JUOMIEN UUSIMAA

MISSÄ ASIAKKAAT LUURAAVAT

TYÖPAJA 29.10.2026, Innovation Home Kamppi

Juomien Uusimaa – Pienpanimoiden, siideri- ja tilaviiniyritysten sekä tislaamojen palveluliiketoiminnan ja vierailukeskusten kehittäminen

Projektitiimin ja osallistujien esittely

Maija Niemelä
Lehtori, majoitus- ja ravitsemisliiketoiminta

Marja Immonen
Projektipäällikkö

Petteri Ohtonen
Tutkimuspäällikkö

Nella Kelkka
Viestinnän asiantuntija

JUOMIEN UUSIMAA
Uudenmaan liitto
Nylands förbund
Euroopan unionin osarahoittama

Päivän ohjelma: Missä asiakkaat luuraavat?

- Aamiainen 8.30-9.00
- Päivän avaus ja esittelyt
- Jasmiinan alustus 9.10-10.30
- Tauko
- Työskentelyosuus 10.40-11.40
- Esitykset 11.40-12.15
- Päivän yhteenveto ja loppusanat

JUOMIEN UUSIMAA
Uudenmaan liitto
Nylands förbund
Euroopan unionin osarahoittama

Nostot yrityshaastatteluissa nousseista kehittämistoiveista hankkeessa

Esille nousi kaksi erilaista teemaa:

- **Tarve hyvin käytännönläheiselle ohjeistukselle vierailukeskusten toiminnan järjestämisessä. Esimerkkinä nostettiin esiin juhla-ja vierailutilojen käyttöön liittyvä yksittäinen toteutuskysymys. Tarvitaan tukea hyvin konkreettisissa lupa-, tila-ja käyttökäytäntöihin liittyvissä asioissa**
- **Käytännön ratkaisujen sparraukseen ja samalla kiinnostusta matalampien alkoholipitoisuuksien tuotteiden kehittämiseen.**

Yritykset toivovat hankkeelta ennen kaikkea käytännön hyötyä liiketoiminnan kehittämiseen.

- **Eniten odotuksia kohdistuu koulutukseen ja valmennukseen. Koulutukselta toivotaan tukea muun muassa lainsäädäntöön, markkinointiin, matkailun kehittämiseen ja ympäristöasioihin.**
- **Markkina-ja tutkimustiedossa kiinnostavat erityisesti kuluttajatutkimus, juomatrendit sekä uudet tuotemahdollisuudet, kuten craft-limut ja craft-lonkerot.**
- **Osa vastaajista kaipaa myös sparrausta palvelu-ja liiketoimintakonseptien kehittämiseen, mutta verkostot ja näkyvyys nousivat esiin selvästi harvemmin.**
- **Monella on ongelmia markkinoinnin osaamisessa, joten ainakin sitä valmennusta / koulutusta tarvitaan.”**
- **Kaikkea tätä: tiedon saavutettavuus, tiedon käsittely, lakiasiat, verkostoitumista ja sparrausta.”**

Hankkeelta odotetaan tietoa, osaamista ja käytännön tukea, jotka auttavat yrityksiä kehittämään tuotteita, palveluja ja markkinointia.

JUOMIEN UUSIMAA
Uudenmaan liitto
Nylands förbund
Euroopan unionin osarahoittama

Missä asiakkaat luuraavat?

Jasmiinan alustus

JUOMIEN UUSIMAA
Uudenmaan liitto
Nylands förbund
Euroopan unionin osarahoittama

Tauko 10 minuuttia

JUOMIEN UUSIMAA
Uudenmaan liitto
Nylands förbund
Euroopan unionin osarahoittama

Ostopolku

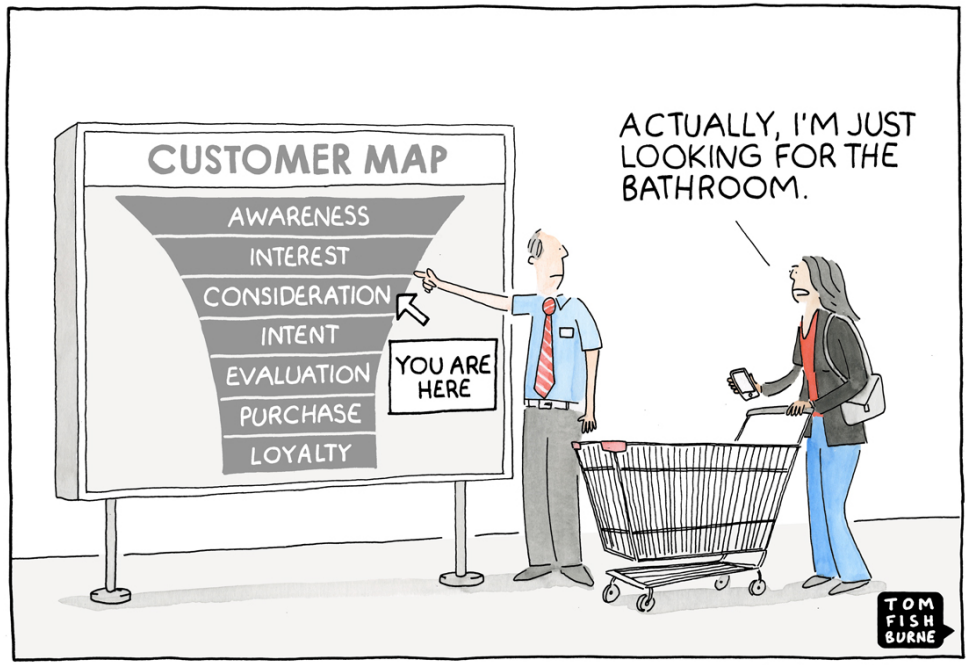
Haaga-Helia

YRITYKSEN UUSIMAA

Uudenmaan liitto
Nylands förbund

Euroopan unionin
osarahoittama

Tom Fishburne - Marketoonist



Tom Fishburne is the Founder and CEO of Marketoonist, a content marketing studio that helps businesses reach their audiences with cartoons.

© 2026 Marketoonist https://marketoonist.com/

JUOMIEN UUSIMAA
Uudenmaan liitto
Nylands förbund
Euroopan unionin osarahoittama

Asiakaspolun keskeiset elementit

1. Kohtaamispisteet: kaikki tilanteet ja kanavat, joissa asiakas on vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa
2. Asiakkaan tavoitteet ja tarpeet eri kontaktipisteissä:
   - Mitä asiakas tekee ja miten toimii
   - Mitä asiakas ajattelee ja odottaa, mihin hän hakee ratkaisua
   - Tunnetila ja kokemus: Mitä asiakas tuntee ja kokee
   - Mitkä ovat asiakkaan toiminnalliset, sosiaaliset tai emotionaaliset tarpeet?

3. Kipupisteet ja kokemus: mitkä asiat ärsyttävät, vaikeuttavat tai estävät asiakkaan tavoittelemaa kokemusta?

4. Hyödyt: mitä tunteita, kokemuksia, elämyksiä asiakas tavoittelee?

JUOMIEN UUSIMAA
Uudenmaan liitto
Nylands förbund
Euroopan unionin osarahoittama

Tunne asiakkaasi – älä oleta!

- Minkälaista asiakkaan elämä on?
- Mitä hän haluaa saada aikaan?
- Millaisena hän haluaa tulla nähdyksi?
- Mitkä asiat ovat tärkeitä asiakkaalle?

- Mihin hän haluaa kuulua?
- Miten hän haluaa erottua?
- Miten asiakas toimii?
- Mitä hän haluaa kertoa valinnoillaan?

Tunnista ensin nykyisen palvelun kohderyhmät ja asiakaspolun kohtaamispisteet!

JUOMIEN UUSIMAA
Uudenmaan liitto
Nylands förbund
Euroopan unionin osarahoittama

Ostopolun vaiheet

1. Tiedostaminen
2. Valinta / ostopäätös
3. Saapuminen
4. Asiointi ja palvelutapahtuma
5. MAKSAMINEN
6. ASIOINNIN JÄLKIHOITO

1. Tiedostaminen

Asiakkaan näkökulma

- Asiakkaalla on heräte tai tunnistettu tarve
  - Asiakkaan itsensä tiedostama tarve
  - Ympäristön suosittelu
  - Markkinointiviestinnän luoma tarve
  - Passiivinen, tiedostamaton impulssi tai vaikute

Palveluntuottajan näkökulma

- Omat markkinointitoimenpiteet
  - Olemassa olevalle asiakaskunnalle
  - Uusille kohderyhmille
  - Uusi tuote tai palvelu valikoimaan, jota mainostaa ja markkinoida eri kanavissa
  - Varaston tai tuotteen loppuunmyynti
  - Muut myyntikampanjat
  - Muut asiakkaille kohdennetut kampanjat
  - Yhteistyökampanjat ja –tapahtumat eri verkostoissa alueellisesti/ valtakunnallisesti jne.

2. Valinta ja ostopäätös

Asiakkaan näkökulma

- Selailu netissä: valitun palveluntuottajan/ vaihtoehtojen välillä
- Ostopäätökseen vaikuttavat tekijät, hinta, laatu, käyttötarkoitus, valikoima, suosittelu, aikaisempi kokemus

Palveluntuottajan näkökulma

- Kampanjan tai markkinoinnin konversio
- Asiakaspalaute eri kanavissa
- Kauppiaan omat toimenpiteet
- Suosittelu ja myyntipuhe ostotilanteissa
- Lisämyynnin ja ristiin myynnin mahdollisuus
- Asiakkaan sitouttaminen eduilla, alennuksilla, kanta-asiakkuuden luomalla arvolla jne.

3. Saapuminen

Asiakkaan näkökulma

- Fyysiset puitteet ja tilat (viihtyisyys, toimivuus, tuotteiden asettelu, kulkeminen tilassa..)
- Tervehtiminen ja asiakkaan huomioiminen
- Opasteet ja asiakkaan ohjaus/ neuvonta
- Muut asiakkaat tilassa
- Asiakaspalvelutapahtuma ja henkilöstön toiminta

Palveluntuottajan näkökulma

- Kauppiaan tai asiakaspalvelijan toiminta
- Muut asiakkaat / ihmiset samassa tilassa
- Riittävä määrä henkilöstöä palvelemassa ja huolehtimassa asiakkaista
- Ilmastointi, liikkuminen tiloissa, kulkuväylät, jonottaminen jne.

4. Asiointi ja palvelutapahtuma

Asiakkaan näkökulma

- Henkilökunnan toiminta
- Tuotteiden valinta, vaihtoehtojen vertailu
- Maksaminen, asiakastietojen antaminen
- Palvelun sujuvuus ja asiakaskokemuksen muodostuminen

Palveluntuottajan näkökulma

- Asiakkaiden huomioiminen ja ohjaus, varsinkin ruuhkatilanteissa
- Pelisilmä – tarvitseeko asiakas apua vai pyytääkö apua tarvittaessa
- Henkilöstön läsnäolo ja löydettävyys

Työskentelyosuus

JUOMIEN UUSIMAA
Uudenmaan liitto
Nylands förbund
Euroopan unionin osarahoittama

Jakautuminen ryhmiin

- Työskennellään ilman tietokoneita. Luovat ja villit ideat ovat sallittuja.
- 45-50 minuuttia aikaa, jonka jälkeen esittelette ryhmänne pohdinnat kaikille ryhmille.
- Napatkaa vuosikellosta yksi idea. Suunnittele ideasta teemaviikko, tapahtuma, kampanja tai elämys. Pohdi ensisijaisesti ketkä ovat asiakkaat, eli kohderyhmä. Olisiko kohderyhmä tällä kertaa joku uusi ja potentiaalinen? Suunnittele sen pohjalta missä viestit ja miten. (esim. some)
- Käyttäkää apuna Jasmiinan esitystä, ostopolun kuvausta ja vuosikelloa.

JUOMIEN UUSIMAA
Uudenmaan liitto
Nylands förbund
Euroopan unionin osarahoittama

18 | *Kuva: Julia Kivelä, aitojamakuja.fi*

[Olut_ja_ruokavuosikello_2025_taydennetty 22_10_v1.pdf]

[Olut_ja_ruokavuosikello_2025_taydennetty 22_10_v2.pdf]

JUOMIEN UUSIMAA

Uudenmaan liitto
Nylands förbund

Euroopan unionin
osarahoittama

Päivän yhteenveto

JUOMIEN UUSIMAA
Uudenmaan liitto
Nylands förbund
Euroopan unionin osarahoittama

- **Mitä jäi mieleen?**
- **Mitä ideoita voit ottaa heti käyttöön?**

JUOMIEN UUSIMAA
Uudenmaan liitto
Nylands förbund
Euroopan unionin osarahoittama

21 | *Kuva: Camilla Bloom, Helsinki Partners*

Loppusanat

- Seuraava työpaja sovittiin alustavasti pidettäväksi tammikuussa 2027 loppiaisen jälkeen viikolla 2 tai 3.
- Teemana uusien palvelukonseptien ideointi ja kehittäminen 29.10. kesäkaudelle 2027.
- Hankkeen viestintä hoidetaan jatkossakin sähköpostilla ja uutiskirjeillä.
- Työpajojen esitykset, julkaisut ja materiaalit lisätään myös hankesivuille https://www.hungryforfinland.fi/juomien-uusimaa/

JUOMIEN UUSIMAA

Uudenmaan liitto
Nylands förbund

Euroopan unionin osarahoittama

Kiitos päivästä!

JUOMIEN UUSIMAA

Uudenmaan liitto
Nylands förbund

Euroopan unionin
osarahoittama