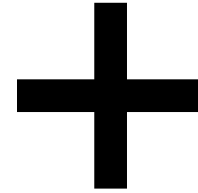


# Näkyykö tiedostavuus kiinalaisen kuluttajan ostoskorissa

Luomuelintarvikepäivä 18.10.2018

Petra Väänänen & Päivi Korteniemi

## Strategy & Innovation



## Branding & Design

Käyttäjälähtöisten tuote- ja palvelukonseptien suunnittelu

- ✓ Arla Global / Suomi
- ✓ Vaasan
- ✓ Altia
- ✓ Easton Helsinki
- ✓ Helsingin Kaupunki
- ✓ Lähi-Tapiola

Konseptien positiointi ja kaupallistaminen de signin keinoin

- ✓ Alko
- ✓ Arla
- ✓ 3 Kaveria
- ✓ Fazer
- ✓ Nomart
- ✓ EMMA



Est. 2004

Helsinki



4 MEUR

turnover 2017



21 awards



Est. 2017

Stockholm



12 fields of  
design



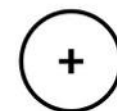
+500 completed  
projects



42 employees



9 nationalities



33 average age















中国

NORDIC FOOD CHINA







25–45-vuotiaat  
koulutetut ja hyvin  
toimeentulevat  
kaupunkilaiset



KUJDES

STOCKHOLM

HELSINKI

12 SYVÄHAASTATTELUA  
8 KOTIKÄYNTIÄ



KUJDES

STOCKHOLM

HELSINKI

**3 KAUPUNKIA, 3 VIIKKOA  
YLI 80 KONTEKSTUAALISTA HAASTATTELUA**

1. ELÄMYKSELLISYYS

---

2. VAIVATTOMUUS

---

3. YHTEISÖLLISYYS

---

4. YKSILÖLLISYYS

---

5. PERINTEET

---

6. TURVALLISUUS

1. ELÄMYKSELLISYYS

2. VAIVATTOMUUS

---

3. YHTEISÖLLISYYS

---

4. YKSILÖLLISYYS

---

5. PERINTEET

---

6. TURVALLISUUS



KUJUES

STOCKHOLM

HELSINKI

# E L Ä M Y K S E L L I S Y Y S



**HEDONISMI, HYVINVOINTI JA NAUTINTO**

**TRENDITIETOISUUS JA -HERKKYYS**

**VASTAPAINOA HEKTISELLE TYÖLLE**

# KONSEPTI: HEYTEA

---

Herkullinen ja esteettinen  
teejuomakonsepti



# 1. ELÄMYKSELLISYYS – CHECKLIST:

---

01.

Korosta  
tuotteen  
laatua ja  
makua

02.

Hyödynnä  
sosiaalisen  
median  
vaikuttajia

03.

Kommunikoi  
tuotteen  
hyötyjä

1. ELÄMYKSELLISYYS

2. VAIVATTOMUUS

3. YHTEISÖLLISYYS

4. YKSILÖLLISYYS

5. PERINTEET

6. TURVALLISUUS



KUJDES

STOCKHOLM

HELSINKI

# VAIVATTOMUUS



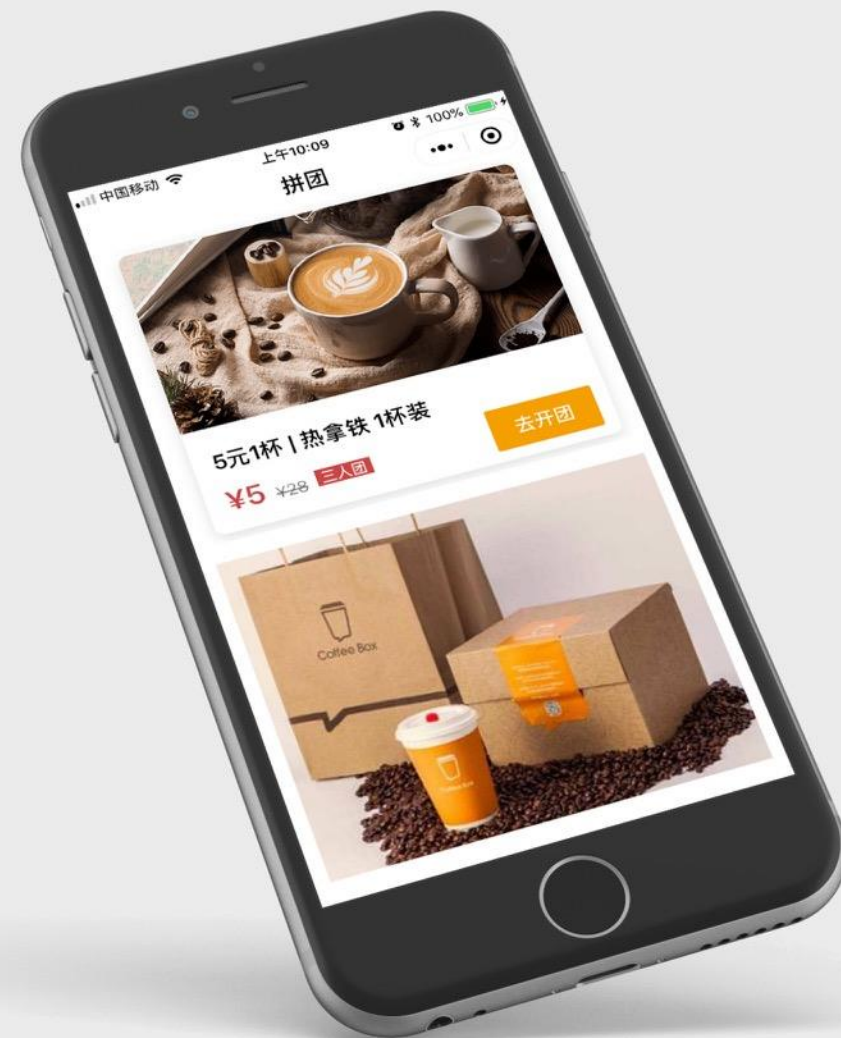
**KEHITTYNYT E-OSTAMINEN  
RAJOJA YLITTÄVÄÄ PALVELUA  
RUOKA KOKONAISKOKEMUKSENA**



# KONSEPTI: COFFEE BOX

---

Äärimmäistä mukavuutta  
toimitettuna kotiovelle



## 2. VAIVATTOMUUS – CHECKLIST:

---

01.

Selvitä, mitä ostokanavia kohderyhmäsi käyttää

02.

Huomioi ja mukaudu kiinalaisiin tapoihin

03.

Käsittele tuotettasi aina kokonaisuutena

1. ELÄMYKSELLISYYS

---

2. VAIVATTOMUUS

3. YHTEISÖLLISYYS

4. YKSILÖLLISYYS

---

5. PERINTEET

---

6. TURVALLISUUS

# YHTEISÖLLISYYS



**RUOKA KOKOAA PERHEET YHTEEN**

**RUOKA ON TAPA OSOITTA A KIINTYMYSTÄ**

**LAPSIIN PANOSTETAAN VAHVASTI**

# KONSEPTI: ARLA BABY & ME

---

Luotettavia ja houkuttelevia  
maitotuotteita lapsille





### 3. YHTEISÖLLISYYS – CHECKLIST:

---

01.

Ajattele  
kolmea  
sukupolvea

02.

Hyödynnä  
pohjoismaista  
asiantuntemusta  
lasten  
kehityksestä  
ja kasvusta

03.

Mahdollista  
ruoan jakaminen,  
erityisesti  
välipala-  
tuotteissa

04.

Mieti lahja-  
näkökulmaa

1. ELÄMYKSELLISYYS

---

2. VAIVATTOMUUS

---

3. YHTEISÖLLISYYS

4. YKSILÖLLISYYS

5. PERINTEET

---

6. TURVALLISUUS



# YKSILÖLLISYYS





**”VIRALLISEN” TIEDON KYSEENALAISTAMINEN**

**YHTEISÖLLINEN TIEDONKERUU**

**ITSENÄINEN PÄÄTÖKSENTEKO**



# KONSEPTI: HUNTER GATHERER

---

Vastuullisuutta ja läpinäkyvyyttä  
kiinalaisesta näkökulmasta



## 4. YKSILÖLLISYYS – CHECKLIST:

---

01.

Vastuullisuus  
terveyden ja  
turvallisuuden  
kautta

02.

Muutos on  
jatkuva

03.

Hyödynnä  
kiinalaisten  
tiedon- ja  
tarinoiden  
janoa

04.

Brändien  
uskottavuus  
rakennetaan  
sosiaalisessa  
mediassa

1. ELÄMYKSELLISYYS

---

2. VAIVATTOMUUS

---

3. YHTEISÖLLISYYS

---

4. YKSILÖLLISYYS

5. PERINTEET

6. TURVALLISUUS





KUJDES

STOCKHOLM

HELSINKI

# PERINTEET





SYVÄ SUHDE KIINALAISEEN LÄÄKETIETEeseen

HOLISTINEN NÄKÖKULMA HYVINVOINTIIN

PAIKALLINEN RUOKAKULTTUURI



**KONSEPTI:  
SUURTEN  
SAIRAALOIDEN  
TCM-TUOTTEET**

---

Ruoan ja lääkkeen fuusio





## 5. PERINTEET – CHECKLIST:

---

01.

Selvitä miten tuotteesi sopii paikalliseen kontekstiin ja tottumuksiin?

02.

Tukeudu historiaan

03.

Käytä positiivisia terveystavallisuuskäsitteitä

04.

Ravitse holistisella tavalla

1. ELÄMYKSELLISYYS

---

2. VAIVATTOMUUS

---

3. YHTEISÖLLISYYS

---

4. YKSILÖLLISYYS

---

5. PERINTEET

---

6. TURVALLISUUS



KUUDES

STOCKHOLM

HELSINKI

# TURVALLISUUS



KUUDES

STOCKHOLM

HELSINKI

RUOKASKANDAALIT, SAASTEET JA KEMIKAALIT

LUOTTAMUS TIUKKOIHIN LAATUSTANDAREIHIN

YHTEYS TUOTTEEN JA ALKUPERÄN VÄLILLÄ





# KONSEPTI: FEIHE

Läpinäkyvä ja jäljitettävä maitotuote



## 6. TURVALLISUUS – CHECKLIST:

---

01.

Korosta  
terveyttä,  
elämänlaatua  
ja puhdasta  
luontoa

02.

Korosta  
luontevia  
yhteyksiä  
perinteisiin, asian-  
tuntemukseen ja  
suositukseen

03.

Varmista, että  
pakkauksesi  
tulkitaan  
turvalliseksi

04.

Korosta  
tuoreuttaja  
laadukkaita  
raaka-aineita



Oletus:

Pohjoismaisten ruokabrändien arvomaailma tarjoaa parhaimmillaan merkittävän erottautumis- ja kilpailuedun Kiinassa.

”Kiinassa on oltava kristallinkirkas ajatus siitä, kuka on asiakas ja miten hän löytää tuotteemme. Muuten hukkuu sinne kilpailuun.”

— *Tiina Alahuhta-Kasko*





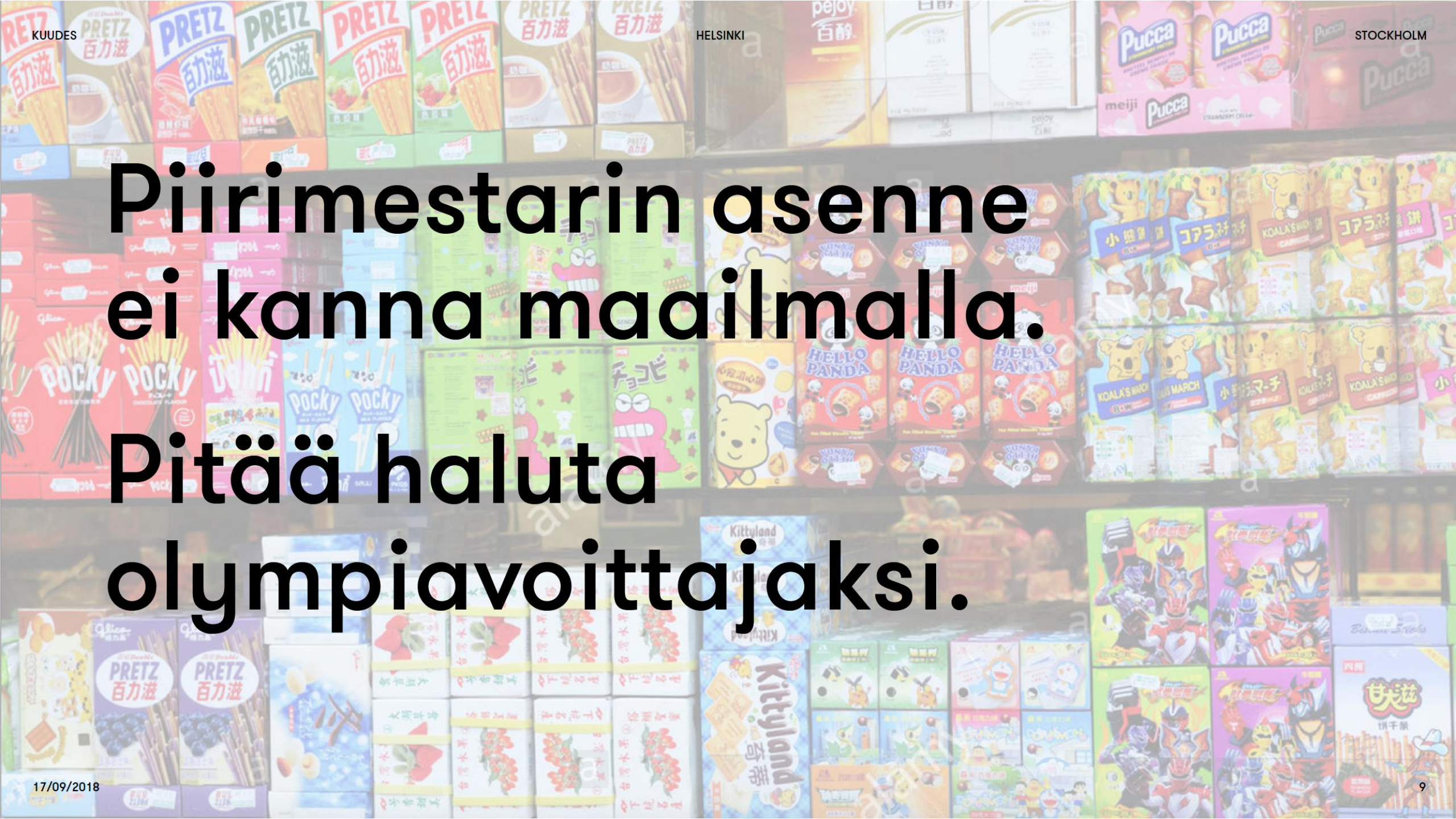
KUODES

HELSINKI

STOCKHOLM

# Se mikä toimii Suomessa kaikille, hukkuu massaan Kiinassa.





KUUDES

HELSINKI

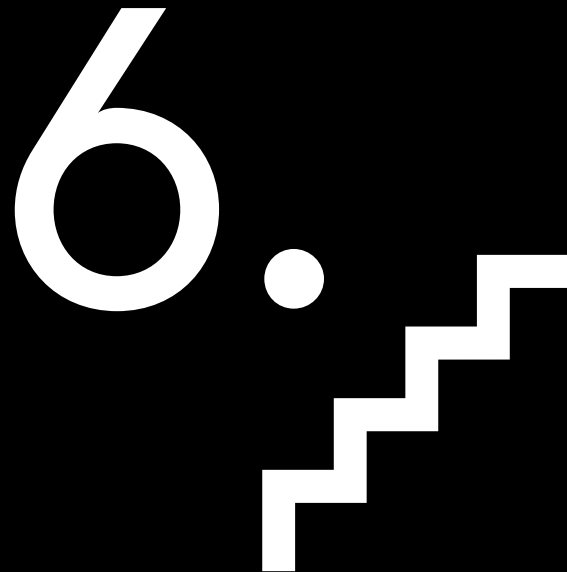
STOCKHOLM

**Piirimestarin asenne  
ei kannna maailmalla.  
Pitää haluta  
olympiavoittajaksi.**



Kuudes Helsinki  
Tehtaankatu 27-29 D  
4. Krs, 00150 Helsinki

[www.kuudes.com](http://www.kuudes.com)



Paivi Korteniemi  
+358 40715 5262  
[paivi.korteniemi@kuudes.com](mailto:paivi.korteniemi@kuudes.com)