

3.10.2016

Markkinoi tehokkaasti tapahtumissa -koulutuksen palautetilaisuus

Osta tilalta! -päivä 10.9.2016

Kokemukset hankeyhteistyöstä ja keittiömestariyhteistyöstä

Positiiviset onnistumiset:

- Koulutus innosti lähtemään paremmin mukaan ja yhteistyö oli huikeaa.
- Asioita tuli ajateltua eri tavalla kuin ilman koulutusta.
- Tuli lähtölaukaus suoramyyntille. Kaikki toimi hyvin.
- Hulvaton päivä ja hienoa, kun ihmiset tulivat suoraan ostoksille (toisinkin esim. markkinoilla, joissa kuljetaan helposti vain ohi).
- Keittiömestari oli myös innoissaan päivästä. Yhteistyö oli hyvää PR:ää ja loi pohjaa jatkoa ajatellen.
- Odotukset 50-60 ihmisestä, mutta eväät loppuivat kesken. Markkinointi- ym. ponnistukset huomioiden kävijämäärä oli hyvä ja täytti odotukset.
- Vieraskirja toimi hyvin, tilattu Ifolorilta. Tilasta ja eläimistä kyseltiin päivän aikana paljon - kasvot tilalle ja tuotteille!
- Kun tuli jonoa, keittiömestari teki maistatuksia jonossa.

Näihin kannattaa kiinnittää huomiota:

- Lihan saatavuus ympäri vuoden ammattikeittiöihin on tärkeää.
- Laadusta olisi ollut hyvä viestiä vielä nykyistäkin enemmän (omassa viestinnässä ja markkinoinnissa).
- Olisi ollut hyvä olla lisätyövoimaa myynnissä, koska itse ei ehtinyt jutella vieraiden kanssa tarpeeksi.
- Yhteistyössä eri toimittajien kanssa rakennettavassa maistiaisessa täytyy huomioida, että asiakkaan näkökulmasta eri ainesosat ovat tasapuolisesti esillä ja helposti ostettavissa.
- Pitkän keittiömestarikokemuksen pohjalta: olisi ollut hyvä tutustua tilaan paremmin etukäteen, itse myyntitilanteessa olisi ollut hyvä olla keittiömestarin mukana. Tavara loppui kesken.
- Tulevaisuudessa olisi hyvä olla parempi valmistautuminen. Valmiutta vastaavaan on myös jatkossa, sillä tällaiset ovat hyviä mahdollisuuksia keittiömestareille olla enemmän näkyvillä.
- Kävijöissä oli monia, jotka olivat kiertäneet useita tiloja. Tällaisessa tapahtumassa pitäisi olla liikenteenohjaus.

Kehitettävää:

- Koulutuskokonaisuuden aikataulu oli liian kiireinen.
- Keittiömestarin kanssa tehty viestintä jäi liian vähäiseksi ja oli liikaa sähköpostin varassa.
- Ylipäänsä valtakunnallisen Osta tilalta! -päivän ajankohta on haasteellinen, koska satokaudetkin vaihtelevat eri puolilla Suomea paljon.
- Osta tilalta! -sivuston tilahaussa oli tietyt ongelmat: päiväntasaajalla näkyvä tila, ei maakuntahakua jne.
- Päivään valmistautumisaikataulu oli lyhyt, onneksi talkoolaiset/TET-harjoittelijat tulivat avuksi.

3.10.2016

Ween Maan Wiljaa -markkinat 17.–18.9.2016

Kokemukset hankeyhteistyöstä ja opiskelijayhteistyöstä

Positiiviset onnistumiset:

- Saatiin pisteelle kotoinen ilme, asiakkaat haluttiin tällä kertaa osaston sisälle, koska ihmisten pysäyttäminen markkinoilla on muutoin haasteellista.
- WMW on tärkeä markkinointikanava ja se piristi markkinointia.
- Opiskelijan näkökulmasta toiminnallinen opiskelutehtävä oli positiivinen kokemus.
- Kokonaisuutena oli oikein antoisat kaksi päivää. Jäi paljon ajatuksia ja kiinnostus luomua kohtaan kasvoi entisestään.
- WMW:ssä huomasi sparratuilla pisteillä sparrauksen hyvät tulokset.
- Toteutus oli aivan mahtavaa. Lauantai ja sunnuntai olivat täysin erilaisia.

Näihin kannattaa kiinnittää huomiota:

- Työvuoroja kannattaa jakaa myös opiskelijoille ja hyödyntää heitä täysipainoisesti.
- Ihmisiä kiinnostavat tarinat.
- Koulutukseen kunnolla paneutuminen oli haasteellista arjen pyöryksen keskellä.
- Yhteistyö toimi hyvin, mutta ihmisten pysäyttäminen oli haasteellista.
- Tuottaja on niin kiinni omassa työssään, että on hyvä päästä sen ulkopuolelle ja kohtaamaan asiakkaita.
- Varsinkin sunnuntaina oli paljon ”haahuilijoita”.

Kehitettävää:

- Tapahtumaa pitää alkaa suunnitella ja valmistella jo vuotta aiemmin.

Yrittäjien kommentteista sekä Heidi Lehdon ja Mika Fiskin palautteista esiin nousseet kaikkia koskevia asioita

Onnistumisia, mistä voi oppia

- Päivä poikii jatkoyhteistyötä keittiömestarin/ravintolan/omia tuotteitaan esittelemässä olleen kumppanin kanssa.
- Myyntitapahtuman suorittamiseen on jo rutiinit valmiina.
- Käytettiin lehtimainoksia ja menoilmoitusta, myös Maaseudun Tulevaisuuden toimittaja kävi tekemässä jutun, oli hyvä ilmainen mainos.
- Erikoismaininta erittäin hyvästä muistutusmarkkinoinnista oli yrittäjän lehteen laittama jälkikiitos.
- Kun on selkeät opasteet päätieltä saakka, niin asiakas ei aja ohi.
- Ennakkomarkkinointi onnistui hyvän kävijämäärän perusteella.
- Markkinoinnissa hyödynnettiin monipuolisesti myös sähköisiä kanavia – kävijämäärä ylitti odotukset.

3.10.2016

- Käsintehty ruoka -kilpailusta tuli hyvää julkisuutta.
- Onnistuneella maistatuksella saa kysyntää myös tuotteelle, joka ei yleisesti ole kovin suosittu, esim. maksa.
- Positiivista palautetta mm. perheiden ostouskollisuus, kun palvelee hyvin, niin asiakkaiden jälkipolvistakin tulee asiakkaita.
- Asiakkaita puhuteltiin rohkeasti osaston ulkopuolella ja saatiin tulemaan osastolle sisään. Sisälle tuloa helpotti sisään tulo kahta kautta ja näkyvyyteen auttoi myös yhtenäinen seinäpinta logoineen. Lisäksi pistettä oli elävöittämässä mm. roll up ja opiskelijoiden keräämiä palautteita lapuilla.

Miten jäädä mieleen ja saada tuotteet hyvin esille

- Tilan ryhmittelyssä on tärkeää tuoda tuote/tuotteet kunnolla esille, ei pidä jäädä seinustoille.
- Kannattaa nostaa tuotteet esille osastolla tai myyntipöydillä esim. kerroksellisesti, huolehdi, että liinat ovat alas asti peittäen pöydän jalat
- Väljä hyllyryhmittely on tyylikäs, mutta tuotteet hyllyn etureunaan jokaiselle hyllylle, tuotekyltit tietylle, samalle paikalle.
- Kun ei ole saatavilla samanvärisiä kojuja/teltoja, niin korosta sitä, mitä et voi peittää esim. käyttämällä teltojen värejä myös muussa rekvisiitassa.
- Pisteellä enemmän tuotteeseen liittyvää rekvisiittaa, esim. marjakori ja käytä rekvisiittaa isoina ryhminä elävöittämään itse tuoteasettelua.
- Tumma tausta-/pohjaväri on hyvä ruoan esille laitossa.
- Tumma tausta luo tunnelmaa myös sisä- ja ruokakuviin. Kuvaa rohkeasti myös yksityiskohtia.
- Hyödynnä tyylikäs logo tai värikkäät kuvat osastolla isoina pintoina (kuvatapetti) - kiinnittävät huomiota paremmin, kuin pienempi koko ja useampi elementti/osasto.
- Yhtenäisen ilmeen luomiseksi käytä samoja kangaskuoseja ja värimaailmaa.

Haaste, mutta ennakoimalla ratkaistavissa

- Emännöintiä/isännöintiä enemmän, rempseä yrittäjä asiakkaiden keskuudessa on hyvä myyntivaltti (toinen henkilö itse kassakoneen kilitämiseen).
- Oli haasteellista puhua itse tuotteista tarjoilun lomassa – mieli ja harjoittele sujuva myyntipuhe tuotteistasi joka tilanteeseen.
- Kiinnitä huomiota maistatuksen ja myyntipisteen järjestykseen/sijaintiin, jotta maistatus ei häiritse myyntiä.
- Tylsän, mutta pakollisen pakastimen ymv. voi naamioda osaksi osastoa.
- Jotta hinta ei ole pääasia – kehitä tuotteelle lisäarvoa esim. lihan käyttövinkit, reseptit.
- Kun kysyntää on enemmän kuin varauduttiin – mieli extraresurssi varalle esim. paistamiseen tai myyntiin voi tulla joku avuksi ruuhka-aikaan.
- Ennakkomarkkinoinnin sähköisesti voi aloittaa jo ½ vuotta ennen tapahtumaa – luo tapahtuma esim. fb.

3.10.2016

Kun toimit toisen toimittajan kanssa yhteistyössä

- Sovi selkeästi etukäteen päivän roolit, kuka esittelee ja mitä esittelee.
- Huolehdi, että tilan oma tuote/tuotteet tulevat riittävän hyvin esille.
- Markkinointipuheessa pitää kaikilla tapahtumassa työskentelevillä olla sama päämäärä.
- Muista kysyä myös yhteistyökumppanin omat tavoitteet tapahtumaan.

Muista asiakaspalautteen hyödyntäminen

- Asiakkaita kannattaa hyödyntää kaikessa, pitää antaa mahdollisuus myös kielteiseen palautteeseen ja hyödyntää sitä/kääntää myönteiseksi.
- Kielteinen palaute on oikeastaan kaikkein arvokkainta toiminnan kehittämisen kannalta.

