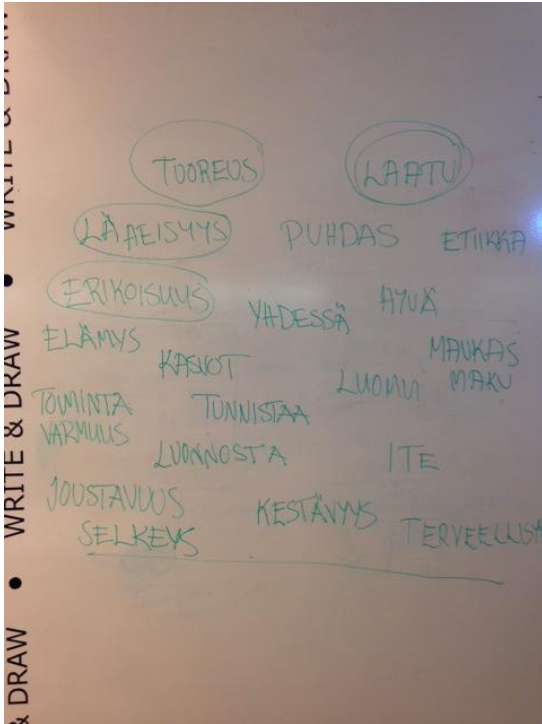


Foodhub Työpaja 1, 23.1.2017 Laurea amk

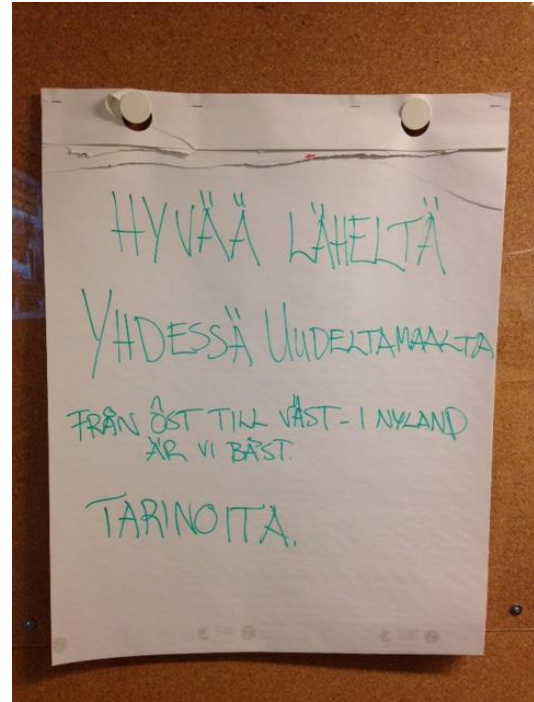
Arvolupaus, asiakastarve ja markkinat

Tuottajien yhteinen keskustelu arvoista

Tuottajat tiivistivät kahteen sanaan omiin tuotteisiinsa liittyvät arvot (kuva 1) ja sitten keskusteltiin Foodhubin yhteisistä arvoista (kuva 2).



Kuva 1. Tuottajien arvoja



Kuva 2. Foodhubin arvoja voisivat olla...

Tiivistelmä keskustelusta kuluttajien kanssa

Paikalla olleet kuluttajat (7 kpl) olivat suurimmaksi osaksi jo tottuneita joko Reko-rinkeihin tai ostamaan suoraan tuottajalta muulla tavoin. He suosivat suomalaisten pientuottajien tuotteita joko usein tai satunnaisesti ja ostavat ruokaa netin/mobiilipalvelujen kautta joko harvoin tai ei ollenkaan. Tuottajan tapaaminen kasvokkain korostui keskustelussa ja moni kuluttaja koki elämyksellisyyden tärkeäksi lisäarvoksi. Suurimman osan mielestä hakupiste tai omavarasto olisi ihan hyvä tapa toimittaa tuotteita, mutta sen lisäksi olisi hyvä olla jokin yhteys tuottajaan, kuten esim. viikonloppuvierailut eri tiloilla ("kerran kesässä ja loput kassissa"). Lopuksi kuluttajilta kysyttiin, kuinka moni kokeilisi Foodhubia, vastasi enemmistö "kyllä, jos" (lisäksi yksi kyllä ja yksi ei vielä tiennyt). Ehdot kokeilemiseen olivat: saatavuus, valikoima, sopiva hinta, logistiikka ja sekä kokeilun että palvelun helpous.

Keskustelusta nousseita ideoita:

- olemassa olevan infran hyödyntäminen niin pitkälle kuin mahdollista
 - o facebook
 - o R-kioskit
 - o kirjastot (suomalainen kokee turvalliseksi paikaksi)

- liikenteen solmukohdat kuten metroasemat
- konsepti olisi helppo laittaa kasaan (1000 kuluttajaa, pieni volyymi)
- toimitusmallina jäätelöauto
- viikonloppukäyttäjän kori vaihtoehdoksi niille, jotka eivät laita paljon ruokaa kotona tai sitten valikoimaan myös puolivalmisteita
- yhteistyö koulujen kanssa voisi olla hedelmällistä: 9. luokkien osallistaminen, samalla vanhemmat mukaan
- mukana olevien tuottajien tuotteita yhdistelevien reseptien tarjoaminen kuluttajalle
- pientuottajien muodostama korit/kokoelma eri pientuottajien tuotteita (Foodhub verkoston vahvuus)
- anna lahjaksi pientuottajien lahjakoreja ystäville, lapsille ym
- sama kuluttaja käyttäytyy eri tavalla suurissa marketeissa kuin ostaessaan suoraan tuottajalta
- osuuskuntaideassa lisäarvoa yhteisöllisyys
- elämys syntyy tilalla, ruoan voi silti hakea kontista
- avoimet ovet pientiloilla, yhteistapahtumia, kohtaamisia pientuottajien kanssa
- rakennetaan kolmen tason jäsenpaketit
 - kannatusjäsen (omistaja)
 - kausijäsen (yksivuotinen)
 - kerta tai kk- jäsenyys (palvelun kokeilu riskittömästi)

Keskustelusta nousseita haasteita:

- 700 €/vuosi koettiin suureksi summaksi, ainakin kertaeränä -> kuukausierät tai muu tapa pilkkoa hintaa
- Tuotteiden valinnanmahdollisuus vs. vuosijäsenyyden hyödyt tuotannon suunnitteluun -> perusidean pohdinta
 - kuluttaja ei halua sitoutua fiksattuun laatikkotoimitukseen, vaan haluaa valita itse tarpeensa mukaan
 - tämä taas ei auta viljelijää tuotannon suunnittelussa (vuosiasiakkaista huolimatta ei tiedä, miten monta osuutta myyty)
 - mikä silloin on vuosimaksun hyöty?
 - kuukausimaksullinen palvelu kannattaisi pohtia
- Kuinka monta konttia pitäisi saada Helsinkiin, jotta olisi kannattavaa?