

# Keski-Suomen ruokaketjun imago

ÄLYPÖLTYTTÄJÄ 16.03.2021 23.52

## Millainen on Keski-Suomen ruokaketjun imago nyt?

Ymmärtääkseni ihan hyvä.

*ruokamaakuntana ei erottuva* – NIMETÖN

## Imago on hyvä ja tunnettu ruokaketjun toimijoiden, kehittäjien ja yrittäjien piirissä, mutta olisi hyvä vahvistaa tulevaisuudessa laajemmin

Kuluttajat, Keski-Suomessa, maakuntarajat ylittäen, kansainvälisesti

Ketjun osia/tuotteita tunnistetaan hyvinkin (esim. Järki Särki), mutta ei vielä koko ketjua.

## Tiedonvälityksen kanavat monipuolisia ja kiinnostavia isoja tapahtumia järjestetty, jotka "tekevät hyvää" imagolle

## Jää Loounais-Suomen ja Saimaan ruokaimagojen varjoon.

Ei varsinaisia erottuvuustekijöitä.

## Imago on aika harmaa

suomi-ruokaimago on tavoiteltava asia, samalla hoituu K-S

## Millainen pitäisi Keski-Suomen ruokaketjun imago olla tulevaisuudessa?

Tunnetumpi, selkeämpi,

## Parempi saatavuus

Parempi näkyvyys, tuotteet helpommin löydettävissä sekä paremmin esille tuotavissa

## Tarvitseeko Keski-Suomen ruokaketju erikseen oman imagon? Vai rakentavatko yksittäiset tunnetut yritykset kuitenkin koko ruokaketjun imagoa?

Pitäisi tukea ja nostaa esille linkki yrittäjän ja kuluttajan välillä. Tukea yrittäjille, että voisivat itse nostaa tuotteensa/brändinsä tunnetuksi.

## Tuotteiden ja tuottajien näkyvyys

Millä erotumme? Onko Keski-Suomella selkeää omaa ruokatuotetta?

## Yrittäjät ja niiden palvelut/tuotteet kasvattavat ja rakentavat imagoa. Imago muodostuu yrittäjien kautta.

Vastuullinen, kestävä todistetusti (?), muutoskykyinen/joustava, eteenpäin katsova, positiivinen, helposti lähestyttävä, osallistava. Kuluttajalla olo, että olet tervetullut ja arvostettu, visuaalinen, houkutteleva, huomioi kaikki ikäluokat erityisesti nuoret

## Keski-Suomen sijainnin hyödyntäminen

Lähiruokaa muuallekin kuin omaan maakuntaan?

## Päättäjät mukaan lähiruuan nostamiseen

Oikeita toimia, ei pelkästään sanahelinää

# Mitä tukea, toimenpiteitä tarvittaisiin imagon muuttamiseen?

---

Näkyvyyttä, tempauksia, sometusta, lehtijuttuja, paikallisuutisiin, radioon,

## Tiedon kohdentaminen ja keskittäminen

Tieto saataville niille, joille se kohdentuu. Esimerkiksi karttamuotoinen koonti.

## Visuaalinen ruokakartta eri kohderyhmille

Esimerkkinä aiemmin tuotettu:

<https://www.aitomaaseutu.fi/media/Keski-Suomen-ruokakartta-9.9.2019-eBook.pdf>

## Oppilaitokset mukaan - viestintä, yhteistyö, tiedottaminen

## Tiedottaminen mahdollisimman laajasti

Media, some, omat ja sidosryhmien kanavat - nytkin jo tehdään paljon ja oikeissa kanavissa, mutta "maailma ei tule kerralla valmiiksi"

## Näkyvyyden parantaminen

Kauppa, yrittäjät jne. tuovat paremmin esiin tuotteita

## Oma foorumi tuottajille suoraan keskusteluun & sellainen, jossa myös kuluttajat osallistuvat keskusteluun ja tutustuvat ruokaketjun toimijoihin

## Suoramyyntitilojen ketjuttuminen / laajempi yhteistyö.

## Hakupalvelu

Tuotteittain / tuoteryhmittäin hakupalvelu yhteystiedoin tai myyntipaikoittain

## Keskisuomalaisen tuotantotavan ja yrittäjyyden vahvuuksista rakentuva yrittäjyys, joka samalla tuo imagoa ja brandi-tuotteita

## Enemmän yhteistyötä, vuoropuhelua ruokaketjun eri vaiheiden välillä. Näin kehittämisen ja jalostamisen mahdollisuudet löytyisi paremmin.

## Saatavuus esim maakuntakeskuksessa, myymälä?

## Suoramyyntipisteet imagotyön tukena

## Koska imago muodostuu yrittäjien kautta, tulee toimenpiteitä/tukea kohdistaa enemmän yrittäjiin.

\*\*\*\*\*