

Tuotteistaminen on prosessi, jossa määritellään mistä palvelu koostuu, Mitä se pitää sisällään, kuka siitä hyötyy tai kenelle se on tarkoitettu ja miten se tuotetaan?

-Ulla Vilkmán

Tuotteistaminen keskittyy palvelun/tuotteen myytävyyteen ja selkeyteen, kun taas palvelumuotoilu painottaa asiakkaan kokemusta palvelun erivaiheissa.

-Janne K- Jääskeläinen

Se on se kaaos, josta lähdetään liikkeelle ja kaikki vaikuttaa kaikkeen.

Määritellään mitä koruja ja palveluja tarjotaan, korun ja yrityksen elinkaari, asiakassegmentit, mitä yritys haluaa itsestään viestittää, toteutetaanko kestävää hinnoittelua ja kartoitetaan riskit.

Tuotteistaminen yhdessä yrityksen kehittämisen työkalujen, tuotekehityksen, visioinnin ja asiakastyön kanssa vaatii aika lailla viitseliäisyyttä ja muutoksessa mukana pysymistä puristamaan kirkkain timantti toiminnan luonteesta asiakkaiden tietoisuuteen.

Hyvä suunnittelu on korun tuotteistamisen tärkein lähtökohta. Se pitää sisällään asiantuntijuuden korun valmistamisesta, mikä taas pitää sisällään tiedon mm. korun käyttäjästä. Näkisin tuotteistamisen kehittämisen ja toteutuksen nousevan asiakkaasta. On suuri etu tuntea asiakassegmentit ja laajentaa asiakasymmärrystä.

Tuotekehitys ja markkinointi ovat vahvasti yritystoimintaa ohjaavia tekijöitä. Markkinointi ja myyntikanavien suunnittelu ratkaisevat osaltaan, miten valmistaja, koru ja asiakas kohtaavat. Miten viestin? Käytänkö maksullista mainontaa? Miten asiakas voi olla yhteydessä valmistajaan/välittäjään ostamista varten, huoltoon tai korjaukseen liittyen tai haluaako hän teettää vanhasta korusta uuden. Markkinoinnin yksi tehtävä on konkretisoida tuotteet ja tätä tehtävää helpottaa dokumentoitu tuotteistamisen kuvaus.

Asiakas voi valita korun jo olemassa olevista tuotteista tai hänelle voidaan suunnitella ja valmistaa yksilöllinen koru. Korun suunnittelussa voidaan ennakoida valmistukseen mahdollisimman monistus ja muuntautumiskykyinen koru, mutta missä suhteessa voidaan puhua samalla yksilöllisyydestä, jollaisia uniikkeja koruja monet haluavat. On paljon asiakasryhmiä, jotka haluavat samanlaisen korun tai sellaisen, kuin muillakin on.

Jalometallikoru on monistettavissa, jos suunnittelee sellaisen. Jo malliston luominen kertoo tästä. Etuna on, että pienempikin tuottaja voi tehostaa tuotantoaan silloin, kun markkinat on luotu.

Tuotteistamiseen vaikuttaa korun käyttötarkoitus ja laatu. Ollaanko korua hankkimassa tiettyä tilannetta varten vai jatkuvaan arkikäyttöön? Hankitaanko korua itselle vai toiselle? Onko konseptissa korun vuokrausmahdollisuus?

Lisäarvo korulle tarjotaan mm asiakkaan ja korunvalmistajan/suunnittelijan kohtaamisen yhteydessä, siitä tietoisuudesta ja arvoperustasta mitä kummallakin on ja ymmärryksestä asiakkaan tarpeesta, johon korun valmistaja/suunnittelija vastaa.

Tuotteistamiseen vaikuttaa jalometallialalla asiantuntijuus valmistustekniikoista ja materiaalien kemiallisista ja fysikaalisista ominaisuuksista. Asiantuntijuuden jakamista on hieman nähtävänä myös netissä ja harva ryhtyy valmistukseen, koska se vie aikaa, tarvitaan taitoa, osaamista ja oikeat puitteet.

Asiakkaan luottamusta toimittajaan lisäävät mm. toimitusvarmuuden takaaminen, käyttökestävyys ja asiallisen ammatillinen asiakastyö. Asiakkaan tyytyväisyys vaikuttaa pysyviin asiakassuhteisiin, tunnettuuteen, asiakaskunnan laajentumiseen ja tulokseen.

Voit yrittää myydä tämän maailman nurinpäin, mutta on hyvä olla hiukan haisua, mikä menisi ylipäättään kaupaksi vai onko tavoitteena tehdä taidetta. Trendejä kannattaa seurata ja pysyä muutoksessa mukana, jollei ole edelläkävijä ja osaat vielä käyttää julkisuutta hyväksesi. Tutkimusten mukaan, kulttuurista ja sosioekonomiasta riippuen, vakiintuneina trendeinä ovat ekologiset ratkaisut ja kestävämpi kehitys.

Monilla ostajilla ei ole varsinaista tarvetta korulle, syntyy vain tarve haluta koru. Osto tapahtuu korun ollessa sopiva. Koruun liitetty tarina luo syvyyttä, tunnetta ja merkityksellisyyttä ostajan/kantajan mielikuviin. Se luo myös mielle ja muistipohjan ostajan ajatuksiin. Yrityksen logo, tuotteen tai tuoteryhmän nimi saattaa liittää korun jo tiettyyn kontekstiin ja asiakasryhmään.

Lätinät sikseen. Olennaista on kuvata tuote ja tuotteen kulku valmistajalta loppukäyttäjälle saakka. Miettiä mitä kaikkia väyliä voi käyttää ja miten.

Joku voi sanoa, että 'Kyllä koru menee kaupaksi, jos se on hiano.' Jonkun pitää vaan löytää se ja saada rahoilleen vastinetta.

En tiedä kirkastuiko tässä mitään vai vierähtikö apassin kyynel.

Ajatuksen virtaa

Yrityksen suunnittelu:

rahoitus, lait, hallinto, markkinointi, johtaminen, henkilöstö, liikeidea

-tuottaja
-tuonti
-alihankinta
-moduulituotanto
-osien valmistus
-testaus

Tarve, asiakkaat

-lahja
-huvi
-brändi
-kantaa ottavuus
-laatu
-yhteisöllisyys
-arvo
-yksilöllisyys
-yksilöivyy
-persoonallisuus
-esteettisyys
-käytännöllisyys
-hypoallergisuus
-vuokraus

Tuotanto

-Kultasepän. tehdas
-liike
-paja
-ulkoistaminen

Liiketoiminnan suunnittelu
(tavoitteet, strategiat, toimintamallit):

liikeidea, tuotteet/palvelut, asiakkaat, kilpailu

Tuote/ koru

-hyvä nimi, tarina
-sovitus
-vaihto- ja palautusoikeus
-tuoteseloste
-pakkaukset
-tarkoitus
-korun sopivuus, kenelle
-arvo
-hintaa
-käyttö, huolto ja korjausohjeet
-osto
-vuokraus
-maksutapa
-reklamointi
-kierrätys

**Myynti-
väylä**

-tiski
-nettikaupat
-messutapahtumat
-asiakasmatkat
-yksityistilaisuudet
-lahjoitukset
-oheispalvelut

Palvelun suunnittelu:

asiakastarvekartoitus, tuotteistaminen, palvelumuotoilu, UX/UI suunnittelu, prototyyppi, tuotteen elinkaari, dokumentointi

Laadun tarkkailu

-mittarit

Myynti

-myyntikonsepti
-asiakastuntemus
-tuotetiedot
-asiakastyö
-toimitusehdot
-korun vuokraus

TUOTTEISTAMISEN SUUNNITTELU

- palvelun tuotteistaminen
- tuotteen tuotteistaminen
- malliston tuotteistaminen
- korun suunnittelun tuotteistaminen
- korun tai sen osan alihankinnan tuotteistaminen
- vuokrauksen tuotteistaminen
- liiketoiminnan tuotteistaminen
- yrityksen tuotteistaminen