

Lähiruoan menekin
edistäminen

Kasvua



POHJOIS
(MAKUJA)
SAVOSTA



Euroopan unionin
osarahoittama

VINKKI



Hyvä pakkaus kertoo tarinan

- Toimiva pakkaus helpottaa käsittelyä ja käyttöä
- Hyvä pakkaus viestii selkeästi tuotteesta ja on vastuullisesti suunniteltu ja valmistettu
- Älä osta pakkauksia ja materiaaleja testaamatta niitä
- Tunne asiakkaasi - se määrittää pakkauksen
- Vertaile käyttökokemuksia ja pyydä referenssejä

Mika Santanen, Inpack

Pakkauksen visuaalisuus ja tarina ovat brändin tehokkain viestinviejä ja myyjä. Pakkauksella on usein jopa suurempi vaikutus ostopäätökseen kuin mainonnalla. Pakkausten suunnittelussa voit hyödyntää myös oppilaistosityhteistyötä ja erilaisia ohjelmia (esim. Canva, Ai, Adobe)

Lue pakkauksen perustehtävät: [Pakkaukset](#)

Hankkeessa järjestettiin pakkaustyöpaja yritysten pakkaussuunnittelu ja -ideointi valmiuksien parantamiseksi. Hankkeen pakkaustyöpajan jälkeen muotoiluasiantuntijoiden ja yritysten yhteistyö syveni ja muutamia hienoja esimerkkejä syntyi siitä mikä vaikutus pienellä ulkoasun muutoksella pakkaukseen onkaan: [Pitkäkosken Mylly Oy](#)



INSPIRAATIO



Tarina myy – mikä on yrityksesi tarina?

**Tarina tekee tuotteesta tai palvelusta elämyksen –
erotu, vaikuta, vakuuta.**

Tarinan avulla:

- asiakas samaistuu, koukuttuu, haluaa tietää enemmän ja palaa takaisin
- asiakas viihtyy, oppii, oivaltaa ja osallistuu sekä tunnistaa tarpeensa
- tarina on osa asiakkaan unelmia, arvoja, elämäntyyliä

Tiina Naumanen, Viestintäkoulutus Draivi

Tarinallistaminen perustuu:

- Ihmisiin – kuka tekee, miksi tekee, millä arvoilla
- Paikkaan – mistä tämä ruoka tulee, millainen on sen maisema, maa, ilmasto, historia
- Merkitykseen – mitä tämä ruoka edustaa ja miksi sillä on väliä



MOTIVOINTI



Kuvat viestinnässä tekevät näkyväksi työn ja sen arvon

- Kuvat herättävät tunteita ja auttavat erottautumaan
- Kuvat välittävät tarinan nopeasti ja tehokkaasti
- Hyvin otetut valokuvat voivat luoda mielikuvan ainutlaatuisesta kokemuksesta
- Visuaalisuus on erityisen tärkeää sosiaalisessa mediassa
- Visuaalinen ilme, tietyt värit, kuvakulmat tai tyylit, voivat auttaa luomaan yritykselle vahvan brändin, joka jää mieleen.

Topias Tölli, Viestimaakarit

Topiaksen kuvausvinkit:

[Tarinan visualisointi kuviin Video- ja valokuvaustyöpaja](#)

Kuva on tarinan voima markkinoinnissa!



INSPIRAATIO



Lähiruuan tuotekehitys

Kehitetään yhdessä – vastuullisesti, oivaltavasti ja rohkeasti

- Tuotekehitys ei aina tarkoita uuden tuotteen aloittamista tyhjästä.
- Yritykset voivat yhdistää osaamisensa ja kehittää yhdessä ratkaisuja, jotka hyödyttävät molempia. Esimerkiksi sivuvirtojen hyödyntäminen avaa mahdollisuuden luoda uusia, vastuullisia tuotteita ja vähentää hukkaa – samalla kustannustehokkaasti ja ympäristöä säästäen.
- Oppilaitosyhteistyön avulla voit testata tuotteita, saada uusia ideoita ja tutkimustietoa, jotka vauhdittavat kehitystyötä.
- Messut ja tapahtumat tarjoavat paikan kerätä palautetta, testata kiinnostusta ja löytää yhteistyökumppaneita. Huomioi maistiaisten merkitys – todellinen kehitys tapahtuu, kun asiakkaat pääsevät kokeilemaan ja antamaan palautetta.
- Yhdessä oppien ja oivalluksia jakaen voidaan löytää uusia makuja, ratkaisuja ja menestystarinoita, esimerkkinä suomalaiset raaka-aineet kansainvälisissä resepteissä: [resepti paistettu kaura](#)
- Asiantuntijoiden apua on saatavilla [Ruokalaakso](#)



INSPIRAATIO



Luonnontuotteiden hyödyntäminen ammattikeittiössä

Voisiko villiyrtejä ja muita luonnontuotteita hyödyntää ammattikeittiöissä enemmän?

Miksi?

- Aitoa lähiruokaa
- Ekologinen vaihtoehto
- Ilmaista raaka-ainetta
- Antavat hyvää makua -> suolan käyttöä voi vähentää
- Hyviä ravintoaineita, joissakin jopa enemmän kuin viljellyissä kasveissa
- Rikastuttavat raaka-ainevalikoimaa
- Käytettävissä ennen viljeltyjen kasvien sadonkorjuuta
- Kerääminen lisää kerääjän hyvää oloa

Muista kuitenkin ottaa huomioon asiakkaan allergiat, ruokarajoitteet, Uusielintarvikeasetukset ja Jokaisen oikeudet

Katso video villiyrteistä jo hyödyntävästä yrityksestä ja tutustu Jokaisen oikeuksiin: [Jokaisenoikeudet Suomessa](#)

Lisää vinkkejä luonnontuotteista ammattikeittiössä:
[Vinkkejä villiyrteiden käyttämiseen](#)

Luonnontuotteita voit hankkia koulutetuilta kerääjiltä:
[Kerääjä.fi](#)



INSPIRAATIO



Ota oppia muilta ja avaa silmäsi uusille mahdollisuuksille

Oivallukset opintomatkoilta Pohjois-Karjalasta ja Ahvenanmaan Skördefest tapahtumasta:

- Verkostojen rakentaminen ja kokemusten jakaminen vahvistavat osaamista ja vähentävät turhia riskejä.
- Paikallinen identiteetti ja tarina ovat kilpailuvaltteja – ne luovat aitoutta ja erottuvuutta.
- Alueen monipuolinen palvelutarjonta syntyy yhteistyöstä, ei keskinäisestä kilpailusta.
- Hyvä opastus, kauniit yksityiskohdat ja siisteys tekevät kokemuksesta houkuttelevan, elämyksellisen ja toimivan.
- Maistatus, valmiit tuotekassit ja selkeä esillepano lisäävät myyntiä ja asiakastyytyväisyyttä.
- Oppilaitosyhteistyö tuo uusia resursseja ja näkökulmia.

Lue lisää opintomatkoista:

[Pohjoiskarjalaista vieraanvaraisuutta ja tarinallistamisen voimaa oppeja-ruoka-alan yrittäjille](#)

[Inspiraatiota ja ideoita – Opintomatka Skördefest-sadonkorjuujuhlaan Ahvenanmaalle - Makuja Pohjois-Savosta](#)



TIETO



Paikalliset tuotteet ruokalahjoiksi

Lähituote toimii myös lahjana – hyvä ruokalahja sisältää:

- **Tarinan:** lyhyt ja puhuttelevasti kerrottu tausta tuotteelle ja tuottajalle
- **Houkuttelevan pakkauksen:** lahjalle sopiva ja kestävä materiaalia
- **Sopivat myyntikanavat:** tilapuodit, verkkokaupat, matkailukohteet
- **Sesongin huomioimisen:** erityisen houkutteleva juhlapyhissä ja satokaudella
- **Yrityslahjakäytön mahdollisuuden:** korostaa paikallisuutta ja vastuullisuutta
- **Yhdistelmäpaketit:** usean tuottajan tuotteet samassa paketissa lisäävät houkuttelevuutta
- **Käyttövinkit:** resepti tai tarjoiluehdotus lahjan mukana

“Ruokalahja voi viestiä paikallisesta ruokakulttuurista ja identiteetistä, toimien sillanrakentajana kohdealueeseen ja jättäen muistoja saajalle.”

[Artesaaniruoka sm](#)

[Suomen ruokalahjakilpailu](#)

[Makuelämykset matkamuiistoiksi. Opas ruokalahjojen tuotteistamiseen](#)



VINKKI



Lähiruuan erottuminen ruokakauppojen valikoimasta

- **Selkeä merkintä:** Kuluttajat tunnistavat lähiruoan helpommin, kun merkintä on näkyvä ja yksiselitteinen.
- **Pakkaus:** Siisti, houkutteleva ja viestii lähiruokaa sekä alueellista omaperäisyyttä.
- **Maistiaiset:** Lisäävät tuotteiden näkyvyyttä ja ostokiinnostusta.
- **Yhteistyö kauppiaan kanssa:** Suunnittele myyninedistämistoimia yhdessä, jotta molemmat osapuolet hyötyvät.
- **Viestintämateriaalit:** Selkeät ja houkuttelevat materiaalit tukevat viestiä: tuottajakortit, hyllypuhujat, julisteet jne.
- **Pakkausviesti ja käyttötarkoitus:** Viesti tuotteiden käyttötarkoitus ja ominaisuudet selkeästi.
- **Tuoteryhmän näkyvyys:** Koosta lähiruokatuotteet yhtenäiseksi kokonaisuudeksi hyllyyn tai esillepanoon, jotta ne erottuvat ja viesti lähiruoasta vahvistuu.

Katso esimerkkejä valokuvista oikeassa ympäristössä.

[Lähiruuan kauppamainostus](#)



VINKKI



Pop up –tapahtumat: Tuotteen esillepano ja myynnin tukeminen

Pop upit mahdollistavat myynnin testausta eri ympäristöissä ja sesongeissa.

- Selkeä merkintä ja houkutteleva pakkaus viestivät lähiruoasta ja tuotteen tarinasta.
- Tee popup-pisteestä siisti ja visuaalisesti houkutteleva, jotta tuotteet erottuvat.
- Tarjoa maistiaisia, jotka houkuttelevat ostajia kokeilemaan tuotteita.
- Kerro tuotteiden tarinaa sekä anna resepti-ideoita ja käyttövinkkejä.
- Ota mukaan käyntikortteja ja esitteitä, jotta ostaja saa lisätietoa.
- Valitse kuluttajaystävälliset pakkaukset, jotka helpottavat ostamista.
- Kerro, mistä tuotetta voi ostaa myös popupin ulkopuolella.
- Käytä yrityksen tunnistettavia vaatteita tai esiliinaa, joka vahvistaa brändin viestiä

[Pop up esimerkit](#)

