



# Luomun myynti ja markkinointi päivittäistavarakaupassa

Luomuelintarvikepäivä - Juha Nieminen

27.9.2023





**Miksi ostamme  
luomuomenoita?**



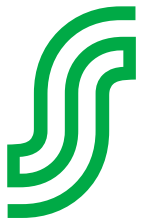
# Miksi luomua ostetaan?

Simon Sinek: The Golden Circle

**MITÄ** myymme / asiakas ostaa?

**MITEN** tuotteet on valmistettu tai miten toimimme?





# Miksi luomua ostetaan?

## TOP5 syytä luomun ostamiselle

*Suomi Syö 2023 Trendit ja vastuullisuus –raportti*

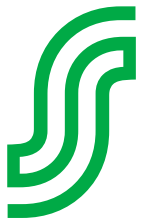
1. luomutuotteet ovat puhtaita/luonnollisia
2. haluan tukea luomun viljelijöitä ja tuottajia
3. ympäristöystävällinen valinta
4. luomutuotannossa eläimiä kohdellaan hyvin
5. luomutuotanto edistää monimuotoisuutta

## Ruoan ostokriteerit – tärkeimmät ostopäätökseen vaikuttavat tekijät

*Suomi Syö 2023 Kotitaloudet –raportti*

1. maistuu hyvältä
2. edullista
3. kotimaista
4. helppoa/nopeaa valmistaa
5. terveellistä
- 
23. luonnonmukaisesti tuotettua (luomu)





# Usko eläinten parempaan hyvinvointiin luomutuotannossa vaikuttaa luomun ostopäätökseen

Ostan luomuelintarvikkeita, koska haluan pienentää käyttämäni ruoan ilmastovaikutusta

**29 %**  
(-4 % yks. vrt. 2021)



Ostan luomulihaa-/kananmunia, koska uskon että luomutuotannossa kohdellaan eläimiä paremmin

**42 %**  
(-3 % yks. vrt. 2021)

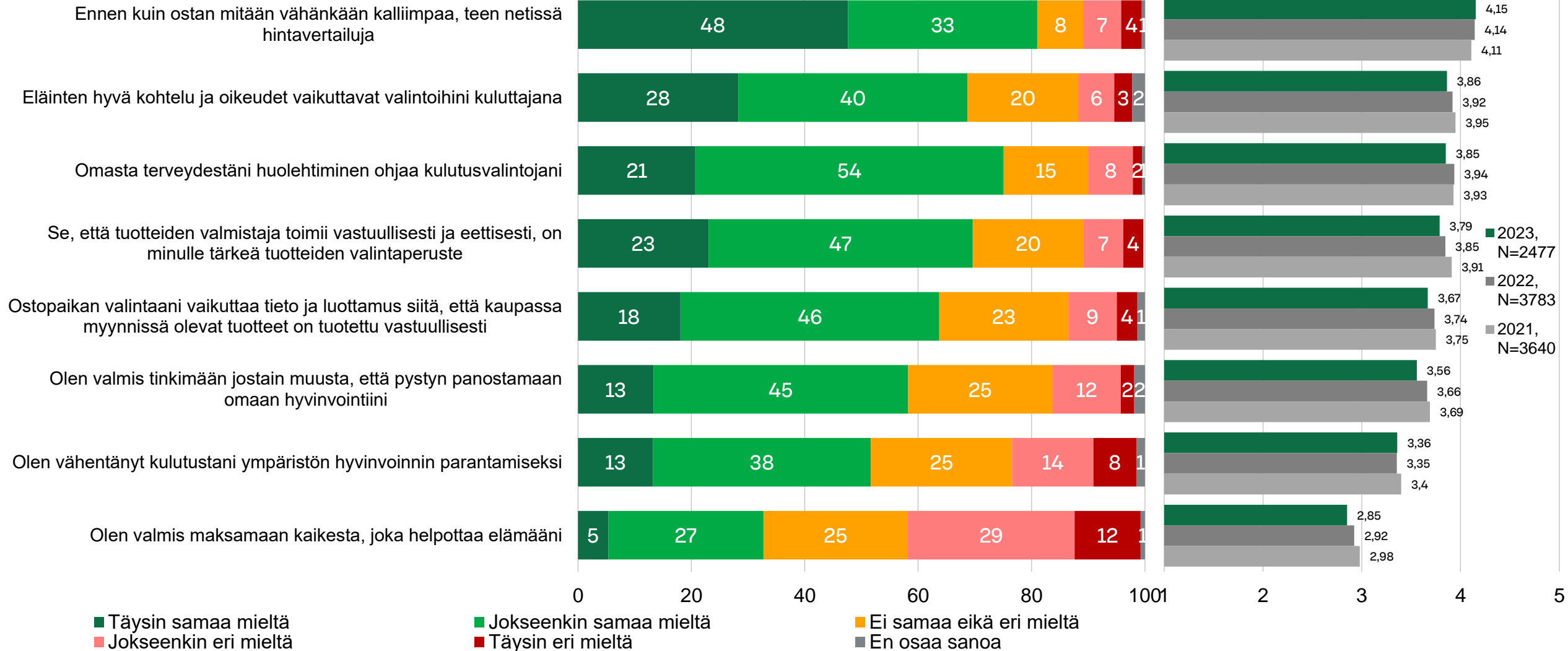




# Ostamisen yleiset asenteet

% vastaajista

keskiarvo 1-5





# Isoja eroja luomun tärkeydessä ja myynneissä eri PT-segmenttien välillä

# 32 %

Asiakkaistamme pitää tärkeänä luomutuotteita valikoimissa. Eri asiakasryhmien välillä on kuitenkin suuria eroja. Laatukokkaajista 58 % pitää luomua tärkeänä valikoimissa.

Luomun tärkeyden painottuminen eri segmenttien vastauksissa

67

63

110

182

161



40

70

78

268

247

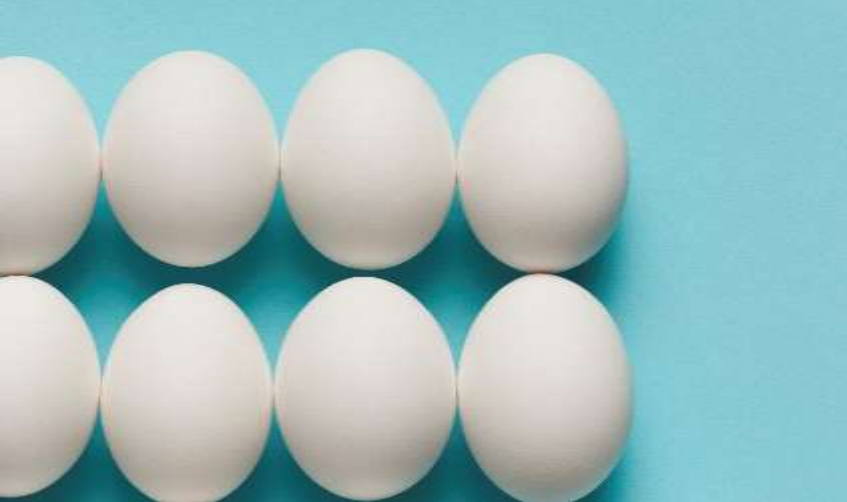
Luomun korostuminen/alikorostuminen eri segmenttien ostoissa







# Myydyimmät luomutuotteet





**LAPSITALOUS,  
ALLE KOULUIKÄ**



**LAPSITALOUS, ALAKOULUIKÄ  
LAPSITALOUS, TEINI-IKÄ**



**NUORET AIKUISET SINKUT,  
NUORET AIKUISET DINKUT**



**AIKUISET SINKUT**

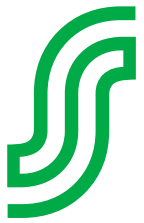


**AIKUISET DINKUT**



**SENIORISINKUT,  
SENIORIDINKUT**





**Asenteet**

**57%**

On vähintään melko kiinnostunut  
luomutuotteista



**80%**

pitää luomutuotteita liian kalliina

Täysin samaa mieltä olevien osuus on noussut selvästi viime vuodesta

**52%**

uskoo luomutuotteiden edistävän luonnon  
monimuotoisuutta

-7 prosenttiyksikköä vuodesta 2022

**38%**

on sitä mieltä, että luomutuotteet ovat laadukkaampia  
kuin tavanomaisesti tuotetut elintarvikkeet

-7 prosenttiyksikköä vuodesta 2022



# Kuluttajalähtöinen luomukauppa





## Perusperiaatteet

- Kauppa myy sitä, mitä asiakkaat haluavat ostaa. Kysyntä ohjaa tarjontaa.
- Toiminnan tulee olla kannattavaa.
- Seuraamme omaa onnistumistamme monella mittarilla.

**Tavoittelemme valikoimaa, joka vastaa kuluttajan kaikkiin tarpeisiin tulevat trendit ennakoiden.**



# Tulevaisuuden valikoimat

- Palvelemme asiakkaitamme monikanavaisesti.
- Optimoimme valikoimat aiempaa tarkemmalla tasolla analytiikkaa hyödyntäen.
- Varmistamme valikoimiamme ajankohtaisuuden aiempaa paremmin.
- Varmistamme saatavuuden ennakoidusti.



# Loppusanat luomutoimijalle

♥ Muista miksi sydän sykkii luomulle.

💰 Pidä ydinkohderyhmä fokuksessa, mutta myy massoille.

🎯 Täytä tärkeimmät ostokriteerit, jotta vastaat yleiseen markkinatilanteeseen ja kysyntään.

👛 Varmista osuutesi asiakkaan kukkarosta hinnoittelemalla oikein.

📸 Markkinoi, someta, tee itsestäsi numero – muut eivät tee sitä puolestasi.

