



METTÄN
VILJA

Luonnontuotealan kehittämisen ratkaisukirja



Sisällys

Johdanto.....	4
Nykytila-analyysi.....	6
Visio, missio ja arvot	10
Tuotteistaminen	12
Brändi	18
Jalostusasteen nostaminen	20
Tutkimus- ja kehittämistoiminta	24
Luonnontuotestrategian läpileikkaavat teemat	28
Länsi-Lapin luonnontuotealan valttikortit	38

Julkaisutiedot

Hanke on Kolarin kunnan hallinnoima, Enontekiön, Kittilän, Muonion ja Pellon kanssa yhdessä suunniteltu tiedonvälityshanke, jota on tuettu Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta 2014–2020. Rahoituksen myönsi Lapin ELY-keskus toimenpiteestä 1.2 Tiedonvälitys ja esittelytoimet.

Kokonaisrahoitus: 248 370€, josta tuen osuus on 198 696€. Kuntarahoituksen osuus on yhteensä 39 739,20 euroa ja muun tuen osuus 9 934,80 euroa. Toteutusaika: 01.09.2021–30.06.2024.

Taitto ja kuvitus: Digi- ja mainostoimisto Höyry / Sini Liikanen
Paino: Grano Oy



Johdanto

Länsi-Lapissa on tehty pitkään hankevetoisesti hyvää kehitystyötä alueen luonnontuotealan vahvistamiseksi ja yrittäjyyden tukemiseksi. Alueella toimivien oppilaitosten panostus luontoalan ja kalatalouden koulutuksiin näkyy muun muassa Ammattiopisto Lappian Muonion ja Pellon yksiköissä tarjoamissa ammattitutkinto- ja erikoisammattitutkintolinjoilla.

Länsi-Lapin luonnontuotestrategia on osa Lapin ELY-keskuksen rahoittamaa Luonnontuotealan Kasvukoordinaattori -hanketta. Strategia on laadittu viiden kunnan – Enontekiön, Kittilän, Kolarin, Muonion ja Pellon – alueelle vuosille 2024–2030.

Länsi-Lapin luonnontuotestrategian pääpainopisteinä ovat varsinaisiksi luonnontuotteiksi määritellyt kasvit, sienet, marjat ja muut erikoisluonnontuotteet (mm. pihka, mahla, pettu, terva), on sen laadinnassa otettu huomioon soveltavasti myös kala- ja porotalous sekä riista.

Tämä ratkaisukirja on suunnattu luonnontuotealan yrittäjäksi opiskeleville ja jo yrittäjänä toimiville avuksi yrityksen tuotteistamiseen, kehittämiseen ja eteenpäin viemiseen.

Kirja on jaettu eri osioihin, jotka käsittelevät yritystoimintaasi. Lisäksi esittelemme teemoja ja valttikortteja Länsi-Lapin luonnontuotealan strategiasta. Näiden pohjalta voit suorittaa tehtäviä vastaamalla aiheiden mukaisiin kysymyksiin. Voit käyttää kirjaa tietynlaisena päiväkirjanakin, ja tukena esimerkiksi työpajoihin osallistuessasi. Onnea matkaan!

Terveisin,

Luonnontuotealan
Kasvukoordinaattori -projektitimi



Luonnontuotestrategian painopisteet



Nykytilan analyysi

1

Minkä koet olevan yrityksesi vahvuus ja ainutlaatuisuus kilpailijoihin nähden?

2

Mitkä ovat suurimmat haasteet, joita yrityksesi kohtaa tällä hetkellä?

3

Kuinka hyvin tunnet asiakkaidesi tarpeet ja odotukset?

4

Millaiset ovat nykyiset myynti- ja markkinointiprosessit? Onko niissä parannettavaa?

Opi muilta marjatuotteista

Marjat taipuvat pilttipurkista premium tason hilloon, triippi-mehusta viinitonkkaan tai ravinnosta hiuksiin. Haasta perinteiset ajatuksesi marjatuotteista ja tutki, mitä muut ovat jo keksineet marjoista.

Mustikka - *Vaccinium myrtillus*

Hilla

Rubus chamaemorus

Vaccinium vitis-idaea

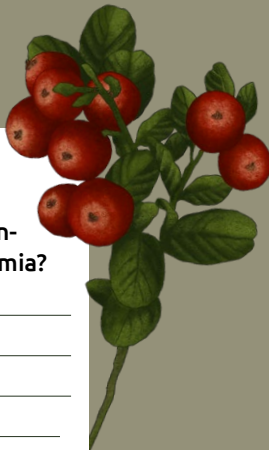
Puolukka

5

Miten arvioit nykyisen tuotevalikoimasi kilpailukykyä ja kysyntää markkinoilla?

6

Miten hallitset tuotantoa ja toimitusketjua? Onko pullonkauloja tai tehokkuusongelmia?



9

Millaista palautetta olet saanut asiakkailta ja miten käsittelet sitä?

10

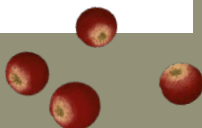
Oletko tyytyväinen nykyiseen henkilöstöön ja organisaatio-rakenteeseen?

7

Kuinka hyvin onnistut pitämään yllä ja kehittämään asiakassuhteita?

8

Miten seuraat ja analysoit taloudellisia tunnuslukuja ja suorituskkyä?



11

Mitkä ovat suurimmat mahdollisuudet, joita näet yrityksesi tulevaisuudessa?

12

Miten suhtaudut teknologian hyödyntämiseen ja digitaaliseen transformatioon?



Visio, missio ja arvot

1

Yrityksen visio

Miten näet yrityksesi roolin ja aseman markkinoilla tulevaisuudessa?

Millainen on yrityksesi ihanteellinen tulevaisuudenkuva viiden, kymmenen ja kahdenkymmenen vuoden kuluttua?

Minkälaista vaikutusta haluat yrityksesi saavuttavan ympäröivään maailmaan?

Mitkä ovat pitkän aikavälin tavoitteet ja unelmat yrityksellesi?



2

Yrityksen missio

Miksi yrityksesi on olemassa?
Mikä on sen päämäärä ja tehtävä?

Mitä haluat asiakkaiden liittävän yritykseesi ja tuotteisiisi?

Kenelle yrityksesi pyrkii tarjoamaan arvoa ja hyötyä?

Miten yrityksesi aikoo toteuttaa visiota käytännössä ja päivittäisessä toiminnassa?



3

Yrityksen arvot

Mitkä periaatteet ja arvot ohjaavat päätöksentekoa ja toimintaa?

Mitkä eettisiä periaatteita ja vastuullisuutta pidät tärkeänä yrityksesi toiminnassa?

Millaisia ominaisuuksia ja käyttäytymistä arvostat tiimissäsi ja yhteistyökumppaneissasi?

Millainen on yrityksesi suhde kestävytyteen, ympäristönsuojeluun ja yhteisövastuuseen?

Tuotteistaminen



Selvitä nokkosen markkinapotentiaali

Arvioi nokkostuotteesi menestymisen mahdollisuuksia, tunnista raaka-aineen potentiaalisia käyttökohteita, trendejä tai kartoita kilpailijat. Ennakoi markkinoiden pullonkaulat.

1

Miten määrittelet tuotteidesi ainutlaatuisen myyntipisteen (USP) verrattuna kilpailijoihin?

2

Kuinka hyvin tunnet kohdeyleisösi tarpeet ja halut? Miten tämä heijastuu tuotesuunnitteluun?

3

Millaista palautetta ja kommentteja olet saanut nykyisistä tuotteistasi? Miten käytät palautetta tuotteiden kehittämiseen?

4

Mitä kilpailuetua tarjoat tuotteillasi verrattuna vaihtoehtoihin markkinoilla oleviin tuotteisiin?

5

Kuinka usein päivität tuotevalikoimaasi vastaamaan markkinoiden muuttuvia tarpeita ja trendejä?

6

Miten hinnoittelet tuotteesi? Onko hinnoittelumalli kilpailukykyinen ja kannattava?



7

Kuinka hyvin tuotteesi erottuvat pakkaus- ja brändistrategioiden avulla? Onko niissä mahdollisuuksia parantaa huomioarvoa ja tunnistettavuutta?

8

Kuinka tehokkaasti kommunikoit tuotteidesi ominaisuuksista, hyödyistä ja arvosta asiakkaalle?

9

Millaisia kumppanuuksia tai jakelukanavia käytät tuotteidesi markkinointiin ja myyntiin?

10

Miten seuraat ja analysoit tuotteidesi suorituskkyä markkinoilla? Millaisia mittareita käytät menestyksen arvioimiseen?



11

Miten integroit asiakaspalautteen ja markkinatutkimuksen tuotekehitysprosessiin?

12

Kuinka hyvin pystyt skaalautumaan vastaamaan kysyntää ja kasvamaan markkinoilla?



Tehtävä

Semanttinen intuitio on sana-assosiaatioihin perustuva ideointimenetelmä. Valitse jokaisesta sarakkeesta yksi sana ja ideoi sanayhdistelmästä viereiselle paperille erilaisia tuoteideoita piirtäen ja kirjoittaen.

Juoda	Aito	Nopeasti	Voide
Syödä	Ajaton	Hitaasti	Juoma
Sivellä	Ekologinen	Kauniisti	Tee
Haistaa	Elegantti	Rohkeasti	Meikki
Siivota	Energinen	Rauhoittavasti	Hillo
Puhdistaa	Makea	Puhtaasti	Hiustenhoito
Hoitaa	Mausteinen	Vaivattomasti	Tekstiili
Annostella	Suolainen	Terveellisesti	Snack
Sirootella	Kevyt	Virkistävästi	Säilyke
Hauduttaa	Pehmeä	Tieteellisesti	Koru
Pakastaa	Kompakti	Parantavasti	Kastike
Kuivata	Mehevä	Rentouttavasti	Tahna
Uuttaa	Minimalistinen	Miedosti	Mehu
Jauhaa	Villi	Vahvasti	Jäätelö
Pastöroida	Yllätyksellinen	Energisoivasti	Pakkaus
Mehustaa	Visuaalinen	Perinteisesti	Valmisruoka
Paseerata	Viileä	Hauskasti	Retkiannos
Fermentoida	Lämmin	Tutkitusti	Makeinen



Brändi

Brändissä yhdistyy sekä sinun yrityksestäsi rakentama imago että asiakkaan muodostama mielikuva. Imagon rakentamisessa käytetään usein esimerkiksi logoa, verkkosivuja, someviestintää tai esimerkiksi erilaisia mainoksia, mutta yhtä lailla imagoon vaikuttavat asiakaspalvelu ja yrityksen fyysiset tuotteet ja palvelut. Kun tähän imagoon yhdistää asiakkaan mielikuvan syntyy brändi.

Brändi ei siis ole pelkästään sinun käsissäsi, mutta rakentamallasi imagolla on suuri vaikutus siihen, miten asiakkaat brändisi kokevat, eli millainen mielikuva heille muodostuu. Jos mielikuva on positiivinen, niin asiakas on todennäköisempi ostamaan tuotteitasi enemmän sekä suosittelemaan niitä tuttavilleen. Onnistunut brändi näkyy siis suoraan kassavirrassa. Siksi brändiin kannattaa satsata!

Brändäämisen ensimmäinen askel on brändi-identiteetin luominen. Edellä mainitut logot, verkkosivut ja viestintä ovat keinoja välittää brändiä asiakkaille, mutta ne eivät itsessään ole brändi. Keskeistä kuitenkin on, että nämä kaikki keinot välittävät samaa viestiä, jolloin yhdessä asiakkaan mielikuvan kanssa, muodostuu brändi. Yhtenäisen viestin luomiseksi tarvitset yksiselitteisen identiteetin, johon nojata kaikissa päätöksissä.

Mieti siis aluksi, millaisen identiteetin haluaisit brändille rakentaa. Identiteettiä on hyvä rakentaa esimerkiksi tarinallistamisen avulla. Aloita pohtimalla, millainen identiteetti olisi. Jos brändi olisi ihminen, millainen hän olisi? Miten hän käyttäytyisi? Puhuisi? Näyttäisi? Luo brändille selkeä hahmo. Sitten luo brändille oma tarina, joka nojaa identiteettiin.

Kun tiedät millainen brändin tulisi olla, voit miettiä miten saat tämän identiteetin saa parhaiten viestittyä asiakkaille. Brändin johdonmukainen kehittäminen on avainasemassa, kun halutaan luoda laadukas brändimielikuva. Johdonmukaisuus tarkoittaa sitä, että brändistä puhutaan ja viestitään samalla tavalla eri alustoilla ja paikoissa. Visuaalisessa viestissä tämä tarkoittaa sitä, että yritys käyttää samaa logoa ja samoja fontteja sekä värejä läpi kaikkien visuaalisuuden. Älä siis vaihda tyyliä aina maanantain fiiliksen mukaan!

LISÄTIETOA



Brändää porosi

Brändissä yhdistyvät rakentamasi yritysimage ja asiakkaan muodostama mielikuva. Imagon rakentamisessa käytetään usein esimerkiksi logoa, verkkosivuja ja someviestintää.

Sanallisessa viestinnässä johdonmukaisuus tarkoittaa sitä, että brändin identiteetissä on mietitty millaisella kielellä asiakkaille puhutaan ja sitten tästä tyylistä pidetään kiinni riippumatta missä kanavassa asiakkaan kanssa kommunikoidaan. Voit siis vaikka päättää, että sanallisessa ilmaisussa käytetään murrekieltä, vitsaillaan tai vaikka puhutaan virastokieltä. Keskeisintä on että kieli heijastaa brändin identiteettiä ja aina johdonmukaista.

Johdonmukaisuus saadaan tuotua arkipäivän toiminnaksi, kun kirjoitetaan auki asiakkaan kulkema polku ja kaikki kosketuspisteet mitä asiakas käy läpi matkalla. Polkua tarkastelemalla saat selville missä kohtaa asiakkaalle tulee viestiä ja voit räätälöidä näihin viestit johdonmukaisesti brändi identiteettiäsi seuraten. Näet myös, milloin ja missä kohtaa asiakas tuntee turhautumista tai tuskastuu ja voit parantaa asiakaspalvelua näissä kohdin. Sillä myös asiakaspalvelu on osa brändiä!



Jalostusasteen nostaminen

Jalostusasteen nostaminen luonnontuotealalla tarkoittaa raaka-aineiden tai luonnonvarojen muuttamista korkeamman jalostusarvon tuotteiksi. Tämä voi tapahtua erilaisten prosessien, kuten käsittelyn, valmistuksen tai lisäarvon tuomisen kautta. Tämä lisää tuotteen arvoa ja mahdollistaa sen myynnin korkeammalla hinnalla kuin pelkkien raaka-aineiden myyminen.

1

Millaisia raaka-aineita ja luonnonvaroja käytät tuotteissasi? Onko niitä potentiaalista jalostaa korkea-arvoisiksi tuotteiksi?

2

Miten voit lisätä tuotteidesi arvoa lisäämällä niiden jalostusastetta? Esim. tuotteiden pakkausmuutokset tai lisäpalveluiden tarjoaminen?

3

Mitkä ovat nykyiset jalostusprosessit ja -tekniikat tuotteidesi valmistuksessa?

4

Onko olemassa uusia innovaatioita tai teknologioita, joita voit hyödyntää jalostusprosessissa?

5

Millaisia markkinatrendejä ja asiakastarpeita voit hyödyntää jalostusasteen nostamisessa?

6

Kuinka voit parantaa tuotteidesi laatua ja säilyvyyttä jalostusprosessin aikana?

7

Kuinka voit kehittää uusia tuotversioita tai tuoteyhdistelmiä lisäämällä jalostusastetta?

8

Millaisia kumppanuuksia tai yhteistyömahdollisuuksia voit hyödyntää jalostusasteen nostamiseen?

9

Miten voit lisätä läpinäkyvyyttä ja vastuullisuutta jalostusprosessissasi, mikä voi lisätä tuotteidesi houkuttelevuutta asiakkaiden silmissä?

10

Kuinka voit viestiä tehokkaasti tuotteidesi korkeammasta jalostusasteesta ja niiden tarjoamasta lisäarvosta asiakkaille?

Tutkimus- ja kehittämistoiminta

Tutkimus- ja kehittämistoiminta luonnontuotealalla viittaa toimintaan, jonka tarkoituksena on kehittää uusia menetelmiä, tuotteita tai prosesseja luonnonvarojen käytön tehostamiseksi, kestävän kehityksen edistämiseksi ja markkina-aseman vahvistamiseksi.



1

Miten tunnistat ja priorisoi potentiaalit kehityskohteet ja innovaatiomahdollisuudet tuotteissasi ja palveluissasi?

2

Kuinka hyvin integroit asiakaspalautetta ja markkinatrendejä tutkimus- ja kehitysprosessiin?

3

Mitä menetelmiä käytät tuotekehityksessä (kuten prototyyppien testaus tai koneellinen tutkimus)?

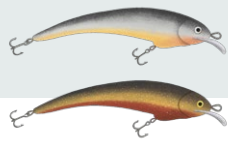
4

Millaisia resursseja ja osaamista tarvitset tuotekehitysprojektin onnistumiseen?

5

Miten arvioit uusien tuote-ideoiden ja innovaatioiden potentiaalia ennen niiden toteuttamista?

6



Kuinka seuraat ja arvioit kilpailijoiden uusia tuotteita ja innovaatioita markkinoilla?

7

Miten hallitset tuotekehitysprojektien aikatauluja ja budjettia?

8

Kuinka varmistat, että uudet tuotteet täyttävät paikalliset ja kv-säädökset ja standartit?

9

Miten varmistat tuotteiden kestävyys- ja ympäristöystävällisyyden tutkimus- ja kehitysprosessissa?

11

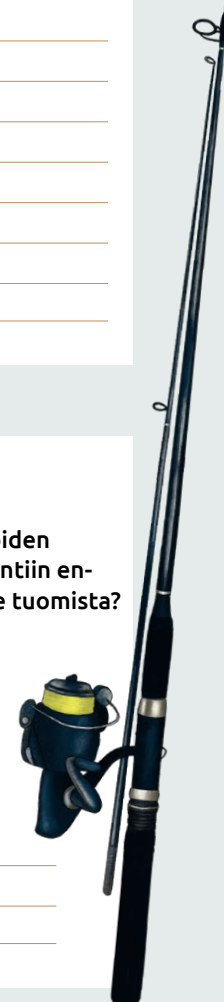
Kuinka tiiviisti työskentelet yhteistyökumppaneiden ja toimittajien kanssa kehitysprojekteissa?

10

Miten arvioit tuotekehitysprojektien onnistumista ja oppimista niistä tulevaisuuden projekteihin?

12

Millaisia menetelmiä käytät tuoteinnovaatioiden testaamiseen ja validointiin ennen niiden markkinoille tuomista?



Luonnontuote- strategian läpi- leikkaavat teemat

Länsi-Lapin luonnontuotestrategia koostuu kolmesta, toisiinsa sidoksissa olevasta teemasta: taloudellisesta kasvusta, kestävästä ja vastuullisesta toiminnasta sekä tuottavasta TKI-toiminnasta. Nämä kolme toisensa läpileikkaavaa teemaa tulisi huomioida samanaikaisesti, kaikissa strategisissa toimenpiteissä, joita alueellamme tehdään luonnontuotealan kehittämiseksi.

1 Tuotamme kestävästi ja vastuullisesti

2 Kasvamme taloudellisesti

3 Tutkimme ja kehitämme



1. Tuotamme kestävästi ja vastuullisesti



Kestävyys ja vastuullisuus

Miten varmistetaan, että tuotantomme on kestävä ja ympäristöystävällistä?

Kuinka varmistetaan, että tuotantomme kunnioittaa ihmisoikeuksia ja työntekijöiden oikeuksia?

Millaisia kestävä kehityksen toimia olemme toteuttaneet ja mitä voimme tehdä parantaaksemme sitä?

Eettinen ja läpinäkyvä toiminta

Millaisia eettisiä periaatteita ja arvoja yrityksellämme on, ja kuinka ne näkyvät käytännön toiminnassamme?

Kuinka varmistetaan, että kaikki toiminta on läpinäkyvää ja avointa sekä sidosryhmille että asiakkaille?

Miten viestimme avoimesti eettisistä periaatteistamme ja toimintatavoistamme asiakkaillemme?

Paikallisten raaka-aineiden keruu ja käyttö

Miten varmistetaan paikallisten raaka-aineiden eettinen ja kestävä hankinta?

Kuinka tuemme paikallisia yhteisöjä ja taloutta raaka-aineiden hankinnassa?

Miten käytämme paikallisia raaka-aineita tuotteissamme, ja miksi se on meille tärkeää?

Oikea-aikaisuus ja sesonkien huomioiminen

Miten varmistetaan, että tuotantomme on oikea-aikaista ja vastaa kysyntään eri sesonkeina?

Kuinka otamme huomioon sesonkien vaihtelut tuotevalikoimassamme ja tuotannossamme?

Miten vähennämme hukkaa ja varastoja oikea-aikaisella tuotannolla ja sesonkien huomioimisella?

Lakien ja säädösten noudattaminen

Miten varmistetaan, että kaikki toiminta noudattaa paikallisia lakeja ja säädöksiä?

Kuinka seuraamme ja päivitämme jatkuvasti lainsäädäntöä ja säädöksiä, jotka koskevat toimintaamme?

Miten varmistetaan, että työntekijät ovat tietoisia ja noudattavat sovellettavia lakeja ja säädöksiä?



2. Kasvamme taloudellisesti

Eko- ja resurssitehokkuus

Miten pyrimme vähentämään ympäristövaikutuksia ja resurssien kulutusta toiminnassamme?

Millaisia toimenpiteitä olemme jo toteuttaneet eko- ja resurssitehokkuuden parantamiseksi, ja mitä voimme vielä tehdä?

Kuinka arvioimme ja seuraamme resurssien käyttöä ja jätemääriä, ja miten käytämme näitä tietoja parantaaksemme tehokkuutta?

Kiertotalouden tavoittelu

Miten integroimme kiertotalouden periaatteita ja käytäntöjä liike-toimintaamme?

Kuinka lisäämme kierrätystä, uusiokäyttöä ja resurssien tehokasta hyödyntämistä tuotannossamme?

Millaisia kumppanuuksia tai yhteistyömahdollisuuksia hyödynnämme kiertotalouden edistämiseksi?

Sisällöltään ja laadultaan tasapainoista kasvujohteista liiketoimintaa

Miten tasapainotamme taloudellisen kasvun tavoittelun ja ympäristövaikutusten minimoinnin?

Kuinka varmistamme, että kasvu on kestävä ja pitkäjänteistä sekä taloudellisesti että ympäristön kannalta?

Millaisia mittareita ja indikaattoreita käytämme arvioimaan liiketoiminnan kasvua ja sen vaikutusta ympäristöön?

Suunnitelmallinen talouspolitiikka

Miten luomme ja toteutamme suunnitelmallista talouspolitiikkaa liike-toiminnassamme?

Kuinka varmistamme taloudellisen vakauden ja kannattavuuden pitkällä aikavälillä?

Millaisia taloudellisia tavoitteita asetamme ja miten seuraamme niiden saavuttamista?



Toiminnan uskottavuus ja todentaminen sertifikaattien avulla

Miten lisäämme toiminnan uskottavuutta ja luotettavuutta asiakkaiden silmissä?

Kuinka hankimme ja ylläpidämme sertifikaatteja ja tunnustuksia kestävydestä ja laadusta?

Miten viestimme avoimesti ja tehokkaasti sertifikaattien merkityksestä ja niiden toimintatavoista?



3. Tutkimme ja kehitämme



Yhteistyö

Millaisia yhteistyökumppaneita ja verkostoja hyödynnämme tutkimuksen ja kehityksen edistämiseksi?

Miten yhteistyö edistää innovaatioita ja uusien ideoiden syntymistä?

Datan keruu

Kuinka keräämme ja analysoimme dataa parantaaksemme tuotteitamme ja palveluitamme?

Millaisia tietolähteitä ja -menetelmiä käytämme datan keruussa ja analysoinnissa?

Hankkeet

Mitä tutkimus- ja kehityshankkeita olemme toteuttamassa tai suunnittelemassa?

[illegible]

Kuinka hankkeet tukevat liiketoimintastrategiaamme ja tavoitteitamme?

[illegible]

Uuden ja jo olemassa olevan tutkimuksen käyttöönotto

Miten hyödynnämme uusinta tutkimustietoa ja teknologioita liiketoiminnassamme?

[illegible]

Kuinka varmistamme, että käytämme jo olemassa olevaa tutkimusta tehokkaasti ja innovatiivisesti?

[illegible]

Teknologian kehittäminen

Millaisia teknologisia ratkaisuja kehitämme tai harkitsemme kehitettäväksi?

[illegible]

Kuinka teknologian kehittäminen tukee tuotteiden ja palveluiden parantamista sekä liiketoiminnan kasvua?

[illegible]

Länsi-Lapin luonnontuotealan valttikortit

Strategian ytimessä on viisi Länsi-Lapille ominaista valttikorttia, jotka keskittyvät alueen mahdollisuuksiin ja toimivat ratkaisuehdotuksia antavina. Valttikorttien tarkoitus on nostaa esiin strategisia elementtejä, joita meillä on jo olemassa ja jopa tunnistettu, mutta ne ovat toistaiseksi täysin alihyödynnettyjä tai niitä ei olla osattu riittävällä tasolla yhdistää alalle käyttöön.

- 1 Maailman suurin luomukeruualue
- 2 Raaka-aineiden korkea omavaraisuusaste
- 3 Maailmanluokan laadukkaat ja omaleimaiset maut
- 4 Monialaisuuden rajattomat mahdollisuudet
- 5 Lähiruokamarkkinat ja vahva Lappi-brändi



1. Maailman suurin luomukeruualue

Koko Lappi, Länsi-Lappi mukaanlukien nauttii mainetta laadukkaista raaka-aineistaan ja kestävästä tuotannostaan. On tutkitusti todettu, että yöttömän yön ja arktisten kasvuolosuhteiden vaikutuksesta Lapissa kasvaviin raaka-aineisiin kehittyy runsaampia pitoisuuksia erilaisia vaikuttavia aineita ja yhdisteitä, kun vastaavasti muualla kasvaneisiin luonnon raaka-aineisiin.

1. Tuotteiden kehittäminen ja valikoiman laajentaminen

Mitä uusia luomutuotteita voit kehittää hyödyntäen Länsi-Lapin ainutlaatuista luontoa ja raaka-ainepotentiaalia? Miten voit laajentaa nykyistä tuotevalikoimaasi vastaamaan markkinoiden tarpeita?

TEHTÄVÄ

Ideoi uusia luomutuotteita tai tuote-innovaatioita, jotka voivat hyötyä Länsi-Lapin luomukeruualueen tarjoamista mahdollisuuksista.

[illegible]

2. Yhteistyön mahdollisuudet

Millaisia yhteistyökumppaneita voit hyödyntää varmistaaksesi luomutuotteiden laadun ja saatavuuden? Miten voit tehdä yhteistyötä paikallisten viljelijöiden tai muiden luonnonvarojen kerääjiä kanssa?

3. Brändäys ja markkinointi

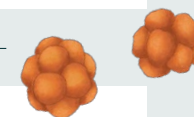
Miten voit käyttää Länsi-Lapin luomukeruualueen ainutlaatuisuutta osana brändistrategiaasi? Miten voit viestiä tuotteidesi alkuperän ja laadun asiakkaille?

4. Kestävän toiminnan strategiat

Miten voit varmistaa, että yrityksesi toiminta on kestäväää ja ympäristöystävällistä hyödyntäen Länsi-Lapin luonnonvaroja? Miten voit minimoida ympäristövaikutuksesi ja sitoutua kestävään kehitykseen?

TEHTÄVÄ

Tutki mahdollisuuksia yhteistyöhön paikallisten luomukerääjien, muiden yritysten ja julkisen sektorin kanssa Länsi-Lapin alueella.



TEHTÄVÄ

Kehitä brändäysstrategia Länsi-Lapin luomukeruualueen hyödyntämiseksi omien tuotteidesi markkinoinnissa.

TEHTÄVÄ

Suunnittele kestävän kehityksen
toimintasuunnitelma yrityksellesi,
joka hyödyntää Länsi-Lapin luomu-
keruualueen tarjoamia resursseja.

2. Raaka-aineiden korkea omavaraisuusaste

Vahva omavaraisuusaste etenkin marjojen ja sienten suhteen on Länsi-Lapin voimavara. Luonnon tuottamat raaka-aineet ja niiden potentiaali ovat valmiiksi saatavilla. Turvallisuustekijöiden lisäksi ne tarjoavat vankan perustan elinkeinolle ja mahdollisuudet työllisyyden kasvattamiseen alueella. Luonnontuotealaan investoimalla, jalostus-astetta nostamalla ja ylläpitämällä alan kehitystä paikallisesti voitaisiin vahvistaa alan elinvoimaisuutta sekä varmistaa rahavirtojen pysyminen alueella eikä niiden valumista muualle.

1. Tuotteiden kehittäminen ja jalostusasteen nostaminen

Miten voit kehittää tuotteita hyödyntäen alueen omia raaka-aineita? Millaisia jalostusmahdollisuuksia raaka-aineet tarjoavat?

TEHTÄVÄ

Ideoi tapoja hyödyntää alueen omia raaka-aineita ja kehitä tuotteita, jotka lisäävät jalostusastetta ja luovat lisäarvoa.



2. Yhteistyön mahdollisuudet

Millaisia yhteistyökumppaneita voit hyödyntää raaka-aineiden hankinnassa ja jalostuksessa? Miten voit tehdä yhteistyötä paikallisten toimijoiden kanssa omavaraisuuden lisäämiseksi?

TEHTÄVÄ

Tutki yhteistyömahdollisuuksia paikallisten viljelijöiden, muiden yritysten ja julkisen sektorin kanssa alueen omavaraisuuden edistämiseksi.



3. Brändäys ja markkinointi

Miten voit hyödyntää alueen omavaraisuutta brändäyksessäsi? Miten voit viestiä tuotteidesi alkuperän ja laadun asiakkaille?

TEHTÄVÄ

Kehitä brändäysstrategia, joka korostaa alueen omavaraisuutta ja laadukkaita paikallisia raaka-aineita.

4. Kestävän toiminnan strategiat

Miten voit varmistaa, että raaka-aineiden hankinta ja jalostus ovat kestäväällä pohjalla? Miten voit sitoutua kestävään kehitykseen alueen omavaraisuutta lisätessäsi?

TEHTÄVÄ

Suunnittele kestävä kehityksen toimintasuunnitelma, joka edistää omavaraisuutta samalla minimoiden ympäristövaikutukset.



3. Maailmanluokan laadukkaat ja omaleimaiset maut

Lapin ja Länsi-Lapin kilpailukykyä vahvistaa muun muassa ekologinen maine, raaka-aineiden korkea laatu, tuoteturvallisuus, puhdas luonto sekä pitkät perinteet luonnontuotteiden keräämisen ja käytön suhteen – nämä ovat sellaisia elementtejä, joita meiltä ei helposti saa pois vietyä tai niitä voida toisaalle keinotekoisesti kopioida.

1. Raaka-aineiden laadun varmistaminen

Miten voit korostaa yrityksesi ekologista mainetta ja vastuullista toimintaa markkinoinnissa? Mitä käytännön toimia voit toteuttaa maineen vahvistamiseksi?

TEHTÄVÄ

Kartoita keinoja, joilla voit vahvistaa yrityksesi ja alueen mainetta ekologisena ja vastuullisena toimijana.



2. Luonnonvarojen kestävä hyödyntäminen

Miten voit varmistaa luonnonvarojen kestävän hyödyntämisen pitkällä aikavälillä? Mitä kestävän kehityksen periaatteita voit soveltaa toiminnassasi?

TEHTÄVÄ

Suunnittele keinoja, joilla voit hyödyntää alueen puhdasta luontoa ja luonnonvaroja kestävällä tavalla.



3. Perinteiden vaaliminen ja hyödyntäminen

Miten voit hyödyntää alueen perinteitä ja kulttuuriperintöä tuotteiden suunnittelussa ja markkinoinnissa? Miten voit tuoda esiin yrityksesi ja tuotteidesi yhteyden alueen perinteisiin?

TEHTÄVÄ

Tutki tapoja, joilla voit hyödyntää alueen pitkiä perinteitä luonnontuotteiden keräämisen ja käytön suhteen liiketoiminnassasi.

4. Kilpailuedun vahvistaminen

Miten voit hyödyntää alueen ekologista mainetta, raaka-aineiden korkeaa laatua ja puhdasta luontoa luodaksesi kilpailuetua markkinoilla? Mitä strategisia valintoja voit tehdä näiden vahvuuksien maksimoimiseksi?

TEHTÄVÄ

Analysoi kilpailutilannetta ja etsi keinoja, joilla voit vahvistaa yrityksesi kilpailukykyä Länsi-Lapin ainutlaatuisilla vahvuuksilla.

4. Monialaisuuden rajattomat mahdollisuudet

Luonnontuotealan linkittämistä osaksi alueellista elinkeinopolitiikkaa voitaisiin edistää verrattain vaivattomasti tukeutumalla vahvalla pohjalla oleviin elinkeinoihin. Helposti lähestyttävänä ratkaisuehdotuksena luonnontuotealan kasvua Länsi-Lapissa voitaisiin toteuttaa esimerkiksi luomalla uuden tyyppistä liiketoimintaa luonnontuotteiden kautta matkailualan ohjelmalveluihin tai yhdistämällä niitä wellness- ja hyvinvointipalveluihin.



1. Markkinatutkimus ja segmentointi

Millaisia ovat eri toimialojen tarpeet luonnontuotteiden suhteen? Miten voimme segmentoida markkinat ja kohdentaa tarjontaa eri toimialoille?

TEHTÄVÄ

Tutki eri toimialojen, kuten lääke-, kosmetiikka-, tekstiili- ja matkailualan tarpeita luonnontuotteiden suhteen.

2. Kumppanuudet ja verkostot

Ketkä ovat potentiaalisia kumppaneita eri aloilta? Millaisia yhteistyömalleja voimme kehittää yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi?

TEHTÄVÄ

Etsi potentiaalisia yhteistyökumppaneita eri aloilta ja rakenna verkostoja yhteistyön edistämiseksi.

3. Tuotekehitys ja innovaatio

Miten voimme kehittää ja soveltaa luonnontuotteita eri alojen tarpeisiin? Millaisia innovaatioita voimme luoda hyödyntäen luonnonvaroja monipuolisesti?

TEHTÄVÄ

Ideoi uusia luonnontuotteisiin perustuvia tuotteita ja palveluita eri alojen tarpeisiin.

4. Kestävyys ja vastuullisuus

Miten voimme varmistaa, että toimintamme eri toimialoilla on kestävä ja vastuullista? Millaisia keinoja voimme käyttää ympäristövaikutusten minimointiin ja eettisen toiminnan varmistamiseen?

TEHTÄVÄ

Kehitä kestävän kehityksen strategia, joka ohjaa toimintaamme eri toimialoilla vastuullisesti.

5. Lähiruokamarkkinat ja vahva Lappi-brändi

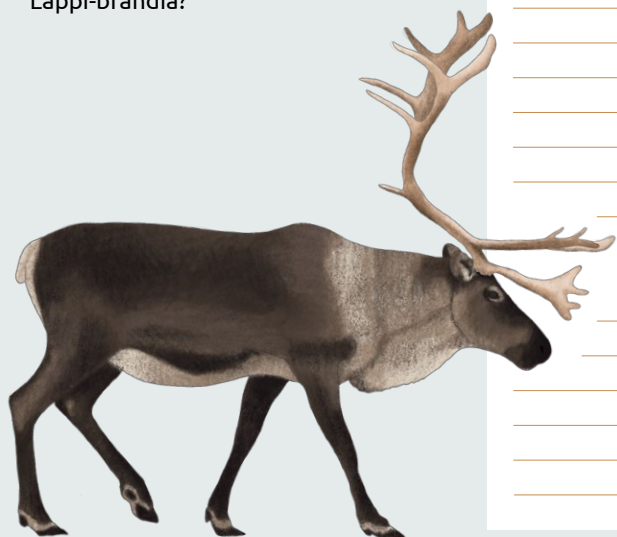
Länsi-Lappiin saapuvalla matkailijalle paikallinen palvelu- ja tuote-
tarjonta on laajaa ja monimuotoista, mutta luonnontuotteiden osalta
niukkaa. Matkailijoista koostuvaa ostajakuntaa voidaan ajatella varsin
potentiaalisena kuluttajana muun muassa tuliaisten, ohjelmalvelui-
den ja ravintolatarjonnan muodossa.

1. Tuotekehitys ja brändäys

Millaisia tuotteita tai palveluita voit kehittää hyödyntäen lähiruokaa ja luonnontuotteita? Miten voit brändätä nämä tuotteet tai palvelut osaksi Lappi-brändiä?

TEHTÄVÄ

Kehitä uusia tuotteita tai palveluita, jotka hyödyntävät lähiruokaa ja luonnontuotteita sekä vahvistavat Lappi-brändiä.



2. Yhteistyömahdollisuudet

Minkälaisia yhteistyökumppaneita voit hyödyntää tuotteiden valmistuksessa ja markkinoinnissa? Miten voitte yhdessä vahvistaa Lappi-brändiä ja tarjota matkailijoille laadukkaita lähiruoka- ja luonnontuotekokemuksia?

TEHTÄVÄ

Tutki yhteistyömahdollisuuksia paikallisten tuottajien, matkailutoimijoiden ja muiden sidosryhmien kanssa lähiruokaan ja luonnontuotteisiin liittyen.

3. Markkinointi ja asiakaspalvelu

Miten voit viestiä asiakkaille lähiruuan ja luonnontuotteiden arvosta osana matkakokemusta Lappiin? Millaisia markkinointikanavia ja -viestejä voit hyödyntää tässä?

TEHTÄVÄ

Kehitä markkinointistrategia, joka korostaa lähiruuan ja luonnontuotteiden merkitystä osana Lappibrändiä.

4. Tulosten seuranta ja arviointi

Miten voit mitata uusien tuotteiden ja palveluiden menestystä markkinoilla? Millaisia palautteita ja kokemuksia saat asiakkailta uusista tuotteista ja palveluista?

TEHTÄVÄ

Seuraa uusien tuotteiden ja palveluiden vastaanottoa markkinoilla ja kerää palautetta asiakkailta.

Tilaa omille jutuille

Näitä sivuja voit käyttää vapaasti vaikkapa oman lempivillityksi kuivaamiseen tai muistiinpanoihin.



METTÄN
VILJA

Tehemä yhdessä!

