Banaani 2.0 palautteet

Soile Käkönen, ravitsemusasiantuntija
Marianne Nordblom, tuotekehitysjohtaja
Laura Parkkinen, valmisruuan kategoriapäällikkö
Piia Hakala, tuotekehityspäällikkö, valmisruoka & siipikarja

Yleistä

- Monipuolisia ideoita, joista moni soveltuu hyvin HKScanin tuotekehitysputkeen ja monesta oli löydettävissä jatkokehitettäviä ideoita
- Tarkka tuotekuvaus, pakkaus ja kohderyhmä oli monessa mietitty tarkasti –nämä ovat oleellisia tuoteidean kuvaamisessa
- Jotta tuote päätyy kaupan hyllylle, on sen oltava erottuva, USP (Unique Selling Proposition) on siis hyvä kirkastaa jo idean alkumetreillä
- Kaikki ideat olivat hienoja, mutta valitsimme kolmen kärjeksi
  1. Koto
  2. Voikku
  3. Ruiskukkaro

Kiitos kaikille opiskelijoille, loistavaa työtä!

#1
KOTO: Heidi Montonen, Miia Mursu, Hanna Niskanen, Tanja Pyhäjärvi

- Upea, monipuolinen tuoteperhe, jossa erottuvat, uudenlaiset ja houkuttelevat pakkaukset
- Tuttuja tuotteita uudella twistillä, jolloin kuluttajaa ei tarvitse opettaa tuotteiden käyttöön
- Hienoa, että tuotteet oli tehty valmiiksi ja testattu kohderyhmällä, autenttiset kuluttajapalautteet plussaa
- Tuotteiden raaka-aineet, koko, ominaisuudet ja pakkaukset kuvattu tarkasti
- Sopivuutta eri ruokahetkiin mietitty
- Vastuullisuus huomioitu (pakkausmateriaalit, kierrätettävyys, sivuvirrat jne.)
- Hyvä soveltuvuus HKScanin tuttuihin raaka-aineisiin sekä ruokatalo-strategiaan
- Kaupan hyllynäkyvyyttä mietitty monipuolisesti

#2
Voikku

- Tutun kolmioleivän uusi tuleminen
- Hienosti brändätty HK-brändiin
- Tuttu pakkausformaatti upgradattuna
  - Tarvitaanko nastaa
- Sopii erilaisiin ruokahetkiin: mukaan otettavaksi, tarjoiluihin jne.
- Sympaattinen nimi
- Soveltuu hyvin HKScanin tuotevalikoimaan

#3
Ruiskukkaro: Antti Ahokivi

- Tuotteen ulkonäkö erottuva: tuo mieleen tutun näkkileivän, joka madaltaa kynnystä testata tuotetta
- Tuttujen tuotteiden (riisipiirakka, Rostis) ominaisuuksia uudella twistillä, jolloin kuluttajan helpompi tarttua tähän
- Ruis tuo terveysmielikuvaa
- Mielenkiintoiset täytevaihtoehdot, joita helppo varioida
- Erinomainen mukaan otettavaksi ja liikkeellä syötäväksi
- Soveltuu hyvin HKScanin ruokatalo-strategiaan
- Pakkaus jäi epäselväksi, samoin kuin pakkauskoko

Omnom: Tiina, Wilhelmiina, Mervi, Reetta, Kerttu-Liisa

- Hienoa, että on ideoitu kokonainen tuoteperhe yksittäisen tuoteidean sijaan
- Kekseliäs nimi
- Trendikkäät maut
- Erottuvat ja yhtenäiset pakkaukset
- Erilaiset ruokahetket huomioitu (sweet, bite, cool)
- Presentaatiossa oli enemmän taustaa idealle, se olisi ollut hyvä liittää kirjalliseen materiaaliin
- Raaka-aineet arvokkaita ja tuotteissa useampi allergeeni → tuotteen hinta ja haasteet tuotannossa
- Tuotteen koko jäi epäselväksi: ovat sweet ja bite tarkoitettu jaettavaksi vai yksin syötäväksi
- Dipataanko sormin, miten syödään siististi on-the-go

SAPAS: Anna-Maija Tolvanen, Suvi Komsa, Mervi Haverinen

- Suomalainen ruokakulttuuri tuotu hienosti esiin
- Houkuttelevat makuyhdistelmät ja sesonginmukaisuus
- Sopii ehkä enemmän ravintolakonseptiksi kuin vähittäismyyntituotteiksi: Sapas-konsepti sopii hyvin HKScanin Food Service- ja tapahtumamyyntiin
- Pakkausformaatti jäi epäselväksi
- Välipalatuotteeksi vähän monimutkainen, vaatii aterimet, ei on-the-go -tuote

Myslinappi

- Iskee hyvin ”suolaisten” vaihtoehtojen puutteeseen välipalakeksimarkkinassa
- Helposti mukaan otettava
- Monikäyttöinen, sopii eri ruokahetkiin
- Käytännöllinen pakkaus (joka muistuttaa paljon Pirkka-Private Labelia)
- Tarkemmat raaka-aineet, makuvaihtoehdot jne. jäivät puuttumaan

Macutaco: Antti Hakkarainen

- Kekseliäs pakkausformaatti, joka sopii loistavasti auton keskikonsoliin on-the-go-syömiseen
- Innovatiivinen: tuttu ruokatrendi (tacot) uudella tavalla nautittavaksi
- Helppo ottaa mukaan
- Gluteenittomuus huomioitu
- Pakkauksen koko ja tuotteen ominaisuudet kerrottu selkeästi

Rolle: Janna Partanen

- Tuttu tuote (kääretorttu) uudella tavalla → madaltaa kuluttajan kynnystä testata tuote
- Suolainen vaihtoehto makeiden makujen dominoivassa markkinassa
- Käytännöllinen pakkaus, joka soveltuu myös mukaan otettavaksi
- Raaka-aineet ja koko selkeästi esitetty
- Gluteenittomuus huomioitu

Nugaa: Sanna Vainikainen

- Eksoottiset raaka-aineet, joiden hinta ja saatavuus saattaa olla haasteellista teollisessa mittakaavassa, mutta jotka erilaisuudellaan saattavat houkutella kuluttajia
- Tutuhko tuote (halva) uusilla raaka-aineilla
- Vastuullisuusmielikuvaa viestivä, erottuva pakkaus, pakkausmateriaalia ja tuotteen kokoa olisi voinut vielä tarkentaa
- Kuluttajamieltymyksiä mietitty tarkasti

Kevätkäärylepallot

- Tuttu, etninen ruoka suupalamuodossa: antaa mahdollisuuden erilaisiin täytteisiin
- Tuotekuvausta, tuotteen kokoa ja pakkausta olisi voinut avata enemmän
- Syöminen vaatii jonkin verran askartelua (dippipussit, pakkauksen avaaminen jne.), mukaan otettavuus hankalaa

Pottupasteija

- Erottuva, kekseliäs pakkaus
- Perunalle uutta nostetta, kekseliästä tavallisen ja edullisen raaka-aineen hyödyntämistä
- Uudenlainen tuoteformaatti
- Tuotekuvaus olisi voinut olla tarkempi
- Tuote mallattu hienosti HK-brändiin

Nokkosletut: Jenni Rissanen

- Kiva sesonkiajattelu (nokkonen vs. pinaatti), nokkonen tuo myös terveellisyysmielikuvaa
- Kotikutoisen oloinen pakkaus, joka tuo vastuullisuusmielikuvaa
- Vaatii askartelua (täyttö), soveltuu enemmän eväshetkiin kuin on-the-go –välipalaksi
- Pakkauskoko hyvä välipalaksi

Lohtu: Tony Lähde, Janna Rissanen

- Ihana #tunnemuistamaista –tarina tuotteen taustalla
- Plussaa tuotteen koevalmistamisesta ja upeista ruokakuvista
- Eri ruokahetket ja käyttötilanteet huomioitu: soveltuu välipalan lisäksi alku- tai jälkiruuaksi ym.
- Hauska pakkaus, josta voisi tulla ilmiö itsessään (instagrammable)

Satoa-vohveli: Tony Lähde, Janna Rissanen

- Innovatiivisuutta: tuttu tuote, jota ei löydy ”valmiina”
- Kätevä pakkaus, josta tuote on helppo sydä siististi ja ottaa mukaan
- Satokausiajattelu tuo vastuullisuusmielikuvaa
- Kaunis design

Rieska-wrap: Jatta Aaltonen

- Tortilla goes Finland, kotimaisten raaka-aineiden tuominen tuttuun texmex-maailmaan kiva idea
- Tuote- ja pakkauskuvausta olisi voinut olla enemmän
- Pakkauksen hyödyntäminen syömisessä (taittelu) kätevää

PitaSet: Lauri Turunen

- Erottuva pakkaus, silti tuttu formaatti (vrt. Pringles) → kuluttajan helppo uskaltautua kokeilemaan
- Uudelleensuljettavuus plussaa, kaikkea ei tarvitse syödä kerralla (tosin dippi kertasyötävä)
- Helppo ottaa mukaan
- Houkutteleva, uudenlainen muoto

Ruismussukka: Päivi Valo

- Erottuva, kaunis pakkaus
- Terveellisyysmielikuva huomioitu
- Onko 4 kpl/pakkaus liian paljon välipalaksi
- Helppo ottaa mukaan

Boston: Henna Leinonen

- Tuttu tuote uudella kulmalla: rohkaisee kuluttajaa kokeilemaan
- Helppo ottaa mukaan
- Monipuolisesti sekä suolaisia että makeita makuja
- Tuote- ja pakkauskuvaus olisi voinut olla tarkempi

HK-Palanen: Helmi Paananen

- ”Sämpylä” uudella tavalla: jaettavana ja dipattavana → kätevä mukaan otettavana välipalana, jossa perinteiset leivänpäälliset dipissä
- Pakkauskuvaus olisi voinut olla tarkempi

Voileipäkakku-Bites

- Voileipäkakku tekee uutta tulemista ja tämä istuu trendiin
- Monikäyttöinen: evääksi, tarjoiluun
- Tuotekuvaus olisi voinut olla tarkempi

Rip it, dip it, dig it

- Kekseliäs slogan
- Tarkemmat tuote- ja pakkauskuvaukset jäivät uupumaan

Syrnikit?: Daria Björn

- Tuote ja kohderyhmä kuvattu tarkasti
- Terveellisyysmielikuva huomioitu
- Pakkausidea puuttuu → soveltuvuutta mukaan otettavaksi vaikea hahmottaa