



Yritysten verkkotietoiskutapahtuman tuotteistus

Laura Hämäläinen



Tuotteistus

- Tuotteistaminen: asiakkaalle tarjottavan palvelun määrittelyä, suunnittelua, kehittämistä, kuvaamista ja tuottamista. (Sipilä, Jorma 1999. Asiantuntijapalvelujen tuotteistaminen)
- Tuote koostuu kolmesta perusosasta: nimestä, sisällöstä ja hinnasta. Kaikki nämä tiedot on pystyttävä perustelevaan ja määrittelemään asiakkaille. (Rope, Timo 2005. Suuri markkinointikirja).
- Tuotteistus voidaan nähdä myös palvelujen täsmentämisenä, spesifioimisena ja profiloitina. Tuotteistus on tuotteiden määrittelyn lisäksi myös koko palvelutuotannon täsmentämistä ja jäsentämistä hallittavampaan muotoon. (Holma, Tupu 1998. Tuotteistus tutuksi)



Tuotteistuksen hyödyt

Kirjaston näkökulmasta tuotteistuksen hyötyjä ovat:

- helpompi markkinoitavuus ja palvelun monistettavuus.
- yhteistyö kehysorganisaation kanssa helpottuu ja henkilöstön osaaminen saadaan paremmin esille.
- toiminta saadaan taloudelliseksi ja säästetään resursseja.

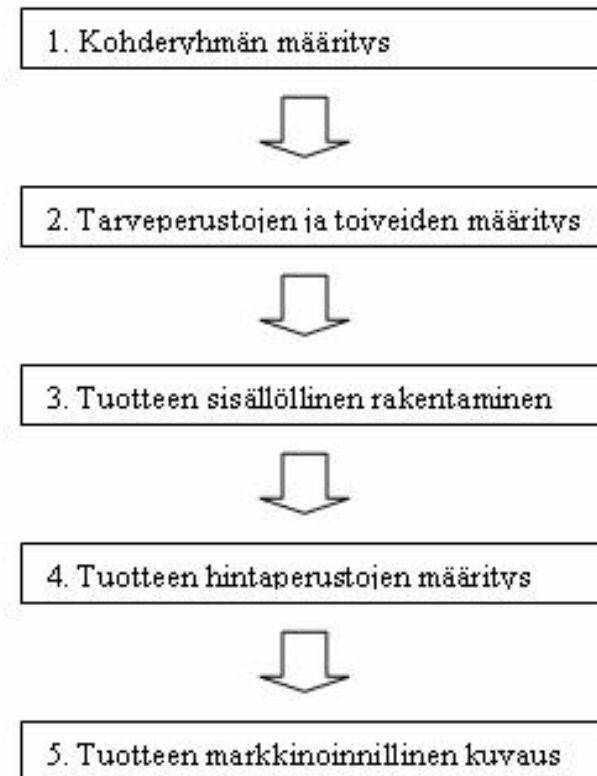
Tuotteistus merkitsee suunnitelmallisempaa toimintaa ja voimavarojen keskittämistä. Näin myös ylimääräinen toisto katoaa ja riippuvuus yksittäisistä asiantuntijoista vähenee.

(Sipilä, Jorma 1999. Asiantuntijapalveluiden tuotteistaminen; Yamaguchi, Heli 2006. Gradustartti- Esimerkki tuotteistetusta kirjastopalvelusta)



Tuotteistusprosessi

- Tuotteistus toteutetaan yleensä prosessina, jossa yrityksen tietyt palvelut pyritään jäsentelemään ja määrittelemään. Palvelun tai tuotteen myyjien ja tarjoajien tulisi olla mukana tuotteistusprosessissa, sillä heidän työhönsä tuotteistus vaikuttaa eniten.
- Tuotteistuksen kulusta on laadittu useita erilaisia malleja, jotka kaikki noudattavat pääosin samantyyppistä kaavaa. (Rope, Timo 2005. Suuri markkinointikirja)





Tuotteen sisällöllinen rakentaminen

Tuotteen kerrostuminen

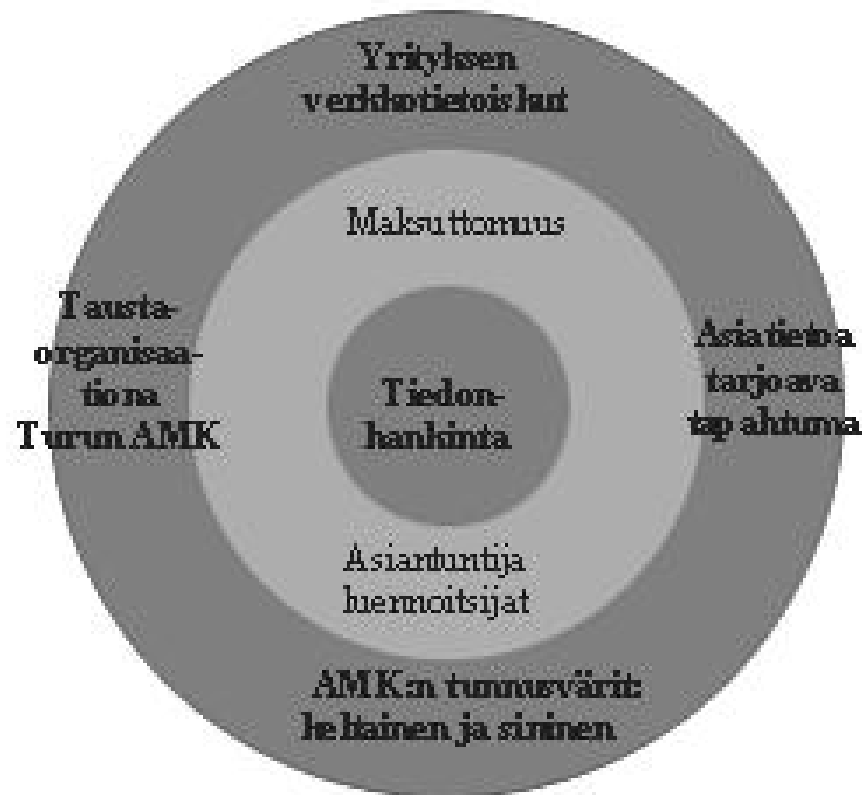
- Tuote voidaan jakaa kolmeen osaan: ydintuotteeseen, lisäetuihin ja mielikuvat tuotteeseen.
- Ydintuote ja lisäedut muodostavat yhdessä raakatuotteen, joka on muutettava markkinoitavaan muotoon ennen kuin sitä voidaan myydä.

(Rope, Timo 2005. Suuri markkinointikirja)





Tuotteen kerrostumisen Yritysten verkkotietoiskut -tapahtumassa





Yrityksen verkkotietoiskut -tapahtuman tuotteistaminen

Tuotteistusprosessin eteneminen

- Kohderyhmän määrittely: pääkohderyhmänä Science Parkin ja Bio Turun sekä koko Kupittaaan alueen pk-yrittäjät.
- Tarveperustojen määrittely: ICT-yrittäjille tehdyssä kyselyssä esille tulleet tarpeet, pk-yrittäjiä kiinnostavat aiheet
- Tuotteen sisällöllinen rakentaminen: Tuotteen kerrostuminen
- Tuotteen markkinoinnillinen kuvaus: mainonta sähköpostitse, internet-sivujen kautta, julistein ja tilaisuuksissa jaettavin esittein.

[Tapahtuman esite](#)