

TUOTTEISTAMINEN



Palvelun tuotteistamisella määritellään palvelun eri osa-alueet: palvelun sisältö, palvelun hyödynsaajat, kenelle palvelu on suunnattu, miten palvelu saadaan tuotettua, mitä palvelu maksaa palveluntuottajalle sekä asiakkaalle ja miten palvelua myydään ja markkinoidaan. Palvelun tuotteistaminen helpottaa laadukkaan palvelun tuottamista.

Kuva: Harri Kontio

LEADER

Pohjois-Pohjanmaa



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



maaseuturahasto

TUOTTEISTAMINEN

Tuotteistamisen askelmerkit

1. *Mikä: tuoteaihio/idea/palvelu?*
2. *Kenelle: kohderyhmän valinta (kohderyhmiä voi olla useita)*
3. *Kohderyhmä tutuksi: Mitä tarpeita/toiveita/odotuksia/vaatimuksia kohderyhmällä on?*
4. *Palvelun sisällön hahmottelu, käytä apuna palveluprosessin kuvausta*
5. *Kustannukset: Kuinka paljon palvelun/tuotteen tuottaminen maksaa? Kuinka paljon asiakkaat ovat valmiita maksamaan?*
6. *Tuotteen/palvelun lopullisen hinnan päättäminen*
7. *Kuvaus markkinointiin: Tuotteen/palvelun kuvaus, jota käytetään markkinoinnissa*
8. *Tuotteen/palvelun testaaminen testiryhmällä*
9. *Markkinoinnin ja myynnin suunnittelu: Miten/missä/milloin myydään ja markkinoidaan?*

Palvelua **tuotteistettassa** määritellään aluksi **palvelu** sekä **kohderyhmä**, jolle palvelu pyritään kohdentamaan. Kohderyhmiä voi olla useita, mutta yleisenä suosituksena on pitää palvelun kohderyhmä mahdollisimman kapeana. Keskimäärin noin 3–4 kohderyhmää on sopiva määrä.

Kohderyhmän valinnassa tulee ottaa huomioon **kohderyhmien ominaispiirteet**, kuten tietyille kohderyhmälle ominainen ostokäyttäytyminen sekä esimerkiksi ulkomaisien asiakkaiden **kulttuurierot**, kuten ruokakulttuuri ja loma-ajat. Kohderyhmän tarpeet, toiveet, odotukset ja vaatimukset tulee olla selvillä, kun on tarkoitus kohdentaa palvelua tietyille kohderyhmälle.

Palvelun sisällön hahmottelun apuna suositellaan käyttämään **palveluprosessin kuvaus** -kaaviota (kaaviosta oma tuotekortti). Kaavion avulla palvelun tuottaminen käydään läpi vaihe vaiheelta, vaiheiden kriittiset pisteet huomioon ottaen. **Palvelua hinnoiteltaessa** tulee ottaa huomioon palvelun tuottamisesta syntyvät kustannukset, markkinoiden kilpailutilanne sekä hinta, mitä asiakas on valmis maksamaan tuotetusta palvelusta. Näistä voidaan muodostaa hinta-

haarukka, jonka avulla palvelu voidaan hinnoitella. Hinnoittelupäätöksen tekemiseen vaikuttaa hinnoittelutekniikka: esimerkiksi **pilkotaanko** palvelu osiin, jotka hinnoitellaan erikseen vai **paketoidaanko** palvelu ja sen liitännäiset yhden hinnan alle.

Kattavan palvelun kuvauksen avulla palvelua voidaan **myydä ja markkinoida helpommin**. Palvelun kuvaus suositellaan jäsentämään **tuotekorttiin**. Tuotekortin avulla asiakas saa kirjallisesti kaikki tarvittavat tiedot palvelusta.

Tuotekortin laatimisen lisäksi palvelua suositellaan testaamaa ennen kuin sitä lähdetään tarjoamaan avoimille markkinoille. **Palvelun testaajina** voi käyttää esimerkiksi yhteistyökumppaneita tai omaa henkilökuntaa. Palvelun testaamisella pyritään havaitsemaan mahdolliset ongelmakohdat palvelutuotannossa, ennen kuin palvelua tarjotaan avoimille markkinoille. Testauksessa voidaan käyttää apuna **palvelun testaus -lomaketta**.

Tuotekortti -pohjan ja palvelun testaus -lomakkeen löydät sähköisestä materiaalipankista: www.popleader.fi/fi/yhteiset-hankkeet/palveluportaat/materialipankki