteistyö ja keskustelu syvenee
 - ” Tasapuolisuus toimittajien keskuudessa

Tuotekortin käyttö

- ” Tuotekortti täytetään yrityksessä ennen kuin tuote esitellään kaupan edustajalle
- ” Tuotekortti täytetään vapaamuotoisesti, huomioiden täyttöohjeen tarkentavat kohdat
- ” Tuote esitellään kortin avulla kaupalle
- ” Tuotekortti täytetään kaikille kaupalle esiteltäville tuotteille

Toimittajan tiedot		Tuotteen perustiedot			
Yrityksen nimi		Tuotenimi			
Y-tunnus		Tuotekoodi			
Katuosoite		Tuotteen paino			
Postitoimipaikka		Myyntiyksikkö			
Puhelinnumero		Myyntierän 1 koko			
Sähköposti		Myyntierän 2 koko			
Pankkitiedot		Tuotteen mitat	(k * l * s) mm		
Yhteyshenkilö		Myyntierän 1 mitat	(k * l * s) mm		
Omaevalvontasuunnitelma		Myyntierän 2 mitat	(k * l * s) mm		
		Alkuperämaa			

Tarkentavat tuotetiedot

Tuotteen ominaisuudet

Muut tuotteeseen liittyvät tarkentavat tiedot esim.
 Soveltuvuus erityisruokavalioihin; gluteeniton, laktoositon jne.
 Muut merkit ja merkinnät (luomu, joutsenmerkki, ympäristömerkki)
 Tuotteen säilyvyysominaisuudet (säilytyslämpötila, myyntiaika)

Tuotteen ja myyntierän/erien pakkaustiedot

Pakkauksen materiaali ja ympäristöystävällisyys

Tilaus / toimitustiedot

Tilaustapa, toimituserä, tilaus-toimitusrytmi jne.

Tuotteen taustatiedot

Tuotteen kuvaus

Tarkentava kuvaus tuotteesta

Tuotteen merkitys kuluttajalle

Kohderyhmä, uutuusarvo, paikallisuus jne.

Toimituskyky

Tuotantokapasiteetti, tavoiteltu jakelun laajuus

Tuotekortti: Osa-alueet



Toimittajan pakolliset tiedot	Tuotteen pakolliset tiedot
Tuotteen ja toimittajan täydentävät taustatiedot	
Tuotteen tarkentavat perustiedot	



Hankkeen toteutus: Menestyscaset



- ” Hankkeessa pyrittiin myös tunnistamaan menestyscaseja pienyritysten osalta
- ” Seuraavassa on esitelty menestyneitä pienyrityksiä ja menestykseen liittyviä yleisiä menestystekijöitä



Menestyscase: Koivulan kotijuustola, Muhos

- ” Tuotteet: Juustokeitto, terniunijuusto ja tilamaito
- ” Tausta
 - ” Alueellinen toimija Oulu-Rovaniemi alueella
 - ” Työllistää sesonkiaikana 5 henkilöä
- ” Menestyksen edellytykset
 - ” Tarpeen tunnistaminen
 - ” Huolellinen tuotekehitys
 - ” Omaleimaisuus ja erilaistuminen
- ” Koivulan kotijuustolan menestystekijät
 - ” Hyvä tuote
 - ” Tuoteturvallisuus
 - ” Toimitusvarmuus

**“Tuotekortti
on hyvä
oivallus”**





Menestyscase: Ylä-Porkkalan tila, Jämsä

- ” Tuotteet: täysmarjamehuja ja perinneruokia; maalaismämmiä, kotisimaa ja laatikkoruokia
- ” Tausta
 - ” Alueellinen toimija Jyväskylän seudulla
- ” Menestyksen edellytykset
 - ” Paikallisuuden korostaminen
 - ” Yhteistyön hyödyntäminen eri toiminnoissa
 - ” Brändin rakentaminen
- ” Menestystekijät
 - ” Menestystuotteisiin keskittyminen
 - ” Hallittu valikoima
 - ” Tunnettavuuden kasvattaminen brändin avulla

“Tärkein tavoite on tyytyväinen asiakas”





Menestyscase: Taivalkosken mylly, Jalasjärvi

- ” Tuotteet: talkkunajauhot ja murot
- ” Tausta
 - ” Myllytuotteiden valtakunnallinen toimittaja
 - ” Työllistää 4 henkilöä
- ” Menestyksen edellytykset
 - ” Tuotteiden erityisominaisuuksiin panostaminen
 - ” Toiminnan kehittäminen (ISO 9001-laatu järjestelmän käyttöönotto)
 - ” Yhteistyöverkoston hyödyntäminen
- ” Menestystekijät
 - ” Erityisosaaminen
 - ” Tuotantotekniset ratkaisut

“Ideana on erikoistua, ei tehdä samaa kuin muut”

Johtopäätökset



Miten pienyritys menestyy yhteistyössä kaupan kanssa:

- ” Kaupan näkökulmasta yhteistyön ja menestyksen perusedellytykset ovat kaikille toimijoille samat
 - ” Kaupalla valmiudet toimia pienten tavarantoimittajien kanssa pienillä volyyymeillä

- ” Pienyrityksen löydettävä omat kilpailuetua tuovat alueet ja panostettava niihin
 - ” Tuote ja toimitusvarmuus oltava kunnossa

- ” Verkostoitumisen merkitys korostuu
 - ” Tärkeää toiminta-alueilla, joilla omat resurssit eivät riitä