

## *Markkinointisuunnitelma*

Kyrö Living Oy Isokyrö

Fiini Naturally Oy  
Pohjankyröntie 139

Fiini Lifestyle Shop & Cafè Oy  
Oltermannintie 7

The logo consists of the word "FIINI" in a bold, white, sans-serif typeface. The letters are evenly spaced and set against a solid black rectangular background.



# *Yrityksen tiedot, tavoitteet ja tuotteet*

- Kyrö Living Oy koostuu kahdesta yrityksestä;
  - **Fiini Naturally Oy**, valmistaa luonnonmukaisia ihonhoito-, sekä kodin hoitoon tarkoitettuja tuotteita.
  - **Fiini Lifestyle Oy**, myymälän valikoimaan kuuluu Fiinin tuotteiden lisäksi vaatteita, asusteita, sisustustuotteita, huonekasveja ja kotimaisia herkkuja. Myymälässä toimii suklaakahvila.
- Tavoite saada yritys ja tuotteet tunnetuksi, saada uusia asiakkaita ja jälleenmyyjiä.

# Markkina/toimiala-analyysi

## Miten toimiala on muuttumassa, millainen on toimialan tulevaisuus

Luonnonkosmetiikkaa on tärkeässä asemassa ja suosio kasvaa. Asiakkaat kiinnittävät entistä enemmän huomioita tuotteiden ainesosaluetteluun (INCI).

Yritykselle on tärkeää ja sydäntä lähellä valmistaa tuotteita kotimaisista raaka-aineista ja työllistää väkeä.

## Mitkä asiat vaikuttavat toimi- alan muutokseen

Kilpailu kiihtynyt. Aikaisemmin ei isoimmilla yrityksillä ollut omia luonnonkosmetiikka tuotteita mutta nyt lähes jokaiselta löytyy. Myös pienempiä yrittäjiä

Erottuminen kaikesta avaintekijä.

## Miten muutokset vaikuttavat yrityksen toimintaan

Koronan aikana ihmisten ostokäyttäytyminen muuttunut, verkossa ostaminen lisääntyntyy.

Kotimaisuuden suosio kasvanut

# Kilpailija-analyysi

---

| <u>Nykyiset kilpailijat</u> | <u>Kilpailijan vahvuudet</u>                                                                                               | <u>Kilpailijan heikkoudet</u>                                                                                                                                                                  | <u>Kilpailijan markkinointikanavat ja somenäkyvyys</u>                         |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| Saaren taika,<br>Perniö     | Jälleenmyyjiä ympäri Suomen<br>Hyvin saanut itsensä brändättyä kotimaisena yrityksenä.                                     | Tuotteiden valmistus siirretty ulkomaille tai käytetään Eurooppalaisia alihankkijoita.<br>Tehtaanmyymälä ei ole joka päivä auki.<br>Yrittäjä ei pysty itse menemään sosiaalisiin tilanteisiin. | Some Fb ja Ig,<br>Pinterest ja Youtube<br>Omat verkkosivut ja verkkokauppa     |
| Flow,<br>Riihimäki          | Toiminut useamman vuoden (2004)<br>Laaja valikoima, löytyy mm. meikkejä<br>Eräänlainen uranuurtaja ja tienraivaaja muille. | ?                                                                                                                                                                                              | Some Fb ja Ig<br>Blogi<br>Omat verkkosivut ja verkkokauppa<br>Kivijalkamyymälä |
| Go rento,<br>Seinäjoki      | Villiyrttien hyödyntäminen valmistuksessa<br>Erilaisten koulutuksien ja opastuksien tarjoaminen                            | Jälleenmyyjiä vasta seitsemän, samasta kaupungista tai lähikaupungeista.<br>Aika tuore yritys vielä                                                                                            | Some sivut Fb ja Ig<br>Omat verkkosivut ja verkkokauppa<br>Kivijalkamyymälä    |

# Kilpailija-analyysi

## Miten erottautua nykyisistä kilpailijoista

Naturally valmistaa käsityönä ihonhoidon lisäksi kodinhoitoon tarkoitettuja tuotteita, jotka ovat ekologisia. Myös eläimet huomioitu.

Lifestylellä on myynnissä kaikenikäisille tarkoitettuja tuotteita, vauvasta vaariin, miehille ja naisille.

Kehittämällä palveluita ja tuotteita.

Panostamalla työntekijöihin.

## Mitkä ovat yrityksen vahvuudet

Kotimaisuus, luonnonläheisyys ja ekologisuus

Tuotteet valmistetaan käsityönä omassa kunnassa työllistäen oman kunnan naisia.

Molemmille yrityksille löytyvät omat verkkosivut ja -verkkokauppa.

Kivijalkamyymälä

Ilmaiset toimitusmaksut yli 100-150€ tilauksista

## Miten yritys voisi hyödyntää kilpailijoiden heikkoudet

Tuotteita saatavilla aina verkkokaupassa ja kivijalkamyymälässä.

Nopeat toimitusajat

Panostamalla kaikenlaiseen kehitykseen niin lyhyellä kuin pitkälläkin tähtäimellä.

## Miten yritys voisi olla mukana tulevaisuuden kilpailussa

Kotikunnan joukkueiden sponsorointi (rahallisesti tai tuotteilla)

Julkisuuden/somehenkilöiden ottaminen mukaan kampanjoihin, sekä miehiä että naisia.

Yhteistyö paikallisten yritysten kanssa, esim. muotinäytöksiin vaatteet Lifestyleltä.

Blogia pitämällä ja somessa tuotteista tiedottamalla.

# Asiakkaat ja kohderyhmä

**Kohderyhmä 1:**  
**Jälleenmyyjät**

**Kohderyhmä 2:**  
**Tietämättömät / kuulleet mutta ei testanneet**

**Kohderyhmä 3:**  
**Aikuinen nainen**

**Kuvaile asiakasryhmää kolmella adjektiivilla**

Tärkeitä,  
tuottavia,  
vastavuoroisia

Tietämättömiä,  
ennakkoluuloisia,

Laatutietoinen,  
kokeilunhaluinen,

**Mitä haasteita tai tarpeita tällä asiakasryhmällä on?**

Eivät osaa myydä tuotteita,  
Eivät osta tuotteita varastoon

Luulevat, että tuotteet ovat vain "vihreille"

Omaan ihoon soveltuva tuote

**Mikä myyntiargumentti puree juuri tähän ryhmään?**

Voidaan pitää palaveri joko kasvotusten tai Teamsin välityksellä, jolloin tuotteista ja myynnistä voidaan kertoa.

Some mainontaa, jaotellaan ryhmät, Tuotteet ovat ekologisesti ja luonnon raaka-aineita käyttäen valmistettu ja ne soveltuvat kaikille.

Kotimaisuus, ekologisuus, käsityönä valmistettu

**Miten vastaat tämän asiakasryhmän tarpeisiin?**

Tuotteista mukaan kuvaus selite ja näytteet.

Näyte tuotteesta testaukseen, selite tuotteista, omia kokemuksia kertomalla

Kertomalla tuotteista ja kyselemällä asiakkaalta. Suosituksia kertomalla

**Mistä löydät nämä asiakkaat?**

Jälleenmyyjät ovat itse yhteydessä yhteistyön halussa.

Messuilta, somesta, kivijalkakaupasta

Some, kivijalkamyymälä,

# Asiakkaat ja kohderyhmä

Ihanneasiakas (Millainen on yrityksesi ihanne asiakas? Ikä, asema jne.)

Asiakastarve  
(Mikä tarve/ongelma asiakkaalla voisi olla?)

Millä tuotteella tai palvelulla ratkaiset asiakkaan tarpeen/ongelman?

Nainen, 25-50vuotta, työssäkäyvä, rahaa ja aikaa panostaa itsensä hemmotteluun

Iho-ongelmat. Joskus ”pilannut” kasvojensa ihon väärällä hoidolla. Ei uskalla kokeilla uusia tuotteita, ettei sama toistu.

Mustaherukka Puhdistusbalmi, joka tarkoitettu normaalille, epäpuhtaalle sekä rasvoituvalle iholle. Puhdistaa iholta tehokkaasti ja hellävaraisesti epäpuhtaudet sekä meikin.

Nuori aikuinen/opiskelija

Atooppinen ja kuiva iho

Kaura-kamomilla hoitovesi + kaurasheavoi. Hoitovesi on ihon superkosteuttaja Se rauhoittaa herkkää ja ärtynyttä ihoa samalla tasapainottaa ihon tulehduksia. Syväkosteuttava sheavoi sitoo hoitoveden. Eli ensin hoitovesi ja päälle sheavoi.

Mies 25-50 vuotta, työssäkäyvä

Tyttöystävälle/vaimolle/äidille lahja

Lahjakortti

# Markkintointi- ja viestintäkanavat

| <u>Kanava</u>                   | <u>Tarkoitus ja tehtävä</u>                                                                                                                                                               | <u>Kohderyhmä</u>                                    | <u>Tavoite</u>                                           | <u>Mittari</u>                                         | <u>Budjetti</u> |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------|
| Facebook ja Instagram           | Esitellä tuotteita, tehdä tutuksi myymälää ja sen valikoimaa. Muistutella aukioloajoista ja tarjouksista. Ideoita tuotteista ja videoita myymälästä/tuotannosta.                          | Some seuraajat ympäri Suomen, 20-70 vuotta           | Tiedottaa tuotteista, joita myymälässä ja verkkokaupassa | Sivujen ja julkaisujen tykkäykset, jaot, kommentoinnit | n. 400€/kk      |
| Kivijalka-myymlä                | Omia tuotteita saa testattua, sisustustuotteita saa hypistellä, vaatteita voi kokeilla. Tuotteet saa heti mukaan. Myyjän tieto/taito ja apu on lähellä. Herkkutuotteista saa maistiaisia. | Myymlässä asioivat, kaiken ikäisiä, miehiä ja naisia | Saada tuotteita myytyä                                   | Päivittäinen myynti                                    | -               |
| Sähköposti                      | Uutiskirjeen tilaajille alennus ja tiedotteet tulevasta                                                                                                                                   | Uutiskirjeen tilaajat                                | Tiedottaa tuotteista                                     | Uutiskirjeen tilanneet                                 |                 |
| Kotisivut, verkkokauppa, Google | Kattavasti tietoa yrityksestä ja tuotteista                                                                                                                                               | Jälleenmyyjät, verkossa asioivat,                    | Saada tuotteet tunnetuksi ja myydyksi                    | Sivuilla vierailleet, tilauksien määrä                 | n. 600€/kk      |