



Ideasta myytäväksi tuotteeksi -
tuotekehityksen tärkeimmät
askeleet

JUHA LEHTONEN

KEITTIÖMESTARI JA KEHITTÄJÄ

Tänään tehotunnissa

Miksi ja kenelle tuotetta kehitetään?

Uusi tuote vai nykyisen kehittäminen?

Miten ideaa testataan käytännössä?

Mitä sudenkuoppia kannattaa välttää?

Ideasta myyntikelpoiseksi tuotteeksi

Maku + asiakas + valmistettavuus +
kannattavuus → toimiva tuote

Asiakas



Myynti

Idea



Tuotekehitys ei ala reseptistä

Se voisi alkaa kysymyksestä: miksi tämä tuote pitäisi olla olemassa – ja kuka sen ostaisi?

Tuotekehitys voi tarkoittaa uuden tuotteen lisäksi nykyisen maun, reseptin, pakkauksen, säilyvyyden, valmistustavan, käyttötavan tai kannattavuuden parantamista.

Joskus paras uusi tuote on parempi versio siitä, mitä jo on tehty.

Miksi tuotetta kehitetään?

Asiakkaalta tullut tarve tai palaute

Uusi asiakasryhmä tai myyntikanava

Raaka-aineelle enemmän arvoa

Sivuvirran tai hävikin hyödyntäminen

Parempi maku, säilyvyys tai käytettävyys

Valmistuksen helpottaminen ja kustannusten hallinta

Kannattavuuden ja kilpailukyvyn parantaminen



Kenelle tuotetta kehitetään?

Kuka ostaa?

Mihin tarpeeseen tai käyttötilanteeseen?

Missä tuote ostetaan ja käytetään?

Miksi asiakas valitsisi juuri tämän?



Hyvän tuoteidean 5 kysymystä

1. KENELLE? – Kuka tämän ostaa?
2. MIKSI? – Minkä tarpeen tuote ratkaisee?
3. MIKÄ EROTTAA? – Maku, raaka-aine, alkuperä, valmistustapa?
4. MISSÄ MYYDÄÄN? – Myyntikanava vaikuttaa koko tuotteeseen.
5. MITÄ ASIAKAS MAKSAAB? – Ei vain: mitä valmistaminen maksaa?



Älä kysy ensimmäisenä: “Mitä tästä voisi tehdä?”

Kysy: “Kuka tämän ostaisi ja miksi?”

Kehitä nopeasti – testaa aikaisin

- Tee ensimmäinen prototyyppi nopeasti
- Testaa useampaa versiota rinnakkain
- Älä kysy vain: "Onko tämä hyvää?"
- Kysy: Ostaisitko? Mihin käyttäisit? Kumpi on parempi? Miksi?
- Dokumentoi reseptit ja muutokset
- Vie tuote oikeille asiakkaille mahdollisimman aikaisin



Tuotekehityksen yleisimmät sudenkuopat

Sivu 08/14

1. Tuote ensin – asiakas vasta lopuksi
2. Rakastutaan omaan ideaan eikä kuunnella palautetta
3. Testataan vain makua, ei ostohalukkuutta tai käyttötapaa
4. Hinnoittelu ja kustannukset lasketaan liian myöhään
5. Koe-erä toimii, mutta oikea tuotanto ei
6. Yritetään tehdä heti liian monta tuotetta tai versiota



Uusi tuote vai nykyisen kehittäminen?

Sivu 09/14

Uusii tuote

Uusi tarve, asiakas tai käyttötapa

Enemmän mahdollisuuksia – mutta myös enemmän riskiä

Nykyisen tuotteen parantaminen

- Maku • resepti • pakkaus • koko
- Säilyvyys • valmistettavuus • kate
- Usein nopeampi ja edullisempi tie kasvuun.

Tuote vai tuoteperhe?

Tuoretuote

Hillo / kastike

Mehu / juoma

Kuivattu tuote

Sivuvirrasta uusi tuote



Kannattavuus kuuluu tuotekehitykseen

Laske kustannuksia jo kehitysvaiheessa

Raaka-aine + työ + pakkaus + hävikki + energia + logistiikka

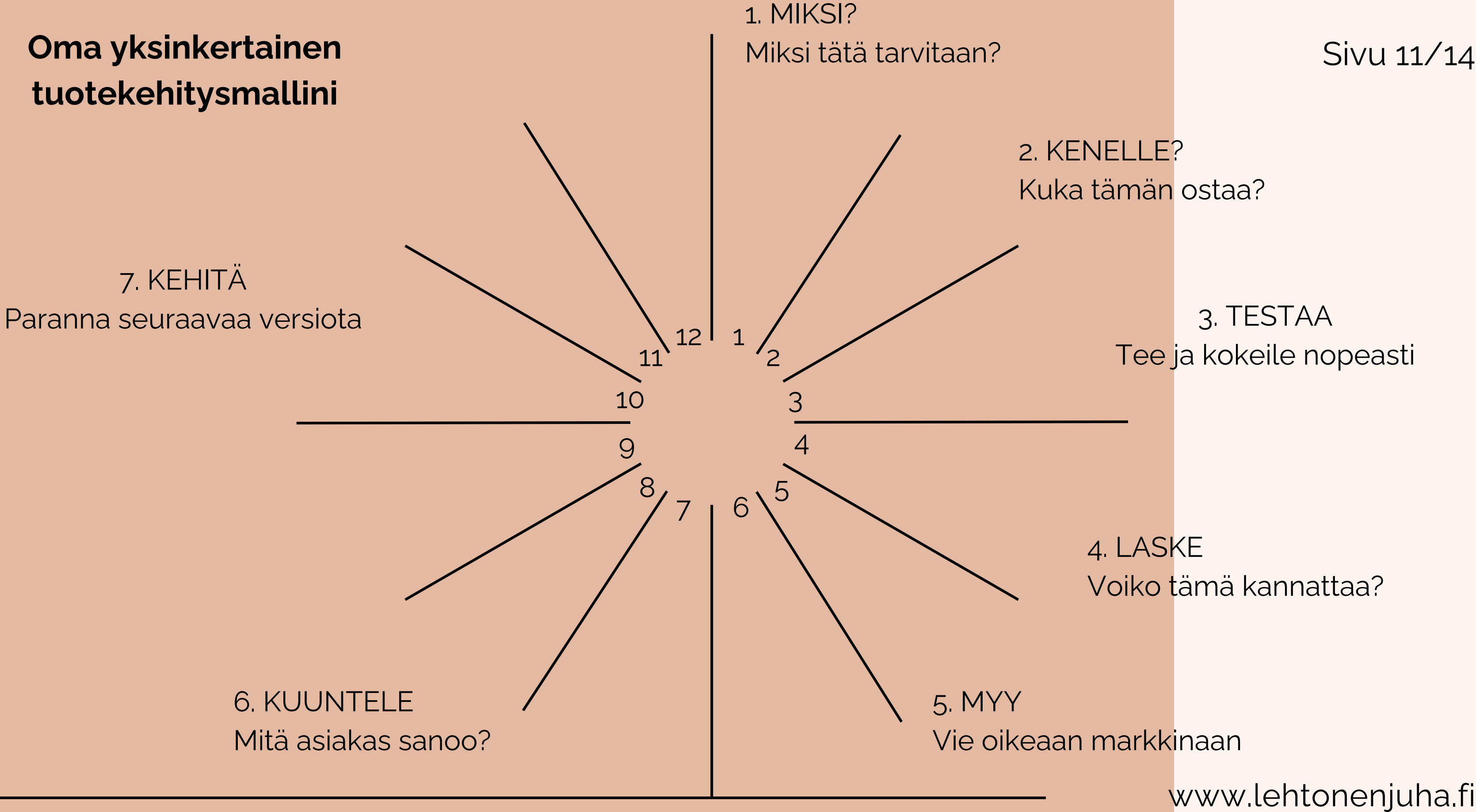
Huomioi jälleenmyyjän ja myyntikanavan osuus

Testaa pakkauskoko ja asiakkaan maksuhalukkuus

Hyvä tuote, jota ei pystytä valmistamaan kannattavasti, ei vielä ole valmis tuote



Oma yksinkertainen tuotekehitysmallini



Kolme asiaa mukaan tästä tehotunnista

Sivu 13/14

1. ÄLÄ ALOITA RESEPTISTÄ

Aloita asiakkaasta ja tarpeesta.

2. TESTAA AIKAISIN

Älä rakenna valmista tuotetta ennen kuin tiedät, haluaako joku ostaa sen.

3. LASKE ENNEN KUIN RAKASTUT

Hyvä maku ei auta, jos tuotetta ei pystytä valmistamaan ja myymään kannattavasti.

Resepti voi olla valmis, vaikka tuote ei vielä ole valmis markkinoille.





050 570 9782
info@lehtonenjuha.fi
www.lehtonenjuha.fi

JUHA LEHTONEN

KEITTIÖMESTARI JA KEHITTÄJÄ