

Riikka Ahonen

RAVINTOLA TALLIN  
KEITTOKIRJAN TUOTANTOPROSESSI

Opinnäytetyö  
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen ko.


Joulukuu 2011




**MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU**

Mikkeli University of Applied Sciences

## KUVAILULEHTI

 <b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> <small>Mikkeli University of Applied Sciences</small>	<b>Opinnäytetyön päivämäärä</b>  9.12.2011
<b>Tekijä(t)</b> Riikka Ahonen	<b>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</b> Palvelujen tuottamisen ja johtamisen ko.
<b>Nimeke</b>  Ravintola Tallin keittokirjan tuotantoprosessi	
<b>Tiivistelmä</b> Opinnäytetyöni oli suunnitella ja toteuttaa Ravintola Tallin keittokirja. Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimi Ravintola Talli, joka on myös Mikkelin ammattikorkeakoulun opetusravintola. Keittokirjan teemana olivat Tallin suosituimmat annokset sekä opinnäytetöistä ja projekteista kootut parhaimmat reseptit. Tavoitteenani oli saada visuaalisesti näyttävä kokonaisuus, joka mukailisi Ravintola Tallin värimaailmaa.  Tavoitteenani oli luoda onnistunut kokonaisuus - keittokirja, jota Talli voisi mahdollisuuksien mukaan hyödyntää myös jatkossa, esimerkiksi markkinoinnissa. Työni oli toiminnallinen opinnäytetyö, joka oli kaksiosainen kokonaisuus sisältäen opinnäytetyöraportin ja toiminnallisen suunnittelu- ja toteutussuuden. Suunnittelin keittokirjan yhteistyössä Ravintola Tallin henkilöstön kanssa.  Aloitin opinnäytetyöni perehtymällä markkinointiin ja pohdin, millainen markkinointityyli sopisi ravintola- ja palvelualueille, tässä tapauksessa keittokirjalle. Opinnäytetyöni eteni järjestämällä palaveria. Kokosimme reseptit otsikkotasolla ja päätimme valokuvauksesta sekä keittokirjan visuaalisesta ilmeestä. Tallensin puuttuvat reseptit Aromi-ohjelmaan, josta sain tehtyä raaka-aineiden tarvelaskennan valokuvattavia annoksia varten. Raaka-ainetilauksen hoiti Ravintola Tallin kokki Heidi Kontio.  Esivalmistelin kuvattavia annoksia valokuvausviikon kolme ensimmäistä päivää, jotta loppuviikon sovitut kuvauspäivät menisivät suunnitelmien mukaan. Toteutin valokuvauksen valokuvaaja Tommi Ulmasen, Ravintola Tallin henkilöstön sekä avustajien kanssa. Viikko sujui kokonaisuudessaan odotusten mukaan. Testasin epävarmimmat ja oleelliset reseptit opetuskeittiössä valokuvauspäivien esivalmistelujen yhteydessä. Valokuvauksen jälkeen vuorossa oli graafinen sommittelu, oikoluku ja toteutus. Graafisen sommittelun hoiti pääasiassa Jesse Haaja. Oikoluku toteutettiin yhteistyöllä palvelupäällikön Minna-Mari Mentulan, Jonna Oravan ja markkinointisihteeri Johanna Räsäsen kanssa. Oikoluvun valmistuttua Jesse Haaja korjasi virheet sekä puutteet ja toimitti hyväksytyyn version kirjan painettavaksi.  Työ oli kaiken vaivan arvoista, sillä kirjasta tuli hieno ja uskon, että Ravintola Talli tulee käyttämään tuotosta markkinoinnissa.	
<b>Asiasanat (avainsanat)</b> keittokirja, resepti, viestintä, suunnittelu, markkinointi	
<b>Sivumäärä</b> 29 (+ liitteet 38s.)	<b>Kieli</b> Suomi
<b>Huomautus (huomautukset liitteistä)</b>	
<b>Ohjaavan opettajan nimi</b> Malla Eteläpää	<b>Opinnäytetyön toimeksiantaja</b> Mikkelin Ammattikorkeakoulu, Ravintola Talli

## DESCRIPTION

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>		<b>Date of the bachelor's thesis</b>  December 11th, 2011	
<b>Author(s)</b> Riikka Ahonen		<b>Degree programme and option</b> Hospitality Management	
<b>Name of the bachelor's thesis</b> Cookbook production of Restaurant Talli			
<b>Abstract</b>  My bachelor's thesis was to design and execute a cookbook for Restaurant Talli, which is the educational restaurant at Mikkeli University of Applied Sciences. Talli's cookbook themes were the most popular dishes from Restaurant Talli and recipes from students' theses and projects. My goal was to put together a visually impressive ensemble, which matches colors to those that are already in use when marketing Restaurant Talli.  My goal was to create a successful cookbook that Restaurant Talli could benefit from in the future, for example in marketing. My work was a functional thesis, which was a two-piece ensemble, including a report on the thesis and the functional design and implementation. I designed a cookbook in co-operation with the staff of Restaurant Talli.  I started my thesis by studying marketing and I researched what kind of marketing style would suit the restaurant and service sector, and in this case, a cookbook. The thesis proceeded by organizing meetings, where I explored what the staff of Restaurant Talli desired and what were the needs. Together we collected recipes, and we decided how to organize the photography and what the cookbook would look like. I saved the missing recipes to the Aroma- program. After that I made the procurement list for the materials for the servings which we photographed. Restaurant Talli's restaurant chef Heidi Kontio ordered the materials.  I prepared the food and bakery products for photography in the first three days of the week, so that the final weeks would go according to plan. The photography was accomplished by photographer Tommi Ulmanen, the staff of Restaurant Talli and assistants. The whole week went according to expectations - very smoothly. I tested the uncertain and the most essential recipes at the same time, when we were shooting. After the photography, it was time for the graphic layout, proofreading, and implementation. Jesse Haaja took care of the graphic composition for the most part. Proofreading was carried out in collaboration with the service manager Minna-Mari Mentula, Jonna Orava and marketing assistant Johanna Räsänen. When the proofreading was completed Jesse Haaja corrected the errors and deficiencies and submitted the approved version of the printed book.  The work was worth the effort and work, because the outcome was great and I think that the book will sell and work for promotional purposes.			
<b>Subject headings, (keywords)</b> cookbook, a recipe, communication, planning, marketing			
<b>Pages</b>  29 pgs + app, 38	<b>Language</b>  Finnish	<b>URN</b>	
<b>Remarks, notes on appendices</b>			
<b>Tutor</b> Malla Eteläpää		<b>Bachelor's thesis assigned by</b> Mikkeli University of Applied Sciences, Restaurant Talli	

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	1
2	TYÖN TAUSTAA .....	2
2.1	Ideasta projektiksi .....	2
2.2	Työn tavoitteet .....	3
2.3	Ravintola Talli .....	3
2.4	Ravintola Talli ja Joutsenmerkki .....	4
3	OPINNÄYTETYÖNI TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT .....	5
3.1	Yleistä markkinoinnista .....	5
3.2	Markkinointiviestintä.....	7
3.3	Teoksen käyttö markkinoinnissa .....	11
4	TYÖN TILAAJAN TOIVEET .....	12
4.1	Palvelun näkökulma.....	12
4.2	Tilaaajan tarpeet ja vaatimukset sekä ideointivaihe .....	13
4.3	Kokouksien merkitys ja kokoustaidot .....	14
5	ERILAISTEN KEITTOKIRJOJEN TUTKIMINEN.....	15
6	KIRJAN SISÄLTÖ .....	16
6.1	Reseptien alkuperä.....	16
6.2	Valitut reseptit .....	17
6.3	Kuvien kartoitus.....	19
7	TYÖN TOTEUTTAMINEN.....	19
7.1	Tuotekehityksen kulku.....	19
7.2	Reseptien kehittäminen ja muokkaaminen .....	20
7.3	Valokuvaaja .....	21
7.4	Kuvauspäivät ja niihin valmistautuminen .....	22
7.5	Annosten valmistus ja kuvaus .....	22
7.6	Kirjan muu sisältö.....	24
8	TIEDOSTOISTA KIRJAKSI.....	25
8.1	Graafinen suunnittelu ja sommittelu.....	25
8.2	Onko kirjalla myyntimahdollisuus?.....	26
9	POHDINTA, PROSESSIN ARVIOINTI.....	26

10 LÄHTEET .....	28
------------------	----

#### LIITTEET

- 1 Kuvattavat annokset torstai ja perjantai
- 2 Valmistusaikataulu
- 3 Tallin lohikeitto-ohje Aromi versiona
- 4 Keittokirjan alustava vedos

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni on toiminnallinen opinnäytetyö. Aiheenani on tehdä Mikkelin Ammattikorkeakoulun opetusravintola Tallille keittokirja. Kirjaan koottiin kaikista suosituimmat annokset ja hieman tarinaa reseptien taustoista sekä Tallin toiminnasta.

Opinnäytetyöni tilaajana toimi Ravintola Talli. Toimeksiantajan toiveena oli tuottaa keittokirja, joka olisi kattava, visuaalisesti laadukas, tietoa antava ja toimiva kokonaisuus. Tuotoksen tulee täyttää sekä tilaajan toiveet että miellyttää asiakkaita.

Ravintola Talli tulee hyödyntämään keittokirjaa yhtenä markkinoinnin välineenä. Kirja on suunnattu niin Ravintola Tallin asiakkaille, opiskelijoille, yritysvieraille, kotikokeille, yhteistyökumppaneille ja Tallin henkilökunnalle itselleen. Ruoka ja nimenomaan lähiruoka ja Joutsenmerkki ovat ravintolalle tärkeitä asioita. Nämä seikat on otettu huomioon myös keittokirjassa. Myös Talliin tehtävät opinnäytetyöt ja opiskelijoiden projektit näkyvät keittokirjassa.

Kerron opinnäytetyössäni työni tavoitteista, taustoista sekä ravintola Tallista. Pehdyn myös markkinoinnin eri osa-alueisiin sekä viestinnän merkitykseen. Pohdin, kuinka tuotosta voidaan hyödyntää markkinoinnissa ja mainonnassa. Kerron lisäksi prosessikuvauksesta, sillä se on myös keskeinen opinnäytetyöni alue. Luvut 3, 4, 5 ja 6 sisältävät teoriaa ja luvuissa 7, 8, 9 ja 10 on kerrottu prosessin etenemisestä.

Aloitin opinnäytetyön tekemisen syksyllä 2010 ja työ valmistui joulukuksi 2011.

Viimehetken muutosten vuoksi keittokirja valmistuu joulukuksi 2011, mutta kirja tullaan julkaisemaan tammi-helmikuussa 2012. Opinnäytetyö on kirjoitettu perustuen aikaisempaan julkaisemisen ajankohtaan (joulukuksi 2011).

## 2 TYÖN TAUSTAA

### 2.1 Ideasta projektiksi

Aluksi minulla ei ollut kovin selkeää kuvaa, millaisen opinnäytetyön haluaisin tehdä. Aiheen täytyi kiinnostaa aidosti sekä saada minut innostumaan. Koulumme aihepankista löysin tämän aiheen, joka sai minut innostumaan. ”Tallin oman keittokirjan tuotantoprojekti: tuotekehitystä, visuaalista ilmettä, julkaisu.” Toimeksiantajana toimii siis Mikkelin ammattikorkeakoulun opetusravintola, Ravintola Talli.

Olen aina pitänyt ruuanlaitosta, ruuan sommittelusta sekä kaikesta visuaalisesta. Olen harrastanut käsitöitä ja kuvaamataitoa, joissa sommittelu on myös tärkeä osa. Lisäksi pidän valokuvauksesta, joten keittokirjan suunnittelu ja toteutus tuntui sopivan minulle todella hyvin. Opinnäytetyö kiinnosti minua juuri siitä syystä, että saan hyödyntää aiempaa kokemustani ja samalla kehittää osaamistani. Lisäksi annosten valmistaminen ja esille laitto kiinnosti minua paljon. Halusin myös saada keittokirjan tekoon sopivan teoreettisen näkökulman. Sen valitseminen ja rajaaminen selkeäksi kokonaisuudeksi oli myös yksi haasteellisimmista tehtävistä.

Idea keittokirjasta tuli Ravintola Tallin henkilökunnalta sekä koulutusjohtaja Tuija Pesoselta. Minun tehtäväni oli ideoida ja suunnitella keittokirja heidän kanssaan. Opinnäytetyöni tarkoituksena oli saada Ravintola Tallin suosituimmat sekä mieleenpainuvimmat reseptit kuvien kera yksiin kansiin. Lisäksi keittokirjaan tuli tietoa Ravintola Tallin toiminnasta ja opiskelijoiden kanssa tehdyistä yhteistöistä (projektit, opinnäytetyöt ym.) Mm. joistakin opinnäytetöistä ja projekteista valittiin reseptejä keittokirjaan. Vastaavanlaista toiminnallista opinnäytetyötä ei ole aikaisemmin tehty, joten se toi haastetta ja mielenkiintoa työhön, sekä minulle, että projektin muille osallistujille. Muilla osallistujilla tarkoitan Ravintola Tallin henkilökuntaa, jotka ovat osa suunnittelutiimiä, sekä valokuvaajaa ja graafikkoa.

Toiminnallinen opinnäytetyö on ammattikorkeakoulun tutkimukselliselle opinnäytetyölle vaihtoehto. Tärkeintä on, että toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistyy sekä käytännön toteutus ja sen raportointi. Työ voi olla näyttely, tapahtuma, kirja, kansio, vihko, opas, portfolio tai kotisivut koulutusaloista riippuen. (Vilka & Airaksinen 2004, 9.)

Opinnäytetyön ensimmäisenä lähtökohtana on se, että löytää mieluisan aiheen, joka kytkeytyy opintoihin. Osaamistaan voi ilmaista laajemmin, jos työlleen löytää toimeksiantajan. Toimeksi annetun opinnäytetyön ja – prosessin myötä voi herättää työelämän kiinnostusta itseensä. (Vilka & Airaksinen 2004, 16.)

## **2.2 Työn tavoitteet**

Opinnäytetyöni tavoitteena oli saada visuaalisesti Mikkelin Ammattikorkeakoulun sekä Ravintola Tallin henkeen ja ruokalistaan sointuva keittokirja, jota voidaan hyödyntää markkinoinnissa sekä mahdollisesti yrityslahjana. Kirjan myötä voidaan markkinoida koulutusalaan sekä sen antamia mahdollisuuksia. Lisäksi kuluttajilla on mahdollisuus hankkia keittokirja, jonka avulla he voivat valmistaa omassa kodissa ravintolaruokaa sekä samalla tutustua Tallin toimintaan. Kirjasta voi saada uudenlaisia ideoita, ohjeita ja silmäniloa.

Tavoitteenani oli saada lisää tietoa Ravintola Tallin suosikkiannoksista sekä reseptien toimivuudesta. Lisäksi halusin lopputuloksen olevan kuluttajaa miellyttävä sekä MAMK:in tyyliin sopiva. Pehdyin markkinointiin ja pohdin, millainen markkinointityyli sopisi juuri ravintola- ja palvelualoille. Syvennyin lisäksi viestintään ja sen merkitykseen prosessin onnistumisessa. Prosessin aikana opin myös, kuinka keittokirjaprojekti käytännössä toteutetaan ja mitä kaikkea siihen vaaditaan. Lisäksi halusin kehittää itseäni selkeiden reseptien laadinnassa.

## **2.3 Ravintola Talli**

Ravintola Talli sijaitsee Kasarmin kampuksella. Aikaisemmin vanhana hevostallina toiminut tila on muuntautunut viihtyisäksi ja toimivaksi opetusravintolaksi. Ravintola Talli on osa Mikkelin ammattikorkeakoulun oppimisympäristöä. Tallissa opiskelijat voivat suunnitella ja testata omia tuoteideoita tutussa ja turvallisessa ravintolaympäristössä. Lisäksi Talli tarjoaa oppimisympäristön esimiestaitojen harjoitteluun ennen varsinaista harjoittelua. Oppilailta on myös mahdollisuus suunnitella, toteuttaa ja kehittää opinnäytetöitä sekä erilaisia projekteja. (Mikkelin ammattikorkeakoulu 2009.)

Ravintola Tallin ruokalistat perustana ovat tuoreet raaka-aineet ja annosten selkeys. Monipuolinen ravintola tarjoaa päivittäin lounasta, joka sisältää salaattibuffetin, kei-



ton, pääruuan sekä jälkiruoan. Asiakkaalla on myös mahdollisuus tilata lautasannos kasvis- tai suositusannoksena. Iltaisin ja viikonloppuisin ravintola Talli tarjoaa á la carte -annoksia laajan viinivalikoiman kera. Lisäksi niin yritys- kuin henkilöasiakkailla on mahdollisuus järjestää kokouksia, juhlia tai muita yksityistilaisuuksia. Tilat koostuvat tunnelmallisesta ja nykyarkkitehtuurisesta ravintolasalista, viiniholvista, kabinetista ja vintin kokoustilasta. Kesäisin palvelee myös terassi. (Mikkelin ammattikorkeakoulu 2009.)

Ravintola Tallin asiakaskunta koostuu pääosin lähiyritysten työntekijöistä sekä Mikkelin ammattikorkeakoulun henkilökunnasta. Lisäksi ravintolassa asioi yksityisiä lounas- ja tilausravintola-asiakkaita. Yrityksillä on mahdollisuus järjestää 5 - 40 henkilöön koulutus ja kokoustilaisuuksia. (Mikkelin ammattikorkeakoulu 2009.) Ravintola Tallin toiminnasta vastaavat ravintolapäällikkö Merja Hölttä sekä keittiömestari Jukka-Pekka Riipinen. Lisäksi Merja Ylönen vastaa logistiikasta ja kahvituksista sekä ohjaa opiskelijoita yhteistyössä Riipisen ja Höltän kanssa. Ravintola Talli on toimiva kokonaisuus, jossa jokaisella on omat tehtävät. Jokainen restonomiopiskelija pääsee tutustumaan ravintolan erilaisiin vastuualueisiin harjoittelujen ja erinäisten kurssien aikana. Opiskelijat vastaavat ruoan valmistuksesta opettajien opastuksella.

#### **2.4 Ravintola Talli ja Joutsenmerkki**

Joutsenmerkki on Pohjoismaiden yhteinen ympäristömerkki. Joutsenmerkityn ravintolan toiminnassa ajatellaan kokonaisvaltaisesti luonnon ja ympäristön parasta. Ravintola noudattaa tiukkoja ympäristövaatimuksia toiminnassaan esim. raaka-aineita ostettaessa ja käytettäessä. Joutsenmerkitty ravintola täyttää vaatimukset energiankulutuksen ja jätehuollon sekä kemiallisten tuotteiden käytön osalta. Joutsenmerkityn ravintolan käyttämistä elintarvikkeista osa on luomua ja ravintolalla on lisäksi selkeä ympäristöjohtamisjärjestelmä. (Mikkelin ammattikorkeakoulu 2009.)

Ravintola Talli sai Joutsenmerkin syksyllä 2008 ensimmäisten ravintoloiden joukossa koko Suomessa. Ravintola Talli on myös ensimmäinen joutsenmerkitty opetusravintola Suomessa ja ensimmäinen joutsenmerkitty ravintola Etelä-Savossa. Ravintolalla, jolla on ympäristömerkki, tulee olla selkeät toimintatavat ja ohjeet, mitä tuotteita ostetaan ja mitä ei - tämä on ympäristöjohtamista. Ravintola asettaa vuosittain tavoitteita, kuinka ravintolatoiminnan ympäristötyötä parannetaan entisestään. Ravintolan henki-

löstö ja restonomiopiskelijat, jotka toimivat lähiopetusjaksolla, ovat sitoutuneet myös ympäristötyöhön. (Mikkelin ammattikorkeakoulu 2009.)

Ravintola Tallissa kannetaan ympäristövastuuta Joutsenmerkin avulla; ravintola käyttää korkeatasoisia raaka-aineita, panostaa ruokatuotteiden tasalaatuisuuteen ja asiakaspalveluajatteluun. Raaka-aineet hankitaan mahdollisuuksien puitteissa lähialueelta ja myös luomuraaka-aineiden käyttöön panostetaan nyt ja tulevaisuudessa. Asiakkaalle joutsenmerkki on puolueeton osoitus siitä, että ympäristöasiat on huomioitu koko ravintolan palvelutuotannossa. (Mikkelin ammattikorkeakoulu 2009.)

Joutsenmerkki on ravintola Tallille tärkeä asia, joten tämä tulee näkymään myös kirjassa. Resepteissä lukee suositus siitä, mikä raaka-aine voisi olla luomua ja suositellaan käyttämään lähiympäristön tuottajien tuotteita.

### **3 OPINNÄYTETYÖNI TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT**

#### **3.1 Yleistä markkinoinnista**

Yrityksen keskeinen toiminto on markkinointi. Markkinoinnilla tarkoitetaan sekä tieteenalaa että käytäntöjä, joiden tarkoitus on tutkia, luoda ja aikaansaada arvoa tyydyttämään kohdemarkkinan tarpeita kannattavalla tavalla. Tyydyttymättömät tarpeet ja toiveet ovat markkinoinnin lähtökohta. Missä on tarvetta, sinne kannattaa myös markkinoida. Tarpeet ja toiveet muun muassa määrittelevät ja mittaavat markkinan koon ja tarjoaman tulospotentiaalin. (Kotler 2005, 1.)

Markkinoinnin ja myynnin ero on siinä, että markkinointi alkaa jo ennen myytävää tuotetta tai palvelua. Yrityksen täytyy aluksi ymmärtää, mitä ihmiset tarvitsevat ja mitä yrityksen tulee saada aikaan. Markkinoita täytyy tutkia, jotta löydettäisiin tarvetta ja tarpeisiin täytyy osata kehittää esimerkiksi oikeanlainen tuote, joka vastaa kuluttajan toiveita. Markkinointi määrittää sen, kuinka markkinoille tuleva tuote hinnoitellaan, jaellaan sekä kuinka tuotteen menekkiä pyritään edistämään. Myynnin päätyttyä tarkkaillaan ja tarkastellaan, millaisia tuloksia syntyi ja seuraavan kerran voidaan tehdä vielä parempi tarjous. Markkinointi ei ole siis pelkästään hetkellinen myyntitapah-tuma, vaan se koostuu useammasta osa-alueesta ja kyse on pitkästä projektista. Hyvin

hoidettu markkinointi alkaa jo ennen kuin yritys vielä valmistaa mitään tai tulee markkinoille ja se jatkuu vielä myyntitapahtumien ohi. (Kotler 2005, 4.) Omassa opinnäytetyössäni keittokirjan markkinointiin ei aiota kiinnittää sen enempää huomiota, eikä tutkita myyntiä tai myynnin tuloksia, sillä aiheenani ei ole seurata markkinoinnin onnistumista. Tavoitteena on saada Ravintola Tallin keittokirja valmiiksi siten, että ajankohta olisi myyvä. Kirja valmistuu ennen joulua, joten ajankohta on varmasti ihanteellinen myyntiä ajatellen.

Markkinointi sisältää laajan valikoiman erilaisia toimintatapoja, minkä vuoksi on hyvä tarkastella, millainen arvo on esimerkiksi tuotteen tunnistamisella. Toimintatapoja ovat mm. tavaroiden ja palvelujen tuottaminen, niistä tiedottaminen sekä myyminen. Visuaalinen markkinointi on markkinoinnin yksi osa-alue, joka täydentää yrityksen markkinointikokonaisuutta visuaalisella herätteellä. Visuaalinen markkinointi on osa yrityksen markkinointiviestintää ja se lukeutuu selkeimmin mainonnan ja myyninedistämisen kategoriaan. (Nieminen 2004, 8 – 9.)

Visuaalinen markkinointi näyttää ja esittelee tuotteet havainnollisesti sekä samalla esittelee yrityksen palvelutyylin, kulttuurin sekä niihin sisältyvät arvot erilaisissa toimintaympäristöissä erilaisin visuaalisin keinoin. (Nieminen 2004, 9.) Ravintola Tallin värimaailma on selkeä, joten kirjan värimaailma jäljittelee jo markkinoinnissa tunnettuja värisävyjä, kuten viininpunainen ja musta. Tallin sisustuksessa käytetään paljon puuta sekä tiliä, joten kirjan värimaailmassa on lisäksi lämpimiä ruskean sävyjä.

Tavoitteena visuaalisessa markkinoinnissa on tavoittaa asiakas ja vaikuttaa heidän mielikuviin sekä ostopäätökseen tämän markkinoitavan tuotteen sekä kilpailijoiden tuotteiden välillä. Yrityksen identiteettiä ja imagoa vahvistetaan visuaalisen markkinoinnin kautta, jolloin pyritään luomaan positiivinen mielikuva tuotteista ja palveluista. (Nieminen 2004, 9.) Talli on tunnelmallinen ja lämmin paikka, joten valokuvissa käytetään tulta sekä luodaan erilaisilla taustoilla ja rekvisiitoilla tunnelmallista mielikuvaa. Ravintola Tallin keittokirjan tavoitteena on reseptien lomassa kertoa lisäksi ravintola Tallin toiminnasta, arvoista ja periaatteista sekä tukea jo olemassa olevaa mielikuvaa Tallista. Keittokirjan suunnittelu on tärkeä, kuten myös muun materiaalin, jota käytetään markkinoinnissa. Jos tuotteen tunnistettavuus on tuotteen myynnin kannalta oleellinen, on visuaalista ilmettä mietittävä tarkasti. Suunnittelussa on panostet-

tava siihen, että tuotteesta tai palvelusta jää asiakkaalle positiivinen ja mieleen painuva kuva. (Nieminen 2004, 9.)

Visuaalista markkinointia voidaan toteuttaa monien eri palveluiden ja median kautta. Käyttökohteita voivat olla esimerkiksi erilaiset tapahtumamarkkinoinnit, messut, näyttelyt sekä niiden mainonta, tuotekatalogien yms. kuvausjärjestelyt, promootiot, myymälämainonta, näyteikkunamainonta sekä tuotteiden esillepano. Näyteikkunoiden, messujen ja myymälän etuina on se, että tuotteet ovat nähtävillä sekä välittömästi ostettavissa. Esillepanolla voidaan vahvistaa asiakkaiden mielikuvaa yrityksen tyylistä ja laadusta. Tuotekuvaston, verkkokaupan, esitteiden, julisteiden ja erilaisten julkaisujen etuina on se, että kuvissa esiintyvien tuotteiden esillepanolla voidaan vahvistaa asiakkaiden mielikuvaa yrityksen tyylistä ja tuotteiden laadusta. Painotuotteen visuaalinen kokonaisilme ja tuoteinformaatio voi herättää asiakkaan ostotarpeen ja saada asiakkaan hakeutumaan fyysiseen tai verkkokauppapaikkaan. (Nieminen 2004, 9-11.) Ravintola Tallin keittokirjan tärkeimmät elementit olivat, että kuvat ovat laadultaan tarkkoja sekä kirjassa käytetty paperi on laadukasta, jolloin kuvat tulevat parhaiten esille. Myös tekstin koko ja fontti sekä kuvien sommittelu oli oleellinen osa kirjan tyylin kannalta. Kirjaan haluttiin myös muuta informaatiota, jotta keittokirjan hankkijat saavat myös yrityksestä oikean mielikuvan.

### **3.2 Markkinointiviestintä**

Yrityksen keskeinen toiminto on markkinointi ja ilman viestintää ei voi olla markkinointia. Tehokkaan markkinointiviestinnän edellytyksenä on, että markkinointiviestinnän keinot ja niiden tarjoamat mahdollisuudet ovat tiedossa sekä näitä keinoja osataan käyttää oikealla tavalla. Yhdistelemällä eri välineitä, kuten mediaa ja suoramainontaa, voidaan saavuttaa oikeanlainen ja toivottu lopputulos. Kuitenkaan kysymys ei ole vain viestintäkanavien valinnasta, vaan yhtä paljon merkitsee sanomien muotoilu sekä oikea aikataulu. Nämä kaikki yhdessä muodostavat markkinoinnin kokonaisviestinnän. (Siukosaari 1999, 14-15.)

Viestinnän avulla yritys voi kertoa itsestään, tuotteistaan ja palveluistaan sekä toiminnasta asiakkaille sekä muille sidosryhmille. Markkinoinnin keskeiset tehtävät ovat tiedottaa nykyisille ja mahdollisille asiakkaille organisaation keskeiset piirteet, toiminnot ja tuotteet sekä palvelut. Markkinoinnin tehtävänä on myös kohdeasiakkaiden

vakuuttaminen, että tarjottava palvelu ratkaisee asiakkaan ongelmat tai tyydyttää asiakkaan tarpeet paremmin kuin kilpaileva palvelu. Viestintä on myös keino muistuttaa nykyisiä ja uusia asiakkaita palvelun olemassaolosta ja kannustaa asiakkaita ostamaan tai käyttämään palveluita. Esimerkiksi keittokirjaa markkinoidessa markkinoidaan samalla Ravintola Tallia ja muistutetaan asiakkaita myös käyttämään ravintolan palveluita. Viestinnän avulla ylläpidetään kontaktia nykyisten asiakkaiden kanssa sekä syvennetään asiakassuhdetta. Asiakkaille voidaan tiedottaa tulevista uutuuksista ja tarjouksista sekä opastaa asiakkaita käyttämään palvelua. Markkinointiviestinnän erilaisia viestintätapoja voi olla henkilökohtainen myyntityö, mainonta, myyinnedistäminen, suhdetoiminta sekä opasmateriaali. Keittokirjaa voisi pitää jonkinlaisena mainonnan välineenä sekä opasmateriaalina, sillä kirjassa kerrotaan myös ravintolasta informaatiota. (Lämsä & Uusitalo 2002, 116.)

Viestinnän merkitys korostuu silloin, kun asiakkaalla ei ole aikaisempaa kokemusta palvelusta, joten odotukset rakentuvat vahvasti asiakkaan vastaanottamaan markkinointiviestintään. Markkinointiviestinnän tärkeimpiä tehtäviä ovat tiedonvälitys, sekä lupaukset siitä, millainen yritys on kyseessä ja miksi asiakkaan kannattaa ostaa palvelu. Nämä lupaukset on lunastettava silloin, kun asiakas tulee yritykseen. Markkinointiviestinnässä tulee olla tarkkana, sillä ei pidä luvata mitään sellaista, mitä ei pystytä toteuttamaan. (Lämsä & Uusitalo 2002, 119.)

Henkilökohtaisessa myyntityössä palvelutyöntekijät ovat asiakkaiden kanssa välittömässä kontaktissa. Kontaktit tapahtuvat useimmiten kasvokkain, mutta joskus ne voidaan hoitaa puhelimitse. Henkilökohtaista myyntityötä käytetään eniten yritysten välisessä markkinoinnissa. Henkilökohtainen myyntityö toteutuu asiakaspalvelun muodossa palvelujen markkinoinnissa. Esimerkiksi tavaratalossa, optikkoliikkeessä ja urheiluvälineliikkeessä asiakaspalvelu on myyntityötä. (Lämsä & Uusitalo 2002, 117.)

Viestintä voidaan räätälöidä asiakkaan tarpeiden mukaisesti, joka onkin henkilökohtaisen myyntityön vahvuus. Kuuntelemisen taito on myyntityön tärkeimpiä elementtejä. Kuuntelemisen suurin ongelma on, että ihminen ei keskity toisen näkökulmaan. Myyjän ja asiakaspalvelijan on hyvä muistaa, ettei tärkeää ole puhuminen vaan tärkeämpää on kuunnella aidosti asiakasta. Ilman kuuntelemisen taitoa asiakkaan ja myyjän välille ei voi muodostua keskustelua ja ilman keskustelua myyjän on hankalaa saada käsitystä asiakkaan tarpeista. Vuoropuhelun avulla molemmat osapuolet voivat esittää

rohkeasti kysymyksiä ja saada vastauksia heitä askarruttaviin asioihin. (Lämsä & Uusitalo 2002, 117.)

Mainonta on yksi markkinointiviestinnän osa-alue. Mainonta kohdistuu suurelle joukolle ja siinä pyritään saattamaan perille myyntisanomia, vaikuttamaan mielipiteisiin ja aikaansaamaan ostoon johtavaa toimintaa. Mainonta on maksettua viestintää, jota julkaistaan joukkoviestintävälineissä tai muuten usealle vastaanottajalle samanaikaisesti. Viimeaikoina on alettu panostamaan tarkemmin täsmennettyyn mainontaan suurien joukkojen sijaan. Pisimmille vietyä kohdistamisessa on kyse yhdelle ihmiselle viestimisestä eli suoramainonnasta. Osoitteelliset suorapostitukset ja telemarkkinointi, kuten puhelin ja sähköposti, ovat suoramainonnan välineitä. Tietokannat, joita yrityksillä on nykyisistä ja potentiaalisista asiakkaista ovat yleistyneet ja näin mahdollistaneet sujuvan markkinoinnin. (Lämsä & Uusitalo 2002, 117.)

Mainosvälineiden eli eri medioiden avulla tavoitellaan suurta kohdejoukkoa. Jotta sanoma saataisiin vastaanottajalle eli asiakkaalle mahdollisimman tehokkaasti ja taloudellisesti, mainosvälineiden valinta täytyy tehdä tarkasti. Yhteismainontaa eli useiden mediamuotojen käyttöä suositaan useissa tapauksissa. Mainosvälineitä ovat sanomalehdet, paikallis- ja ilmaisjakelulehdet sekä aikakauslehdet. Mainontaa näkyy myös televisiossa, radiossa, elokuvissa, ulko- ja liikemainosvälineissä sekä Internetissä. (Kuluttajavirasto 2011.)

Internetin tarjoamat mahdollisuudet sekä sen rooli lisääntyy markkinointiviestinnässä. Sivut tai sivusto on mainonnan kannalta tärkeä peruselementti. Sivustoja voidaan hyödyntää viestinnässä eri tarkoituksiin, mm. niillä voidaan herättää asiakkaiden tietoisuutta palvelusta sekä herättää mielenkiintoa palvelua kohtaan. Lisäksi sivujen kautta voidaan välittää tietoa ja antaa ohjeita palvelun käytöstä. Internetin etuna on räätälöinnin mahdollisuus: sivujen kautta asiakas voidaan saada kokeilemaan palvelua ja jokaiselle asiakkaalle voidaan luoda erilainen, asiakkaan tilannetta vastaava tarjous. Lisäksi Internetin kautta asioiminen on vaivattomampaa, sillä palautteen antaminen on välittömästi toteutettavissa, joka onkin Internetin vahvuus. (Lämsä & Uusitalo 2002, 119.)

Markkinointiviestinnän tunnistettavuutta voidaan myös hämätä. Markkinointiviestinnän keskeisenä tavoitteena on madaltaa ihmisten kynnystä jollakin toimivalla tavalla tehdä ostopäätöksiä sekä suostutella ihmiset tekemään ostopäätöksiä. Mainonnan tavoitteiden kolme pääkohtaa ovat kuluttamiseen suostuttelu, tiedon jakaminen kulutta-

jalle ja tuotteen selviytyminen kilpailusta toisten mainosten kanssa. (Kuluttajavirasto 2011.)

Myynninedistäminen on joko henkilökohtaista tai välillistä vaikuttamista mahdollisiin ostajiin. Asiakkaisiin tai markkinointikanavassa toimiviin jälleenmyyjiin voidaan kohdistaa myynninedistämistoimia. Myynninedistämisen tavoitteita ovat mm. asiakkaan ostopäätöksen nopeuttaminen, asiakkaan kannustaminen käyttämään tiettyä palvelua aikaisemmin, useammin tai enemmän. Lisäksi hiljaisina aikoina myynninedistämällä voidaan pyrkiä edistämään palvelun käyttöä. Vasta markkinoille tulevien tuotteiden, palvelujen ja uutuuksien kohdalla asiakkaita yritetään rohkaista kokeilemaan ja tutustumaan uutuuteen. Ilmaisnäytteet, kupongit, tutustumistarjoukset, lahjat sekä kilpailut palkintoineen ovat palveluyrityksille soveltuvia myynninedistämisen menetelmiä. (Lämsä & Uusitalo 2002, 118.)

Myynninedistämisen tavoitteita voidaan tarkastella myös kohderyhmittäin; oma myyntihenkilöstö, jälleenmyyjät sekä kuluttajat ja yritysasiakkaat, sillä jokaista osaluuetta tulee kehittää, jotta myyntikin voi kasvaa. Oma myyntihenkilöstö kattaa myyntijohdon, myyjät, myyntiedustajat, esittelijät, neuvojat jne. Oman myyntihenkilöstön tulee mm. lisätä tuotetuntemustaan sekä kehittää myyntitaitoaan. Myyntihenkilöstön tulee tuntea ja hallita esittelyaineisto ja -välineistö. Henkilöstön tulee lisäksi perehtyä asiakastuntemukseen, uusien asiakkaiden hankintaan sekä laajentaa jakeluverkostoa. Myynnin lisääminen ja kannattavuuden parantaminen on keskeisiä tavoitteita alasta ja asemasta riippumatta. (Idman 1993, 267.)

Myynninedistämisen kohdistuessa jälleenmyyjiin, tavoitteena on mm. uuden tuotteen jakelukanavan saaminen, sisään ostoihin rohkaiseminen, tuoteuskollisuuden säilyttäminen sekä myynnin kannattavuuden paraneminen. Lisäksi jälleenmyyjät kehittävät samalla yrityskuvaa ja lisäävät mainontaan huomiota. Jälleenmyyjien tavoitteista osa on samoja, mitä on myyntihenkilöstön tavoitteina, mutta jälleenmyyjät panostavat myös myyntihenkilöstön tuotetuntemuksen lisäämiseen sekä aktivoimaan myymään tuotteita. (Idman 1993, 268.)

Myynninedistäminen ja asiakkaan opastaminen kulkevat usein käsi kädessä. Kun asiakkaat ovat mieltäneet uutuuden hyödyt ja tietävät, kuinka tätä esimerkiksi käytetään, voi uuden palvelun tai tuotteen menekki lähteä kasvuun. Asiakaspalveluhenkilöstö

vastaa asiakkaiden neuvonnasta ja tätä neuvontaa voidaan tukea sekä tehostaa kirjallisen materiaalilla. Audiovisuaalisten opasteiden, kuten videoiden video-CD-romien sekä web-pohjaisen opasteiden käyttö on yleistynyt. Markkinointiviestinnän avulla asiakkaat saavat lisää tietoa yrityksen tuotteista ja palveluista, mutta luotettavampana tietolähteenä pidetään ”sosiaalista tietolähdettä”, esimerkiksi toisten ihmisten kokemukset ja kuvaukset. Tärkeä, luotettava ja helppo tietolähde on luonnollisesti läheiset tuttavat ja ystävät. Monet hyödyntävät näitä muiden kokemuksia ennen tärkeää ostopäätöstä. Yritysten kannalta tämä viestintä on hankalaa, sillä he eivät pysty suoraan vaikuttamaan viestien sisältöön. Yrityksen on hyvä muistaa palvellessaan asiakkaita, että jokainen näistä asiakkaista on mahdollinen viestin välittäjä muille potentiaalisille asiakkaille. Paras tapa vaikuttaa suusanalliseen viestintään on kohdella jokaista asiakasta ystävällisesti sekä palvella hyvin. (Lämsä & Uusitalo 2002, 118-119.)

### **3.3 Teoksen käyttö markkinoinnissa**

Aluksi teosta on markkinoitava, ennen kuin teos voi itse markkinoida. Sillä jos kukaan ei edes tiedä Tallin oman keittokirjan olemassaoloa, ei sitä luonnollisesti voida hyödyntää markkinoinnissa. Ravintola Talli käyttää erilaisia viestintä- ja markkinointikanavia, kuten Internet ja sanomalehdet. Esimerkiksi sanomalehtimainoksessa, jossa markkinoidaan pikkujouluja, voidaan mainostaa myös keittokirjaa lahjavinkiksi. Kirjaa voitaisiin markkinoida Mikkelin ammattikorkeakoulun, Ravintola Tallin Internet-sivuilla sekä mahdollisesti koulutuslinjan promootiotapahtumissa ja erilaisilla messuilla tai seminaareissa, joissa myynti onnistuu samanaikaisesti. Lisäksi Ravintola Tallin asiakaskuntaa voidaan informoida suoraan asiakaspalvelutilanteessa Tallin keittokirjasta ja kertoa, kuinka tämän voi hankkia itselleen. Myös ravintolan jälkiruokalinjaston päätyyn voisi laittaa pienen mainoksen ja mallikirjan, josta jokainen voisi halutessaan sitä selailta ja tehdä ostopäätöksen saman tien. Myynnin voi järjestää ravintola Tallin tiloissa, jolloin kirja on helposti asiakkaiden saatavilla.

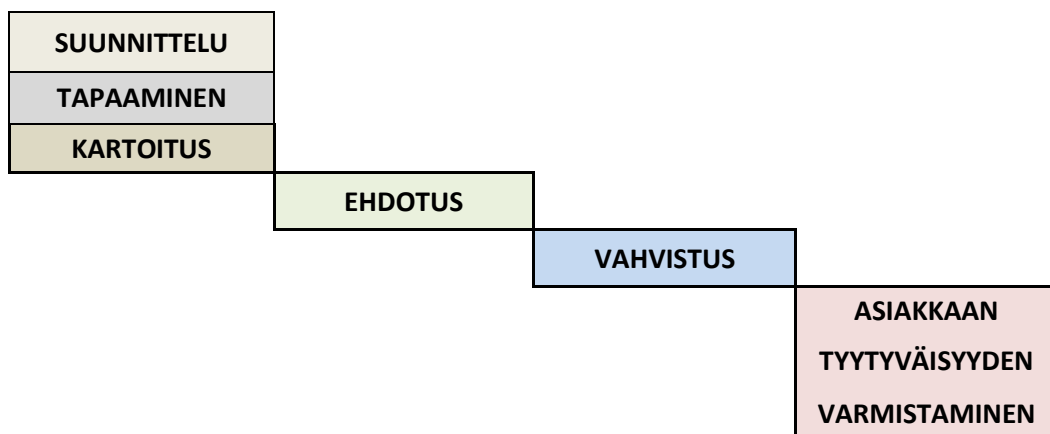
Teosta tullaan käyttämään markkinoinnissa monella tapaa. Tallin edustajien toiveena sekä tavoitteena on saada laadukas teos, joka henkii Tallin arvoista ja asenteista. Tavoitteena on antaa ihmiselle positiivisia mielikuvia Ravintola Tallista sekä kertoa samalla opiskelusta Mikkelin ammattikorkeakoulussa. Toivon, että Ravintola Tallin keittokirja rohkaisisi asiakkaita tulemaan herkuttelemaan Ravintola Talliin tai kiinnostunutta opiskelijaa hakemaan opintolinjalle.



Tavoitteena on, että keittokirjaa myydään. Jotta myyntiä voidaan tehdä, sitä on osattava mainostaa ja markkinoida oikealla tavalla. Opinnäytetyöni tavoitteena ei ole tehdä markkinointisuunnitelmaa, mutta toki mietin, kuinka kirjan elämänkaari jatkuisi valmistumisen jälkeen. Ikävää olisi, jos teos vain tehtäisiin, mutta sitä ei osattaisi hyödyntää mainonnassa ja markkinoinnissa. Toivon mukaan kirja tavoittaa ravintolan kanta-asiakkaat, satunnaiset vierailijat, potentiaaliset asiakkaat ja yritysasiakkaat sekä koulutusalaista kiinnostuneet.

#### 4 TYÖN TILAAJAN TOIVEET

Tilaaajan, eli Ravintola Tallin henkilökunnan, toiveiden ja ajatusten kartoittamista kutsutaan ns. esitutkimusvaiheeksi. Kartoituksen pohjana käytin ihmiskeskeisen palvelun näkökulmaa.



**KUVA 1. Palvelun näkökulma (Idman 1993, 121)**

##### 4.1 Palvelun näkökulma

Pitkäjännitteessä myyntityössä tai tässä tapauksessa minun tavoitteenani oli saada asiakas, eli Talli, sitoutumaan tähän projektiin ja osallistumaan aktiivisesti toteutukseen. Vaikka en myynyt tälle yritykselle mitään, oli minun osattava ottaa selville tilaaajan tarpeet ja edetä työssäni loogisessa järjestyksessä. Ihmiskeskeisyys ilmenee siten,

että minun painopistealueena oli tarvekartoitus (Kuva 1), jonka pohjalta lähdin työtä tekemään. (Idman 1993, 120-121.)

Esitutkimusvaiheessa tuli olla tiiviissä yhteistyössä asiakkaaseen, tässä tapauksessa Ravintola Tallin henkilökuntaan sekä muihin mahdollisiin avustajiin. Aluksi tietenkin täytyi päättää, ketkä olivat mukana suunnittelutiimissä. Järjestin suunnittelupalavereja ja näiden lisäksi järjestin myös välikatsauksia, jolloin oli hyvä ilmoittaa vaadittavista muutoksista ja/tai lisäyksistä. Annoin työn edetessä erilaisia ehdotuksia, joista työtiimi, eli palvelupäällikkö Minna-Mari Mentula, keittiömestari Jukka-Pekka Riipinen, ravintolapäällikkö Merja Hölttä sekä asiakaspalveluvastaava Henna Liukkonen sanoivat oman mielipiteensä. Mielipiteiden perusteella aloin tehdä päätöksiä, jotka työtiimi vahvisti (Kuva 1). Vahvistuksen jälkeen pyrimme siihen, ettei tarpeettomia muutoksia enää tehdä — esimerkiksi valittuja annoksia ei tultu enää suuresti muokkaamaan.

Otin suunnitelmissani ja toteutuksessa työryhmäläisten mielipiteet huomioon. Annoin ideoita ja esimerkkejä omista näkemyksistäni eri osa-alueilla. Päätökset tehtiin etsimällä paras vaihtoehto esitettyjen joukosta. Ryhmä oli pitkälti yksimielinen. Lisäksi etsittiin erilaisia vaihtoehtoja ja niistä teimme kompromisseja, joten saimme parhaan lopputuloksen, esimerkiksi ulkoasua mietittäessä.

## **4.2 Tilaajan tarpeet ja vaatimukset sekä ideointivaihe**

Ideointivaiheessa kävin työryhmän kanssa muutamaa esimerkkiä läpi. Selasimme eri kirjoja sekä lehtisiä esimerkiksi Savo Ála Carte oli yksi tarkastelun kohde. Katsoimme eri vaihtoehtoista läpi, millaisia asioita ja elementtejä emme halua kirjaan ja vastavasti, mitä ideoita voidaan hyödyntää työssä. Lähinnä kuvat ja kuvanlaatu oli tärkeimpiä asioita kirjaa suunniteltaessa. Lisäksi tarkastelimme reseptien ja kuvien sommitte-  
lua ja asetelua.

Suunnittelupalavereja pidimme aivan alussa, jolloin tapasimme palvelupäällikkö Minna-Mari Mentulan kanssa kahdestaan ja mietimme alustavasti suuntaviivoja ja kirjjasimme ajatuksia muistiin. Seuraavalla kerralla Mentulan lisäksi osallistui keittiömestari Jukka-Pekka Riipinen, jolloin mietimme tarkemmin työn tavoitteita ja keskustelimme mahdollisista annoksista. Olin myös sähköpostiyhteydessä Mentulaan, joka keräsi tietokoneeltaan suosituimpia ja myydyimpiä annoksia, joiden perusteella mei-

dän oli helpompi päättää keittokirjaan tulevia reseptejä. (Mentula 2011.) Sähköposti oli kätevä tapa informoida ja kommunikoida. Palavereihin osallistui myös ravintolapäällikön Merja Hölttä sekä asiakaspalveluvastaava Henna Liukkonen. Selasimme erilaisia keittokirjoja läpi sekä päätimme kirjaan tulevat annokset. Tästä minun oli helppo lähteä työstämään reseptejä.

### 4.3 Kokouksien merkitys ja kokoustaidot

Kaikkien osapuolien - sekä puheenjohtajan että osallistujien - on valmistauduttava neuvotteluihin huolellisesti valmistautuneena. Valmistautumisvaiheessa kiinnitetään huomiota käsiteltäviin asioihin ja mietitään kuinka osallistujat huomioidaan. Hyvä neuvottelija hallitsee sekä verbaalisen että ei-verbaalisen kommunikaation. Neuvottelujen onnistumisen edellytyksenä on se, että osallistujat ovat motivoituneita, avoimia sekä myönteisesti asennoituneita jokaista osallistujaa sekä käsiteltävää asiaa kohtaan. Miellyttävässä ilmapiirissä ja hyvin asennoituneiden neuvottelijoiden kesken on helppo tehdä vaikeita ja ristiriitaisiakin päätöksiä. Näin päätökset tehdään ilman turhia henkilöjännitteitä. (Kansanen 1999, 28-29, 44.)

Kokouksien ja palaverien merkitys oli tässä opinnäytetyössä etenemisen edellytyksenä. Palavereissa ja sähköpostiviesteissä ja -keskusteluissa tehtiin päätöksiä, joiden avulla kirjan valmistaminen eteni. Aktiivisuus olisi voinut olla jossain vaiheessa kaikkien osalta parempi, mutta toisaalta oli hyvä, että pidimme suunnittelussa pientä taukoa, jolloin jokainen oli ns. pureskellut asioita itsekseen ja seuraavalla tapaamiskerralla suunnitelmat etenivät erittäin hyvin.

Tapaamiskerroillamme muistelimme menneitä vuosia sekä mieleenpainuvia annoksia. Palaverien ilmapiiri oli melko ”leppoisa” ja siitä johtuen keskustelukin harhautui vanhoihin muistelmiin ja väistämättä poikkesimme käsiteltävästä asiasta. Tapaamiskertomme aikarajojen vuoksi minun tuli ottaa puheenjohtajan rooli ja johdatella keskustelu takaisin asiaan.

Informaation kulku sekä viestintä olivat tärkeimmistä ja keskeisimmistä asioista, sillä en voinut tehdä mitään päätöksiä itsenäisesti. Käytimme lähinnä sähköpostia tapaamisten sopimiseen ja tapaamisissa keskustelimme ja kirjasimme ideoita muistiin. Itse palaverien järjestäminen loi omat haasteensa, sillä jokaisella oli omat päivittäiset vel-

voitteet sekä työt. Yhteydenpito onnistui onneksi sähköpostitse, jolloin jokainen vastasi askarruttaviin asioihin oman aikataulunsa puitteissa. Sähköpostiviestinnän ajoittaiset viiveet sain selvitettyä henkilökohtaisella yhteydenotolla. Jos joku ryhmäläisistä ei päässyt palaveriin, häntä informoitiin joko henkilökohtaisesti tai sähköpostin välityksellä.

## **5 ERILAISTEN KEITTOKIRJOJEN TUTKIMINEN**

Tutkin erilaisia keittokirjoja eri aikakausilta mm. 1990-luvun alkupuolelta tähän päivään. Keittokirjat olivat viime vuosituhatvuotien puolella isoja opuksia, joissa oli kattavasti ruoanvalmistusohjeita, kattausohjeita, suolaista, makeaa, kotiruokaa, juhlavampaa. Tuntui siltä, että kaikki mahdollinen tieto kalan perkuusta kakun koristeluun oli mahdutettu yhteen kirjaan. Nykyisin keittokirjat ovat huomattavasti pienempiä, suppeampia ja jotkut kirjat on suunniteltu tietyn teeman tai raaka-aineen ympärille, kuten porsaan, suklaan tai Kreikka-teeman ympärille.

Lisäksi on yleistynyt keittokirjat, jotka kertovat samalla jostain ravintolasta tai peräti useammasta ravintolasta. Esimerkkinä mainittakoon teos Turku Lautasella. Kirjassa on esitelty kymmenen eri ravintolan toimintaa, sekä kirjaa varten kehiteltyjä annoksia, joiden valmistaminen onnistuu myös kotioloissa. Valokuvia on otettu myös muustakin kuin ruuasta mm. Turun luonnosta eri vuodenaikoina, arkkitehtuurista sekä ihmisistä. Luulen, että kaikenlaisille kirjatyypeille löytyy kysyntää. Pienemmät keittokirjat ovat käteviä, sillä kuluttaja voi ostaa juuri sellaista tietoa, mitä tarvitsee, mutta suuret kirjat taas käteviä kattavuutensa vuoksi. Teokset, joihin on yhdistetty esimerkiksi ravintolan historiaa, voivat kiinnostaa myös niitä, jotka eivät ole ruuan valmistuksesta niin kiinnostuneita.

Keittokirjat ovat muuttuneet vuosien saatossa jonkin verran. Kiinnitin erityisesti huomiota kuvien ja tekstien suhteeseen. Tämän päivän trendi tuntui olevan se, että kuvia on melkein enemmän kuin tekstiä, kun taas muutama vuosikymmen taaksepäin kuvilla ei ollut niin suurta merkitystä. Silloin kuvia oli vähän, ne saattoivat olla mustavalkoisia ja epätarkkoja. Lisäksi kuvia oli otettu monista ruoista yhtä aikaa, jolloin kuva saattoi olla aukeaman kokoinen. Kuva sisälsi esimerkiksi kymmenien reseptien annokset ja reseptien yhteydessä oli ilmoitettu sivunumero, mistä kyseisen annoksen

kuva löytyi. Tämän aikakauden keittokirjoissa annokset olivat tarkasti sommiteltuja, kuvat olivat huolellisesti otettuja sekä annoskuvien ja tekstin sommittelu oli tarkasti mietitty. Kuva saattoi olla koko sivuin kokoinen, jolloin resepti oli aseteltu viereiselle sivulle. Kuvan ollessa puolen sivun kokoinen, resepti oli sommiteltu samalla sivulle.

Ravintola Tallin keittokirjan avainsanoja ovat nykyaikainen, laadukas, toimiva, kattava sekä visuaalisesti viihdyttävä kokonaisuus. Kirja on kuviltaan ja sommittelultaan nykyaikainen ja käytetyt materiaalit ovat laadukkaita, kuten paperi ja painotyön jälki on laadukasta. Toimivan kirjasta tekee kirjan koko, sillä sivujen koko on sellainen, että aukeama kestää auki työpöydällä ruokaa valmistettaessa. Kirja on reseptien sekä muun informaation osalta kattava. Kirjassa kerrotaan hieman tarinaa, mistä tietyt annokset ovat saaneet alkunsa tai kuinka Ravintola Tallin toiminta vaikuttaa annosten vaihteluun ja kehittelyyn. (Liite 4, s.3-5.) Visuaalisesti viihdyttävä kirja on selkeä, johdonmukainen ja kuvat ovat monipuolisia, mutta ei liian sekavia ja tyyli ei eroa toisistaan kuitenkaan liikaa.

## **6 KIRJAN SISÄLTÖ**

### **6.1 Reseptien alkuperä**

Kirjaan valittavat reseptit koostuivat à la carte ruoista - alkuruoka, pääruoka ja jälkiruoka. Lisäksi valitsimme joitakin kahvitustuotteita sekä tilausravintolan annoksia. Ravintola Tallin henkilöstö halusi, että keittokirja kertoo samalla myös Tallin toiminnasta ja opiskelijoiden mahdollisuuksista, joten valitsimme joitakin opinnäytetöitä sekä projekteja, joista poimimme parhaimmiston. À la carte annosten valinnan suoritti pääsääntöisesti Jukka-Pekka Riipinen sillä hän tietää ja tuntee annokset sekä reseptit parhaiten. Hän osasi kertoa, mitkä annokset ovat toimivia sekä maukkaita. (Riipinen 2011.) Tarkastelimme Riipisen valitsimia annoksia ja annoskokonaisuuksia yhdessä ja kaikista annoksista olimme yksimielisiä. Joitakin lisäyksiä tuli vielä, mutta lopullinen kirjan sisältö tuli kasaan melko nopeasti.

## 6.2 Valitut reseptit

Lukuisten hyvien annosten sekä reseptien joukosta muokkautui keittokirjan sisältö. Keittokirjaan valittujen annosten tyyli oli vaihtelevia – osa oli tuttua kotiruokaa ja osa taas oli vähän erityisempiin tilaisuuksiin soveltuvaa. Tätä halusimme myös kirjaan, sillä näistä Ravintola Tallin tarjonta koostuu; arkisemmasta lounasruoasta ja juhlavas-  
ta tarjottavasta. Seuraavaksi on luettelo valituista annoksista.

### ”Arkisempaa apetta”

Tallin lohikeitto

Haukimurekepihvit

Tallin muhevut lihapullat

Jauhemaksapihvit

Suosituksista: Kanaa ja paahdettuja hedelmiä

Kasvisannos: Auragratinointua punajuurta

### ”Herkutellen ja juhlien”

#### Alkuun

Tallin tattikeitto

Maa-artisokkakappuccinokeitto

Kylmäsavulohituorejuustotorni

Härkäcarpaccio

#### Pääruoka

Suppilovahverotagliatelle

Sorsanrintaa puolukka-timjamikastikke

Sitrusglaseerattu Hauhalan hanhiconfit

Kuorrutettu kanaleipä

Hapankorppuleivitettyä kuhaa

Savustettua Saimaan ahventa

Viskihärkää Tallin tapaan

**Jälkiruuat**

Mutakakku à la Talli

Paahtovanukas

Mustaherukkasorbetti

Basilikajäätelö

**Tilaustravintolan antimia**

Tillimarinoitua muikut

Maajussin chorizo-perunasalaatti

Yrttijuustokuorrutettua häränselystä

Piparkakkujäätelö

Vadelmia ja sabayon-kastiketta

**Opinnäytetöitä/projekteja, tutkien, kehittämällä, kokeillen, innovoiden**

**Opinnäytetyö/ Salakapakka**

Savariinikakku

**Opinnäyte/ Leivoskisa**

1. Salmiakki-valkosuklaaleivos

2. Karpalovalkosuklaaleivos

**Opinnäytetyö/ Ala carte-lista - Antti Mylly**

Porotartar

Lampaankareta

Petit Fours à la Talli

**Opinnäyte/ Kreikkalainen lounasteema**

Halloumikas rucolasalaatti

Moussakaa

Jogurttikakku

**Projekti/Ekoneum**

Omena-leipäjuustosalaattia

Kylmäsavuhaukikakku

**Kahvila/kahvitustuotteet**

Porkkanakakku

Rieskawrap kana- ja kasvistäytteellä

Pinaatti-juustopiirakkaa

**6.3 Kuvien kartoitus**

Kun olimme työryhmän kanssa valinneet alustavat kirjaan tulevat annokset, aloin käydä jo tietokannassa olevia kuvia läpi. Se osoittautui todella haastavaksi, sillä Ravintola Tallin tietokannassa oli paljon kuvia, mutta suurinta osaa kuvista ei ollut nimetty mitenkään. Selasin kuvia ja kaikki kuvat olivat keskenään hyvin eritasoisia, sillä kuvat oli otettu eri kuvaajan toimesta, eri paikassa ja erilaisilla laitteilla. Osa kuvista olisi kelvannut sellaisenaan suoraan kirjaan, mutta jotkin hyvälaatuiset kuvat eivät täsmänneet siihen, mitä annoksia olimme kirjaan valinneet. Pidimme Minna-Mari Mentulan kanssa nopean palaverin, jossa päädyimme siihen, että kaikki annokset kuvataan kirjaan uudestaan, jotta yleisilmeestä tulee yhtenäinen ja kuvien laatu on tasainen, yhtä poikkeusta lukuun ottamatta. Ainoa aikaisemmin otetuista kuvista, jota tulimme käyttämään, oli savariinikakku. (Liite 4, s.34.)

**7 TYÖN TOTEUTTAMINEN****7.1 Tuotekehityksen kulku**

Opinnäytetyöni oli lähinnä projekti, jonka päävastuu oli minulla. Projekti siitä syystä, että tähän työhön osallistui moni muukin henkilö. Minun tuli suunnitella ja ottaa selvälle, mitä asioita täytyi huomioida keittokirjaa tehtäessä. Lisäksi minun tuli viedä projektia eteenpäin. Työnäni oli varmistaa, että projekti etenee loogisessa järjestyksessä. Päätösvalta oli työryhmällä ja minun tehtävänäni oli esittää erilaisia vaihtoehtoja ja ideoita. Minun tuli koota kaikki ideat, suunnitelmat ja toiveet yhteen. Näihin sisältyi



reseptien määrä, kuvien laatukysymykset, tekstien sisältö, grafiikka ja sommittelu jne. Tulin tarvitsemaan monta henkilöä tekemään yhteistyötä kanssani: annosten valitsijaraadin, annosten teossa auttaja, valokuvaajan, graafikon sekä kirjapainon.

Keittokirjan sisältö, ulkoasu ja koko valittiin yhteistyössä Ravintola Tallin henkilökunnan kanssa, joten palavereja täytyi järjestää melko monta. Eri palaverit käsittelivät tiettyä aihepiiriä ja tavoitteena oli saada mahdollisimman monipuolinen ja toimiva kirja. Pohdittavia ja päätettäviä asioita olivat mm. kirjaan tulevat reseptit ja niiden lukumäärä, reseptien ulkoasu sekä kirjan ulkoasu, tekstin määrä ja sisältö. Lisäksi kirjan sivujen määrä oli suoraan verrannollinen kirjapainon hintaan, joten sekin täytyi keskustella ja miettiä, kuinka saadaan kaikki mahdutettua tiiviiseen, selkeään ja järkevään muotoon. Lisäksi oli pidettävä valokuvauspäiviä, jolloin valmistettiin kirjaan tulevat annokset. Valokuvauspäiviä edeltäville esivalmistelupäiville sekä kuvauspäiviä varten oli tilattava tarvittavat raaka-aineet sekä koristeet, suunniteltava kuvausrekvisiittaa. Lisäksi reseptien paikkansapitävyys oli käytävä läpi keittiömestari Riipisen kanssa. Reseptejä tuli muokata siten, että ne onnistuvat ”kotikonstein” kotoa löytyvillä laitteilla. Ravintola Tallissa käytetään Metoksen SCC:tä (SelfCooking Senter) ja harvalta sellainen on käytössä kotoa. Reseptit ovat alun perin tehty siten, että valmistuksen oletetaan tapahtuvan Ravintola Tallissa.

SelfCooking Senter on kypsennyskeskus, jossa on monia erilaisia automaattisia kypsennysohjelmia. Metos SelfCooking Center on helppokäyttöinen kypsennyskeskus, jossa ruoka valmistetaan ilman käsisäätöjä. Laitteessa on valmiit kypsennysprosessit, joten laite huolehtii kypsennystavasta. Käyttäjä tarvitsee vain valita tuote ja haluamansa loppulaatu. (Metos 2011.)

Resepteissä oli kiinnitettävä juuri kypsennysmenetelmiin huomiota. Reseptit tuli muokata sähköuunille sopivaksi, jotta lopputulos olisi hyvä. Tarkkana oli oltava ennen kaikkea lämpötilan ja ajan suhteessa.

## **7.2 Reseptien kehittäminen ja muokkaaminen**

Reseptien läpikäymisen aloitin tulostamalla Aromi-ohjelmasta kaikki saatavilla olevat reseptit. Kaikkia en kuitenkaan löytänyt Aromin tietokannasta, joten reseptejä tuli käydä läpi kokki Heidi Kontion sekä keittiömestari Jukka-Pekka Riipisen avustuksel-

la. Jotkin reseptit olivat ohjeistusosioltaan aivan liian pitkiä, joten niitä tuli muokata tiiviimpään muotoon. Aromi-ohjelmassa on lisäksi kaikki raaka-aineet merkitty grammoina ja kiloina, esimerkkinä lohikeiton ohje (Liite 3), joten muunsin reseptit deseiksi sekä kappalemääräksi (Liite 4, s.6-48). Apunani tässä reseptien muokkauksessa käytin www-sivustoa, fineliä, josta löytyy raaka-aineiden painot. Tätä sivustoa olemme käyttäneet opintojemme aikana muissakin tehtävissä ja tilanteissa. Muutosten jälkeen kävimme keittiömestari Riipisen kanssa reseptit läpi ja päätimme, että kuvatavat annokset tehdään kyseisten ohjeiden perusteella, jolla varmistamme reseptien toimivuuden.

Kun olin saanut valmiiksi kaikki olemassa olevat reseptit, aloin etsiä ohjeita, jotka vielä puuttuivat. Osa resepteistä löytyi kansioista, esimerkiksi markkinointiassistentilta Henna Liukkoselta. Muutamat reseptit löytyivät Jukka-Pekka Riipisen kansioista sekä Heidi Kontion opinnäytetyöstä. Nämä löytyneet reseptit, jotka eivät olleet Aromi-ohjelmalla, lisäsin Aromi ohjelmaan ja tarkastutin vielä Jukka-Pekka Riipiseltä, että ohjeet olivat toimivat.

Reseptien muokkaaminen oli yllättävän aikaa vievää sekä tarkkaa. Ohjeosiot oli myös kirjoitettava melkein uudestaan jokaiseen reseptiin. Ohjeiden kirjoituksen tukena käytin muutamia reseptikirjoja ja käytin myös omaa osaamistani, jotta työvaiheet tulisivat mahdollisimman luonteviksi.

### **7.3 Valokuvaaja**

Valokuvaajan löytäminen oli haasteellista. Lähetin useammalle yritykselle sekä yksityiselle valokuvaajalle tarjouspyynnön. Kerroin työn luonteesta ja osa innostui projektista. Hinnat vaihtelivat kuitenkin 1000 eurosta 3000 euroon, joten päädyin tutkimaan asiaa tarkemmin. Aloimme keskustella Tallin henkilökunnan kanssa, kuinka resurssit riittävät ja aloin pohtia muita vaihtoehtoja. Kyselin ystäviltäni, tuntisivatko he ketään ja muutama hyvä harrastelija-valokuvaaja löytyi tätä kautta. Ongelmaksi koitui vain Y-tunnuksen puuttuminen, eikä kukaan suostunut täysin korvauksetta tulemaan. Josakin vaiheessa keskusteluihin tuli mukaan graafikko Jesse Haaja, joka on valokuvauksen ammattilainen sekä tiiviissä yhteistyössä Mikkelin ammattikorkeakoulun kanssa. Hän sekä Haajan yhteistyökumppanit lupautuivat osallistumaan projektiin.

Pidimme palaverin, johon osallistui palvelupäällikkö Minna-Mari Mentula, ravintola-päällikkö Merja Hölttä, markkinointiharjoittelija Jonna Orava sekä graafinen suunnittelija Jesse Haaja. Käsittelimme kirjan ulkonäköön liittyviä asioita sekä keskustelimme valokuvauksesta. Päätimme valokuvauspäivän jo seuraavalle viikolle (vko.42), joten minun seuraava vaiheeni oli raaka-aineiden tilaaminen ja reseptien hiominen.

#### **7.4 Kuvauspäivät ja niihin valmistautuminen**

Ravintola Talli käyttää kotimaisia, mahdollisesti luomua sekä lähiruokaa, joten raaka-aineina käytimme niitä raaka-aineita, joita Talli entuudestaanakin käyttää. Tein tarvelaskennan yhteistyössä Merja Ylösen kanssa Aromi-ohjelmalla. Aromi on Ravintola Tallin ohjelma, jonne voi tehdä reseptejä ja jonka kautta raaka-aineet tilataan. Tein ensin siis tarvelaskennan, jossa näkyvät tilattavat tuotteet tuoteryhmittäin. Seuraavaksi Heidi Kontio kävi listan läpi ja tilasi tarvittavat tuotteet. Jotkin raaka-aineet puuttuivat ja joitakin ei ollut saatavilla. Nämä tuli hankkia muualta, kuten torilta ja elintarvikekaupoista.

Tein raaka-ainetilauksen siten, että kaikki tarvittava tuli kuvausviikon maanantaina, eli 17.10.2011. Kuvauspäiviksi valittiin torstai ja perjantai (20.10–21.10.2011), joten minulla oli alkuvuikko (17.10–19.10.2011) aikaa valmistella kuvattavia annoksia, kakkuja, leivonnaisia jne. Tein itselleni aluksi suunnitelman maanantain esivalmisteluista ja suunnittelin hieman työjärjestystä ja kuvausaikataulua. Päivät olivat pitkiä ja hektisiä. Lisäjännitystä toivat puuttuvat raaka-aineet. Maanantai-iltana suunnittelin tiistain esivalmistelut ja tiistai-iltana keskiviikon valmistelut. Tiedetyt valmistelut jätin torstaille ja perjantaille, eli kuvauspäiville.

#### **7.5 Annosten valmistus ja kuvaus**

Aluksi sovimme, että Jukka-Pekka Riipinen avustaa minua annosten esillepanossa ja valmistuksessa. Sain kuitenkin alkuvuikosta kuulla, ettei Riipinen pääse osallistumaan kuvauksiin eikä esivalmisteluihin. Onneksi kaksi opiskelijaa ennätti hetken avustamaan astioiden hankkimisessa ja annosten valmistelussa. Opiskelijoiden kanssa työskentely toi minulle vaihtelua – sain työskennellä muiden kanssa – ja toisaalta se harjoitti ohjaustaitojani.

Tein itselleni annosten valmistuspäiväkirjan (Liite 2), eli suunnitelman minä päivänä tulen tekemään mitäkin. Se oli vaativa työvaihe, sillä jokainen resepti oli mietittävä ja käytävä läpi. Esimerkiksi esivalmistelut oli järjestettävä edelliselle päivälle, ennen kuin suunniteltu annos tullaan tekemään. Aikatauluni oli tiivis ja päivät olivatkin melko pitkiä. Suunniteltu aikataulu osoittautui välillä haastavaksi, sillä tiettyjä raaka-aineita, kuten esimerkiksi kylmäsavuhaukea ja karpaloita, en saanut raaka-aineiden toimituksen mukana. Nämä tuotteet piti etsiä mm. torilta ja kaupasta. Muuttelin valmistusaikataulua tarpeen mukaan, mutta pääsääntöisesti aikatauluni toteutui suunnitelmien mukaisesti.

Otin valmistuksessa huomioon sen, että annokset tullaan valokuvaamaan. Pysin kypsentämään eri tavoilla ja menetelmillä, jotta annoksia koottaessa olisi erilaisia pintoja ja vaihtoehtoja käytettävissä. Esimerkiksi haukimurekepihvejä paistoin sekä voissa että öljyssä siten, että sain erilaisia vaihtoehtoja pihvien pintaan. Tämä osoittautui erittäin hyväksi, sillä kasasin haukimurekepihviannoksen käyttäen voissa paistettua pihviä, jonka paistopinta näytti erittäin kauniilta, mutta kuvassa se näytti aivan pala-neelta. Onneksi minulla oli vaihtaa siihen vaaleammalla paistopinnalla oleva pihvi, joka luonnossa näytti hieman haalealle, mutta toimi kuvassa huomattavasti paremmin (Liite 4, s.7) kuin tummempi vaihtoehto.

Osa tuotteista ja annoksista täytyi valmistaa muutama päivä ennen kuvauksia, kuten kakut, joissa oli käytetty liivatetta ja jotkin taas tuli valmistaa kuvauspäivänä, jotta värit eivät kärsisi. Tutkin samalla työohjeita ja raaka-aineiden määrää, kun valmistin annoksia. Merkitsin saman tien reseptiin huomattuani puutteita tai virheitä. Haasteellisinta oli tutkia lämpötilan ja kypsennysajan suhdetta, sillä resepteissä oli merkitty työohjeeksi Metoksen SelfCookingSenterissä tapahtuva kypsennys, joka eroaa paljon tavallisesta kotiuunista. Kypsennyksessä käytinkin opetuskeittiön sähköuunia, joka vastaa eniten kotiuunia. Merkitsin käytetyt lämpötilat sekä ajat resepteihin ja joitakin tuotteita valmistin vielä kotona tutkiakseni kypsennystä ja valmistusmenetelmiä.

Kuvauspäivät olivat torstai sekä perjantai ja teinkin molemmille päiville suunnitelman kuvauksen kulusta (Liite 1). Annoin myös valokuvaajalle oman kopion suunnitelmasta, jotta hänen oli helpompaa seurata päivän kulkua. Kuvaajana toimi Tommi Ulmanen ja häntä avustivat Jonna Orava sekä Merja Hölltä. Kuvasimme molempina päivinä eri tiloissa, joten suunnitelman tuli olla sen mukainen. Minna-Mari Mentula tuli seuraa-

maan kuvauksia ja antamaan oman toiveensa kuvien sisällöstä. Keskustelimme, että taustana käytämme pääsääntöisesti kangasta. Etsimme yhdessä erilaista rekvisiittaa, kuten kankaita, luonnon materiaaleja, laseja, pulloja, serviettejä, kalastusverkkoja jne. Silitimme, asettelimme, sommittelimme, rypistelimme ja kokeilimme erilaisia ideoita. Koko työtiimillä oli selkeä ja yhtenäinen kuva annosten sommittelusta ja taustoista. Rekvisiitat toimivat erittäin hyvin ja taustoja vaihdeltiin tiuhaan tahtiin. Se antoi keittokirjaan eläväisen lisän, sillä jokainen kuva näyttää erilaiselta. (Liite 3) Pysin antamaan kuvaaja Tommi Ulmaselle toiveita, kuinka annokset kuvataan ja mitä kohtaa annoksessa haluaisin tuoda esiin.

Torstain (20.10.2011) tavoitteena oli saada kuvattua suurin osa annoksista, joissa ei hyödynnetty takkatulta ja tahti olisi silloin hieman nopeampi. Pysin siihen, että aina kun edellinen annos oli kuvattu, niin seuraava kuvattava annos olisi jo valmiina. Pääsinkin hyvin tavoitteeseeni ja ainoastaan yhden kerran kuvaaja apureineen joutui odottamaan annosta. Kokosin annoksia eri tavalla ja erilaisille lautasille ja vadeille. Ravintolapäällikkö Merja Hölttä ja Ravintola Tallin kokki Heidi Kontio avustivat myös annosten esille laitossa. Joissakin annoksissa vaihdettiin lautasta ja kulhoa, jotta annoksen muoto tai värit pääsivät paremmin esille.

Kuvausviikon perjantaille (21.10.201) jäi vähemmän annoksia, mutta annokset olivat asettelultaan ja taustaltaan vaativampia. Aluksi kuvasimme annokset, joissa ei tultu hyödyntämään takkatulta. Tärkeimmät kuvattavat ennen tulta olivat jäätelöt sekä sorbetti. Päivän puolivälissä otimme takkatulikuvat ja loppupuolella kuvasimme ns. kahvipöytäkuvan. Lisäksi kuvasimme perjantaina henkilökuvat, jolloin paikalle tulivat myös Tiina Kuismasen (nyk.Paappanen) ja Katri Naskali, joiden opinnäytetyöstä tuli kaksi reseptiä.

Olin erittäin tyytyväinen kuvausten sekä yhteistyön sujuvuuteen. Mielestäni ideat toimivat hyvin sekä olimme kuvaajan sekä suunnittelutiimin kanssa samaa mieltä sommittelusta ja asettelusta.

## **7.6 Kirjan muu sisältö**

Kirjaan tuli muutakin tekstiä kuin pelkät reseptit. Käytetyt tekstit on koottu Minna-Mari Mentulan (Mentula 2011.) sekä Merja Höltän (Hölttä 2011.) vapaamuotoisesta

haastattelusta, jolloin poimin avainsanoja, joiden pohjalta rakensin tekstin. Toimitin tekstipohjan muokattavaksi Mentulan sähköpostiin, jossa pyysin tekemään tarvittavia korjauksia, lisäyksiä ja muutoksia. Tekstin muoto ja määrä pysyi samana, muutamia muutoksia lukuun ottamatta. Lisäksi koulutusjohtaja Tuija Pesonen (Pesonen 2011.) toimitti omat alkusanansa minulle sähköpostitse, joita muokkasimme vielä Minna-Mari Mentulan kanssa sähköpostien välityksellä lopulliseen muotoon. Pyysin vielä Mentulalta vahvistuksen tekstin sisällöstä ja hyväksynnän jälkeen toimitin tekstit Jesse Haajalle sähköisesti. Haajan oli helppo viestistä poimia tekstit oikeille kohdille (Liite 4, s.3) ja jatkaa sommittelua.

Oikoluin reseptit ja työohjeita suomen kielen ja viestinnän lehtorin Malla Eteläpään kanssa, jolloin katsoimme tärkeimmät kohdat, joita tuli muokata. Vaikeinta oli löytää oikea kirjoitusmuoto tuotemerkeille, kuten esimerkiksi ”aurajuustolle”. Lisäksi otin selvää sähköpostitse Valiolta, saadaanko keittokirjassa käyttää kyseistä tuotemerkkiä vai tulisiko meidän käyttää ns. yleisnimitystä, sinihomejuustoa. Otin yhteyttä Valion markkinoinnista vastaavaan Rauno Hiltuseen. Kerroin opinnäytetyöstäni ja kerroin heidän tuotteensa kirjoitusmuodon olevan: Valio AURA® sinihomejuusto, joka on sama, kuin Valion Internet-sivuilla. Minulle vastasi tuotepäällikkö Annamari Lammi (Lammi 2011), joka antoi luvan käyttää tuotemerkkiä, kunhan se oli kirjoitettu kyseisessä muodossa.

## **8 TIEDOSTOISTA KIRJAKSI**

### **8.1 Graafinen suunnittelu ja sommittelu**

Graafisesta suunnittelusta ja sommittelusta vastasi Jesse Haaja. Tapasimme Haajan kanssa muutamia kertoja. Kuvauspäivien jälkeen kuvaaja Tommi Ulmanen toimitti kuvat Jesse Haajalle ja minä puolestani vein reseptit Haajan toimistolle. Samalla kävimme Haajan kanssa kuvat kertaalleen läpi ja yhdistimme kuvan ja reseptin, jotta Haajan olisi helpompi jatkaa työskentelyä. Toimitin myös muut kirjaan tulevat tekstit, jotta Haaja pystyi sommittelemaan kirjan lopulliseen muotoonsa.

Jesse Haaja toimitti oikolukuverson sähköisesti. Saimme kirjasta ensin yhden oikolukuverson, johon tehtiin tarvittavat muutokset ja korjattu versio vielä oikoluettiin en-

nen kirjapainoon menoa. Kävimme Minna-Mari Mentulan, Jonna Oravan sekä Johanna Räsänen kanssa reseptit kohta kohdalta läpi, jotta kirjoitusvirheet ja virheelliset sanamuodot saatiin minimoitua. Hioimme tiiminä reseptien ulkoasun kuntoon, tarkistimme kirjoitusvirheet sekä puutteet. Sommittelu oli melko haastavaa, sillä kirjan sivulle tuli mahtua resepti ja kuva. Kirjoituksen fontin täytyi olla yhtenäinen ja riittävän suuri, mutta kirjan sivujen sekä valokuvien halutun koon ja reseptien laajuuden vuoksi käytetyn fontin suuruudesta jouduttiin tinkimään. Yhteistyö toimi hyvin.

## 8.2 Onko kirjalla myyntimahdollisuus?

Ravintola Tallin keittokirjalla on mielestäni hyvät myyntimahdollisuudet. Ensinnäkin julkaisun ajankohta on erittäin kaupallinen. Lisäksi tämä kirja kiinnostaa niin opiskelijoita kuin asiakkaita ja myös sellaisia kuluttajiakin, joille Ravintola Talli ja sen toiminta ei ole entuudestaan tuttua. Kuvat ovat laadukkaat ja reseptit vaihtelevia; kirjasta löytyy perinteisestä lohikeitto-ohjeesta juhlavampiin annoksiin. Kilpailua löytyy toki aina ja tämän kirjan tavoitteena ei ole pelkästään myydä, vaan tuotosta tullaan hyödyntämään markkinoinnissa ja esimerkiksi yrityslahjana.

## 9 POHDINTA, PROSESSIN ARVIOINTI

Haasteita aiheutti mm. ryhmässä toimiminen, sillä jokaisella tiimin jäsenellä oli omat työt ja kiireet. Ongelmilta ei välttytty, mutta kaikki sujui lopulta hyvin ja kirja saatiin valmiiksi ennen joulua. Onneksi informaatio kulki palavereiden lisäksi sujuvasti sähköpostein. Yhteistyö Tallin ja minun välillä oli joustava ja palvelupäällikkö Minna-Mari Mentula osallistui mielestäni erittäin aktiivisesti mm. kirjan oikolukuun sekä rekvisiitan etsimiseen. Lisäjännitystä toi budjetti ja budjetin raameissa pysyminen. Budjetti ja siitä huolehtiminen oli Ravintola Tallin vastuulla, joten minulla ei ole tarkkoja tietoja käytetyistä varoista. Keittokirjan tuleva myyntihinta perustuu siis Ravintola Tallin arvioihin ja päätöksiin.

Keittokirjan teko vaati monta työtuntia suunnittelua sekä palavereita. Lisäksi toteutus vaihe oli erittäin tiivis annosten valmistuksesta kuvauksiin. Olen ylpeä siitä, miten suoriuduin kuvausviikosta, sillä olen painottunut enemmän tarjoilijaksi, kuin ruoan

valmistajaksi. Annoksista tuli mielestäni edustavan näköisiä ja lisäksi reseptien toimivuus takasi annosten hyvät maut.

Ravintola Tallin keittokirjasta tuli mielestäni kattava ja hallittu kokonaisuus. Reseptejä laatiessani pyrin käyttämään kielessä yhdenmukaisuutta, jotta ohjeet olisivat samantyyllisiä, johdonmukaisia sekä helposti ymmärrettäviä. Joissakin keittokirjoissa on reseptejä, joissa huomaa puutteita vasta sitten, kun alkaa valmistaa ruokaa tai leivonnaista. Pyrin, ettei sellaisia ongelmia tullut tähän kirjaan. Keittokirja tuli myös olemaan kooltaan sellainen, että se pysyy auki työpöydällä ruokaa valmistettaessa. Kuvista tuli monipuolisia, mielenkiintoisia ja vaihtelevia, siitä kiitos kuvaaja Tommi Ulmaselle sekä suuri kiitos Merja Höltälle, Jonna Oravalle sekä Minna-Mari Mentulalle, jotka vastasivat kuvaustilanteissa rekvisiitan hankinnasta, valokuvaajan avustuksesta ja taustojen asettelusta.

Prosessi tuntui etenevän välillä hitaasti, mutta kun saimme ns. pyörät pyörimään ja graafisen suunnittelijan Jesse Haajan mukaan prosessiin, alkoivat asiat edetä tiiviillä aikataululla. Onneksi suunnitelmat ja alustavat työt oli tehty kutakuinkin valmiiksi, joten kirja saatiin valmiiksi lyhyessä ajassa. Yhteydenpito ja kommunikointi toimivat kaikkien kanssa hyvin.

Viimehetken muutoksien vuoksi keittokirja julkaistaan tammi-helmikuussa 2012. Edessä ovat enää painotyöt, jonka hoitaa Jesse Haaja. Lisäksi tullaan järjestämään virallinen lehdistötilaisuus, jonka suunnittelee ja toteuttaa Ravintola Talli. Olen tehnyt oman osuuteni työstä, mutta autan viimeisen version tarkastuksesta, sekä osallistun lehdistötilaisuuteen ja julkaisujuhlaan. Lisäksi, jos ennen painotyötä esimerkiksi Jesse Haajalla tulee jotakin kysyttävää keittokirjan sisällöstä, hoidan toki ne. Oikoluen viimeisimmän vedoksen (Liite 4) Minna-Mari Mentulan kanssa, sillä siitä löytyi vielä joitakin kirjoitusvirheitä ja muutama kuva puuttui, mm. Antti Myllyksen henkilökuvaa. Opinnäytetyössäni oleva ajatus markkinoinnista perustui siihen, että kirja julkaistaan joulukuksi 2011 ja jouluna tapahtuvaan myyntiin ja sen etuihin, mutta tuote kuin tuote saadaan myymään oikein kohdistetulla markkinoinnilla. Uskon ja toivon, että tämä kirja markkinoi Ravintola Tallia vuosia. Koko tiimi teki suuren työn ja kaikki vaivanäkö oli sen arvoista. Valokuvaajan, graafisen suunnittelijan sekä koko työtiimin omistautuminen työlle näkyy jo alustavasta versiosta, saati kunnes valmis kovakantinen painotuore kirja on käsissä.



## 10 LÄHTEET

Haaja, Jesse 2011. Sähköpostikeskustelu. Syksy 2011. Haaja & Arwo Design Oy:n graafinen suunnittelija.

Hölttä, Merja 2011. Sähköpostikeskustelu. Syksy 2011. Kampuksen ravintolapalvelujen ravintolapäällikkö. Mikkelin Ammattikorkeakoulu.

Kansanen, Anneli 1999. Neuvottelu- ja kokoustaito. Porvoo: WSOY.

Kotler, Philip 2005. Kotlerin Kanta. Helsinki: RASTOR OY.

Kuluttajavirasto 2011. www-dokumentti.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajakasvatus/mainonta-ja-kaupallinen-media/tietoa-mainonnasta/mainonta-ja-sen-muodot/>. Ei päivitystietoja.

Luettu 29.3.2011.

Lammi, Annamari 2011. Sähköpostikeskustelu. 9.11.2011. tuotepäällikkö Valio Oy.

Lämsä, Anna-Maija & Uusitalo, Outi 2002. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita Prima Oy.

Mentula, Minna-Mari 2011. Sähköpostikeskustelu. Syksy 2011. Kampuksen ravintolapalvelujen palvelupäällikkö. Mikkelin Ammattikorkeakoulu.

Metos, 2011. www-dokumentti.

[http://www.metos.com/doc/fi/SCC\\_VCC\\_suomi\\_LR.pdf](http://www.metos.com/doc/fi/SCC_VCC_suomi_LR.pdf) Ei päivitystietoja.

luettu 13.11.2011

Mikkelin ammattikorkeakoulu, 2009. www-dokumentti.

<http://www.ravintolatalli.fi/index.asp> luettu 23.3.2011.

Nieminen, Tuula 2004. Visuaalinen markkinointi. Porvoo: WS Bookwell.

Pesonen, Tuija 2011. Sähköpostikeskustelu. Marraskuu 2011. Ympäristö- ravitsemisalan laitoksen koulutusjohtaja. Mikkelin Ammattikorkeakoulu.

Ahonen, Riikka 2011. Ravintola Tallin keittokirja. Mikkelin Ammattikorkeakoulu.

Riipinen, Jukka-Pekka 2011. Suullinen tiedonanto. Heinäkuu 2011. Kampuksen ravintolapalvelujen keittiömestari. Mikkelin Ammattikorkeakoulu.

Siukosaari, Asko 1999. Markkinointiviestinnän johtaminen. Porvoo: WSOY.

Vilka, Hanna & Airaksinen, Tiina 2004. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

**Torstain kuvattavat annokset**

Halloumikasta rucolasalaatti

Aurajuusto-mangokuorrutteinen kanaleipä

Jauhemaksapihvit

Suosituksista: Kanaa ja paahdettuja hedelmiä

Savustettu Saimaan ahvent

Tallin lohikeitto

Haukimurekepihvit

Tallin muhevut lihapullat

Kasvisannos: Auragratinointua punajuurta

Tallin tattikeitto

Maa-artisokkacappuccino

Kylmäsavulohituorejuustotorni

Härkäcarpaccio

Hapankorppuleivitettyä kuhaa

Moussakaa

Mutakakku à la Tali

Paahtovanukas

Pinaatti-juustopiirakkaa

Tillimarinoituneet muikut

Maajussin chorizo-perunasalaatti

Omena-leipäjuustosalaatti

Kylmäsavuhaukikakku

Sitrusglaseerattu Hauhalan hanhiconfit

Porotartar

Lampaankare

**Perjantaina kuvattavat annokset**

Salmiakki-valkosuklaaleivos

Petit Fours á la Talli

Piparkakkujäätelö

Basilikajäätelö

Mustaherukkasorbetti

Jogurttikakku

Sorsanrintaa puolukka-timjamikastikkeessa

Viskihärkää Tallin tapaan

Suppilovahverotagliatelle

Yrtti-juustokuorrutettu häränselys

Vadelmia ja sabayon- kastike

Karpalovalkosuklaaleivos

Porkkanakakku

Rieskawrap kasvis- ja kanatäytteellä

**MAANANTAI:** klo. 8-19.30

Basilikajäätelö

Karpalo-valkosuklaakakku – Kiille puuttuu, tee perjantaina

Salmiakki-valkosuklaakakku

Mutakakku a la Talli

Mustaherukkasorbetti

Piparkakkujäätelö

Jogurttikakku

Paholaisen hillo (kanaleipään)

Perunagratiini (Yrttijuustokuorrutettu häränselys)

Mureketaikina

**TIISTAI** klo.9.30-19.00

Paahtovanukas

Sienirisotto hanhelle

Kanasuikut wrapille

Porkkanakakku (Muista ottaa kotipelti mukaan)

Pinaatti-juustopiirakkaa

Jauhemaksapihvit

Kylmäsavuhaukikakku

Tallin muhevut lihapullat

Keitä perunat chorizo-perunasalaattiin

Moussakan maitokastike

Tuorejuusto – Kylmäsavulohitorniin

**KESKIVIIKKO**

Moussakaa – maitokastike valmis

Haukimurekepihvit

Tallin tattikeitto

Lohikeitto

Auragratinoidut punajuuret

Maa-artisokkacappucinokeitto

Chorizo-perunasalaatti – perunat keitetty

Porotartar

**Valmistusaikataulu**

Petit Fours á la Talli  
Häränfileecarpaccio maustumaan  
Omena marinoitumaan leipäjuustosalaattiin  
Häränfileecarpaccio pakkaseen  
Muikut marinoitumaan

Kuvauspäivä: TORSTAI

Valmistus:

Perunamuusia annoksiin  
Halloumikas rucolasalaatti  
Aurajuusto-mangokuorrutteen kanaleipä  
Suosituksista: Kanaa ja paahdettuja hedelmiä  
Savustettua Saimaan ahventa  
Hapankorppuleivitettyä kuhaa  
Maajussin chorizo-perunasalaatti  
Omena-leipäjuustosalaattia  
Sitrusglaseerattu Hauhalan hanhiconfit  
Lampaankare  
Lämmin perunasalaatti

Kuvauspäivä: PERJANTAI

Valmistus:

Sorsanrintaa puolukka-timjamikastikkeessa  
Viskihärkää Tallin tapaan  
Suppilovahverotagliatelle  
Yrttijuustokuorrutettu häränselys  
Vadelmia ja sabayon- kastike  
Karpalovalkosuklaaleivos – tähän vaan kiille  
Rieskawrap kasvis- ja kanatäytteellä  
Paahdetut kasvikset

## Tallin lohikeitto- ohje Aromi versiona

OPISKELI		MAMK		13.12.2011	
		Reseptin työhöje		Sivu: 1	
<b>Tallin lohikeitto</b>					
8 annosta à 300 g					
Saanto yht.: 2,800 KG (3,000 L)					
Hinta: 3,75 /KG					
Reseptikirja: LOUNAS-10					
Valmistuslaite: VCC					
Kust.paikka: 5740					
Tekijä: MYLON Muuttaja: HKONTIO					
Pvm: 23.3.2011 Muutospvm: 20.7.2011					
Ei sovi:					
Lisätieto:					
P	Ostopaino	Käyttöpaino	Raaka-aine	Työhöje	
	0,900 KG	0,900 KG	Lohikuutio, pakaste	Freesaa pippurit, sipuli ja purjo kuumassa kattilassa.(tai Voc).lisää vesi,kalaliemijauhe ja suola.	
	0,200 KG	0,200 KG	Sipuli, kuorittu	Kun vesi kiehuu lisää perunat paloitetuna.Keitä perunat kypsiksi.Lisää tilli ja kerma. Tarkista maku.	
	0,002 KG	0,002 KG	Pippuri, musta, kokonainen	Lisää nahattomat lohikuutiot.Huom! kuutiot saavat olla reilun kokoisia.	
	1,200 L	1,200 L	Vesi	Kiehauta ja tarkista vielä maku.älä keitä!!!!!!	
	0,010 L	0,010 L	Kalaliemijauhe	Huom! voit lisätä makua keittoon antamaan valkoviiniä tai sitruunaa.	
	0,300 KG	0,300 KG	Kerma, ruoka 15% laktoositon		
	0,002 KG	0,002 KG	Tilli, pakaste		
	0,002 KG	0,002 KG	Suola, merisuola		
k	0,400 KG	0,400 KG	Peruna, annosperuna kuorittu raaka		
Raakapaino yht.: 3,016 KG				Valmistushävikki: 7,16 %	
Saanto yht.: 2,800 KG (3,000 L)				Jakeluhävikki: 14,29 %	

Sivuja yhteensä: 1