

Hyvä käytäntö: FFI-hankkeen Fact Finding -matkat

[Fennopromon](#) vetämä [Finnish Food Innovations](#) -hanke (FFI) järjestää viennistä kiinnostuneille elintarvikeyrityksille Fact Finding -matkoja mahdollisiin vientikohteisiin. Ennen ja jälkeen matkaa järjestettävät maksuttomat työpajat ovat avoimia myös muille kuin matkan osallistujille. Kaikki työpajat lähetetään webinaareina sekä jaetaan YouTuben kautta.

Tavoite: yritykset saavat kehitettyä konkreettisia vientituotteita

Riskit: tiivis aikataulu – ehtivätkö yritykset mukaan tiukkaan tahtiin?

runas tietomäärä – kuinka paljon tietoa yritykset pystyvät omaksumaan kerralla?



1. Matkakohteen valinta: kokemus oppaana

Matkakohde valitaan vientipotentiaalin perusteella. Valinnassa nojaututaan Fennopromon pitkään kokemukseen elintarvikkeiden vientimarkkinoista sekä tuoreisiin tietoihin eri maiden/maanosien markkinatilanteesta ja trendeistä. Matka ajoitetaan siten, että kohteessa on jokin kiinnostava elintarvikealan tapahtuma, esimerkiksi messut.

2. Ohjelman suunnittelu: asiantuntijat apuna

Matkan vierailukohteet suunnitellaan yhdessä paikallisten ja kohteessa työskentelevien suomalaisten asiantuntijoiden kanssa. Asiantuntijaverkosto koostuu Fennopromon sidosryhmistä, joihin on luotu yhteistyösuhteet vuosien varrella. Myös Finpron asiantuntemusta hyödynnetään ohjelman suunnittelussa.

3. Matkan markkinointi: suoraan kohderyhmälle

Matkaa markkinoidaan FFI-hankkeen sidosryhmille eli välittäjäorganisaatioille, jotka viestivät matkoista yritysverkostoilleen. Sidoryhmien kautta yrityksiä tavoitetaan useita satoja, jopa tuhansia. Matkoja markkinoidaan myös Finpron Food from Finland- ohjelman kautta noin 500 yritykselle sekä Fennopromon omalle asiakasrekisterille. Markkinointi tapahtuu sähköpostitse ja puhelimitse sekä elintarvikealan erilaisten tapahtumakalenterien kautta.

Vaiheet 1-3 vievät yhteensä noin 1 kk kokopäiväisen työpanoksen.



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



MAASEUTU 2020

Hyvä käytäntö: FFI-hankkeen Fact Finding -matkat

4. Introtyöpaja: taustat ja tavat tutuksi ennakkoon

Matkalle ilmoittautuneille yrityksille järjestetään 1-2 viikkoa ennen matkaa introtyöpaja, jossa luodaan yleiskuva kohdemaan elintarvikemarkkinoista sekä perehdytään maan paikalliseen toimintakulttuuriin ja liiketoimintaympäristöön, esimerkiksi maahantuontikäytäntöihin ja [jakelukanaviin](#). Lisäksi introtyöpajassa opastetaan yrityksiä miettimään omaa tuotekehitystään jo matkan aikana sekä esittelemään omaa toimintaansa vierailukohteissa.

Jokaisen työpajan valmistelu vie noin 1 viikon kokopäiväisen työpanoksen.

5. Matka: omia havaintoja ja asiantuntijatietoa

Matka toteutetaan ohjelman mukaan: matkakohteessa käydään yleensä elintarvikealan messuilla ja tavallisissa ruokakaupoissa. Tavoitteena on, että osallistujat havainnoivat itse kohdemaan elintarvikemarkkinoita ja miettivät, löytyisikö suomalaistuotteille kysyntää. Mukana on aina myös kohdemaan markkinoihin perehtyneitä asiantuntijoita. Matka saattaa sisältää myös muiden asiantuntijoiden kuten pakkaussuunnittelijoiden tai tuotekehityshenkilöstön tapaamisia.

6. Ideaflow-tapaaminen: tuoreet tuumat talteen

Noin viikon kuluttua matkan jälkeen järjestetään Ideaflow-tapaaminen, jossa puretaan matkan tulokset ja havainnot. Tapaamiseen osallistuvat myös matkalla mukana olleet asiantuntijat, mukana saattaa olla niin ikään tuotekehitysasiantuntijoita. Matkan osallistujatideoivat kokemustensa perusteella uusia vientituotteita.

7. Innovations go! -työpaja: ideasta tuotteeksi osaajien opastuksella

Noin kuukauden kuluttua matkasta järjestetään Innovations go! -työpaja, jossa jatketaan edellisessä työpajassa kehitettyjen tuoteideoiden jalostamista. Työpajaan kutsutaan osaajia monilta eri aloilta, esimerkiksi tuoteturvallisuuden, designin, jäljitettävyyden, logistiikan ja terveystieteiden asiantuntijoita. Innovations go! -työpajan keskeinen tavoite on luoda poikkitieteellisiä osaajaverkostoja osallistujien kesken.

Tämän dokumentin kokosivat tammikuussa 2017 Minna Nurro/Pro Luomu (Luomun koordinaatio -hanke) ja Eeva-Liisa Lilja/Fennopromo (Finnish Food Innovations -hanke)

