

Mitä tuotteeltani odotetaan, minne ja miten sitä markkinoin?

– opas pienille ja keskisuurille elintarvikeyrityksille

1 Alkusanat

Tämä opas on tarkoitettu pienille ja keskisuurille elintarvikeyrityksille tiiviiksi tietopakettiksi helpottamaan tiedonhakua vähittäiskaupan vaatimuksista ja näkökulmista tuotteita kohtaan. Oppaassa käsitellään asioita, joista on hyvä tietää, kun pyritään vähittäistavara-kaupan valikoimiin, ja toisaalta myös muistin virkistämiseksi siellä jo oleville yrityksille. Taroituksena on antaa uusia ideoita sekä saada lukija ajattelemaan tuotteen markkinointia enemmän kuluttajan sekä jälleenmyyjän näkökulmasta.

Oppaassa käydään läpi tuotteen peruselementit ja -tarpeet, kaupparyhmittymät ja niiden odotukset tavantoimittajille sekä esitellään pienille ja keskisuurille yrityksille palveluita tarjoavia tahoja. Oppaassa esitetään kysymyksiä, joihin jokaisella yrittäjällä on oltava vastaukset ennen yhteydenottoa ostajaan.

Sisällysluettelo

1.....	1 Alkusanat
2.....	2 Kauppa- ja teollisuusministeriön SWOT-analyysi
3.....	3 Omavalvonta
3.....	4 EAN-koodi
4.....	5 Pakkaus ja pakkausmerkinnät
5.....	6 Spaceman tuotetieto- ja kuvapankki
6.....	7 Päivittäistavara-kauppa
7.....	7.1 S-Ryhmä (Prisma, S-Market, Alepa, Sale, ABC-liikennemyymälät)
7.....	7.2 Inex-konserni, S-Ryhmän logistiikkayhtiö (Meira Nova Oy, Finnfrost Oy)
8.....	7.3 Ruokakesko Oy, Logistiikkayhtiö Kespro Oy (Citymarket, K-Supermarket, K-market, Piccolo, Cassa)
9.....	7.4 Stockmann Oyj Abp (Stockmann tavaratalot)
9.....	7.5 Tradeka Oy (Siwa, Valintatalo, Euromarket, Ruokavarasto, Sesto, Etujätti)
10....	8 Myymälä, "tärkein media" lähiruualle
10.....	8.1 Messut, tapahtumat ja muut markkinointikanavat
11.....	8.2 Laatu- ja alkuperäismerkinnät
12....	9 Logistiikka
13....	10 Pienille ja keskisuurille yrityksille muita palveluita tarjoavia tahoja
13.....	10.1 RuokaRaitti
14.....	10.2 Ruokakori.fi
14.....	10.3 Finndeli Oy

2 Kauppa- ja teollisuusministeriön SWOT-analyysi

Alla olevassa taulukossa on esitetty elintarvikealan nykytilanteesta Kauppa- ja teollisuusministeriön teettämä SWOT-analyysi.

VAHVUUDET

- Osaaminen valmistaa suomalaisiin makutottumuksiin sopivia tuotteita
- Tuotteiden maku ja tuoreus, nopea kierto
- Tuotteet suosiossa, turvallinen imago
- Tuotteiden terveysisyys
- Tuotteiden edullisuus
- Vahva suomalainen ruokakulttuuri
- Laaja tuotevalikoima, monipuolisuus
- Syvälinen tuoteosaaminen

MAHDOLLISUUDET

- Erikoistuminen
- Yritysten välinen yhteistyö, alihankinta
- Uudet markkinointikanavat
- Tuoteinnovaatiot
- Uudet käyttötavat
- Terveysimagon hyödyntäminen
- Funktionaaliset tuotteet
- Edulliset tuotteet
- Ruoan kotivalmistuksen väheneminen
- Lähiruoka-ajattelun hyödyntäminen

HEIKKOUEDET

- Suurin osa yrityksistä pieniä ja heikosti kannattavia
- Tuotantoprosessien tehottomuus
- Alalla runsaasti ylikapasiteettia
- Tuoretuotteiden epärationaalinen valmistus ja jakelu
- Työvoimavaltaisuus, työkustannukset
- Työaikojen joustamattomuus
- Ala ei kiinnosta, työolosuhteet huonot: ilta- ja yötyö, raskas työ
- Perustuotteiden liian alhainen hinta
- Tuotteiden ja alan liiallinen perinteisyys, käsityöläisäsenne
- Alan sisäinen yhteistyö vaikeaa
- Vaatimaton panostus tutkimukseen, kehittämiseen ja koulutukseen
- Liiketoimintaosaamisen heikkous

UHAT

- Kaupan keskittyminen: toimittajapolitiikka, ostopolitiikka, valikoimapolitiikka
- Voimakas kilpailutilanne
- Kaupan merkit (erityisesti tuontituotteina)
- Tuonti
- Työn hinta
- Raaka-ainekustannukset
- Korkea arvonlisävero
- Kuluttajien arvot ja käyttäytyminen
- Nuorten ruokakatvat (leivän kulutus vähenee)
- Turvallisen tai terveellisen imagon menetys

! SWOT-analyysiä tutkies-
sanne ottakaa lähtökohdaksi
oma tuotantonne ja peilat-
kaa toimintaanne taulukossa
esitettyihin heikkouksiin,
vahvuuksiin, uhiin sekä
MAHDOLLISUUKSIIN!

! Omavalvontasuunnitelma kannattaa tehdä perusteellisesti ja yhteistyössä oman terveystarkastajan kanssa. Omavalvonta ei ole yrityksen rekvisiittaa vaan työkalu, jonka avulla on mahdollista varmistaa oma selusta ja oikea toiminta häiriötilanteiden sattuessa.

! Mikäli yrityksesi ei kuulu sähköisen tuotetietopankin piiriin, kannattaa täyttää tuotetietolomake ennen ensimmäistään neuvottelua yhdenkään kaupparyhmittymän kanssa. Tämä lomake löytyy Suomen Sinfos-tuotetietopankin kotisivuilta www.sinfos.fi kohdasta PTY-tuotetietolomake

Elintarvikevirasto

Vanha talvitie 5, PL 28
00581 Helsinki
puh. (09) 393 1500
www.elintarvikevirasto.fi
(1.5.2006 www.evira.fi)

GS1 Finland Oy

Aleksanterinkatu 17, PL 1000
00101 Helsinki
puh. (09) 69 69 69
www.gs1.fi

3 Omavalvonta

Omavalvonta on ollut lakisäateistä vuodesta 1995 lähtien. Jokainen toiminnanharjoittaja vastaa itse tuotteensa turvallisuudesta ja siksi yrityksellä tulee olla omavalvontasuunnitelma elintarviketurvallisuutta vaarantavien tekijöiden riskien kontrolloimiseksi. Tätä varten on olemassa HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) -konsepti, joka käsittää seitsemän tärkeää periaatetta:

1. vaarojen tunnistaminen
2. kriittiset valvontapisteet
3. rajat
4. monitorointi
5. korjaavat toimenpiteet
6. varmistuskäytäntö
7. kirjanpito

Omavalvonnasta sekä elintarvikelainsäädännöstä ja monesta muusta elintarvikkeisiin liittyvästä asiasta löytyy informaatiota Elintarvikeviraston kotisivuilta www.elintarvikevirasto.fi kohdasta **Yrittäjälle – omavalvonta**.

4 EAN-koodi

Ennen valikoimiin pyrkimistä on tuotteeseen liittyvät perusasiat oltava kunnossa. Jokaisella tuotteella on oltava oma EAN-koodi. Lyhenne EAN tulee sanoista ”Eurooppalainen artikkelinumerointi”. Tämän maailmanlaajuisen numerosarjan avulla tuote tunnustetaan jake-
luketjun eri vaiheissa. EAN-koodiin liittyvää informaatiota löytyy internet-sivustolta: www.gs1.fi.

GS1 Finland Oy:n yhteydessä toimii päivittäistavarakaupan ja teollisuuden yhteinen Suomen Sinfos -tuotetietopankki. Järjestelmän avulla teollisuus lähettää tuotetietonsa sähköisesti yhteen yhteiseen tietokantaan, josta ne ovat kaikkien kaupan ryhmittymien käytössä. Tuotetietopankki tulee tulevaisuudessa korvaamaan perinteisen tuotetietolomakkeen käytön. Liittymismaksut ja käyttökustannukset löytyvät www.sinfos.fi kohdasta **Sitoutuminen käyttäjäksi**.

5 Pakkaus ja pakkausmerkinnät

Tuote on valmis markkinoille, kun käyttäjäksi toivottu henkilö ymmärtää tietoisesti tai tiedostamattaan minkä hänen tarpeensa tuote täyttää, mikä ja millainen tuote on, kenelle se on tarkoitettu ja kuka se on valmistanut.

Ihminen tekee 80% havainnoista visuaalisesti, joten pakkaus on erittäin suuri vaikuttaja myynniedistäjänä. Pakkaus sisältää tuotteen lisäksi suuren määrän informaatiota ja siitä tulee selvitä vähintään seuraavat asiat:

1. elintarvikkeen nimi
2. aineosaluettelo
3. sisällön määrä
4. vähimmäissäilyvyysaika tai viimeinen käyttäjäajankohta
5. valmistajan, pakkaajan ta EU:ssa toimivan myyjän nimi, toiminimi tai aputoiminimi sekä osoite
6. alkuperämaa, jos sen puuttuminen voi joutaa ostajaa harhaan
7. elintarvike-erän tunnus
8. säilytysohje tarvittaessa
9. käyttöohje tarvittaessa

10. varoitusmerkintä tarvittaessa

11. elintarvikkeen alkoholipitoisuus, jos juomassa on yli 1,2 tilavuusprosenttia ja kiinteässä tuotteessa enemmän kuin 1,8 painoprosenttia.

Mikäli tuotteesta esitetään erilaisia väittämiä esim. laktoositon, tuo tämä lisävaatimuksia pakkausmerkintöihin. Lisätietoja www.elintarvikevirasto.fi.

Pakkausten maailma on valtava ja siihen liittyvää informaatiota löytyy usealta taholta. Lisätietoja pakkauksista löytyy esimerkiksi Pakkausalan Ympäristö Rekisteri PYR Oy:n internet-sivustolta www.pyr.fi. Samalta sivustolta kohdasta [linkit](#), löytyy viranomaistahojen, tuottajayhteisöjen sekä muiden pakkausalaan liittyvien yritysten kotisivut.

! Pakkaus kannattaa suunnitella helposti pakattavaksi ja helppokäyttöiseksi sekä erottavaksi. Uusi pakkaus kannattaa testata aidossa ympäristössä kaupassa ja kysyä kaupan henkilökunnan mielipiteet ennen painatusta. Suunnittelussa tulee ottaa huomioon myös helppo ja nopea hyllytettävyyttä sekä yhteensopivuus kuljetustoitteiden standardien kanssa. Pakkausmateriaalin hankinnassa ei pidä tarttua ensimmäiseen tarjoukseen, vaan on hyvä kartoittaa kenttää.

**Pakkausalan Ympäristörekisteri
PYR Oy**

Iso Roobertinkatu 1 A
00120 Helsinki
puh. (09) 616 230
www.pyr.fi



ACNielsen – Spaceman- tuotetieto- ja kuvapankki

Linnoitustie 11
02600 Espoo
puh. (09) 4300 3266
www.acnielsen.fi

6 Spaceman tuotetieto- ja kuvapankki

Spaceman tuotetieto- ja kuvapankki on ACNielsenin ylläpitämä päivittäistavara- ja rautakaupan tuotetietokanta, joka sisältää tuotetiedot, -mitat ja digitaaliset live-kuvat kaupan tilanhallinta- ja valikoimasuunnittelua varten. Valmiit tuotetiedot nopeuttavat Spaceman-ohjelmalla tehtävien hyllykuvien rakentamista ja tuotteiden live-kuvat helpottavat esillepanojen visuaalista suunnittelua ja lisäävät niiden havainnollisuutta.

Spaceman tuotetieto- ja kuvapankkia hyödyntävät mm. HOK-Elanto, Rautakirja, Ruokakesko, Shell, SOK, Stockmann, Suomen Spar, Tradeka ja Wihuri sekä luonnollisesti lukuisat tavarantoimittajayritykset.

Toimintaperiaate: tuotenäyte toimitetaan ACNielsenin Live Studioon, jossa se mitataan, kuvataan ja lisätään tietokantaan. Valmistaja saa pankkiin toimittamistaan tuotteista itselleen tuotetiedot sekä -kuvat ja voi halutessaan

tilata käyttöönsä muiden saman tuoteryhmän valmistajien tuotetiedot sekä -kuvat. Kuvapalvelu on yksi myynnin ja markkinoinnin väline asioitaessa vähittäiskaupan kanssa.

Tuotteen saattaminen tuotetieto- ja kuvapankkiin maksaa 25 – 27 euroa per tuote. Tämä sisältää myös tuotteen live-kuvien ja tuotetietojen pysyvän tallennuksen tietokantaan sekä toimituksen tilaajalle sekä kauppayritykselle. Lisätietoa palvelusta www.acnielsen.fi osiosta **tuotteet**.

7 Päivittäistavarakauppa

Vähittäiskaupan rakenteessa tapahtuneet muutokset ja kilpailun kiristyminen on muuttanut elintarviketeollisuuden toimintaedellytyksiä. Ketjuohjaus on syventynyt, tavaran hallinta on tiukentunut ja kilpailu lisääntynyt. Valikoimiin pääseminen on vaikeaa, mutta ei mahdotonta.

Vähittäistavarakauppa elää vuodessa kolme voimakasta kautta (kevät, kesä ja syksy). Jos yritys pyrkii valikoimiin esimerkiksi joulusesonkiin, on hänen toimitettava tuotetiedot sekä tuotenäytteet jo hyvissä ajoin keväällä, jotta valikomapäätöksiin on varattuna riittävästi aikaa. Myymälät voidaan määrittellä koon, toimintatavan tai sijainnin perusteella. Myymälästä voidaan käyttää nimitystä tavaramerkko, hypermarket, supermarket, valintamyymälä tai kioski. Tarkemmat määrittelyt ja ryhmittelyt löytyvät Päivittäistavarakauppa ry:n internet-sivustolta www.pty.fi kohdasta **julkaisut – Päivittäistavarakauppa 2005–2006 -julkaisu**.

Valikoimiin pääsy helpottuu, kun tuote ei ole rinnakkaistuote vaan täydentää valikoimiam ja tarjoaa lisäarvoa asiakkaalle. Tuote tulee olla täysin valmis ja tuottajan on uskottava

sen menestykseen sataprosenttisesti ennen valikoimiin pyrkimistä. Toimitusvarmuuden tulee olla ehdoton, myyntierien joustavia ja tilaamisen tulee olla mahdollista useasti ja säännöllisesti. Seuraavien kysymysten tarkoituksena on saada valmistaja miettimään tuotettaan jälleenmyyjän näkökulmasta:

Kuka tuotteen valmistaa? Mistä tuote on valmistettu? Missä tuote valmistetaan? Mikä tekee siitä ylivoimaisen, ainutlaatuisen ja erikoisen? Terveellisyys? Kotimaisuus? Mikä on tuotteen lisäarvo myyntipaikan tarjoajalle? Mitkä ovat sen kilpailuedut? Miksi meidän kannattaa ottaa se valikoimiin? Tilausjärjestelmä? Hinta? Toimitusvarmuus? Kuljetusliike? Kuinka usein pystytään tilaamaan? Tuotantokapasiteetti? Kuka muu tuotetta myy? Kuinka myynninedistäminen hoidetaan? Yritystiedot ja -taustat?

Kysymysten on tarkoitus herättää ajatuksia sekä antaa taustatukea tulevia neuvotteluita varten. Vastauksia voi käyttää esimerkiksi markkinointikirjeen runkona.

Päivittäistavarakauppa ry

Eteläranta 10, 2.krs
00130 Helsinki
puh. (09) 172 860
www.pty.fi

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta

Fleminginkatu 34, PL 1
00088 S-RYHMÄ
puh. 010 76 8011
www.s-kanava.net

Helsingin Osuuskauppa Elanto

Kaupintie 14, PL 53
00441 Helsinki
puh. 010 76 600
www.hok.fi

Inex Partners Oy

Kutojantie 2, PL 230
02631 Espoo
puh. 0204 41 11
www.inex.fi

Meira Nova Oy

Piispankyläntie 4
01730 Vantaa
puh. 0204 41 151

Finnfrost Oy

Jusslansuu 2, PL 200
04301 Tuusula
puh. (09) 8385 61



7.1 S-Ryhmä (Prisma, S-Market, Alepa, Sale, ABC-liikennemyymälät)

S-ryhmän muodostavat osuuskaupat ja Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK) tytäryhtiöineen. S-ryhmään kuuluvat myös hankinnan ja logistiikan organisaatiot Inex ja Intrade Partners. Verkostomaiseen liiketoimintamalliin kuuluu 22 alueosuuskauppaa ja 20 paikallisosuuskauppaa. SOK toimii osuuskauppojen keskusliikkeenä sekä vastaa S-ryhmän strategisesta ohjauksesta ja ketjujen kehittämisestä. Pääkaupunkiseudulla toimiva HOK-Elanto on alueosuuskaupoista suurin.

Lähestyminen kaupparyhmittymään kannattaa aloittaa paikalliselta taholta, jolloin otetaan yhteyttä paikallisen alueosuuskaupan tuoteryhmävastaavaan. Alueosuuskauppojen yhteystiedot löytyvät internet-sivustolta www.s-kanava.net/osuuskaupat.do kohdasta **kauppa esittäytyy**. Mikäli tuotteen kanssa pyritään suoraan valtakunnalliseen jakeluun, tulee ottaa yhteyttä valtakunnalliseen ketjuhankintaan 010 76600.

7.2 Inex-konserni, S-Ryhmän logistiikkayhtiö (Meira Nova Oy, Finnfrost Oy)

Inex Partners Oy on yritys, jonka SOK ja Tradeka omistavat tasaosuuksin, mutta neuvottelut Tradekan osakkeiden myymisestä SOK:lle ovat käynnissä. Yritys tarjoaa omistajilleen päivittäistavaroiden valikoima-, hankinta- ja logistiikkapalveluita. Inexillä on Suomen suurin päivittäistavaroiden logistiikkakeskus Espoon Kilossa sekä erikoistavaroiden logistiikkakeskus Vantaan Hakkilassa. Sen alueterminaalit ovat Kouvolassa, Lempäälässä, Kuopiossa sekä Oulussa.

Inex-konserniin kuuluu myös Meira Nova Oy sekä Finnfrost Oy. Ensimmäisenä mainittu on Inex Partners Oy:n tytäryhtiö. Meira Nova on erikoistunut päivittäistavaroiden HoReCa-alan hankintaan, markkinointiin ja logistiikkaan. Finnfrost Oy on osakkuusyrittäjä, joka on erikoistunut pakasteiden hankintaan ja logistiikkaan. Inex omistaa Finnfrostin tasaosuuksin Tuko Logistics Oy:n kanssa. Inex Partners Oy:n teolliset elintarvikkeet ja käyttötarvikkeet, tuoretuotteet, laatu- ja valikoimapalvelut, tuotearviointi ja kulluttajapalautteet sekä laadunvarmistus toimivat Espoossa. Inex Export toimii Vantaalla. Yhteystiedot löytyvät internet-sivustolta. Inex Partners Oy:n valikoimiin pyrittäessä tulee ottaa yhteyttä oman tuoteryhmän hankintavastaavaan.

7.3 Ruokakesko Oy, Logistiikkayhtiö Kespro Oy (Citymarket, K-Supermarket, K-market, Piccolo, Cassa)

Ruokakeskon logistiikka ohjaa pääosaa Suomen K-kauppojen tavaravirrasta, hyödyntäen sekä suoratoimituksia että varasto- ja terminaaliverkostoa. Aluekeskusten yhteystiedot löytyvät www.kesko.fi, kohdasta [yhteystiedot – aluekeskukset](#).

Kespro on Ruokakeskon omistama tytäryhtiö, joka toimii asiakasyritystensä tukku-kauppana ja kumppanina Suomessa. Kespro tuottaa toimitus- ja noutopalveluja HoReCa-, jälleenmyyjä-, leipomo- sekä teollisuusasiakkaille. Kespro on HoReCa-toimialan johtava tukkukauppa Suomessa.

K-ruokakaupoilla on kolme kaupankäyntitasoa. Ne muodostuvat valtakunnallisesta, alueellisesta ja paikallisesta sekä kauppa-kohtaisesta toiminnasta. Valtakunnalliseen toimintaan kuuluu valtakunnallinen markkinointi sekä ketjuvalikoimat. Alueellisen ja paikallisen toiminnan piiriin kuuluvat alueelliset ketjuvalikoimat sekä alueellinen markkinointi. Kauppakohtainen toiminta

koostuu kauppa-kohtaisesta valikoimasta, hinnottelusta ja markkinoinnista. Toimintatasoja ei ole mahdollista korvata toisillaan vaan ne ennemminkin tukevat toinen toistaan.

Ketjuvalikoima on korkeintaan 80 % kokonaismäärästä ja tuotteiden lukumäärä vaihtelee ketjuittain sekä tavararyhmittäin. Valikoima muodostetaan Ruokakeskossa tutkitun tiedon pohjalta. Ruokakesko vastaa ketjujen johtamisesta että kehittämistä ja k-kauppias vastaa kaupan johtamisesta sekä toiminnasta. Valikoimassa voi olla valtakunnallisia sekä alueellisia että paikallisia tuotteita. Kauppakohtaisen valikoiman kauppias päättää itse ja se voi sisältää valtakunnallisia, alueellisia ja paikallisia tai kauppa-kohtaisia tuotteita. Tämä kattaa vähintään 20 % kokonaismäärästä. Suoratoimituksella kaupan valikoimiin pyrittäessä tulee ottaa yhteyttä suoraan kauppiasaaseen tai tuoteryhmävastaavaan.

Ruokakesko Oy

Satamakatu 3, Helsinki
00016 Kesko
puh. 010 53030
www.kesko.fi

Kespro Oy

Sähkötie 1, Vantaa
PL 15, 00016 Kesko
puh. 010 53040
www.kespro.com

K-citymarket kauppa-kohtaiset yhteystiedot:

www.citymarket.fi

K-supermarket kauppa-kohtaiset yhteystiedot:

www.k-supermarket.fi
kohdasta kauppahaku

K-market kauppa-kohtaiset yhteystiedot:

www.k-market.com
kohdasta lähin k-market

KESKO



Stockmann Tavarataloryhmä (Elintarvikehankinta)

Stockmannintie 1 H, PL 147
00380 Helsinki
puh (09) 1211
www.stockmann.fi

Tuko Logistics Oy

Kyläsaarenkatu 25
00580 Helsinki
puh. 020 77 111
www.tuko.fi

Heinon Tukku Oy

Niittytie 12
01510 Vantaa
puh. 020 717 000
www.heinontukku.fi

Wihuri Oy Aarnio / Metro

Wihurinaukio 2, PL 329
00811 Helsinki
puh. 020 510 10
www.wihuri.fi
www.metrotukku.com

Tradeka Oy

Hämeentie 19, PL 72
00501 Helsinki
puh. (09) 7331
www.tradeka.fi

SIWA

valintatalo

Euromarket

7.4 Stockmann Oyj Abp (Stockmann tavaratalot)

Stockmann on vähittäiskauppaa harjoittava pörssiyhtiö. Stockmann Oyj:n tavaratalojen elintarvikeosastot tunnetaan Stockmann Herkuina. Stockmann tavarataloja on kotimaassa seitsemän, uuden kauppakeskus Jumbon (Vantaa) Stockmannin myötä.

Stockmann Oyj Abp on omistajana hankinta ja logistiikka yhtiö Tuko Logistics Oy: ssa. Muita omistajia ovat Heinon Tukku Oy, Wihuri Oy. Tavarataloryhmän elintarvikehankintakanavia ovat Stockmannin oma elintarvikehankinta, Tuko Logistics Oy ja Finnfrost Oy. Valikoimiin pyrittäessä tulee ottaa yhteyttä elintarvikkeiden ostopäälliköön (09) 1211 5915.

7.5 Tradeka Oy (Siwa, Valintatalo, Euro-market, Ruokavarasto, Sesto, Etujätti)

Tradeka Oy on monimyymläarakenteella keskitetysti toimiva vähittäiskauppayritys, jossa kaikki kaupat ovat Tradeka Oy:n omistuksessa ja niitä ohjataan keskitetysti. Uudistunut Tradeka Oy keskittyy kolmeen brändiin Siwa, Valintatalo ja Euromarket. Tarkoituksena on uudistaa Ruokavarasto, Sesto ja Etujätti edellä mainituiksi myymälöiksi. Tradeka Oy:n hankintakanavana tulee toimimaan Tuko Logistics Oy.

Tradeka Oy:n tavarahankintapäätökset kulkevat Helsingin toimipisteen kautta. Tavarantoimittajaksi voi pyrkiä joko alueellisesti tai valtakunnallisesti. Tavarantoimittajaksi pyrkivä voi ottaa yhteyttä oman tuoteryhmänsä hankinnoista vastaavaan valikoimapäällikköön puhelimitse (09) 7331. Tradeka Oy:n myymälöiden valikoimiin voi pyrkiä myös hankinta- ja logistiikkayhtiö Tuko Logisticsin valikoimien välityksellä.

8 Myymälä, "tärkein media" lähiruualle

Kun tuotteen luvattu saatavuus ja laatu on varmistettu ja se on saatu myymälän valikoimiin tai keskusliikkeen varasto- tai jakelutuotteeksi, alkaa tuotteen elinkaaren kannalta tärkein osuus: *kuinka saadaan tuote myös pysymään valikoimissa?*

Tuotteen myynninedistämiseksi ja lisäämiseksi myymälässä voi tuottaa erilaisia materiaaleja esimerkiksi: Käyttövinkkejä, käyttöyhteystuotteita, reseptejä, hinta- ja tietoisukuppuja hyllyn reunoihin, hyllypuhujia ym. erottautumistoimenpiteitä. Kaupan vastaavilta henkilöiltä tulee kuitenkin saada hyväksyntä, ennen edellä mainittujen asioiden käytäntöönpanoa.

Yksi perinteisimmistä ja tehokkaimmista myynninedistämiskeinoista on tuote-esittely. Kuluttajiin kohdistettavan myynninedistämisen tavoitteita ovat: tuotteeseen tai yritykseen tutustuminen, ostopäätöksen nopeuttaminen, lisä- ja heräteostojen aikaansaaminen, uusien asiakkaiden hankkiminen, tuotteen käytön lisääminen, ostouskollisuuden ylläpito ja lisääminen sekä tuote- ja yrityskuvan kehittämi-

nen. Tuote-esittelyyn on aina valmistauduttava hyvin. Asiakaspalaute on pienen yrityksen "kehitysmoottori" ja sitä on kerättävä systemaattisesti ja aktiivisesti. Palaute on hyvä käydä läpi myös kaupan edustajien kanssa ja informaatio kannattaa hyödyntää oman toiminnan kehittämiseksi.

8.1 Messut, tapahtumat ja muut markkinointikanavat:

Osallistumalla erilaisiin tapahtumiin lisätään tuotteen ja yrityksen tunnettuutta. Useasti ne ovat myös hyviä myyntitilaisuuksia. Messut ja tapahtumat eivät kuitenkaan ole ainoastaan myyntitapahtumia, vaan myös markkinointitilaisuuksia, joissa solmitaan uusia kontakteja sekä asiakassuhteita. Toreista, markkinoista ja messuista sekä niihin liittyvistä ohjeistuksista löytyy informaatiota Markkinaperinteen tuki Ry:n ylläpitämältä internet-sivustolta www.markkina.net. Muita mahdollisia kauppapaikkoja ovat eri kaupunkien kauppahallit, maakuntien tila- ja suoramyymintymälät. Myös sähköisen kaupan yleistymisen kannattaa huomioida toimintasuunnitelman laatimisessa.

! Esittelypiste ja esittelijä antavat ensivaikutelman yrityksestäsi sekä tuotteestasi, joten molempien ulkoasuun kannattaa panostaa. Pukeudu siististi, omaperäisesti, yrityksen imagoa kuvaavalla tavalla! Tee esittelypisteestä tyylikäs ja pidä se siistinä! Uskalla erottua ja ajattele markkinointia kuluttajan näkökulmasta!

! Ota omat tuote- ja yhteystiedot mukaan tilaisuuksiin. Ole aktiivinen kontaktien luomisessa sekä yhteystietojen keräämisessä. Muista tehdä jälkimarkkinointia niin uusien kuin vanhojen kontaktien kohdalla.

FINFOOD

– Suomen ruokatieto ry

Vernissakatu 4, PL 309
01300 Vantaa
puh. (09) 6155 400
www.finfood.fi

ProAgria Maaseutukeskusten liitto / Maakuntien Parhaat

Urheilutie 6, PL 251
01301 Vantaa
puh. (03) 6252 301
www.maakuntienparhaat.fi

Elintarviketurvallisuus- virasto Evira

Mustialankatu 3
00710 Helsinki
www.evira.fi (1.5.2006)



8.2 Laatu- ja alkuperäismerkinnät

Joutsenlippu on Finfood – Suomen Ruokatieto ry:n alkuperätoiminnan tunnus ja sen käyttöoikeus kuuluu ainoastaan yhdistyksen jäsenille. Merkki myönnetään hakemuksen pohjalta ja sen käyttöä valvotaan. Hyvä Suomesta –joutsenlippu kertoo elintarvikkeen olevan sekä raaka-aineeltaan että valmistukseltaan suomalainen. Tällä tuotekohtaisella merkillä on tarkat säännöt, joihin voi tutustua Finfood – Suomen Ruokatieto ry:n kotisivuilla.

Maakuntien Parhaat –merkki on valtakunnallinen pienyritysten laatu-merkki. Maakuntien Parhaat on vaativa kotimaisuus-merkki ja se edellyttää korkean kotimaisuusasteen lisäksi hyväksyttyä laatujärjestelmää sekä tuotteiden ja palveluiden hyväksyntää asiantuntijaraadeissa.



Luomu- valvottua tuotantoa –merkki on viranomaisten valvoma. Tämän aurinko-merkin myöntää Kasvituotannon tarkastuskeskus KTTK, joka valvoo luomuviljelyä (www.kttk.fi). Luomumerkin käyttö on vapaaehtoista ja maksutonta, mutta merkin käyttöoikeuden saaminen edellyttää maksullista luomutarkastusta. Osoitteessa www.luomu.fi löytyy kattavasti tietoa luomusta sekä osiosta [linkit](#), osoitteita luomusivustoille.

Uusi Elintarviketurvallisuusvirasto Evira aloittaa toimintansa 1.5.2006. Virastoon yhdistetään nykyinen Elintarvikevirasto, Eläinlääkintä- ja elintarviketutkimuslaitos EELA, Kasvintuotannon tarkastuskeskus KTTK sekä maa- ja metsätalousministeriön elintarvike- ja terveysosaston toimeenpanotehtävät.

9 Logistiikka

Suomi on logistiikan suhteen maantieteellisesti haastava maa. Välimatkat ovat pitkiä ja suurin osa väestöstä asuu Etelä-Suomessa. Kuljettamisessa tärkeitä kysymyksiä ovat asiakkaiden palvelutasovaatimukset, tuotteen ominaisuudet ja hinta.

Kotimaan kuljetuksia varten tehdään ns. kotimaan rahtikirja, josta on selvittävä vähintään seuraavat tiedot:

1. lähettäjän nimi ja osoite
2. rahdinkuljettajan nimi ja osoite
3. tavarankuljetettavaksi ottamisen paikka ja päivämäärä sekä määräpaikka
4. vastaanottajan nimi ja osoite
5. koliden lukumäärä sekä niiden erityismerkit ja numerot tai vastaava tavarankuvaus
6. tavarankokonaispaino tai sen muulla tavoin ilmaistu määrä
7. laadultaan vaarallisen tavarankuvaus yleisesti hyväksytyillä nimillä

Lisäinformaatiota logistiikkaan kysymyksiin saa mm. Suomen logistiikka ry:n internet-sivustolta www.logy.fi sekä Viikki Food Centren internet-sivustolta www.foodcentre.helsinki.fi kohdasta, **Toteutetut julkiset projektit**, josta löytyy opas pk-elintarviketuottajille - **Liiketoiminnan kehittäminen toimitusketjuja tehostamalla**.

! Kollin tarkoittaa matkai- tai rahtitavarayksikköä. Jokaisen erilliseen laatikkoon ns. kolidiin kannattaa merkitä myös vastaanottaja. Kollilappujen teko-ohjeistus löytyy osoitteesta www.tieke.fi osiosta projektit ja kolliosoitelappu-opas.

Suomen Logistiikkayhdistys ry
Särkiniementie 3
00210 Helsinki
puh. (09) 696 3743
www.logy.fi

Viikki Food Centre
Agnes Sjöbergin katu 2, PL 66
00014 Helsingin yliopisto
puh. (09) 191 58454
www.foodcentre.helsinki.fi



! EDI eli Electronic Data Interchange on tapa välittää tietoa sähköisesti. Suomeksi EDI:stä käytetään nimeä OVT, eli organisaatioiden välinen tiedonsiirto / sähköinen tiedonsiirto.

Servinet Communication Oy

Graanintie 5
50190 Mikkeli
puh. (015) 338 822
www.ruokaraitti.net
www.servinet.fi

Tieke Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry

Salomonkatu 17 A, 10 krs
00100 Helsinki
puh. (09) 4763 0400
www.tieke.fi

10 Pienille ja keskisuurille yrityksille muita palveluita tarjoavia tahoja.

10.1 RuokaRaitti

RuokaRaitti on tilaustenhallintajärjestelmä, joka välittää kaikkien valtakunnallisten kaupan keskusliikkeiden sähköisiä tilauksia tavarantoimittajille. RuokaRaitti -ohjelmisto on suunniteltu yhdessä päivittäistavarakauppan toimittajien ja kauppaliikkeiden kanssa. RuokaRaitin käyttö ei vaadi kalliita EDI/OVT yhteyksiä. Riittää kun tavarantoimittajalla on internet-yhteys ja tietokone.

RuokaRaitista on rajapinnat yleisimpiin elintarviketeollisuuden käyttämiin myynnin- ja tuotannonhallintajärjestelmiin. Siirtopalvelun avulla tilaustiedot voidaan suoraan siirtää RuokaRaitista asiakkaan omaan järjestelmään. Samoin tuotetietojen siirto onnistuu

asiakkaan järjestelmästä RuokaRaittiin. Ohjelmisto välittää myös päivittäistavaroiden tilaukset sekä mahdollistaa sähköisen laskutuksen osapuolien kesken ePostilokero-toiminnon välityksellä. ePostilokero soveltuu yrityksille, joilla on laskun tuottava järjestelmä, mutta ei yhteyksiä välittää sähköisiä laskuja asiakkaiden tai heidän operaattoreiden edellyttämässä eri muodoissa.

Yhä useammat yritykset lähettävät ja vastaanottavat laskunsa sähköisinä. Verkkolasku tehostaa ja nopeuttaa laskujen käsittelyä sekä tuo kustannussäästöjä. Lähettämällä verkkolaskuja pk-yritys saa kilpailuetua. Sähköisestä laskutuksesta löytyy lisätietoa osoitteesta www.tieke.fi osiosta [tuotteet ja palvelut](#).



Servinet Communication Oy
ratkaisut sähköiseen asiointiin



10.2 Ruokakori.fi

Finfoodin ylläpitämä Ruokakori.fi –palvelu tarjoaa rekisteröityneille elintarvikeyrityksille nopean ja tehokkaan kanavan markkinoida tuotteitaan ammattikeittiöille ja muille yritysasiakkaille. Ruokakori.fi on ruoan ammattilaisille suunnattu maksuton nettipalvelu/tilausjärjestelmä, jossa voi selata ja tilata maakuntien pk-elintarvikeyritysten tuotteita. Kuukausimaksua vastaan pk-eintarvikeyritys saa tuotteilleen valtakunnallisen näkyvyyden sekä markkinointitoimenpiteet, joilla Finfood tekee palvelua tunnetuksi ammattikeittiöille. Ruokakoriin voi rekisteröytyä osoitteessa www.ruokakori.fi.

10.3 Finndeli Oy

Finndeli Oy tarjoaa pk-elintarvikevalmistajille markkinointipalveluja. Yrityksen tavoitteena on saada suomalaisia, uusia ja kiinnostavia tuotteita kaupparyhmittymien valtakunnallisiin valikoimiin.

Finndeli Oy tekee yhteistyökumppanien puolesta tänä päivänä erittäin tärkeät sähköiset tilaukset ja laskut, OVT/EDI –palvelut. Yritys tarjoaa myös palvelua tuotteiden varastointiin, keräämiseen sekä toimittamiseen kaupparyhmittymien kauttakulku-terminaaleihin.

Finfood / Ruokakori.fi

Vernissankatu 4
01300 Vantaa
puh. (09) 6155 400
www.ruokakori.fi



Finndeli Oy / Lea Salovaara

Urheilutie 6 C
01370 Vantaa
puh. 020 747 2487
www.finndeli.fi



Muita hyödyllisiä linkkejä

www.agronet.fi
www.arktisetaromit.fi

www.etl.fi
www.etla.fi

www.finel.fi
www.finlex.fi

www.kauppakamari.fi
www.kotimaisetkasvikset.fi
www.ktm.fi

www.leipuriliitto.fi
www.leipatiedotus.fi
www.lihakeskusliitto.fi
www.luomukaupat.fi
www.luomulaituri.net
www.luontoyrittaja.net

www.margariini.fi
www.maitojaterveys.fi
www.mmm.fi
www.mmmtike.fi
www.mtk.fi
www.mtt.fi

www.panimoliitto.fi
www.pakkausteknologia-ptr.fi
www.prh.fi
www.prokala.fi
www.ptt.fi

www.skal.fi
www.suomenluomupekka.fi
www.synetpolku.fi

www.tekes.fi
www.vtt.fi

www.yrittajat.fi
www.yrityssuomi.fi

Tämä opas on tuotettu Pienten elintarvikeyritysten kehittäminen kauppaketjujen tavarantoimittajiksi – hankkeessa

Oppaan tiedot vuoden 2005 tilanteen mukaisesti.

Valtteri Rantalainen
Tiina Piilo
Pekka Rusila



www.foodcentre.helsinki.fi