



TYÖPOHJAT

Muotoilun makupaloja ruoka- ja designtuotteita kehittäville yrittäjille: Tee tuotteestasi houkutteleva, helppo ostaa ja hyvä käyttää!

Työkaluja palvelumuotoiluun ja tuotekehitykseen



Euroopan unionin
osarahoittama



Interreg
Baltic Sea Region



Co-funded by
the European Union



XAMK
OPPIMATERIAALIT

Tämä teos on lisensoitu Creative Commons Nimeä 4.0 (CC BY 4.0)
Kansainvälinen -käyttöluvalla. Tutustu käyttölupaan osoitteessa creativecommons.org/licenses/by/4.0.

© Riina Rupponen ja Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

Kansi ja kuvitus: Riina Rupponen käyttäen palvelua
Google Gemini Pro

Taitto: Riina Rupponen

ISBN 978-952-344-651-9 (pdf)

ISSN 2954-1166 (pdf)

julkaisut@xamk.fi

Työpohja: SWOT-analyysi

Yrityksen sisäiset tekijät

Mieti esimerkiksi osaamista ja henkilökohtaisia ominaisuuksiasi, tuotantoa, taloudellisia näkökulmia kuten maksukykyä, kannattavuutta ja kustannusrakennetta, jakelukanavia, tuotekehitystä sekä aineetonta pääomaa kuten verkostoja, asiakaskuntaa, markkina-asemaa ja brändiä.

Yrityksen ulkoiset tekijät

Mieti esimerkiksi trendejä, taloutta, kilpailua, kulutusvoiman ja kulutustottumusten muutoksia, rahoitusmahdollisuuksia, toimitusketjuja, poliittista ilmapiiriä ja ilmastonmuutosta. Voit laajentaa näköpiiriäsi myös PESTEL-analyysin avulla.

Yrityksen sisäiset tekijät	
VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
MAHDOLLISUUDET	UHAT
Yrityksen ulkoiset tekijät	

Työpohja: myymälähavainnointi

TAUSTATIEDOT

Päivämäärä

Paikka

Myymälä

Myymälän tyyppi, esimerkiksi ketjuliike, erikoiskauppa, tori

HAVAINNOITAVAT AIHEET

Tee yleisarvio tuotekategorian esillepanosta. Pyydä lupa valokuvien ottamiseen tarvittaessa.

Ota yleiskuva esillepanosta. Tarkista, että näet yksityiskohtia kuten tuotteiden nimet, valmistajat ja hinnat.

Mitkä tuotteet herättivät ensimmäisenä huomiosi? Miksi?

Tee yleisiä havaintoja esillepanosta.

Tee yleisiä havaintoja pakkauksista, pakkausmateriaaleista ja pakkausten ilmeistä.

TUOTEARVIO

Valitse 1–3 tuotetta, joita tarkastelet lähemmin.

Tuote 1: Miksi tuote on mielestäsi kiinnostava?
Kuvaile pakkauksen käyttökokemusta ja, mitä pakkauksella ja brändillä viestitään. Ota lähikuva tuotteesta.

Tuote 2

Tuote 3

MYNNINEDISTÄMINEN

Onko joillakin tuotteilla standeja tai muita myyn-
ninedistämistoimia käytössä? Kuvaile ja ota kuva.

Suosittelvatko myyjät tiettyjä tuotteita? Mitä
tuotteita ja miten?

**Työpohja:
Tuotteistuksen
arviointilomake**

TAUSTATIEDOT

Yrityksen nimi

WWW

Sosiaalisen median kanavat ja aktiivisuus

Vahvuudet

Tuotteet

Heikkoudet

Luonnehdi brändimielikuvaa

TUOTTEISTUKSEN ARVIOINTI

Listaa myyntikanavat

Merkitse listaan

Onko tuote kohdennettu tietylle kohderyhmälle?

Ratkaiseeko tuote asiakkaan ongelman?

Onko arvolupaus selkeä?

Luodaanko mielikuva luotettavuudesta?

Onko sisältö selkeää?

Onko hinnoittelu selkeä?

Onko nimi selkeä ja tarttuva?

Onko tuote helppo ostaa?