

# vzalo

---

## IDEASTA TUOTTEEKSI

Työkalu seuroille palvelun  
tuotteistamiseksi

# SISÄLLYS

---

Johdanto

**03**

Uuden tuotteen  
kehittäminen

**04**

Ohjeistus  
markkinoinnillisen  
osuuden tekemiseen

**06**

Tuotekorttipohja

**07**

Ohjeistus  
palvelutarjooman  
kehittämiseen

**08**

Pohja  
palvelutarjooman  
kehittämiseen

**09**

**Työkalun Tilaaja:** Lahden Judoseura

**Tekijä:** Miika Honkanen

**Ulkoasu:** Nea Kandelin

Copyright Miika Honkanen 2015. Kaikki oikeudet pidätetään. Tämä julkaisu sisältää tekijänoikeudella suojattua aineistoa, jonka tekijänoikeus kuuluu Miika Honkaselle tai kolmansille osapuolille. Aineistoa ei saa käyttää kaupallisiin tarkoituksiin. Miika Honkanen ei vastaa mistään aineiston käytön mahdollisesti aiheuttamista vahingoista. Lainattaessa on lähde mainittava.

\*Työkalun tiedot Lahden Judoseuran palveluista ovat vain esimerkkejä, eivätkä välttämättä vastaa todellisuutta.

# JOHDANTO

---

Ideasta tuotteeksi on työkalu, joka on luotu helpottamaan ja kehittämään urheiluseurojen toimintaa. Se on kenelle vain helppokäyttöinen, vaikka sanat tuotteistaminen ja palvelukokonaisuus olisivatkin silkkaa hepreaa. Helppokäyttöisyyteen on pyritty tekemällä työkalu tekijäänsä selkeästi ohjeistavaksi jokaisessa vaiheessa.

Kiitokset työkalun kehittämisestä kuuluu Lahden Judoseuralle. Yhteistyö Lahden Judoseuran ja Miika Honkasen välillä mahdollisti työkalun seuratoiminnalle.

Ideasta tuotteeksi-työkalu sisältää kolme erilaista osiota, jotka ovat ohjeistus uuden tuotteen kehittämiseen, ohjeistus tuotekortin tekemiseen sekä ohjeistus palvelutarjooman kehittämiseen.

Ensimmäisessä osiossa rakennetaan uusi palvelutuote alkuideasta julkaistavaksi tuotteeksi. Seuraavassa osiossa ohjeistetaan tuotekortin tekemiseen, jota voit käyttää suoraan seuran markkinoinnissa esim. nettisivuilla. Ohjeistus palvelutarjooman kehittämiseen on osio, jota voidaan käyttää yksittäisen palvelun tai koko seuran toiminnan kehittämiseen. Osion avulla seuran toiminta-ajatus selkeytyy ja konkretisoituu.

Käytettyäsi Ideasta tuotteeksi-työkalua on uusien palveluiden tuotteistaminen helppoa ja nopeaa. Työkalun avulla voit markkinoida harjoituksia yhtenäisemmin ja tehdä seuratoiminnasta entistä mielekkäämpää.

# UUDEN TUOTTEEN KEHITTÄMINEN

## 1. Tuoteidea (mikäli ei ole, niin siirry kohtaan 2)

Mikäli on tiedossa jo valmis tuoteidea, kirjaa siitä lyhyt kuvaus tähän.

## 2. Tavoitteet

Kirjaa tähän kohtaan uuden palvelun tavoite. Tavoite voi olla uuden tapahtuman järjestäminen, uusien harjoitusten aloittaminen, uusien jäsenten hankkiminen, uran kannattavuuden lisääminen tai vapaaehtoistyön kehittäminen.

## 3. Kohderyhmä

Määrittele tässä kohdassa tuotteelle kohderyhmä, joka kannattaa tehdä niin tarkasti, kuin se on mahdollista. Esim. "Lahden asukkaat" on liian epämääräinen kohderyhmä. Kohderyhmää määriteltäessä kannattaa miettiä seuraavia asioita: elämäntilanne, taito- ja kuntotaso kyseisessä lajissa, mistä henkilöt ovat maantieteellisesti, sukupuoli ja mikä vain muu mikä kohderyhmää voisi määrittää. Kohderyhmä voi olla näistä esimerkeistä yksi tai useamman yhdistelmä.

## 4. Kohderyhmän odotukset ja tarpeet

Kirjaa tähän kohtaan kohderyhmän asioita, joita asiakkaat tuotteelta haluaisivat. Esim. laadukasta judo-ohjausta, sosiaalisia verkostoja, mielekästä liikuntaa.

## 5. Taloudellisen kannattavuuden määrittely ja hinnoittelu

Kirjaa tässä uuden tuotteen seuralle tuomat tulot ja menot. Niiden pohjalta voit laskea onko tuote kannattava vai onko siitä taloudellisesti vain haittaa.

## 6. Sisällön suunnittelu

Tässä suunnittelet ja kirjaat tuotteen/harjoituksen sisältöä. Kirjaa kaikki minkä koet tuotteen järjestämisen kannalta olennaiseksi. Esim. mitä harjoitukset sisältävät, missä ne järjestetään ja kuka niitä ohjaa..

## 7. markkinoinnin suunnittelu ja tuotekortin teko

Suunnittele ja kirjaa tässä mahdollisia markkinointitapoja, jonka jälkeen teet tuotekortin. Tuotekorttipohja seuraavalla sivulla. Pohdi markkinoinnissa: kenelle (lasten vanhemmat, urheilijat, jonkin yrityksen tai yhteisön jäsenet), missä (sosiaalisessa mediassa kohdennetusti, yrityksen tai yhteisön tiedotus-kanavissa, tapahtumissa sekä missä vaan mediassa) ja millä markkinoidaan (videot, mainostekstit kuvineen tai suoramarkkinointi).

## 8. Tuotteen käyttöönotto ja julkaisu

Tässä vaiheessa olet kehittänyt seurallasi uuden tuotteen ja sen voi ottaa testikäyttöön. Testikäytössä pyydät tuotteesta palautetta asiakkailta. Kokeiltua tuotetta käytännössä, käy nämä tuotteen kehittämisen vaiheet uudelleen läpi mahdollisten korjausten varalta.

# ESIMERKKI LAHDEN JUDOSEURAN UUDESTA TUOTTEESTA

## 1. Tuoteidea (mikäli ei ole, niin siirry kohtaan 2)

Aikuisten peruskurssi, jossa he oppivat judon perusteet.

## 2. Tavoitteet

Uusien harjoitusten aloittaminen uudelle kohderyhmälle, sekä seuran jäsenistön laajentaminen kymmenellä jäsenellä. Tämän perimmäisenä tavoitteena on lisätä seuran kannattavuutta.

## 3. Kohderyhmä

Perheelliset aikuiset, jotka ovat kiinnostuneet liikunnasta ja hyvinvoinnista. Kohderyhmällä ei tarvitse olla aiempaa kokemusta judosta tai hyvää kuntotasoa.

## 4. Kohderyhmän odotukset ja tarpeet

- Turvallinen judon harjoittelu
- Omalla tasolla harjoittelu
- Hauskaa ja sosiaalista harrastamista

## 5. Taloudellisen kannattavuuden määrittely ja hinnoittelu

Tulot: 320 €  
Menot: 180 €

## 6. Sisällön suunnittelu

- harjoituksia ajalla: syys-toukokuu yht. x kertaa
- harjoitukset viikolla:  
ma klo 17:30-19:00 ja  
to klo 18:00-19:30 (1,5 h)
- harjoituspaikka: Lahden Kamppailuareenan tatami
- ohjaajat: Sanna Pyykönen, apuohjaaja Otto Simola
- tunnin sisältö: lajinomainen alkulämmittely n. 15 min, judon perustekniikoita 60 min ja loppuverryttely n. 15 min.

## 7. markkinoinnin suunnittelu ja tuotekortin teko

- Tehdään ilmoitus seuran verkko- ja facebook-sivuilla
- Mainostetaan lasten vanhemmille seuran tapahtumissa
- Markkinoidaan tuotetta Lahden hyvinvointimessuilla
- Tuotekortti seuran sivuilla

## 8. Tuotteen käyttöönotto ja julkaisu

Tässä vaiheessa olet kehittänyt seurallesi uuden tuotteen ja sen voi ottaa testikäyttöön. Testikäytössä pyydät tuotteesta palautetta asiakkailta. Kokeiltua tuotetta käytännössä, käy nämä tuotteen kehittämisen vaiheet uudelleen läpi mahdollisten korjausten varalta.

# OHJEISTUS MARKKINOINNILLISEN OSUUDEN TEKEMISEEN

Tällä sivulla on ohjeistus, joka helpottaa tuotekortin tekoa. Seuraavalla sivulla on esimerkki tuotekortista, jonka päälle voit täyttää omat tietosi.

## Tuotteen tai palvelun nimi

Jokaisella palvelulla tai tuotteella tulisi olla nimi. Sen olisi hyvä olla tuotetta kuvaava, mieleenpainuva sekä yhtenäinen muiden tuotteiden nimien kanssa..

## Kuvaus tuotteesta/ tuntikuvaus

Tuotekuvaus kohta on palvelun markkinoinnillinen osuus, joka herättää tunteita ja mielenkiintoa tuotetta kohtaan. Siitä selviää tuotteen, palvelun tai "treenien" tärkeät tiedot. Näitä tietoja ovat esim. kenelle palvelu on suunnattu, mitkä ovat tunnin tavoitteet, mikä on tunnin rakenne ja mitä siellä tehdään. Tuntikuvauksessa tulisi ilmetä arvolupaus, eli minkä takia asiakas valitsee tuotteen ja mitä hyötyä hänelle siitä on.

## Missä palvelu tuotetaan ja kuka sen tuottaa

Tästä kohdasta selviää harjoittelupaikka esim. Pajulahden urheiluopiston Nikula-halli. Tästä selviää myös kuka ohjaa, ja voit mainostaa ohjaajan osaamista sekä kokemusta. Tämäkin teksti voi olla markkinoinnillinen.

## Vaadittava taitotaso

Tässä kohtaa olisi hyvä olla kuvaus vaadittavasta taitotasosta. Se kertoo asiakkaalle onko harjoitus tai palvelu hänelle sopiva. Tämä kohta voi myös markkinoida palvelua asiakkaalle esim. "näissä avoimissa harjoituksissa kaikki taitotasosta riippumatta ovat tervetulleita ja kaikki harrastajat voivat oppia toisiltaan".

Tämä kohta voi myös kertoa mitkä harjoitukset eivät missään tapauksessa ole tietyille asiakkaalle. Tämä helpottaa harjoituksien valintaa ja ehkäisee kiusallisia tilanteita asiakkaalta, kun hän ei mene väärin harjoituksiin.

## Mistä palvelun tai tuotteen voi ostaa ja mitä se maksaa

Tämä kohta on asiakkaan kannalta tärkeä, koska tässä kohdassa asiakas luultavasti tekee ostopäätöksen. Tästä selviää tuotteen laskutustiedot (hinta, laskutusväli ja eräpäivä) ja mistä sen voi ostaa (linkki, lomake tai yhteystieto).

# LAHDEN JUDOSEURAN TUOTEKORTTIPOHJA

## Aikuisten perusteet

Aikuisten perusteet ovat hauskat ja hikiset harjoitukset, jotka eivät vaadi aiempaa kokemusta judosta. Tavoitteena aikuisten perusteissa on harjoitella judon perusteita, jotka mahdollistavat turvallisen ja tehokkaan judon harrastamisen. Hauskan tekemisen lisäksi lihaskunto, liikkuvuus, kestävyys ja kehon hallinta kehittyvät. Aluksi aikuisten perusteissa lämmitellään ja valmistellaan keho mielekkäillä judomaisilla liikkeillä. Lämmittelyn jälkeen harjoituksissa on harjoitusosuus, jossa harjoitellaan turvallisesti judo-tekniikoita positiivisessa ja rakentavassa ilmapiirissä. Lopuksi harjoituksissa tehdään kehoa vetreyttävä loppujäähdyttely, jotta palautuminen harjoituksesta olisi mahdollisimman nopeaa.

Aikuisten perusteiden harjoitukset järjestetään Lahden kamppailuareenalla Lahden judoseuran tatamilla osoitteessa Suurmäenkatu 4 Lahti. Tilat sisältävät mukavat ja avarat pukeutumistilat, sekä turvalliset harjoitustilat judoa varten. Ohjaajana harjoituksissa toimii pitkän ja laajan kokemuksen omaava judoka Sanna Pyykönen. Sannalla on pitkä kokemus omalta kilpailu-uralta ja hänellä on laaja kokemus judon ohjauksesta niin aikuisille kuin lapsillekin.

Aikuisten perusteisiin voi osallistua kuka vain täysi-ikäinen taito- ja kuntotasosta riippumatta. Kaikki rohkeasti mukaan kokeilemaan oheisesta linkistä! [\(Ilmoittautumisen linkki\)](#)

Kurssin hinta. 320 € ja judo-puvun kanssa 350 €

### HINTA SISÄLTÄÄ:

- o 32 ohjattua harjoitusta
- o judopuvun
- o judo-passin
- o vyökoemaksun
- o keltaisen vyön
- o seuran jäsen jäsen- ja harjoittelumaksun
- o Judo-lehden vuosikerran
- o tapaturmavakuutuksen

# OHJEISTUS PALVELUTARJOOMAN KEHITTÄMISEEN

Yrityksen tai yhdistyksen palvelutarjoomaa voidaan kehittää määrittelemällä palvelut ydin-, tuki- ja lisäpalveluun. Palvelutarjoomalla tarkoitetaan organisaation tarjoamaa palvelukokonaisuutta ja se on tarkoitettu seuran sisäiseen kehittämiseen. Määrittelemällä palvelut ydin-, tuki- ja lisäpalveluihin luodaan tarjontaan selkeyttä ja saadaan siitä kokonaiskuva, joka helpottaa palveluiden kehittämistä. Seuraavan sivun ympyräkaavion avulla määrittelet organisaation palveluita helpolla tavalla. Palveluiden määrittelyllä voidaan joko luoda kokonaiskuva organisaation kaikista palveluista tai tehdä kuvaus yhden palvelun sisällöstä, jota kutsutaan palvelupaketiksi. Seuraavissa kohdissa on kaksi esimerkkiä, joista ensimmäinen on koko organisaation ja toinen yhden palvelun.

## Ydinpalvelu

Ydinpalvelulla tarkoitetaan organisaation pääasiallista toimintaa tai yksittäistä palvelua, joka on syy miksi palvelu ostetaan. Tuki- ja lisäpalvelut rakentuvat tämän ympärille. Seuraavan sivun ympyräkaavioon ydinpalvelu merkitään keskimmäiseen ympyrään kuvastamaan ydintä.

**Esimerkki 1.** Lahden Judo-seuran ydinpalvelu on: Judon harrastamismahdollisuuksien tarjoaminen lapsille, aikuisille, kilpailijoille sekä kuntoilijoille

**Esimerkki 2.**  
Kilpailujudo

## Tukipalvelut

Tukipalveluilla tarkoitetaan palveluita, jotka ovat välttämättömiä ydinpalvelun toteuttamisen kannalta ja mahdollistavat ydinpalvelun tuottamisen. Palveluita kehittäessä tehostaminen tai kehittäminen kohdistuu tukipalveluihin. Tukipalvelut merkitään ympyräkaaviossa ydinpalvelusta seuraavalle ympyrälle.

**Esimerkki 1.**  
Tasoa vastaavat kilpailut ja leirit peruskurssilaisille

**Esimerkki 2.**  
Seuran järjestämä harjoitusleiri kilpailijoille

## Lisäpalvelut

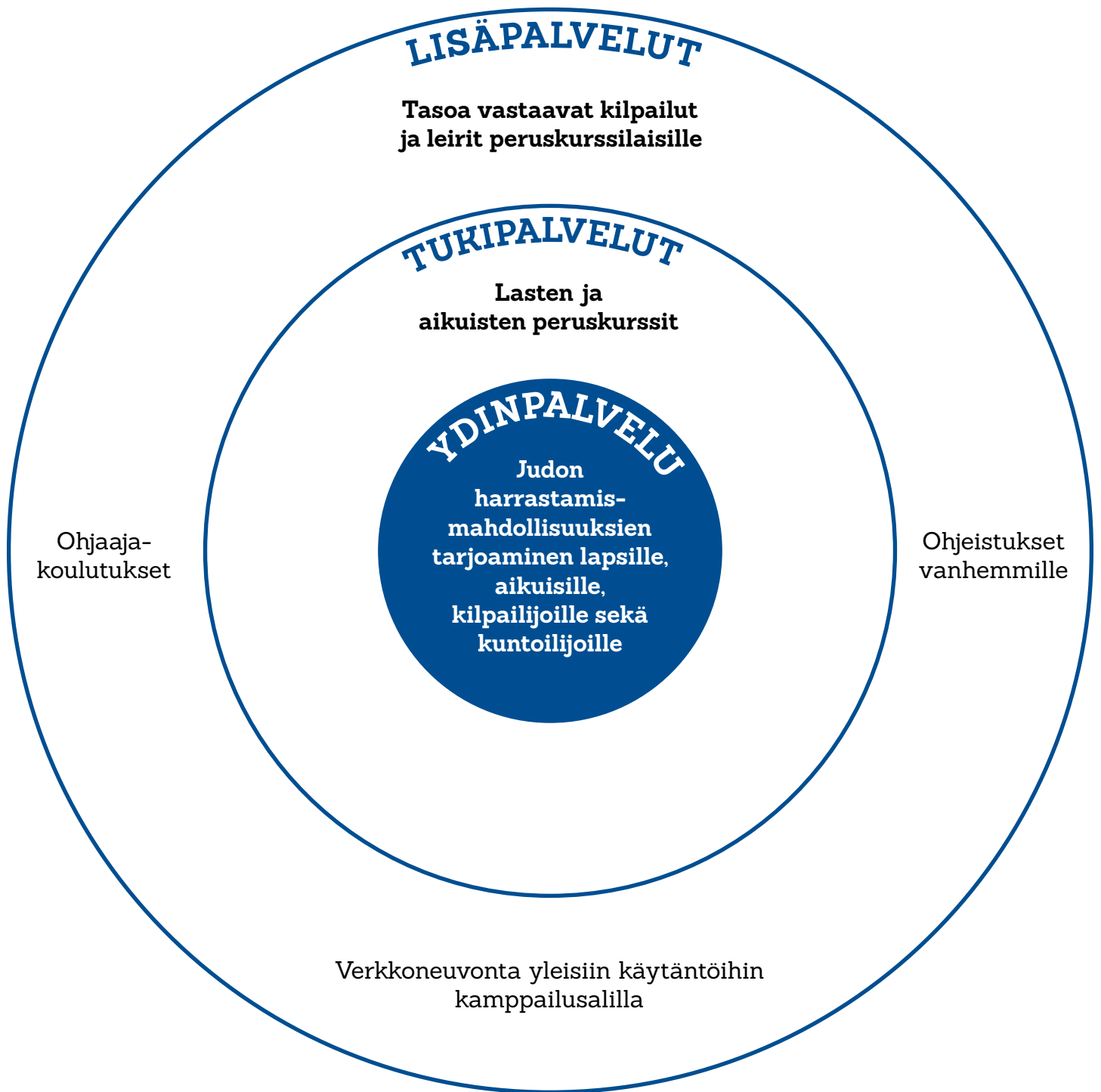
Lisäpalveluilla tarkoitetaan palveluita, joita voidaan tarjota ydinpalvelun lisäksi sen rinnalla. Lisäpalvelut eivät ole välttämättömiä, mutta niiden avulla voidaan laajentaa palvelutarjoomaa tai lisätä myyntiä. Lisäpalveluilla voidaan myös lisätä mielikuvaa tuotteen tai seuran laadukkuudesta. Lisäpalvelut merkitään ympyräkaaviossa tukipalveluista seuraavalle ympyrälle..

**Esimerkki 1.**  
Tasoa vastaavat kilpailut ja leirit peruskurssilaisille

**Esimerkki 2.**  
Seuran järjestämä harjoitusleiri kilpailijoille



# POHJA PALVELUTARJOOMAN KEHITTÄMISEEN



# UUDEN TUOTTEEN KEHITTÄMINEN - MEIDÄN SEURAN TUOTE

1 Tuoteidea

2 Tavoitteet

3 Kohderyhmä

4 Kohderyhmän odotukset ja tarpeet

5 Taloudellisen kannattavuuden määrittely ja hinnoittelu

6 Sisällön suunnittelu

7 Markkinoinnin suunnittelu ja tuotekortin teko

8 Tuotteen käyttöönotto ja julkaisu