

## Elämys- ja ohjelmapalveluiden kehittäminen Pohjois-Savossa -hanke

### Tuotekortin muistilista

Tämä lista on laadittu helpottamaan tuotteen kokoamista myytävään kuntoon ja edistämään tuotteen myyntiä verkkokaupassa.

### Vaihe 1. Myy tuote

*Nämä kolme asiaa ovat ne, joihin asiakas kiinnittää ensin huomionsa verkkokaupassa. Jos tämä kokonaisuus puhuttelee häntä, siirtyy hän eteenpäin tutkimaan tuotetta tarkemmin. Jo tällä kokonaisuudella pääset testaamaan tuotteen kiinnostavuutta.*

- **Nimeä tuote: Anna tuotteelle selkeä otsikko, josta selviää heti mistä on kysymys:**
  - Esim. opastettu kaupunkikierrros, nyrkkisääntö 50-65 merkkiä. Käytä avainsanoja, kategorioita ja panosta selkeyteen.
- **Määrittele ingressitekstin sisältö, tuotteen kohokohdat**
  - Nyrkkisääntö 160 - 180 merkkiä. Panosta siihen, että asiakkaan kokema elämys, tunteet ja aistikokemukset nousevat esiin. Joskus voi olla helpompaa tehdä lista kohokohdista. Muista myös hakukoneoptimoida ja lisätä kehote toimintaan (Call to action, esim. Osta nyt, paikkoja rajatusti).
- **Määrittele millaiset kuvat ja videoklipit markkinoivat tuotettasi parhaiten:**
  - Tarvitset minimissään 3 tasokasta vaakakuvaa verkkokauppaan ja esimerkiksi Instagramiin pysty kuvia. Korkea resoluutio, kuvissa olisi hyvä olla ”onnellisia ihmisiä” ja kohderyhmään kuuluvia ihmisiä. Avainkysymys on, millaisilla kuvilla visualisoi tunteet ja elämykset ja kerrot samalla mille kohderyhmälle tuote on suunnattu.

### Vaihe 2. Määrittele faktat

*Jotta tuotteesta tulee ostettava, on asiakkaan saatava tietää tuotetta koskevat faktat. Alla oleva on muistilista ja sen koostumus voi vaihdella hieman eri varausjärjestelmien tai myyntialustojen mukaan.*

- **Hinta**

- Anna vähintään alkaen hinta per asiakas. Määrittele myös erityishinnat (esim. lapset, eläkeläiset). Lapsille voi olla eri hintaluokkia esimerkiksi iän mukaan ja voit myös kuvata
- Mitä hintaan sisältyy: kuvaa sisältö käyttäen adjektiiveja ja korosta omaa osaamistasi ja asiantuntemusta. Tässä kohdassa perustelet hintaa esimerkiksi näin: asiantunteva opastus, herkullinen, paikallisista raaka-aineista koostuva lounas.
- Mitä on saatavilla lisämaksusta: keskity vain oleellisesti tuotteeseen liittyviin lisäpalveluihin. Älä listaa mitään muuta tähän kohtaan, ei esimerkiksi vaihtoehtoisia tapoja toteuttaa retki!
- **Tuotteen kuvaus:**
  - Tämä on paikka kuvata tuote tarkemmin ja nyrkkisääntö on 800–1000 merkkiä, joka sopii hyvin kolmeen tekstikappaleeseen. Avaa, mitä lukija matkan aikana näkee, tuntee, aistii ja kokee sekä mistä matka koostuu. Kirjoita kohteista ja tuntemuksista, rydytä avainsanoilla. Vältä kuvauksia kuten: ”retken aluksi katsotaan ensin välineet ja varusteet ja astutaan sitten kanoottiin. Sen jälkeen lähdetään melomaan” => karsi tyhjät sanat ja täytesanat pois. Puhuttele lukijaa suoraan ja vältä passiivimuotoa. Voit käyttää myös väliotsikkoja ja listoja. Joskus tätä ei tarvita vaan tuotteen ingressi ja kuvaus yhdistyvät yhdeksi kappaleeksi. Tämä on kuitenkin hyvä tehdä oman ajattelun ja tuotteen jäsentämisen tueksi. Mikäli vastuullisuus liittyy oleellisesti tuotteeseesi, muista myös kuvata se.
- **Kohderyhmä:**
  - Tämän kuvauksen on tarkoitus antaa asiakkaalle ainekset arvioida ja päättää sopiiko tuote hänelle. Esimerkiksi luontoaktiviteeteissa reitin vaativuus on hyvä kuvata. Jos tuote edellyttää fyysistä aktiivisuutta on sekin hyvä kuvata konkreettisesti. Jos tuote on esteetön, on esteettömyys hyvä nostaa jo tuotteen kuvaukseen tai jopa otsikkotasolle.
- **Ajankohta**
  - Viikonpäivät, kellonajat ja sesongit milloin tuote on toteutettavissa. Huomaa, että hinta voi vaihtua näiden tekijöiden mukaisesti
  - Cut off -aika: milloin viimeistään tuote pitää varata.
- **Asiakasmäärä:**
  - Kerro minimiasiakasmäärä, joilla retki toteutetaan ja toisaalta maksimimäärä, joka retkelle voidaan ottaa mukaan. Koska privaattilähdöt ovat yleistyneet niin mieti toteutatko retken vaikka yhdelle asiakkaalle jos hän maksaa riittävän paljon. Privaattiretkestä pitää laatia oma tuotekortti.
- **Palvelukielet**
- **Mitä asiakkaan tulee tietää:**

- Mitä asiakkaan tulee ymmärtää ja tietää ennen kuin tekee varauksen. Tällaisia tietoja voivat olla esimerkiksi ikäraja johonkin kohteeseen, ruokarajoite, jota ei voida ottaa huomioon tai vaikkapa fyysinen este. Myös asiakkaan omasta matkavakuutuksesta voi olla hyvä mainita
- Mitä tulee tietää ennen retkelle lähtöä. Esimerkiksi matkalle tarvitaan omia välineitä ja varusteita, kuten joogamatto, vaelluskengät, kävelysauvat tai vedenkestävät päällysvaatteet. Asiakasta on hyvä muistuttaa useamman kerran ja nämä pitäisi listata myös varausvahvistukseen.
- Muut palvelun ehdot: Jos tuote liittyy luonnonilmiöihin, on hyvä kertoa, että niitä ei voi taata (esim. eläintentarkkailu, revontulet). On myös hyvä kertoa miten sää vaikuttaa palvelun toteutumiseen. Jos asiakkaat saattavat arastella ja haluavat jopa perua sateisella säällä luontoretelle lähtemistä. Yrittäjän taas on hyvä miettiä, miten suhtautuminen perumiseen sään takia näkyy näissä ehdoissa. Jos huono sää aiheuttaa vaaratilanteen niin peruminen on tehtävä mutta jos se epämukavuus tai pukeutumiskysymys niin se pitää kuvata tässä osiossa mahdollisimman tarkasti.
- **Lähtöpaikka ja ajankohta**
  - Miten tuotteen lähtöpisteeseen pääsee julkisella liikenteellä, millaiset pysäköintitilat siellä ovat, liittyykö pysäköintiin rajoituksia (esim. parkkipaikkojen määrä) ja milloin viimeistään on oltava lähtöpaikalla.
- **Vastuullinen palvelun toteuttaja**
  - Yrityksen nimi, yhteystiedot, Y-tunnus ja logo

### Vaihe 3. Kokoa verkkosivuillesi

- **Varaus-, maksu- ja peruutusehdot**
  - Tee verkkosivuillesi laajemmat ehdot kattamaan kaikki tarjoamasi palvelut. Jos lähetät varausvahvistuksen niin lisää niihin ehtoihin tutustuminen.
- **Vastuullisuus ja kestävä kehitys**
  - Vastuullisuus on entistä tärkeämpää ja voit huomioida ja nostaa vastuullisuutta esiin tuotteissa, markkinoinnissa ja kaikessa toteuttamassasi viestinnässä. Kokoa verkkosivuillesi vastuullisuustupauksesi.