



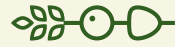
ELINTARVIKKEIDEN MYYNTI- JA MARKKINOINTIOSAAMINEN KOTI- JA VIENTIMARKKINOILLA

MODUULI 2: JALOSTUSASTEEN NOSTAMINEN VIENTITUOTTEESSA

29.2.2024



Riveria koulutuspalvelut oy



Hanne Husso, Husso Consulting

Mikko Ilmoniemi Jyvä-Hamppu, Suomen Hampputuotteet Oy



KOULUTUKSEN SISÄLTÖ

Torstai 29.2.2024 klo 12-14

12:00 Tervetuloa!

- käytännön ohjeistukset

12:15 Tuotteen jalostusasteen nostaminen - käytännön esimerkki

- Hanne Husso, Husso Consulting

- Mikko Ilmoniemi, Jyvä-Hamppu/ Suomen Hampputuotteet Oy

13:00-13:10 tauko

13:45 Yhteenveto, aikaa kysymyksille ja keskustelulle

14:00 Koulutus päättyy



Jalostusastetta nostamalla tuotteita kansainvälisille premiummarkkinoille



Mikä on superjahti?

Superjahdeilla tarkoitetaan yli 24-metrisiä yksityisaluksia, joita seilaa maailman vesillä noin 10 000. Toimiala työllistää maailmanlaajuisesti n. 160 000 henkeä.

Globaalin luksusjahtimarkkinan arvoksi vuonna 2024 arvioidaan noin 7,67 miljardia Yhdysvaltain dollaria, ja sen ennustetaan kasvavan 7,4 %:n vuotuisella kasvuvauhdilla vuoteen 2030 mennessä.

Kohdemarkkina voidaan jakaa kahteen osioon: superjahtien miehistön ja asiakkaiden eli omistajien, sekä vuokraajien ja vieraiden ostamiin tuotteisiin.

Asiakkaiden (UHNWI) ostobudjeteissa ei ole ylärajaa ja heitä kiinnostavat etenkin laatu, brändi ja tuotteen tarina. Elintarvikkeiden osalta asiakkaat hakevat yhä enemmän innovatiivisia, kasvisperäisiä, terveellisiä ja vastuullisesti tuotettuja tuotteita.

Superjahtimarkkinat tarjoavat myös suomalaisille elintarvikeyrityksille uudenlaisen kasvun mahdollisuuden - markkinoilla voisi olla potentiaalia myös hampputuotteille, sillä hampun siemen raaka-aineena on tutumpi kuin Suomessa, sillä on parempi imago ja ne mielletään ennen kaikkea kasviproteiini- ja kuiturikkaisi tuotteiksi.

Tällä kapealla niche-markkinalla on mahdollisuus kannattavampaan vientiin kuin esimerkiksi kovan hintakilpailun vähittäiskaupassa. Premium-markkinalla tuotteelle on mahdollista saada enemmän lisäarvoa.



Superyacht Foodie – Luxury Food and Drink Marketing Program

- **Markkinointikonsepti**, jossa **luodaan kysyntää** suomalaisille ruoka- ja juomatuotteille superjahtimarkkinalla ja yksityisille lentokoneyhtiöille
 - asiakkaiden ja tuotteiden "match making service"
 - tuotteita esitellään ja maistatetaan asiakkaille eli alan tukkureille, superjahtien kokeille, jahtien tarjoiluista päättävälle henkilölle.
 - Monikanavainen markkinointi: tapahtumat, some (FB, ING, Pinterest), sähköposti-kampanjat, kansainvälinen superyacht-media
- Osallistumismaksu 6000 €/ 1 vuosi (2024), sis. 3 kv-tapahtumaa, social media marketing (IG, FB, Pinterest), tuotekuvaukset, chef's baskets, Superyacht foodie myyntivalmennuksen



TUOTEKOHTAISET VAATIMUKSET

- Erinomainen maku ja laadukas tuote
- Asiakkaat hakevat yhä enemmän **innovatiivisia, aidoista raaka-aineista valmistettuja, terveellisiä ja vastuullisesti tuotettuja tuotteita.**
- Eduksi luetaan mm. **pitkä säilyvyys, monipuolinen käyttötarkoitus**
- Tuote erottuu massasta eikä ole "bulkkituote"
- Tyylikäs, kevyt ja ekologinen pakkaus, joka viestii premium-tuotteesta
- tuotetiedot ovat pakkauksissa englanniksi (esim. QR-koodi)
- yrityksellä on englanninkielistä markkinointimateriaalia myös somessa (www, Instagram ja Facebook)
- tuotehinnasto saatavilla englanniksi (EXW)









Case: Jyväs-Hampun hamppulastu



LÄHTÖTILANNE JA TAVOITE

KASVUHALUINEN YRITYS

Kasvua on haastavaa saada aikaan kotimaan markkinoilta (hampputuotteiden imago ja lainsäädäntö).

Tarve kartoittaa uusien tuotteiden kansainvälistymispotentiaalia ja kysyntää uudella kansainvälisellä premium-markkinalla, ja saada lisätietoa sen markkinapotentiaalista, kohderyhmästä, markkinalle sopivista tuotteista, pakkauksista, hinnoittelusta ja markkinointikanavista.

LAADUKKAAT, AINUTLAATUISET TUOTTEET

Tuotteita olivat mm. hamppulastu, -lakritsi sekä hamppu-ateria-aines ja maustetut hamppuöljyt.

Kasviproteiinituote, joka sisältää paljon kuitua.



Superjahtimarkkinalle sopivat tuotteet ja pakkaukset

Tuotteen erinomaisen maun lisäksi tuotteen eduksi luetaan mm. seuraavia ominaisuuksia:

- pitkä säilyvyys
- monipuolinen käyttötarkoitus
- tyylikäs, kevyt ja ekologinen pakkaus



Markkinointimateriaalien ja –kanavien kartoitus

- Superyacht Foodie Market Entry -ohjelma hyödyntää markkinoinnissaan somekanavista Instagramia, Facebookia ja Linkedlniä.
- Ohjelma osallistuvilta yrityksiltä edellytetään
 - englanninkielistä materiaalia somekanavissa
 - tuotepakkauksen etiketit englanniksi
 - tuotteissa + QR-koodin kautta avautuva tuoteinfo



Koesarjojen valmistus, tuotetestaus ja palautteen keräämistä asiakasrajapinnassa

Tuotteista kiinnostusta herättivät hamppusnacksit, hamppu-siemenmurska, ateria-aines, suola, maustetut öljyt, makeiset, pakastekuivattu osterivinokas mausteöljyssä.

- > Tuotenäytteet Ranskaan
- > Tuotetestaus ja palautteen kerääminen
- > Jatkokehittäminen palautteen mukaan
- > Tuotetestaus ja palautteen kerääminen

Prosessin aikana hamppusnacks valikoitui tuotteeksi, jolle nähtiin paras potentiaali superjahtimarkkinalla.

Palautteen mukaan tuotteen maku ja rakenne oli erinomainen, tuote on hyvin säilyvä ja kevyt kuljettaa.

Tuotteen nykyinen brändi ja pakkaus vaati jatkokehittelyä.







HEMP
POWER CHIPS



ORIGINAL HEMP CHIPS FROM FINLAND

CRISPY, MILDLY SALTED HEMP CHIPS,
RICH IN PROTEIN AND FIBER.
VEGAN, DAIRY-FREE, ADDITIVE-FREE.

+358 45 674 5734
northemp@icloud.com





HUSSO
CONSULTING

HUSSO CONSULTING

www.hussoconsulting.fi



HANNE HUSSO

hanne@hussoconsulting.fi

+358 45 1364130