

Suomen Yrittäjäopisto



Kasvua ja menestystä uusiutumalla

- KaMu Kanta-Häme – Kasvua ja Menestystä Uusiutumalla
- KaMu Päijät-Häme – Kasvua ja Menestystä Uusiutumalla
- Asiakaslähtöinen tuotteistaminen
 - 27.5 Webinaari / Susanna Kulmala
 - 13.6 työpaja verkossa / Riina Virkkunen
 - Lähityöpajat / Riina Virkkunen 20.8; 22.8 ja 18.9



**Euroopan unionin
osarahoittama**



ProAgria
Etelä-Suomi

Yrittäjät
HÄME

Hämeen
Uusyritys-
keskus

TTS Työtehoseura

Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

**Euroopan unionin
osarahoittama**

ProAgria
Etelä-Suomi

TTS Työtehoseura

TE-palvelut
AN-tjänster | TE services

LEADER
Päijänne

Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

**Euroopan unionin
osarahoittama**

**Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus**

Asiakaslähtöinen tuotteistaminen

susanna.kulmala@syo.fi

Alkuveryttely

- Pohdi joku tilanne jossa olet itse asiakkaana ja olet tuntenut tunteen ”olipa helppo ostaa” tai ”sujuipa kaikki nopeasti ja vaivatta” tai ehkä jopa ”oho, tämähän oli helppoa”?
- Kirjaa esimerkkisi oheiselle [Padletille](#).

Tässä webinaarissa

- Johdanto tuotteistamiseen
- Sisäinen ja ulkoinen tuotteistaminen
- Tuotteistaminen käytännössä

Johdanto tuotteistamiseen

Tuotteistaminen

”Tuotteistamisen avulla on mahdollista monistaa vaikeita taitoja niin, että muutkin kuin harvat huippuammattilaiset saavat aikaan näyttäviä tuloksia. Toisaalta niin yksinkertaista perushyödykettä ei ole olemassakaan, ettei sitä voisi tuotteistaa myyvämmäksi.”

Jari Parantainen

Mitä tuotteistaminen on?

- Tuotteistamisella tarkoitetaan tuotteen tai palvelun paketoimista ja vakioimista niin, että sitä voidaan myydä asiakkaalle sellaisenaan kerran tai useammin
- Kun tuotteen tai sen palvelupolun osat liitetään yhteen, se näyttää yhtenäiseltä myös ulospäin. Kun tuotteen vaiheita pilkotaan pienempiin osiin, yritys pystyy selkiyttämään sen eri osien vaikutusta kokonaisuuteen ja muokata siitä erilaisia kokonaisuuksia.
- Usein tuotteistaminen lähtee siitä että yrittäjä huomaa tekevänsä usein samankaltaisen tarjouksen asiakkaan tarjouspyyntöön.
- Tuotteistamisella helpotetaan asiakkaan ostamista ja yrityksen palvelun tai tuotteen tuottamista.



NETFLIX

amazon



Miksi tuotteistaminen?

- Tuotteistamisella tavoitellaan palvelun parempaa tasalaatuisuutta ja toistettavuutta.
- Palvelun markkinointi ja myynti helpottuvat > palvelukuvaukset ja muu markkinointimateriaali.
- Tuotteistamalla voidaan ydintuotteesta tai -palvelusta paketoida ratkaisuja useiden eri asiakasryhmien tarpeisiin

”Tuotteistaminen on prosessi, jossa määritellään mistä palvelu koostuu, mitä se sisältää, kuka siitä hyötyy tai kenelle se on tarkoitettu ja miten se tuotetaan?”

-Ulla Vilkman

Esimerkki, Rela hierojat

Rela
Terveystalo

KANTA-ASIAKKUUS VASTAANOTTOMME LAHJAKORTIT AJANVARAUS

MEILLÄ HYVINVOINTISI ON HYVISSÄ KÄSISSÄ!

Päänsärkyä? Jäykkä selkä? Kramppeavat jalat? Väsyneet hartiat? Meillä hyvinvointisi on pääasia! Koulutetut hierojamme palvelevat sinua aina yksilöllisesti ja ystävällisesti.

VARAA AIKA

Meiltä myös edulliset opiskelijahieronnat palvelut

LUE LISÄÄ

Aineeton lahja verkkokaupasta

Helposti verkosta!

VERKKOKAUPPAAN

Kanta-asiakkuus

-50 % kaikista ammattilaihierojien hieronnoista!

LUE LISÄÄ

Tuotekehitys vs tuotteistaminen

Tuotekehitys

- asiakastarpeet,
- suunnittelu ja ideointi, konseptit,
- suunnitteluprosessi,
- tuotantoprosessi.

Tuotteistaminen

- asiakaslupaus
- suunnittelu, ideointi, konseptit.
- ServiceBlueprint,
- vaatimusmäärittely,
- tuotannon kehittäminen,
- työhohjeet.

Cutters.

Lähde: Kai Hämäläinen 2021

Tuotteistaminen ja muotoilu

- Muotoilija

- Asiakasymmärrys
- Palvelutarpeet
- Palvelun laatu
- Hyväsuunnittelu
- **Alleiviivaa konsepteja**

- Tuotteistaja

- Markkinaymmärrys
- Kysyntä
- Palvelulupaus
- Kustannustehokkuus
- Hyvä kannattavuus
- **Alleiviivaa ideoita**

Esimerkki marjatila



Parhaat marjaherkut kypsyvät aivan lähelläsi!



Sisäinen ja ulkoinen tuotteistaminen

Mitä on sisäinen tuotteistaminen?

- Sisäinen tuotteistaminen on toimintatapojen yhtenäistämistä
 - Esimerkiksi käytetään yhtenäisiä malliviestejä, joita voidaan halutessa räätälöidä kun ollaan asiakkaan kanssa palvelu eri vaiheissa yhteydessä
- Sisäinen tuotteistaminen **helpottaa ja nopeuttaa** palvelun laatua ja sillä voidaan myös **standardisoida** keskeisiä vaiheita.
- Sisäinen tuotteistaminen on palvelutuotannon kuvaamista ja **yhdenmukaistamista**.
- Palveluprosessin, toimintatapojen ja vastuiden kuvaaminen ja määrittäminen ovat sisäisen tuotteistamisen perustehtäviä.
- Asiakasnäkökulmaa ei tässäkään pidä unohtaa: olennaista on miettiä, miten palveluprosessi näyttäytyy asiakkaalle ja mitkä ovat asiakkaan prosessit.
- > Tuotteistaminen ei ole sama asia kuin standardointi – tietynasteinen asiakaskohtainen räätälöitävyys kuuluu palvelujen perusluonteeseen. Tuotteistamisen tavoitteena on oikean ja fiksun tasapainon löytäminen vakioinnin ja räätälöinnin välille.

Pohdinta

- Miten olet tai miten voisit oman yrityksen tuotantoa sisäisesti paremmin tuotteistaa? Onko joku työ tai palvelu monimutkainen toteuttaa? Voisiko jotain erityisesti selkeyttää?

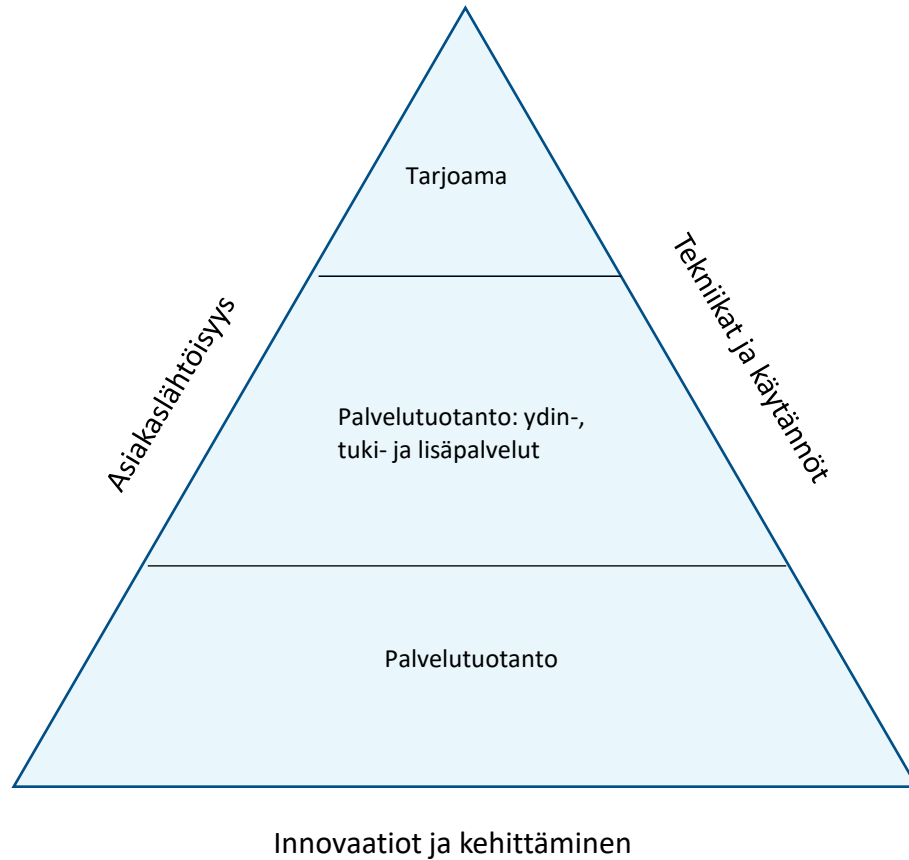
Mitä tarkoitetaan ulkoisella tuotteistamisella?

- Ulkoisella tuotteistamisella tarkoitetaan tuotteiden ja palveluiden keskeisten elementtien kiteyttämistä ja kuvaamista asiakkaalle
- Ulkoinen tuotteistaminen on asiakkaille näkyvien palveluelementtien kuvaamista ja kiteyttämistä.
 - Siinä synnytetään yhteinen näkemys asiakkaalle tärkeistä palvelun elementeistä, jotka kiteytetään tyypillisesti palvelukuvauksiin ja myyntimateriaaleihin.
- **Hyvin ulkoisesti tuotteistettu palvelu on asiakkaan helppo ostaa eli se**
 - ratkaisee asiakkaan ongelman,
 - on asiakkaan helppo ostaa,
 - asiakkaan on helppo arvioida palvelun soveltuvuutta juuri omaan tarpeeseen ja
 - asiakkaan tai yrityksen on helppo räätälöidä juuri asiakkaan tarpeeseen

Tuotteistamiselle on tyypillistä

- Palvelumahdollisuuksien tunnistaminen ja ideointi eri keinoja hyödyntäen.
- Markkinoiden ja asiakkaiden tutkiminen, asiakasymmärryksen lisääminen.
 - Asiakaslähtöisyys korostuu jatkuvasti enemmän ja enemmän
- Tuotannon suunnittelu, jakelukanavien suunnittelu.
 - Työmenetelmät ja niiden dokumentointi
- Palvelulupauksen muodostaminen ja sanoittaminen.
- Arvonmuodostuminen, konseptointi ja hinnoittelu
- Rahan ansainta -> ostamisen helpottaminen ja myynnin lisääminen.
- Palvelun käsikirjoitus ja tuotanto.

Tuotteistamisen kokonaisuus



- Pohdittavaa:
- Mikä on teidän asiakkaiden ydinongelma mihin tarjoatte ratkaisua?
- Miten asiakas ostaa teidän tuotteen/palvelun ja voisiko sitä jotenkin helpottaa?

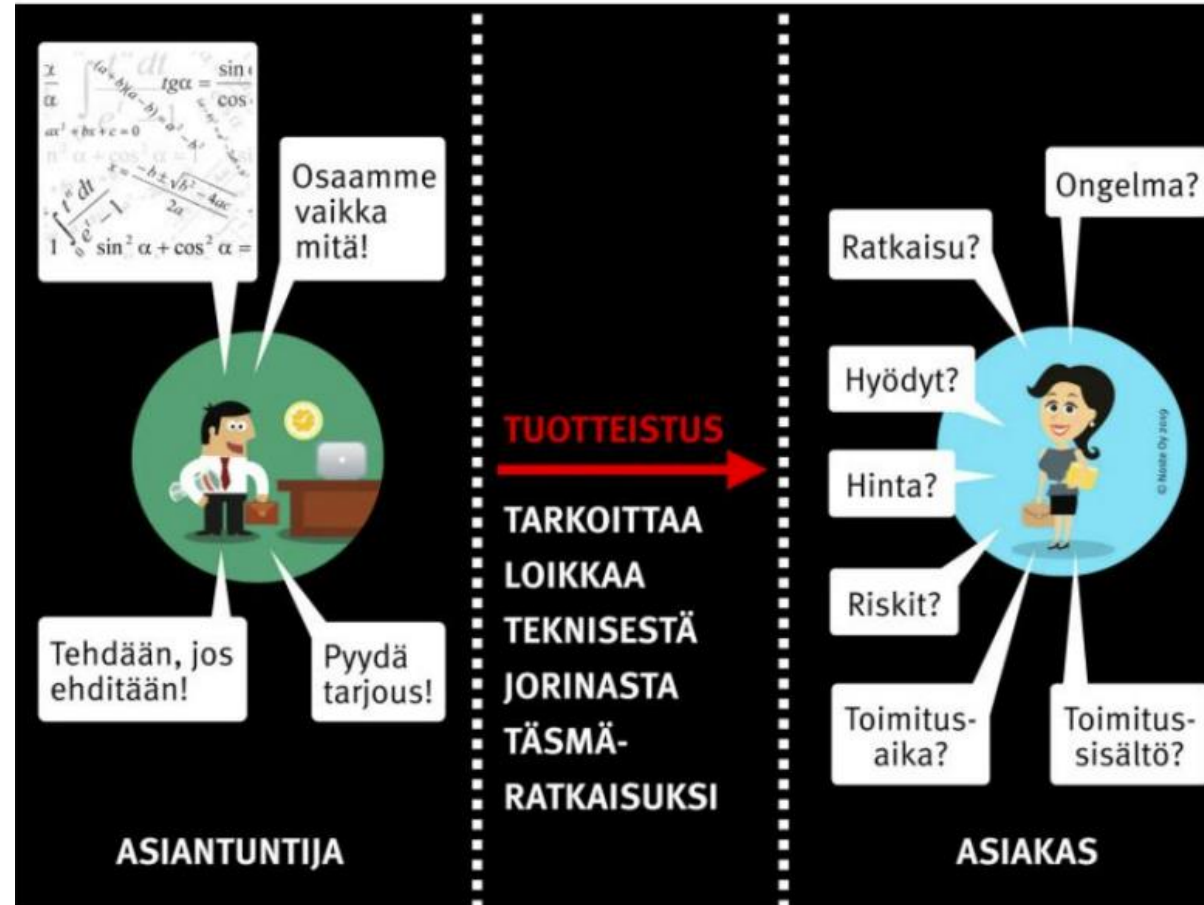
Tuotteen elinkaari ja tuotteistaminen

- Uudistua pitää koska asiakkaiden tarpeet ja odotukset sekä arvostukset muuttuvat ja kehittyvät
- Uudistua pitää myös siksi että ympäristö muuttuu ja kehittyy.

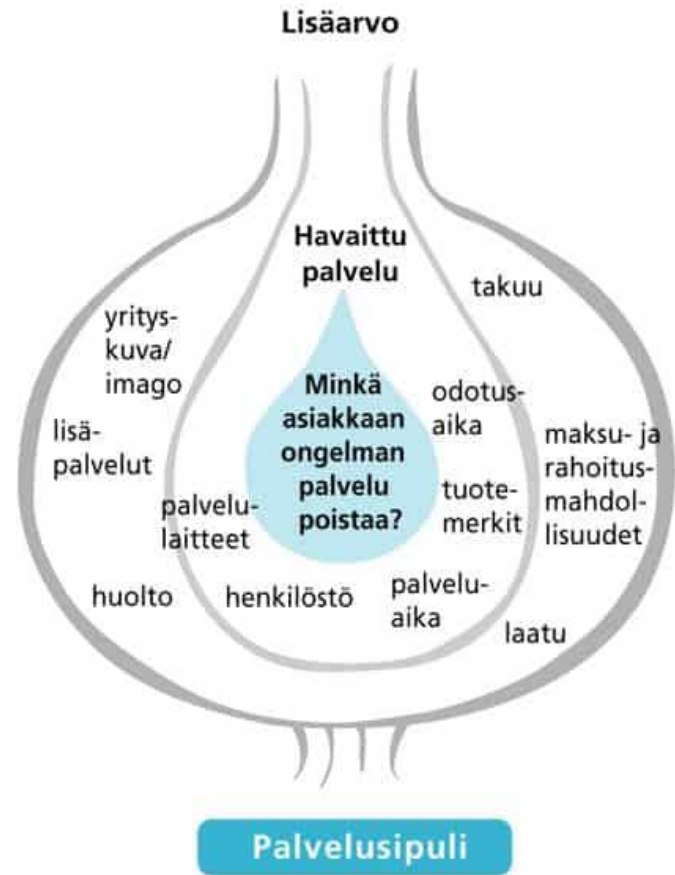


Tuotteistaminen käytännössä

Miten tuotteistetaan?



Palvelusipuli



Pohdin mitä omaan tuotteeseen tai palveluun

Voidaan lisätä?
Voidaan ottaa pois?
Voidaan muokata asiakaskohtaisesti?

Kuvio: Sanna Olshin

Asiakkaan kanssa yhdessä tuotteistaminen

- Parhaimmillaan tuotteistamisessa on mukana asiakas, vähintään siinä pitää olla mukana henkilö joka tuntee asiakkaat.
- Menetelmiä on monia, niiden hyödyntämiseen vaikuttaa mm yrityksen elinkaaren vaihe ja koko
- Erilaisia työpajamalleja tuotteistamiseen: Arvohavainnot, asiakastarinoita, eläytyvä tarinointi, ideoiva tarinointi, asiakasprofiilit, kiteytys tarinaksi

Monesti idea voi syntyä toiselta toimialalta



Asiakasymmärryksen muodostuminen

- Asiakaspalautteiden kerääminen ei ole sama asia kuin asiakasymmärrys, on tärkeää **että asiakasymmärrys perustuu syvään asiakkaan ymmärtämiseen eikä vain palautteeseen nykyisestä toiminnasta**
- Asiakasymmärryksestä puhuttaessa, puhutaan keinoista saada syvällistä ja laajaa tietoa asiakkaiden tarpeista ja kokemuksista (muuttuvat ja piilevät).
- Asiakaspalautetta kerätessä mitataan olemassa olevien asiakkaiden kokemuksia tuotteista ja palveluista kun taas asiakasymmärryksessä kohderyhmä sekä nykyiset että potentiaaliset asiakkaat.
- Asiakasymmärrys tarkoittaa sitä, että ymmärretään minkälaisia muutoksia asiakkaiden *odotuksissa ja tarpeissa* sekä *toiminnassa* on tapahtunut ja mitä voidaan odottaa tapahtuvan.
 - Esim. pandemia vaikutti ihmisten ostokäyttäytymiseen, osa palasi sen jälkeen vanhoihin tapoihinsa mutta merkittävästi suurin osa ei palannut. On tärkeä ymmärtää asiakkaan uudenlaisia toimintatapoja eli **asiakasymmärryksen merkitys on entisestään kasvanut.**

Asiakasymmärrys

- Asiakasymmärryksen kerääminen voidaan jakaa kolmeen ryhmään ja ne kaikki on tärkeä huomioida asiakasymmärrystä kerätessä.
 1. Asiakaspalaute
 2. Asiakkaiden käyttäytymisen seuranta
 3. Olemassa olevan ja kerättävän datan analysointi
- Kun kaikki kolme ulottuvuutta huomioidaan, ei pääse syntymään vääriä oletuksia ja käsityksiä.
- Palaute ja käyttäytymisen seuranta auttavat erityisesti ymmärtämään asiakkaiden tulevia aikeita.



Keinoja asiakasymmärryksen rakentamiseen

- Lomaketutkimukset (eri asia kun palautelomake)
- Haastattelut
- Fokusryhmät ja asiakasraadit
- Verkkoliikenne ja siitä syntyvä data oikealla lailla analysoituna
- Sosiaalisen median sisältöjen seuranta
- CRM ja yleisesti tilaus- ja järjestelmiin kirjautumistiedot
- Myymälässä asiointin seuranta

Lähde: mukaellen ja muokaten
Korkiakoski Kari, Huomisen
asiakas, 2023

Menetelmiä tuotteistamiseen

Haastattelut ja kyselyt

Olemassa olevat valmiit lähteet (esim. asiakasdata)

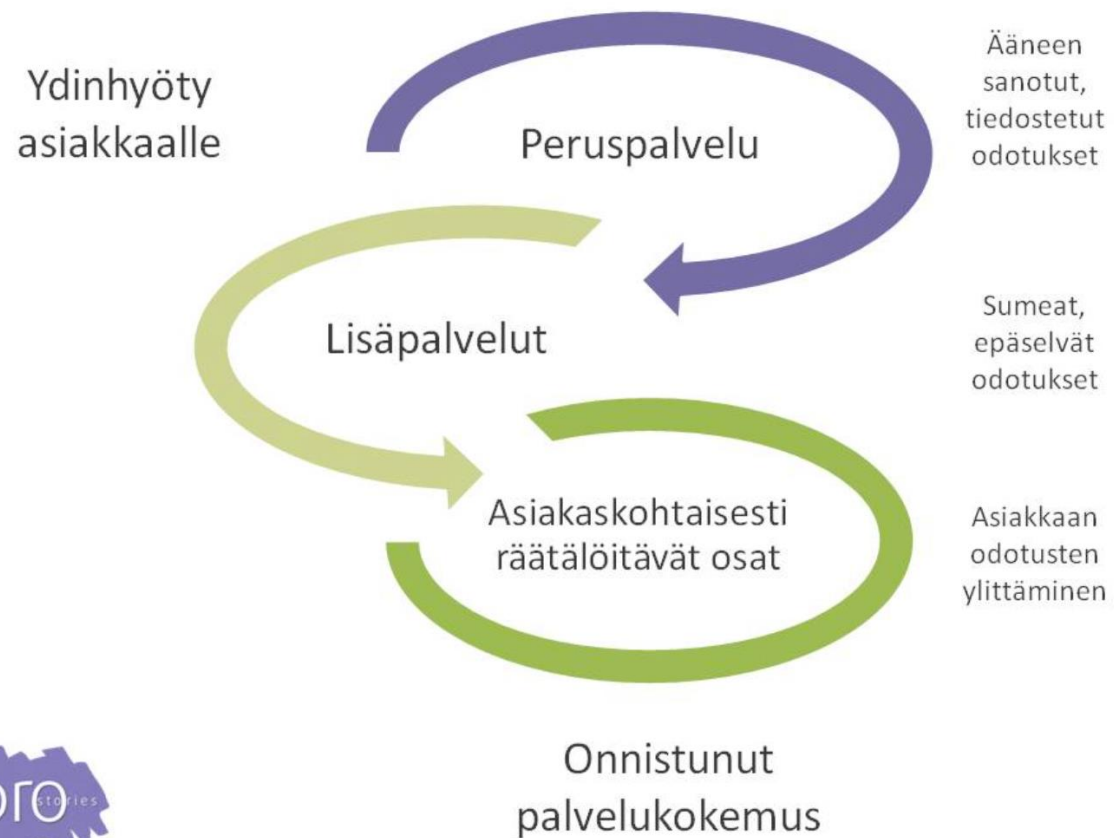
Havainnointi

Osallistaminen, esim. asiakasraadit tai työpajat

Verkossa tapahtuvat tutkimukset

Itsedokumentointimenetelmät

Palvelujen tuotteistaminen



- Tuotteistamisen kautta monesti pyritään siihen että sama perustuote tai palvelu saa uusia kohderyhmiä kun sitä tuotteistetaan lisäpalveluja ja lisäosia räätälöimällä.
- Esimerkiksi Kylpylähotellit tai vaikka fysioterapia



Esimerkki, tuotteistaja kiteyttää ja selkeyttää

Se mitä tuote sisältää, pitää olla helposti selvitetävissä. Tässä yhden matkatoimiston esimerkki. Varsinkin kun toimitaan kokonaan verkossa, on tällä suuri merkitys.

Valitse ateriat hotellissa



- | | | |
|-----------------------|---|--|
| <input type="radio"/> | Sunwing All Inclusive Premium ✓
Paras All Inklusivemme, johon sisältyy hieman ekstraa ja saat lomaasi ripauksen luksusta! | 576,-
<i>Hinta per henkilö</i> |
| <input type="radio"/> | Sunwing All Inclusive ✓
Kaikki ruuat ja juomat sisältyvät. | 441,-
<i>Hinta per henkilö</i> |
| <input type="radio"/> | Sunwing Inclusive ✓
Aamiaisbuffet seitsemänä päivänä, lounas- ja illallisbuffet viitenä päivänä. | 299,-
<i>Hinta per henkilö</i> |
| <input type="radio"/> | Aamiaisbuffet ✓
Aloita päivä suurella, ihanalla buffetaamiaisella. | 78,-
<i>Hinta per henkilö</i> |

Esimerkki, tuotteistaja uudistaa

ALL INCLUSIVE. SUHDE, JOSSA SILMILLÄSI ON HYVÄ OLLA.

Täysin uudenlainen ja kattava palvelu silmillesi on täällä. Valhda tyyliä huoletta vaikka vuoden välein ja nauti kaikista muistakin eduista. Ei enää yllättäviä kuluja eikä epätietoisuutta tarpeiden muuttuessa. Tätä kaikkea edulliseen kuukausihintaan on All Inclusive.



Näin All Inclusive toimii

All Inclusive hinnoittelu

Tätä kaikkea All Inclusive sisältää

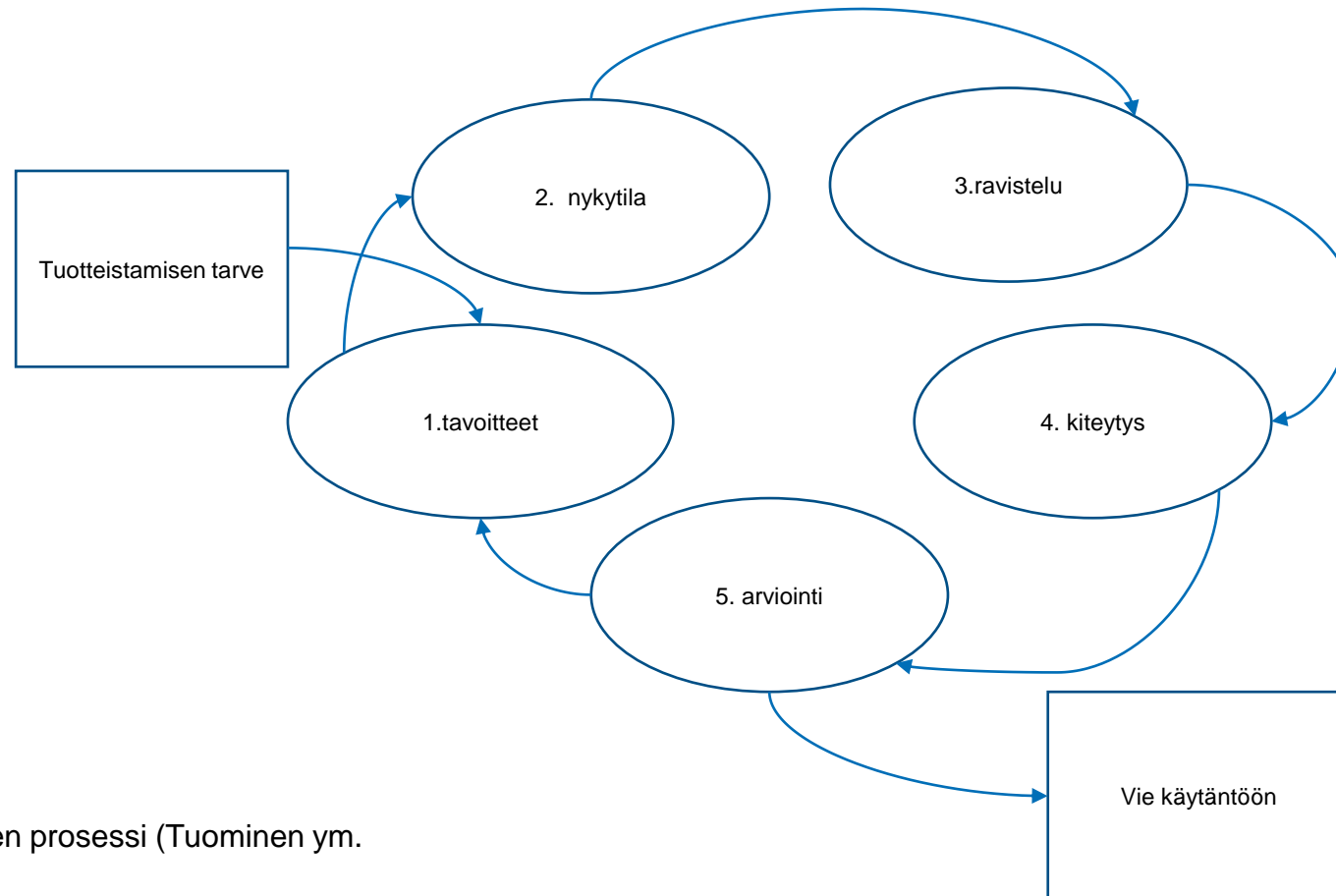
Kattavat näönhuollon palvelut

Valitse kolmet lasit eri tarpeisiin

Usein kysytyt kysymykset

All Inclusive asiakkaiden asiakaspalvelu

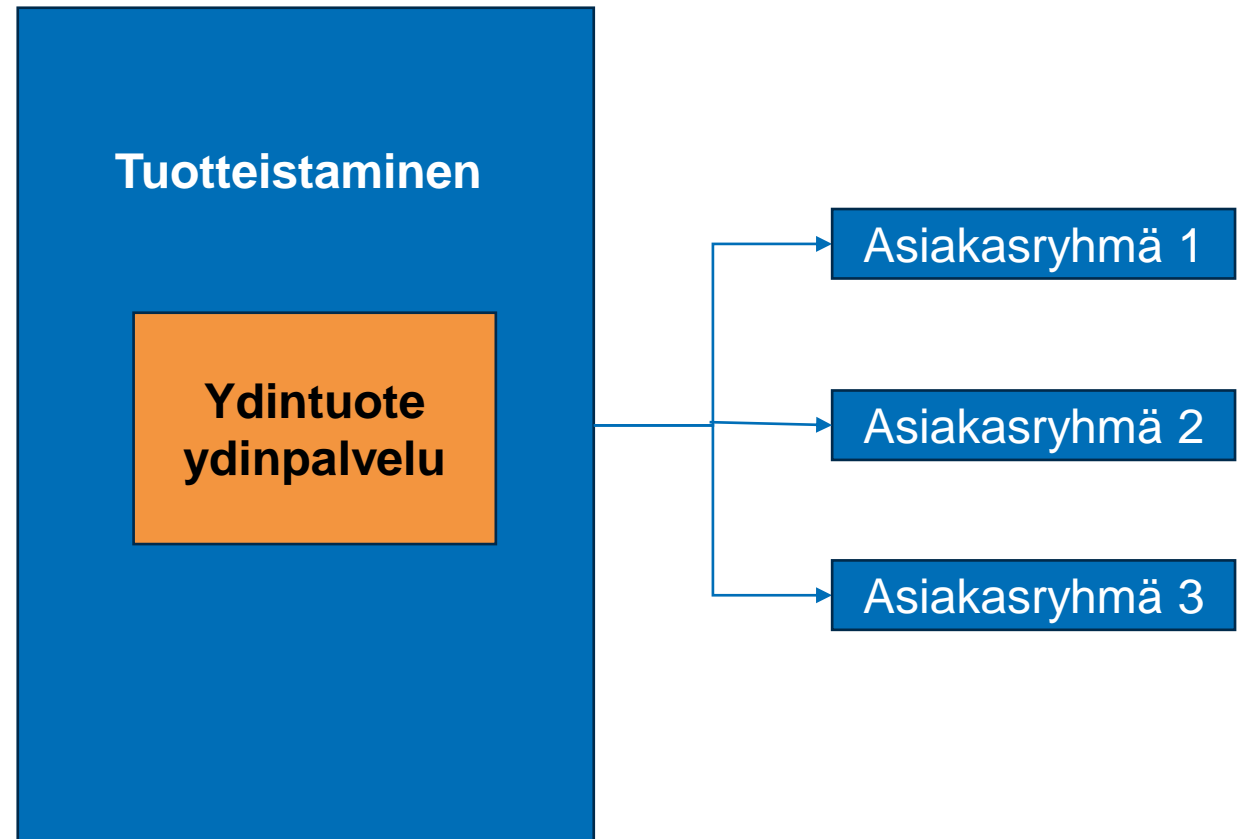
Osallistava tuotteistaminen



Osallistavan tuotteistamisen prosessi (Tuominen ym. 2015, 29)

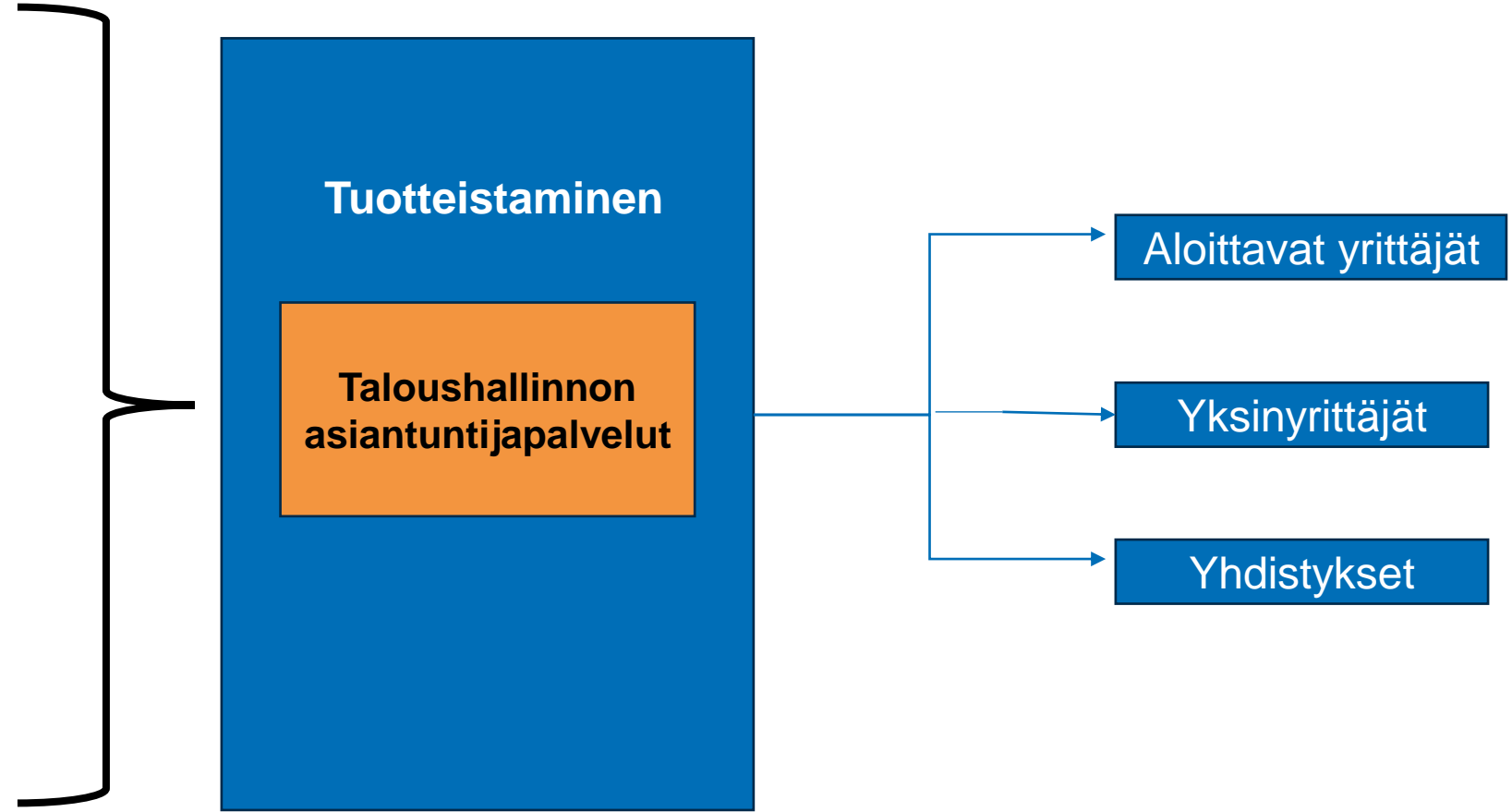
Mitä tuotteistettaessa tehdään?

- Hinnoittelu
- Jakelutiet
- Paketointi
- Konkretisointi
- Tarinat
- Ostamisen helppous
- Lisäominaisuuksien liittäminen
- Kumppaniverkoston kehittäminen
- Tuotteen kerrokset
- Tuotevalikoimien ja lajitelmien



Esimerkki, taloushallinnon palvelujen tuotteistaminen

- Kirjanpito
- Rahoituksen suunnittelu
- Investointitukien hakeminen
- Laskutus
- Talouden suunnittelu
- Budjetointi
- Perustamisasiakirjat
- Yhtiömuodon muutokset
- Verosuunnittelu
- Sukupolven vaihdokset
- Palkanlaskenta



Tuotteistamisessa on apua

- Pitää osata irrottautua vanhoista käsityksistä ja rutiineista
- Erottuvuutta kannattaa hakea, ei matkia sitä mitä jo tehdään
- **Asiakas on aina paras tiedonlähde**
- Vanhat hinnoittelukäsitykset voi olla vangitsevia, joustavuus tässäkin
- Lisäpalveluja pitää aina olla tarjolla!
- ”Sisäänheittotuote” kannattaa ehdottomasti kehittää!

Sisäänheittotuote voi olla esim:

- Ilmainen konsultaatio
- Alennus ensimmäisestä palvelukerrasta
- Pieni tuote alhaisella hinnalla
- Kokeilujakso

Esimerkiksi kotisiivouksessa joskus käytetään edullisempaa ensimmäistä kertaa tai kokeilujaksoa. Kokeilujaksot ovat monelle tuttuja myös mm. äänikirjapalveluista ja podcasteista



Palvelupaketin rakentaminen

Asiakastarve on oltava lähtökohtana

Avaa paketin keskeinen sisältö

Laske siihen käytettävä aika ja hinnoittele joustavasti

Testaa pakettia asiakkaalla, kerää palautetta ja kehitä

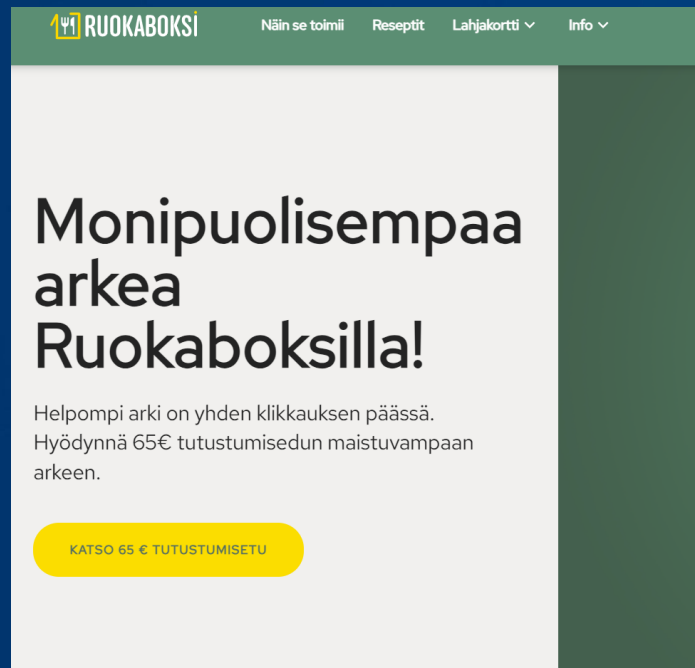
Nimeä paketit yrityksen brändin mukaisesti

Oman yrityksen palvelujen tuotteistaminen

- Mikä tai mitkä ovat ydintuotteitasi tai ydinpalvelujasi?
- Minkälaisia tuotteita/palveluita voisit yhdistää ydintuotteeseesi tai palveluusi? Onko jollekin tietylle kohderyhmälle jotain erityistä?
 - Kannattaa avata asiakkaiden tarpeet kohderyhmittäin. Minkä asiakkaan ongelman ratkaiset ja mikä merkitys tällä ongelmalla on asiakkaalle?
- Mitä muita mahdollisuuksia on tuotteille/palveluille? Mieti mm.
 - Paketit, jakelutiet, tarina, lisäominaisuudet ja rahoitusvaihtoehdot.
- Mitä markkinoilla jo on ja miten voisi erottua markkinoilla jo olevista?
- Onko tuotesuojaukselle tarvetta?
- Jos tuotat palveluja, miten voisit niitä konkretisoida?
- Miten pidät jatkuvasti yllä asiakasymmärrystä ja kehität sitä yritystoiminnan kehittyessä?



Esimerkkejä



121 RUOKABOKSI Näin se toimii Reseptit Lahjakortti Info


Monipuolisempaa arkea Ruokaboksilla!

Helpompi arki on yhden klikkauksen päässä. Hyödynnä 65€ tutustumisedun maistuvampaan arkeen.

KATSO 65 € TUTUSTUMISETU



Toyota Huoltosopimus



RUOKAKAUPPA Tuoteryhmät Valmiit boksit Tarjoukset & suositukset Ruokavaliot Tietoja Kanta-asiakkuus

Koska aina voi ottaa rennommin.

KAIKKI RUOAT NÄIN SE TOIMII

Kunnon kotiruokaa valmiina ovellesi.

✓ Yli 100 kotiruokaa ✓ Vain kuumennus ✓ Kotimaista ✓ Pitkä säilyvyys ✓ Toimitus koko Suomeen

Varaa aika alla olevasta ajanvarauskalenterista. Varausvahvistuksen sähköpostiisi. Ajan voi varata n

käyttäjätunnus | salasana | Muista minut

Kirjaudu

1. Hoito 2. Aika 3. Henkilötiedot

Valitse hoito

- Tänään vapaita aikoja
- Fysioterapia
- Urheilufysioterapia
- LPG-hoito
- Fysio PT
- Sydänfysioterapia
- Testauspalvelut
- Kiropraktiikka
- Akupunktio
- STAMAC Terveyskartoitus

Tehtävä

- Pohdi ja kirjaa ylös oman yrityksesi näkökulmasta ennen työpajatyöskentelyä:
 - Tuotteistamisen tavoitteet omassa yrityksessä
 - Mitä haluat tuotteistamisella saavuttaa?
 - Miksi haluat tuotteistaa?
 - Onko tarpeen panostaa erityisesti toiseen: sisäiseen tai ulkoiseen tuotteistamiseen?