

Markkinalähtöinen tuotteistus



**Voiko
muuta
ollakaan?**

Saska Tuomasjukka, Lapin Maria Oy
Luonnontuotealan mahdollisuudet ja kasvu Varsinais-Suomessa, 29.4.2016

Lapin Maria Oy

LIIKEIDEA

Kourallinen marjaa
jokaiseen päivään



Myyntihakuinen strategia

1. Ketkä haluavat ostaa minulta?
2. Mitä pitää tapahtua, jotta he ostavat?
3. Mitä pitää tapahtua, jotta he ostavat uudestaan?
4. Mikä estää heitä ostamasta jo nyt?

Ymmärrä asiakastarpeet

1. Palaute
2. Markkinatutkimus
3. Oma henkilöstö

Tuotemarkkinamatriisi

	NYKYISET TUOTTEET	UUDET TUOTTEET
UUDET MARKKINAT	Markkinoiden kehitys	Diversifikaatio
NYKYISET MARKKINAT	Markkina-penetraatio	Tuotekehitys

Tuotemarkkinamatriisi

	NYKYISET TUOTTEET	UUDET TUOTTEET
UUDET MARKKINAT		
NYKYISET MARKKINAT		

Haasteena markkinapenetraatio

Nykyiset tuotteet, nykyisille markkinoille
TUOTEKEHITYKSEN HAASTEET

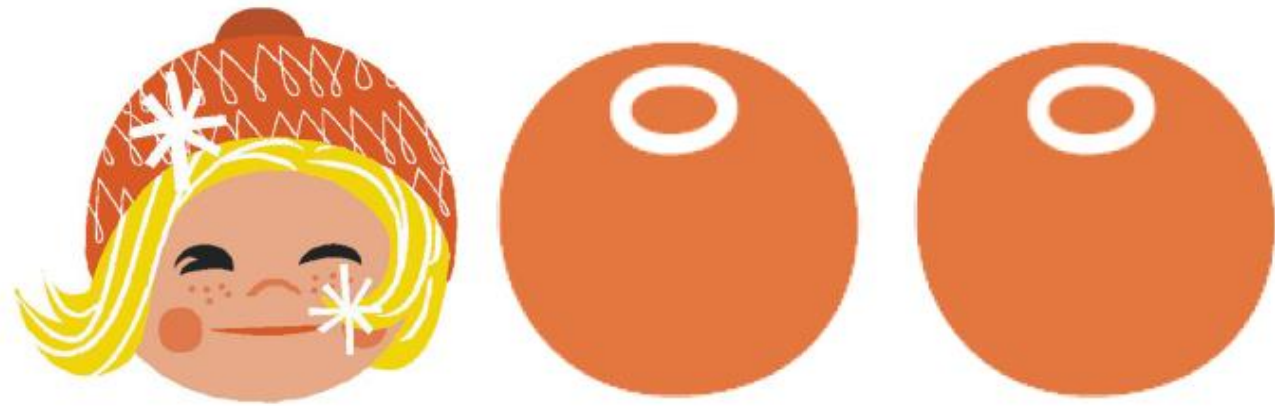
1. Raaka-ainehankinta
2. Pakkaus
3. Tuotantokustannukset
4. Reseptiikka

→ Asiakasnäkökulma

Lopuksi

KEHITETTÄVÄÄ

1. Pienten yritysten osaamisen kehittäminen – tukea **omaan** toimintaan
2. Arvoketjujen luominen
3. Kasvumarkkinoille tähtäävä tuotekehitys



**Puhtaimmat Mariat
kasvavat Lapissa.**