

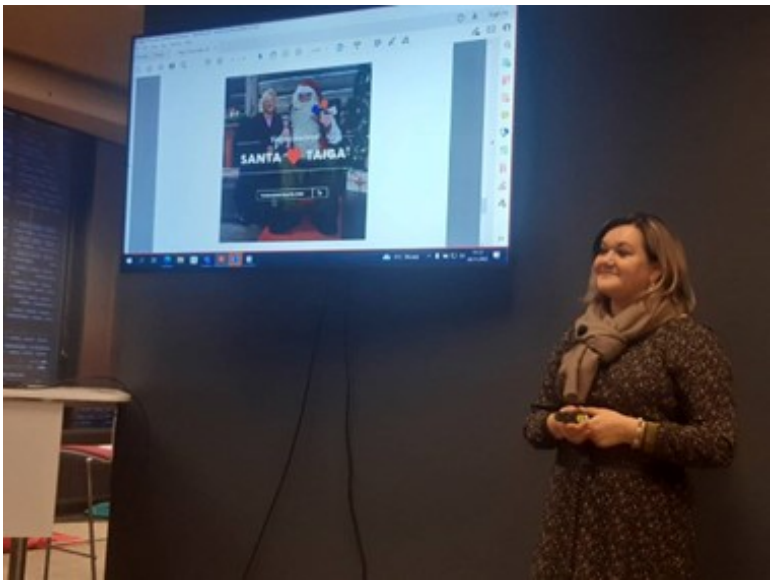
Mitä korkea lisäarvo eli premium tarkoittaa asiakkaalle – PREMIUM työpaja

8.12.2022

PREMIUM-hankeen tavoite on auttaa pieniä eteläpohjalaisia yrityksiä kehittämään tuotteitansa kuluttajalähtöisesti. Yrityksille pidettiin ensimmäinen PREMIUM-työpaja 24.11.2022, jonka teemana oli ”Mitä premium tarkoittaa asiakkaalle”. Yrityksille annettiin mahdollisuus osallistua työpajaan hybrinä eli paikan päällä tai etäyhteyden välityksellä (Teams).

Paikan päälle oli kutsuttu oman alansa kolme asiantuntijaa. Kaikkien puhujien puheenvuorot kulminoituivat sen ympärille, mitä premium on ja mitä se tarkoittaa elintarvikkeissa. Ensimmäisenä puheenvuorossa oli Foodwest Oy:n toimitusjohtaja Harri Latva-Mäenpää. Foodwestin ydintehtävä on auttaa suomalaisia elintarvikealan toimijoita kehittämään ja kasvattamaan toimintaansa. Hänen puheenvuoronsa keskittyi erityisesti kertomaan ruoka-alan tämänhetkisistä trendeistä sekä tuotteen kehittämisestä kuluttajalähtöisesti. Latva-Mäenpää kertoi tällä hetkellä erityisesti sellaisten elintarvikkeiden trendaavan, joilla kyetään korvaamaan ja teettämään ravintolaruokailukokemus kotona.

Puheenvuorossaan Latva-Mäenpää myös korosti, että korkean lisäarvon tuote ei välttämättä synny vain korkeasta hinnasta, vaan nimenomaan kuluttajakokemus synnyttää tuotteen mahdollisen lisäarvon. Yritysten kannattaa myös panostaa erityisesti tuotteen makuun ja siihen, mihin tarpeeseen tuote tehdään. Kuluttaja myös arvostaa paikallisuutta ja läpinäkyvyyttä, joten tuotteessa on hyvä mainita mistä raaka-aineet tulevat.



Santa loves Taiga-suklaa. Yrittäjä kertomassa Taigan vientitarinaa (kuva: Elina Huhta).

Seuraavana puhujana toimi Henua Organics Oy:n toimitusjohtaja Anu Kohtamäki. Hän kertoi inspiroivasti oman yrityksensä menestystarinan ja oman näkemyksensä korkean lisäarvon tuotteen luomisesta. Kohtamäki korosti erityisesti oman brändin luomisen sekä tavoiteltavan premium-tason asettamisen tärkeyttä. Hän myös mainitsi, että kun olet tehnyt hyvät pohjatyöt ja visiosi kantaa, älä tyydy kompromisseihin vaan usko tuotteeseesi ja anna sen puhua. Kohtamäki mainitsee suomalaisten keskuudessa vallitsevan itsensä vähättelyn kulttuurin, mikä usein rajoittaa yritysten mahdollisuutta menestyä. Älä siis ole vaatimaton tuotteesi suhteen, jos oikeasti uskot siihen, vaan lähde rohkeasti kulkemaan omaa polkuasi!

Päivän päättävänä puhujana toimi Taiga Chocolate Oy:n toimitus- ja myynninjohtaja Tanja-Maria Davidov. Hän puolestaan rohkaisi uskaltamaan tekemään tuotteita, jotka erottavat sinut muista, sillä juuri se kerryttää tuotteelle lisäarvoa. Yrittämisessä täytyy myös muistaa olla sinnikäs eikä uskoa saa päästä loppumaan; kaikki lähtee pienestä ja koskaan ei voi menestyä, ellei kokeile. Pitää siis uskaltaa puhua omasta yrityksestä ja olla näkyvillä. Davidov myös korosti, että on tärkeää keskittyä juuri niihin asioihin, joissa on paras. Sinun ei tarvitse osata kaikkea ja pinnistellä epämiellyttävien tehtävien kanssa, vaan tietyt asiat kannattaa ja pitääkin ulkoistaa.

Koko työpajan ajan käytiin aktiivista keskustelua yritysten eri edustajien kanssa ja monien hyvin kysymysten pohjalta saatiin uutta mielenkiintoista tietoa esille. Työpajojen antoisin osuus onkin juuri puheenvuorojen herättämä vilkas keskustelu ja yritysten välinen ideoiden ja kokemusten vaihto. Seuraava PREMIUM työpaja sijoittunee ensivuoden alkupuolelle, jolloin teemana on houkuttelevan elintarviketuotteen lisäarvosta viestivä premium-tuotepakkauksen suunnittelu.

Vilma Mäkilä
Harjoittelija TKI, PREMIUM – erityisen erottuvat elintarvikkeetKestävät Ruokaratkaisut
SeAMK

PREMIUM – erityisen erottuvat elintarvikkeet-hanke rahoitetaan REACT-EU-välineen määrärahoista osana Euroopan unionin COVID-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia.