Miten toimin Foodservice-tukkujen kanssa täsmäopas

Täsmäopas on tuotettu yhteistyökumppaneiden kanssa osana valtakunnallista Paikallisruoan arvoketjua kehittämässä -hanketta, 2015-2017.

Päivi Töyli
Projektipäällikkö, Turun yliopiston Brahea-keskus
040 189 1929, paivi.toyli@utu.fi

Turun yliopisto University of Turku Päivittäistavarakauppa ry PTY MTK mmm.fi aitojamakuja.fi

Taustaa

Foodservice-tukkukauppa on tärkeä osa päivittäis- ja käyttötavaratavarakaupan kokonaispalvelua. Se vastaa vähittäiskaupan ulkopuolisesta tavaranvälityksestä. Foodservice-tukkukaupasta voidaan käyttää myös nimitystä HoReCa-tukkukauppa.

HoReCa-lyhenne tulee sanoista Hotels, Restaurants ja Catering. Suurimmat HoReCa-tukkukaupan asiakasryhmät ovat hotellit, kahvilat ja ravintolat sekä julkishallinnon laitokset. Suurimpia tavararyhmiä ovat tuoretuotteet ja teolliset elintarvikkeet.

Monet Foodservice-tukkukauppaan liittyvät toimintatavat pätevät myös vähittäiskaupan saralla pk-yrityksen näkökulmasta, mutta silloin asiakas on kauppa. Ks. Päivittäistavarakauppa ry: Mikroyritykset menestyvät kaupan yhteistyökumppaneina. (www.aitojamakuja.fi > Ammattilaiset > Tuotekortti)

Miksi toimittaa tuotteita tukun kautta?

Yhden ”luukun” periaate: toimitus yhteen pisteeseen, laskutus yhdestä paikasta ® ajansäästö!

Olemassa oleva laaja ja monipuolinen asiakasverkosto, joten mahdollisuus laajentaa asiakaskuntaa ilman, että oma jakelutyö lisääntyy.

Mahdollisuus päästä paikallisesti isojen ketjujen valikoimiin, toiminnan kasvattaminen ja laajeneminen mahdollista valtakunnallisellekin tasolle.

Markkinointiapua

- tuotteet julkaisuihin, luetteloihin, nettisivuille, tilausjärjestelmiin
- tukkujen omia tavarantoimittajien esittelypäiviä asiakkaille

Miksi toimittaa tuotteita tukun kautta?

Asiakkaan näkökulmasta:

- on helppo tilata sähköisten järjestelmien kautta ja yhdestä paikasta eri tuotteita
- asiakas saa laskun vain yhdestä paikasta
- pudotuksia / jakeluliikennettä on vähemmän

Tukku maksaa laskut ajallaan ja varmasti

Mikä jää puuttumaan?

- Suora kontakti asiakkaaseen puuttuu, kun toiminta tapahtuu varastojen ja suorien sähköisten kanavien kautta MUTTA
  - ® Suoraa kontaktia voi ylläpitää osallistumalla tukkujen asiakaspäiviin ja pitämällä yhteyttä aktiivisesti loppuasiakkaaseen eli ammattikeittiöön, johon tuotteita toimitetaan (samalla saa suoraa asiakaspalautetta)

Kuka on asiakas, kenelle markkinoin ja miten?

Tapa 1
Kun yritys haluaa aloittaa toimittamaan tuotteita tukun kautta, niin varminta on etsiä ensin ostava asiakas.
Ota yhteyttä ammattikeittiöön!

Tapa 2
Tukut etsivät itse aktiivisesti tuotteita, jotka sopisivat ja täydentäisivät heidän valikoimaansa ja asiakkaiden tarpeita. Ota yhteyttä tukkutoimijaan!

On hyvä varautua siihen, että keskusteluiden / neuvotteluiden jälkeen menee aikaa siihen, että on mukana tukun valikoimissa.

Kuka on asiakas, kenelle markkinoin ja miten?

Lähituottaja

Kannattaa keskustella ammattikeittiön kanssa tuotteen soveltuvuudesta, käyttöominaisuuksista, toimitusmääristä, pakkauksesta yms. Samalla saa palautetta.

Ammattikeittiö

Ammattikeittiö (=tukun asiakas) tekee aloitteen Foodservice-tukulle, että tällainen tuote olisi hyvä saada tukun valikoimiin (millä volyymilla ja aikataululla).

Tukkukauppa

Neuvottelut elintarvikeyrittäjän ja tukun välillä. Neuvotteluissa käydään läpi yksityiskohdat, kuten tilaus- ja toimitustavat sekä aikataulut, volyymit, näkyvyys valikoimissa ym.

Tuote voi olla vain paikallisessa jakelussa, jolloin se näkyy vain rajatulle joukolle (maantieteellinen rajaus tai asiakkaisiin liittyvä rajaus). Maantieteellinen rajaus tulee voimaan automaattisesti paikallisesti toimivilla tukuilla, joilla on jo lähtökohtaisesti tietty alue, jolle tuotteita toimitetaan.

Kuka on asiakas, kenelle markkinoin ja miten?

Lähituottaja

Ota yhteyttä oma-aloitteisesti tukkuihin ja täytä jo ennakkoon tuotekortti. Mieti oman tuotteen lisäarvoa, erityisyyttä ja miksi se sopii valikoimiin sekä miten asiakkaat sen löytävät

® suora yhteys ammattikeittiöön auttaa

Tukkukauppa

Tukut etsivät aktiivisesti tuotteita, jotka sopisivat ja täydentäisivät heidän valikoimaansa ja asiakkaiden tarpeita.

Ammattikeittiö

Tukuilla on esim. erillisiä lähituotelistoja, joiden pohjalta paikallisia tuotteita suositellaan asiakkaalle.

Vaikka yhteyden ottaisikin alueelliseen tukkuun, niin valikoimiin ottamispäätös ja sopimukset tehdään yleensä keskitetysti, poisluettuna täysin alueellisesti toimivat tukut. Tukuilla ei ole valikoimajaksoja eli valikoima elää koko ajan ja tuotteita voi tarjota milloin vain.

Turun yliopisto University of Turku · Päivittäistavarakauppa ry · PTY · MTK · mmm.fi · aitojamakuja.fi

Mitä valmiuksia pk-yrityksellä pitäisi olla toimituksia ajatellen?

Pienten toimittajien osalta riittää alkuun sähköpostiyhteys ja laskutus voidaan hoitaa monella tapaa. Toki sähköisten järjestelmien (kuten Synkka) käyttöönotto säästää kaikkien osapuolten resursseja.

Suositeltavaa on, että käyttöön otetaan ajan mittaan jokin sähköinen tilausjärjestelmä esim. Golli. Helpottaa toimintaa ja jäljitettävyyttä.

Sähköinen järjestelmä säästää niin elintarvikeyrityksen kuin tukun aikaa.

Toimitusvarmuus

Tuotetta pitää saada se määrä, mitä halutaan ja silloin kun halutaan. Ja sellaista tuotetta kuin on tilattu eli laatu pitää olla kunnossa.

- Jos tuotteiden saatavuudessa on jokin rajoite (tietty määrä kerrallaan, kausituote tms.) niin se pitää tuoda selvästi esille jo neuvotteluissa, jotta se osataan laittaa oikealla tavalla esille valikoimaluetteloon.
- Jos tuote halutaan myyntiin vain tietylle rajatulle alueelle tai tietylle asiakasryhmälle, niin rajoitus voidaan tehdä.
- Jos tuotteen toimitettavuus muuttuu, siitä on informoitava tukkua hyvissä ajoin.

Tärkeää on siis se, että tieto tuotteiden saatavuudesta ja toimitettavuudesta päivittyy ja on ajan tasalla koko ajan ® keskusteluyhteys!

Tukut seuraavat säännöllisesti toimitusvarmuutta ja asiakkailtaan saatavaa palautetta. Näiden pohjalta käydään keskusteluja elintarvikeyrityksen kanssa ja etsitään ratkaisuja, jos on tarvetta tehdä muutoksia toimintatapaan.

Mihin tuotteet toimitetaan ja miten?

Tukusta riippuen toimintatapoja on monia:

Elintarvikeyritys voi viedä itse tuotteen
- tukkutoimijan omaan varastoon
- nouto-, käteis- tai pikatukkuun
- terminaaliin

tai neuvotella tuotteen noutamisesta, jos elintarvikeyritys sijaitsee jonkin jakelureitin varrella

Asia käydään läpi tukun ja toimittajan välisen sopimuksen tekovaiheessa.

Varastot, nouto- ja pikatukut sekä terminaalit voivat toimia jonkin tietyn alueen keräilypisteenä.

Yhteenveto

Kirkasta oman tuotteesi myyntivaltit tuotekortin avulla ja ota kuva tuotteesta!

Mieti, mitä asiakas tarvitsee: millainen käyttö, kuka käyttää

Jos hinta on vähän korkeampi, niin argumentit selväksi asiakkaalle, miksi näin on.

Hyvä tietää
Tukkutoimijat kehittävät menetelmiä, joilla paikalliset tuotteet tulisivat näkyviksi tukun valikoimissa.

Tukuissa on nimetty yhteyshenkilö, jonka kanssa käytännön asioista voi keskustella.

Epäilyksen siemeniä
Iso talo – ei me pärjätä niiden kanssa! Kyllä pärjää, rohkeasti vaan keskustelemaan.

Miksi maksaa muille, kun voin toimittaa itse? Kannattaa laskelmissa huomioida myös oman jakelun ja autoilun kustannukset sekä ajankäyttö.

Tuotekortti

= yksinkertainen työkalu ja apuväline,
kun yrittäjä valmistautuu myyntineuvotteluun ostajan kanssa

- Tuotekortti on tarkoitettu ensisijaisesti yrittäjän ja ostajan välisen myyntineuvottelun tukivälineeksi.
- Kaikkiin tuotekortissa esitettyihin kohtiin ei ole pakko vastata, mutta sen on tarkoitus ohjata ajattelemaan asioita, jotka mahdollisesti nousevat esiin myyntineuvottelun aikana.
- Ostajana voi olla vähittäiskauppa, Foodservice-tukku tai ammattikeittiö.
- Tuotekortti auttaa tiivistämään ja miettimään oman tuotteen vahvuuksia ja niiden esittelemistä.
- Ladattavissa www.aitojamakuja.fi > Ammattilaiset > Tuotekortti ja www.pty.fi/kaupan-toiminta/hankinta-ja-valikoimat/tuotekortti

Mitä kysytään?

Tärkeimmät: tuotetiedot ja tarkentavat asiakkaalle annettavat tiedot

Yleiset yritystiedot

Tuotetiedot: mm.

- tuotteen kuvaus ja merkitys kuluttajalle /ammattikeittiölle
- pakkaustiedot
- toimituskyky
- tilaus-/ toimitustiedot

Tuotteen mitat

Tarkentavat asiakkaalle annettavat tiedot: mm.

- sertifikaatit
- säilytys- ym. lämpötilat
- ainesosat
- alkuperä- ja valmistusmaa

Ravintosisältö

TUOTEKORTTI

Tuotekortin täyttöpäivä	
YRITYSTIEDOT	
Yrityksen nimi	
Y-tunnus	
Katuosoite	
Postitoimipaikka	
Puhelinnumero	
Sähköposti	
Nettisivut	
Pankkitiedot	
Yhteyshenkilö	
Myynnin/logistiikan yhteyshenkilö	
Lyhyt kuvaus yrityksestä	
Omavalvontasuunnitelma	
TUOTETIEDOT	
Kaupallinen tuotenimi	
Virallinen/kuvaava nimi	
Tuotekoodi	
Tuotteen kuvaus ja merkitys kuluttajalle/ammattikeittiölle Tarkentava kuvaus tuotteesta, kuten kohderyhmä, uutuusarvo, paikallisuus, ALV-% ja valmisteverotieto, onko tuote sesonkiluonteinen jne. (ks. myös "tarkentavat asiakkaalle annettavat tiedot" liite)	
Tuotteen ja myyntierän/erien pakkaustiedot Pakkauksen materiaali ja ympäristöystävällisyys	
Toimituskyky Tuotantokapasiteetti, tavoiteltu jakelun laajuus	
Tilaus / toimitustiedot Tilaustapa, toimituserä, tilaus-toimitusrytmi jne.	

16	**TUOTETIEDOT**		
17	Kaupallinen tuotenimi		esim. Vaarin perunamuusi
18	Virallinen/kuvaava nimi		Virallinen/kuvaava nimi (myös ruotsinkielinen): virallinen, hyväksytty nimi esim. p
19	Tuotekoodi		Toimittajan tuotenumero: GTIN (EAN) -koodi, tai toimittajan perustiedot tiedot, tu laskutuksessa). Lisätietoja www.gs1.fi
20	Tuotteen kuvaus ja merkitys kuluttajalle/ammattikeittiölle Tarkentava kuvaus tuotteesta, kuten kohderyhmä, uutuusarvo, paikallisuus, ALV-% ja valmisteverotieto, onko tuote sesonkiluonteinen jne. (ks. myös "tarkentavat asiakkaalle annettavat tiedot" liite)		- Kohderyhmä; asiakasryhmät, joille tuote on ensisijaisesti tarkoitettu - Tuotteella on aitoa uutuusarvoa (mitä; maku, terveellisyys, trendikkyys, perinteis - Paikallisuus (tuotteella tai toimittajalla on paikallisesti merkittävää arvoa kulutta - Pakkaus on helposti avattava / uudelleensuljettava - Vastaavia tuotteita ei ole markkinoilla - Onko tuote sesonkiluonteinen, esim. myynnissä vain sesonkeina (esim. kesä, pää
21	Tuotteen ja myyntierän/erien pakkaustiedot Pakkauksen materiaali ja ympäristöystävällisyys		- Pakkausmateriaali - Pakkauksen ympäristöystävällisyys (esim. kierrätettävyys)
22	Toimituskyky Tuotantokapasiteetti, tavoiteltu jakelun laajuus		- Toimituskyky (tuotantokapasiteetti (päivä / vko / vuositaso)) - Minimitoimituserän koko tai muu toimituskykyyn vaikuttava asia - Kuinka laajaa jakelua tuotteelle tavoitellaan; nykytilanne ja tavoite esim. 2-3v esim. paikallinen / alueellinen / valtakunnallinen. Mikä maantieteellinen alue?
23	Tilaus / toimitustiedot Tilaustapa, toimituserä, tilaus-toimitusrytmi jne.		- Toimitusehdot (maksuehdot, virhevastuu, hyvityskäytäntö,...) - Tilaustapa (puhelimitse, sähköpostilla, sähköisen tilausjärjestelmän kautta) - Tilaus-toimitusrytmi (aika tilauksesta toimitukseen) - Logistiikka: esim. keskusvarastotoimitus, kuljetusliike, oma kuljetus. Kuvaus siitä
24	**Tuotteen mitat (k x l x s) mm**		Tuotteen, esim. porkkanapussi, jauhopussi, hillopurkki jne, mitat (korkeus, leveys, mm. Modulimitoituksista (www.ecr-finland.com/julkaisut -> Myyntivalmiit myymä
25	Tuotteen paino/sisältö		Tuotteen paino (kg, g): ilmoita /kg tai /litra. - esim. onko vaihtuvapainoinen vai määräpainoinen - nettopaino, valutettu paino. Esim. Bakery-tuotteissa paistetun tuotteen ja raakap
26	Pakkauksen paino, tilavuus		Pakkauksen paino (kg, g) ja tilavuus (l)
27	Myyntiyksikkö		Myyntiyksikkö (kpl, kg, l)
28	Myyntierän 1 koodi		Myyntierän GTIN (EAN) koodi. Valitse pudotusvalikosta (ensimmäinen ruutu) onko
29	Myyntierän 1 koko		Myyntierän koko (esim. 1 pussi, 0,5 kg, 6 kpl jne.). Kerro myös onko kyse tukkueräst
30	Myyntierän 1 mitat (k x l x s) mm		Myyntierän /erien mitat (korkeus, leveys, syvyys), ilmoitetaan millimetreinä (mm)
31	Myyntierän 1 paino		Myyntierän paino (kg)