



Food waste ecosystem – ruokahävikin vähentäminen ja hävikkiruoan hyödyntäminen

4.1 Liiketoimintamallien analyysi ja kehittäminen



Euroopan unionin
osarahoittama



Uudenmaan liitto
Nylands förbund



Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

1. Ydinarvot

Liikeidea ja vahvuudet

→ Mikä on yrityksesi keskeinen idea tai tarkoitus (missio)?

Tarjota asiakkaille laadukas ja elämyksellinen ruokakokemus, joka yhdistää korkeatasoisen ruoan, viihtyisän ympäristön ja asiakaslähtöisen palvelun.

→ Mitä tuotetta tai palvelua tarjoat?

Tuotteena ja palveluna tarjoamme ravintolaelämyksiä, lounaita, tilausruokia ja catering-palveluita, jotka vastaavat sekä yksityisten että yritysasiakkaiden tarpeisiin.

→ Mikä tekee ideastasi erilaisen tai paremman kuin olemassa olevat vaihtoehdot?

Ideamme eroaa olemassa olevista vaihtoehdoista, koska keskitymme personoituun palveluun, laatuun yhdistettynä kohtuulliseen hintatasoon sekä mahdollisuuden ainutlaatuiseseen ruokailukokemukseen esimerkiksi jakamalla annoksen avotulen äärellä.

→ Mitkä ovat tärkeimmät vahvuudet?

Tärkeimmät vahvuutemme ovat laadukkaat raaka-aineet, ammattitaitoinen henkilöstö, elämyksellinen konsepti ja vahva asiakaskokemus.

Ydinresurssit

Mitkä ovat tärkeimmät liiketoiminnan resurssit (fyysiset, henkilöstö, taloudelliset ja aineettomat)?

→ Mitkä fyysiset resurssit ovat kriittisiä toiminnan kannalta?

Hyvä sijainti, hyvä keittiö, varustus ja laitteet. Taloudellinen tuki.

→ Mitkä taidot ja osaamiset ovat välttämättömiä?

Korkea osaaminen ja ammattitaito, ruuanlaitto ja sen säilyttäminen sekä kansainvälisyys.

→ Mitkä aineettomat resurssit ovat tärkeitä?

Asiakassuhteet, näkyvyys ja maine.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

1. Ydinarvot

Asiakkaan tunnistaminen, asiakastarpeet ja arvolupaus

Keitä ovat asiakkaasi ja kuinka hyvin ymmärrät heitä (asiakkaan tunnistaminen)?

→ Mitkä ovat tärkeimmät asiakassegmenttimme (yksityishenkilöt, ryhmät, organisaatiot)?

Varakasta oman rahan asiakaskuntaa ja yritysasiakkaita, jotka arvostavat laadukasta ja luotettavaa palvelua.

→ Mitkä ovat asiakkaidemme demografiset ja maantieteelliset tekijät?

Turistit ja paikalliset, ikä +30 vuotta.

→ Mitkä ovat asiakkaidemme käyttäytymismallit?

Arvostavat laatua, elämyksellisyyttä ja vaivattomuutta.

→ Mitä erityistarpeita tai haasteita asiakkaillamme on?

Vastuulliset vaihtoehdot, joustavat ratkaisut ja personointi.

→ Mikä motivoi heitä valitsemaan tuotteemme tai palvelumme (hinta, laatu, kokemus, mukavuus, kestävyys jne.)?

Hinta-laatusuhde, elämyksellinen kokemus, mukavuus ja mahdollisuus rentoutua,

→ Kuinka hyvin ymmärrämme heidän odotuksensa ja prioriteettinsa?

Rakennamme palvelumme asiakaslähtöisesti ja palautetta hyödyntäen.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

1. Ydinarvot

Asiakkaan tunnistaminen, asiakastarpeet ja arvolupaus

Miksi asiakkaat valitsevat juuri sinun yrityksesi – mitä ainutlaatuista arvoa tarjoat (arvolupaus)?

→ Mitä ongelmia ratkaisemme tai mitä etuja tarjoamme asiakkaillemme?

Tekemällä tilaisuuden järjestämisestä vaivatonta ja tarjoamalla kokonaispalvelun ruoasta logistiikkaan. Ravintolassa asioiminen on tehty mahdollisimman sulavaksi ja asiakaslähtöiseksi.

→ Mikä erottaa tuotteemme tai palvelumme kilpailijoista?

Personointi, elämyksellisyys ja laatua kohtuuhintaan.

→ Miten arvolupauksemme vastaa asiakkaiden odotuksia ja prioriteetteja?

Tarjoamalla laadukkaan, luotettavan ja elämyksellisen kokemuksen. Pystymme luomaan arvokkaan kokemuksen asiakkaille.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

2. Kestävyys/ ydinarvot

Liikeidea

→ Miten liikeidea edistää ympäristöllistä, sosiaalista tai taloudellista kestävyyttä?

Vastuullisesti hankitut raaka-aineet (lähituotanto, sesonkituotteet). Hävikin minimointi ja kierrätys sekä energiatehokkuus. Ravintola toimii yhteisöllisenä paikkana joka tarjoaa hyviä kokemuksia asiakkaille ja luo työpaikkoja. Premium-konsepti = maksukykyisiä asiakkaita. Trendien ennakointi.

→ Mitä konkreettisia kestävyysaasteita idea pyrkii ratkaisemaan?

Ruokahävikin vähentäminen, sosiaalinen oikeudenmukaisuus työmarkkinoilla

→ Edistääkö ideamme vastuullista kulutusta tai tuotantoa (esim. jätteen vähentäminen, energiatehokkuus)?

Jätteen vähentäminen ja kierrättäminen. Energiatehokkuus ja uusiutuva energia. Sesonkien ja lähituottajien suosiminen.

→ Miten idea tukee paikallisia yhteisöjä tai luo oikeudenmukaisia työllistymismahdollisuuksia?

Yhteistyö paikallisten yritysten ja tuottajien kanssa. Uusia työpaikkoja ravintola-alalle, myös nuorille ja maahanmuuttajille.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

2. Kestävyys/ ydinarvot

Liikeidea

Ydinresurssit

→ Miten kestäväällä pohjalla ydinresurssit ovat?

Ydinresurssien saatavuutta arvioidaan jatkuvasti ja kehitetään esimerkiksi uusien kumppanuuksien kautta.

→ Ovatko fyysiset resurssimme energiatehokkaita, kierrätettäviä tai vähävaikutteisia?

Energiatehokkaat laitteet ja valaistus, kierrätettävät materiaalit. Investoinnit mahdollistavat laadukkaita ja tehokkaita laitteita.

→ Kuinka varmistamme oikeudenmukaiset, turvalliset ja osallistavat työolot henkilöstöllemme?

Oikeudenmukaiset palkat ja työehdot. Turvallinen työympäristö (työturvallisuus, ergonomia).

Osallistavat käytännöt: henkilöstön kuuleminen, koulutus ja urakehitys.

→ Kuinka minimoimme jätteet, päästöt ja tehottomuuden resurssien käytössä?

Ruokahävikin vähentäminen ja seuranta. Kierrätys ja kompostointi.

→ Investoimmeko kestäväää kehitystä edistäviin taitoihin, innovaatioihin ja tietoon?

Henkilöstön koulutus kestävään kehityksen taidoissa. Innovaatioiden tukeminen (uudet raaka-aineet, digitaaliset ratkaisut).

Tiedon kerääminen ja hyödyntäminen päätöksenteossa.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

2. Kestävyys/ ydinarvot

Asiakkaan tunnistaminen

→ Keitä ovat asiakkaamme kestävän kehityksen arvojen ja käyttäytymisen kannalta?

Laatua arvostavat kuluttajat, jotka painottavat ympäristöystävällisiä ja eettisiä valintoja. Kiinnostus kasvanut ruuan alkuperään.

→ Kuinka tietoisia asiakkaamme ovat alaan liittyvästä kestävydestä?

Premium-asiakkaat arvostavat erityisesti eettisiä ja ekologisia ratkaisuja, jotka tukevat heidän arvojaan.

→ Kuinka voimme kouluttaa ja sitouttaa asiakkaitamme kestävän kehityksen käytäntöihin?

Viestitään avoimesti raaka-aineiden alkuperästä ja vastuullisista käytännöistä. Tarinallistetaan kestävän kehityksen teot osaksi asiakaskokemusta

Asiakastarpeet

→ Miten asiakkaat määrittelevät ”arvon” kestävän kehityksen kannalta – hinta, eettisyys, läpinäkyvyys, laatu vai vaikutus?

Asiakkaat arvostavat läpinäkyvyyttä, eettisyyttä ja laatua. Hinta on tärkeä, mutta vastuullisuus tuo lisäarvoa.

→ Ovatko asiakkaat valmiita maksamaan enemmän kestävästä tuotteista tai palveluista?

Monet ovat valmiita maksamaan hieman enemmän kestävästä vaihtoehdoista, jos arvo on selkeä.

→ Miten voimme tehdä kestävästä vaihtoehdoista helpommin saatavia ja houkuttelevampia?

Selkeä viestintä ja näkyvät vaihtoehdot menussa.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

2. Kestävyys/ ydinarvot

Arvolupaus

→ Miten arvolupauksemme luo ympäristöllistä, sosiaalista tai taloudellista arvoa?

Vähentää ruokahävikkiä ja päästöjä. Hyödyntää lähituotantoa ja uusiutuvia raaka-aineita. Luo reiluja ja turvallisia työpaikkoja. Tukee paikallisia yhteisöjä ja tuottajia. Premium-laatu yhdistettynä vastuullisuuteen vahvistaa brändiä ja asiakasuskollisuutta sekä tuottoa.

→ Voiko arvolupauksemme mukautua muuttuviin kestävyysstandardeihin ja asiakkaiden odotuksiin?

Arvolupaus joustaa muuttuviin kestävyysstandardeihin ja asiakkaiden odotuksiin.

Läpinäkyvä viestintä ja jatkuva kehittäminen pitävät ravintolan edelläkävijänä.

Elämyksellinen Premium ravintola

I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

2. Kestävyys/ asiakasrajapinta ja arvonaluonti

Ympäristöllinen

→ Miten yritys minimoi energiankulutuksen, päästöt ja jätteet asiakaskontakteissa ja palvelujen toimittamisessa?

Energiatehokkaat laitteet ja valaistus, Digitaaliset asiakaskontaktit eli vähemmän paperia ja turhaa kulutusta, hävikin minimointi ja kierrätys.

→ Onko tuotteet suunniteltu kestäviksi, kierrätettäviksi tai uudelleenkäytettäviksi ympäristövaikutusten vähentämiseksi?

Suunniteltu pitkäikäisiksi ja kierrätettäviksi, uusiutuvien ja vähävaikutteisten materiaalien käyttö. Pakkausten minimointi ja uudelleenkäyttömahdollisuudet

Sosiaalinen

→ Miten yritys varmistaa, että tuotteet/palvelut ovat saatavilla ja inklusiivisia erilaisille asiakasryhmille?

Varmistamalla tuotteiden ja palvelujen saatavuuden tarjoamalla inklusiivisia vaihtoehtoja ja esteettömän asiakaskokemuksen.

→ Hallitaanko asiakastietoja ja yksityisyyttä vastuullisesti ja eettisesti?

Asiakastietoja hallitaan vastuullisesti ja eettisesti noudattaen tietosuojalainsäädäntöä ja läpinäkyviä käytäntöjä.

Taloudellinen

→ Miten kestävien tuotteiden/palveluiden toimittaminen edistää pitkäaikaista asiakasuskollisuutta ja toistuvia kauppvoja?

Kestävät tuotteet ja palvelut rakentavat luottamusta ja brändiarvoa sekä palaavia asiakkaita.

→ Onko hinnoittelustrategioita, jotka heijastavat tuotteiden tai palveluiden todellisia ympäristö- ja yhteiskunnallisia kustannuksia?

Vastuullinen hinnoittelu huomioiden ympäristö ja yhteiskunnalliset kustannukset kuten vastuullinen sekä eettinen tuotanto tai hiilijalanjälki.

→ Miten yritys tasapainottaa kestävyden ja asiakkaiden maksukyvyyn?

Premium hinnoittelu yhdistettynä vastuullisuuteen tuo lisäarvoa ja kiinnostusta.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

2. Kestävyys/ ydinkumppanit ja verkostot

Ympäristö

→ Miten toimittajia ja kumppaneita arvioidaan ympäristökäytäntöjen (esim. päästöt, energiatehokkuus, resurssien käyttö) osalta?

Arvioidaan läpinäkyvästi ja vastuullisuusraporttien avulla.

→ Onko kumppanuudet suunniteltu edistämään yhteisiä ympäristötavoitteita, kuten kiertotalousaloitteita?

Yhteiset standardit ja arvot kuten vastuullisuuden arvostaminen ohjaavat yhteistyötä.

→ Sitouttaako yritys kumppaneitaan vähentämään ympäristövaikutuksia koko arvoketjussa?

Ympäristönvaikutusten seuranta ja minimisointi

Sosiaalinen

→ Noudattavatko kumppanit työelämän normeja, ihmisoikeuksia ja eettisiä hankintakäytäntöjä?

Oikeudenmukainen työ ja ilmapiiri ovat standardi.

→ Miten sidosryhmät sitoutetaan varmistamaan, että kumppanuudet tuottavat yhteisöllisiä ja sosiaalisia hyötyjä?

Viestintä, tiedotteet tai jopa info-tilaisuudet jossa käydään läpi miten on suoriuduttu ja missä on parannettavaa.

Taloudellinen

→ Onko kumppanuudet rakennettu siten, että ne varmistavat pitkän aikavälin taloudellisen kannattavuuden kaikille sidosryhmille?

Pitkäjänteiset ja luotettavat kumppanuudet, jossa tavoitteet ovat selkeitä ja jossa hyötyvät kaikki osapuolet.

→ Miten riskit jaetaan kumppaneiden kesken taloudellisen kestävyuden ylläpitämiseksi?

Alkusijoituksen suuruuden takia alussa riski on sijoittajilla. Myöhemmin suurinta riskiä kantavat ravintola ja yritykset jotka hyötyvät siitä.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

2. Kestävyys/ rahoitus

Rahoitus

Ympäristö

→ Ovatko organisaation rahoituslähteet (sijoittajat, lainantajat, lahjoittajat) yhdenmukaisia ympäristön kestävyystavoitteiden kanssa?

Organisaation rahoituslähteet valitaan niin että ne tukevat ympäristötavoitteita ja vastuullista kasvua.

Sosiaalinen

→ Noudattavatko rahoituskumppanit työelämän normeja, ihmisoikeuksia ja eettisiä hankintakäytäntöjä?

Rahoituskumppanit arvioidaan sen mukaan, että ne noudattavat työelämän normeja, ihmisoikeuksia ja eettisiä hankintakäytäntöjä.

→ Tuottavatko rahoituslähteet yhteisöllisiä ja sosiaalisia hyötyjä?

Rahoituslähteet valitaan tukemaan paikallisia yhteisöjä ja tuottamaan laajempia sosiaalisia hyötyjä.

→ Edistävätkö rahoituskumppanit monimuotoisuutta, tasa-arvoa ja osallisuutta verkostoissa?

Rahoituskumppaneita edellytetään ylläpitämään samoja standardeja kuin muiden osallistenkin.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

2. Kestävyys/ kannattavuus

Kannattavuus

Taloudellinen kestävyys

→ Kuinka tehokkaasti yritys tuottaa voittoa ilman, että se vaarantaa pitkän aikavälin kestävyyttä?

Yritys tuottaa voittoa tehokkaasti yhdistämällä premium-laadun ja vastuullisuuden ilman, että pitkän aikavälin kestävyyttä vaarannetaan.

→ Seurataanko ja optimoidaanko resurssien käyttöä (esim. energia, raaka-aineet) kustannustehokkaasti ja vastuullisesti?

Energiaa ja raaka-aineita seurataan ja optimoidaan kustannustehokkaasti sekä vastuullisesti

→ Onko liiketoimintamallimme riippuvainen lyhyen aikavälin voitosta vai pitkäjänteisestä arvonluonnista?

Malli perustuu pitkäjänteiseen arvonluontiin ja asiakasuskollisuuteen ei pelkästään lyhyen aikavälin voittoihin. Huomioiden turistikaudet ja sesongit.

Sosiaalinen kestävyys

→ Miten kannattavuutta tavoitellessa varmistetaan henkilöstön hyvinvointi ja eettiset työolosuhteet?

Kannattavuutta tavoitellaan varmistamalla reilut palkat, turvalliset työolosuhteet ja henkilöstön jaksamisen tukeminen.

→ Kohdellaanko sidosryhmiä (asiakkaat, toimittajat, yhteisöt) reilusti ja läpinäkyvästi?

Kohtaamme reilusti kaikki ihmiset ja tilanteissa olemme läsnä. Vastuulliset käytännöt

Ympäristöllinen kestävyys

→ Onko kannattavuus saavutettu ympäristöä kuormittamatta (esim. vähäiset päästöt, jätteiden minimointi)?

Minimoimalla päästöjä, hävikkiä ja jätteitä. Energiatarkat ratkaisut

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

2. Kestävyys/ maksuvalmius

Maksuvalmius

Taloudellinen kestävyys

→ Onko yrityksen kassavirta riittävän vakaa kestämään taloudellisia tai markkinahäiriöitä?

Kassavirta suunnitellaan riittävän joustavaksi jotta häiriöt eivät ole suuri riski.

→ Kuinka vastuullisesti hallitaan maksuvalmiutta suhteessa sijoittajiin ja toimittajiin?

Tasapainottaen ottaen huomioon osallisten odotukset ja tarpeet.

Sosiaalinen kestävyys

→ Kuinka hyvin yritys huolehtii työntekijöidensä rahallisesta turvallisuudesta myös taloudellisesti haastavina aikoina?

Yritys turvaa työntekijää vakaalla palkalla ja sovitulla määrällä töitä.

→ Pyritäänkö maksamaan toimittajille ajallaan ja tukemaan paikallisia yrityksiä?

Maksut ajallaan ja kunnioitus toisen panostuksesta. Paikallisten yritysten kautta laatua ja erikoisosaamista.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

2. Kestävyys/ vakavaraisuus

Vakavaraisuus

Taloudellinen kestävyys

→ Kuinka hyvin yritys kestää taloudellisia riskejä ilman, että sen arvot tai vastuut vaarantuvat?

Ennakoimalla ja varautumalla. Rakentamalla vahvoja kumppanuuksia jotka takaavat palvelujen toiminnan.

→ Onko velkaantumistaso hallinnassa, myös suhteessa tulevaisuuden investointitarpeisiin?

Ravintola, sen konsepti ja brändäys sekä asiakkaiden uskollisuus määräävät kuinka nopeasti alkusijoitusten velka on tasoitettu. Myynnin noustessa uudet investoinnit ovat taas pöydällä.

Sosiaalinen kestävyys

→ Toimiiko yritys läpinäkyvästi ja eettisesti sijoittajien ja työntekijöiden suuntaan?

Kyllä, tarjoamalla selkeän suunnitelman ja yrityksen tavoitteet sekä toiveet.

Ympäristöllinen kestävyys

→ Onko yrityksen pääomarakenne suunniteltu tukemaan vihreää siirtymää ja hiilineutraaliutta?

Yrityksen pääomarakenne on suunniteltu tukemaan vihreää siirtymää ja hiilineutraaliutta ohjaamalla investoinnit kestäviin ja energiatehokkaisiin ratkaisuihin.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

3. Asiakasrajapinta ja arvonaluonti

Markkinointi ja viestintä

→ Ketkä ovat kohdeasiakkamme ja miten tavoitamme heidät tehokkaasti?

Kohdeasiakkaita ovat premium-asiakkaat, yritysasiakkaat ja juhlatilaisuudet. Heidät tavoitetaan digitaalisesti, sosiaalisessa mediassa ja kumppanuuksien kautta. Näyttävä ravintola Walk-in asiakkaat.

→ Mitkä markkinointikanavat (verkko, offline, sosiaalinen media, kumppanuudet) ovat tehokkaimpia kohdeyleisöllemme?

Verkkosivut ja sosiaalinen media ovat pääkanavat. Offline-tapahtumat ja kumppanuudet tukevat premium-asemaa.

→ Kuinka viestimme brändimme identiteetin ja arvolupauksen selkeästi?

Brändi viestitään yhtenäisellä visuaalisella ilmeellä ja tarinallisella sisällöllä, korostaen elämyksellisyyttä ja laatua.

→ Mitkä viestit ja tarinankerronnan lähestymistavat resonoivat parhaiten asiakkaidemme kanssa?

Parhaita tarinat ruoan alkuperästä, kokkien intohimosta ja asiakkaiden kokemuksista. Panostus visuaalisuuteen.

→ Kuinka erottaudumme kilpailijoistamme markkinoinnissamme?

Erotumme tarjoamalla kokonaisvaltaisen elämyksen: ruoka, palvelu ja tunnelma yhdessä.

→ Millainen markkinointistrategia meillä on?

Strategia perustuu elämyksellisyyden korostamiseen, monikanavaiseen näkyvyyteen ja vahvoihin kumppanuuksiin.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

3. Asiakasrajapinta ja arvonaluonti

Myynti ja jakelu

→ Mitkä ovat tärkeimmät myyntikanavamme (suora, verkko, kumppanit, välittäjät)?

Myyntikanaviamme ovat suora myynti ravintolassa, verkkovarausjärjestelmä, kumppanuudet sekä välittäjät.

→ Kuinka tehokkaita ja asiakasystävällisiä myyntiprosessimme ovat?

Myyntiprosessimme ovat selkeitä, asiakasystävällisiä ja suunniteltu nopeaan sekä vaivattomaan asiointiin.

→ Mitkä tekijät vaikuttavat eniten asiakkaiden ostopäätöksiin?

Ruoan laatu, elämyksellinen tunnelma, palvelun taso ja brändin uskottavuus.

→ Miten teemme ostamisen helpoksi?

Teemme ostamisen helpoksi tarjoamalla selkeän varausjärjestelmän, joustavat maksutavat ja asiakaslähtöisen palvelun.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

3. Asiakasrajapinta ja arvonaluonti

Asiakassuhteet

→ Kuinka luomme ja ylläpidämme vahvoja asiakassuhteita?

Luomme vahvoja asiakassuhteita henkilökohtaisella palvelulla, elämyksillä ja jatkuvalla vuorovaikutuksella.

→ Minkälaista suhdetta asiakkaamme odottavat (henkilökohtainen, automatisoitu, pitkäaikainen, transaktiopohjainen)?

Asiakkaamme odottavat henkilökohtaista ja pitkäaikaista suhdetta, jossa laatu ja elämyksellisyys korostuvat.

→ Kuinka keräämme ja käytämme asiakaspalautetta tuotteiden tai palvelujen parantamiseksi?

Keräämme palautetta digitaalisesti ja kasvokkain, ja käytämme sitä palvelujen jatkuvaan parantamiseen.

→ Tarjoammeko kanta-asiakasohjelmia, myynnin jälkeisiä palveluita tai muita sitouttamisvaihtoehtoja?

Tarjoamme kanta-asiakasohjelmia, jälkipalveluita ja eksklusiivisia tapahtumia asiakasuskollisuuden vahvistamiseksi.

→ Kuinka personoimme vuorovaikutuksemme vahvistaaksemme asiakassuhdetta?

Asiakastietojen ja mieltymysten avulla, jotta kokemus tuntuu yksilölliseltä.

→ Miten muutamme potentiaaliset asiakkaat suosittelijoiksi?

Muutamme potentiaaliset asiakkaat suosittelijoiksi tarjoamalla elämyksiä, jotka ylittävät odotukset ja jäävät mieleen.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

3. Asiakasrajapinta ja arvonaluonti

Asiakaskokemus ja -tyytyväisyys

→ Miten asiakkaat kokevat tuotteidemme laadun, arvon ja luotettavuuden?

Asiakkaat kokevat tuotteemme korkealaatuisina, arvokkaina ja Premium tasoisina.

→ Mikä tekee asiakaskokemuksestamme ainutlaatuisen verrattuna kilpailijoihin?

Asiakaskokemuksemme erottuu kilpailijoista kokonaisvaltaisella elämyksellä, jossa ruoka, tunnelma ja palvelu yhdistyvät.

→ Mitkä ovat asiakastyytyväisyyden tärkeimmät tekijät yrityksessämme?

Tyytyväisyyden tärkeimmät tekijät ovat ruoan laatu, palvelun taso, tunnelma ja asiakaslähtöisyys.

→ Kuinka nopeasti ja tehokkaasti vastaamme asiakkaiden tarpeisiin ja palautteeseen?

Nopeasti, ratkaisukeskeisesti ja kohteliaasti.

→ Mitä parannuksia voisimme tehdä asiakaskokemuksen parantamiseksi?

Hyödyntää palautetta, palvelun kehittämiseksi ja uusiin elämyksiin.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

3. Asiakasrajapinta ja arvonaluonti

Arvon tuottaminen ja kilpailuetu

→ Miten voimme varmistaa, että asiakasrajapinnassa arvot toteutuvat asiakkaalle odotetusti?

Ne toteutuvat odotetusti koulutetun henkilöstön ja asiakaslähtöisen palvelun avulla.

→ Mitkä järjestelmät tai prosessit tukevat tehokasta arvon tuottamista (esim. logistiikka, palvelun laatu, tuki)?

Tehokasta arvon tuottamista tukevat logistiikka, laadunhallinta ja asiakastuki.

→ Kuinka valvomme ja ylläpidämme standardeja?

Seurannalla ja jatkuvalla kehittämisellä.

→ Tarjoammeko arvoa tehokkaasti – tasapainottaen kustannuksia, laatua ja nopeutta?

Tarjoamme arvoa tasapainottaen kustannuksia, laatua ja nopeutta asiakaskokemuksen säilyessä premium-tasolla.

→ Mitkä arvontoimittamisen osa-alueet vahvistavat eniten kilpailuetumme?

Elämyksellinen palvelu, laadukkaat raaka-aineet ja kokonaisvaltainen asiakaskokemus.

→ Kuinka teknologia, kumppanuudet tai innovaatiot voivat parantaa arvon toimittamistamme?

Parantavat arvon toimittamista automatisoinnin, datan ja uusien ratkaisujen kautta.

Elämyksellinen Premium ravintola

I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

4. Ydinkumppanit ja verkostot

Ydinkumppaneiden tunnistaminen

→ Ketkä ovat tärkeimmät kumppanimme, yhteistyökumppanimme tai sidosryhmämme?

Tärkeimpiä kumppaneitamme ovat raaka-ainetoimittajat, tapahtumajärjestäjät ja strategiset yhteistyökumppanit.

→ Mikä rooli heillä on toimintamme ja menestyksemme tukemisessa (operatiivinen, taktinen, strateginen)?

He tukevat toimintaamme operatiivisesti laadun ja logistiikan kautta, taktisesti markkinoinnissa ja strategisesti brändin vahvistamisessa.

→ Missä toiminnoissa tai resursseissa olemme riippuvaisia kumppaneistamme?

Olemme riippuvaisia kumppaneista raaka-aineiden saatavuudessa ja prosessien mutkattomassa toiminnassa.

→ Kuinka tärkeitä nämä kumppanuudet ovat arvolutapauksemme toteuttamiselle?

Kriittisiä, tarvitsemme partnereiden tukea, jotta voimme tarjota asiakkaille premium elämyksiä.

Kumppanuuksien tarkoitus ja arvo

→ Mitä arvoa kumppanuudet tuovat liiketoiminnalle (asiantuntemus, teknologia, rahoitus, markkinoille pääsy)?

Kumppanuudet tuovat liiketoiminnalle asiantuntemusta, teknologiaa, rahoitusta ja pääsyn uusille markkinoille.

→ Miten kumppanuudet auttavat meitä vähentämään kustannuksia, riskejä tai työmäärää?

Kumppanuudet auttavat vähentämään kustannuksia, riskejä ja työmäärää jakamalla resursseja ja osaamista.

→ Mitä molemminpuolisia etuja me ja kumppanimme saamme yhteistyöstä?

Me saamme laadun ja resurssit. Kumppanit saavat näkyvyyttä, asiakkuuksia ja pitkäaikaisia yhteistyösuhteita.

Elämyksellinen Premium ravintola

I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

4. Ydinkumppanit ja verkostot

Verkostot

→ Mihin alan verkostoihin, yhdistyksiin tai klustereihin kuulumme ja miksi?

Finedining ravintoloiden liitot, matkailu- ja elämysklusterit, paikalliset yrittäjäverkotot. Vahvistavat brändiä ja sen näkyvyyttä, mahdollisia kumppaneita.

→ Miten nämä verkostot tukevat tiedon jakamista, innovaatioita tai näkyvyyttä?

Uudet trendit ja tutkimukset. Yhteistyö uusien konseptien luomiseksi. Markkinointi ja brändi.

→ Onko mahdollisuuksia luoda uusia verkostoja tai vahvistaa olemassa olevia?

Aina on hyödyllistä kuunnella ja etsiä kasvumahdollisuuksia. Luotettavat kumppanuudet ovat arvokkaita.

→ Miten ylläpidämme luottamusta, viestintää ja yhtenäisyyttä verkostossamme?

Avoimella ja selkeällä viestinnällä, säännöllisillä tapaamisilla ja pitämällä yhteiset tavoitteet.

Johtaminen ja koordinaointi

→ Miten valitsemme, johdamme ja arvioimme tärkeimpiä kumppaneitamme?

Laatu ja luottamus, läpinäkyvä viestintä.

→ Onko meillä selkeät sopimukset, yhteiset tavoitteet ja suorituskykyodotukset?

Standardit ja käytännöt sekä viralliset sopimukset. Puhalletaan yhteen hiileen.

→ Miten käsittelemme kumppanuuksien sisällä ilmeneviä ongelmia tai muutoksia?

Avoin keskustelu ja joustavat ratkaisut. Tavoitteena säilyttää kumppanuus ja asiakaskokemus ilman häiriöitä.

→ Miten varmistamme, että yhteistyömme pysyy oikeudenmukaisena, läpinäkyvänä ja molempia osapuolia hyödyttävänä?

Reilua peliä toisen tarpeet ja tavoitteet huomioiden. Viestintäkanava josta tavoittaa.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

5. Rahoitus, kannattavuus, maksuvalmius ja vakavaraisuus

Rahoitus

→ Miten paljon pääomaa liiketoiminnan käynnistämiseen/ operoimiseen tarvitaan?

Merkittävä pääoma, joka kattaa tilat, henkilöstön, raaka-aineet ja markkinoinnin. Premium-ravintolassa investointitaso on korkeampi elämyksellisyyden ja laadun varmistamiseksi.

→ Mitkä ovat tärkeimmät rahoituslähteemme (oma pääoma, lainat, avustukset, sijoittajat, voitot)?

Oma pääoma, pankkilainat, julkiset avustukset, sijoittajat sekä liiketoiminnan voitot.

→ Kuinka riippuvaisia olemme ulkoisesta rahoituksesta?

Olemme osittain riippuvaisia ulkoisesta rahoituksesta erityisesti alkuvaiheessa ja laajennuksia suunniteltaessa.

Tavoitteena on kuitenkin vahvistaa omaa kassavirtaa ja vähentää riippuvuutta ajan myötä.

→ Mitä rahoitusmahdollisuuksia (julkiset ohjelmat, sijoittajat, kumppanuudet) meillä on käytettävissämme?

Käytettävissä ovat julkiset ohjelmat (esim. Business Finland, EU-tuki), yksityiset sijoittajat sekä strategiset kumppanuudet.

Elämyksellinen Premium ravintola

I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

5. Rahoitus, kannattavuus, maksuvalmius ja vakavaraisuus

Kannattavuus

→ Mikä on pääasiallinen tulonlähteenne - miten ansaitsemme rahaa (ansaintalogiikka)?

Pääasiallinen tulonlähteenne on korkeatasoinen ruoka- ja juomamyyni, jota tukevat elämykselliset palvelut. Premium hinnoittelu.

→ Ovatko tuotteidenne tai palveluidenne hinnat oikeat kannattavuuden varmistamiseksi?

Tuotteiden hinnoittelussa on huomioitu laatua kohtuuhintaan periaate. Premium mutta ei ökykallis. Asiakkaat ottavat useaa kallista tuotetta.

→ Mitkä asiakassegmentit tai tuotteet/palvelut ovat kannattavimpia?

Luksusasiakkaat, yritysasiakkaat sekä erityistilaisuudet (esim. juhlat, tasting-illat).

→ Mitkä ovat tärkeimmät kustannustekijämme ja miten voimme hallita niitä tehokkaasti?

Raaka-aineet, henkilöstö, tilat ja markkinointi. Hallinta perustuu tarkkaan hankintaan, resurssien optimointiin ja säilyttämiseen.

→ Kuinka tasapainotamme lyhyen aikavälin kannattavuuden ja pitkän aikavälin liiketoiminnan kasvun?

Lyhyen aikavälin kannattavuus varmistetaan tehokkaalla operoinnilla ja asiakastyytyväisyydellä.

Pitkän aikavälin kasvuun panostetaan investoimalla elämyksellisyyteen, brändiin ja verkostoihin.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

5. Rahoitus, kannattavuus, maksuvalmius ja vakavaraisuus

Maksuvalmius

→ Kuinka hyvin hallitsemme kassavirtaa (tulot vs. menot)?

Kassavirtaa hallitsemme seuraamalla tarkasti tulojen ja menojen tasapainoa sekä ennakoimalla kulut.

→ Kuinka nopeasti voimme tarvittaessa muuttaa varat käteiseksi?

Nopeasti hyödyntämällä joustavia rahoitusratkaisuja.

→ Onko olemassa kausiluonteisia tai syklisiä tekijöitä, jotka vaikuttavat maksuvalmiuteemme?

Sesonkien kysyntäpiikit ja hiljaisemmat jaksot.

Vakavaraisuus

→ Kuinka vahva on pitkän aikavälin taloudellinen asemamme kokonaisuudessaan?

Kestävä rahoituspohja ja vakaa kassavirta vahvistavat pitkää hyvää taloudellista asemaa.

→ Mikä on vieraan ja oman pääoman suhde, ja onko se kestävä?

Alku sijoitukset suuret mutta oman pääoman kertyminen tasapainottaa ajan myötä.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

6. Markkina-analyysi

Markkinakatsaus

→ Millä markkinalla tai toimialalla toimimme?

Toimimme ravintola- ja elämyspalveluiden premium-segmentissä, jossa korostuvat laatu, eksklusiivisuus ja asiakaskokemus.

→ Kuinka suuri markkina on potentiaalisten asiakkaiden ja mahdollisten tulojen kannalta?

Premium-asiakkaiden markkina on rajallinen mutta ostovoimainen, ja potentiaaliset tulot perustuvat korkeaan keskiostoon ja toistuviin elämyksiin.

→ Mitkä tekijät (taloudelliset, teknologiset, poliittiset, sosiaaliset, oikeudelliset) vaikuttavat markkinoiden kehitykseen (PESTEL-analyysi)?

Ostovoiman vaihtelu ja kulutuskäyttäytyminen. Varausjärjestelmät, tekoäly. Verotus, alkoholilainsäädäntö. Elämyksellisyys trendi tai kiinnostuksen puute, vegaanisuus. Kestävä kehitys.

→ Mitä mahdollisuuksia ja riskejä nykyisessä markkinaympäristössä on (puhdas kilpailu, monopoli, oligopoli)?

Mahdollisuus kasvavassa kiinnostuksessa elämyksiin ja luksusmatkailuun. Riskinä kilpailu ja asiakkaiden hintatietoisuus.

→ Kuinka suuri kohdemarkkinamme on ja kuinka nopeasti se kasvaa?

Varakkaat kuluttajat ja yritysasiakkaat kasvua on trendien myötä.

→ Mikä on markkinoiden nykytila – kehittyvätkö ne, ovatko ne kypsät vai taantuvatko ne?

Medium, uudet kehitykset voivat lisätä elämyksellisyyttä tai tekoäly olla osana. Trendien vaikutus.

→ Mitkä ovat tämän markkinan kasvun tai muutoksen tärkeimmät ajurit?

Elämyshakuisuus ja matkailun kasvu.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

6. Markkina-analyysi

Markkinapaikka-analyysi

→ Missä asemassa tuotteemme tai palvelumme on markkinarakenteessa (niche, mainstream, premium)?

Ehdottomasti Premium haluamme asiakkaalle arvokkaan olon ja tarjota heille illan jonka muistavat. Viestintämme sekä markkinointi välittää samaa.

→ Kuinka helposti tavoitettavissa kohdemarkkinamme on maantieteellisesti tai digitaalisesti?

Ravintolamme sijaitsee keskeisessä paikassa ja on näkyvä myös digitaalisesti.

→ Kuinka varmistamme näkyvyyden ja saavutettavuuden markkinoilla (brändäys, sijainti, verkkonäkyvyys)?

Yhtenäisellä markkinoinnilla joka korostaa elämyksellistä ja erittäin laadukasta ravintola kokemuksesta.

→ Onko alueellisia, kulttuurisia tai logistisia tekijöitä, jotka vaikuttavat markkina-asemaamme?

Paikallinen ostovoima ja turistien matkailu virrat. Löytävätkö ihmiset helposti paikalle? Kulttuuriset odotukset. Raaka-aineiden saatavuus ja kuljetus.

Elämyksellinen Premium ravintola I Liiketoimintamallin nykytila-analyysi

6. Markkina-analyysi

Kilpailija-analyysi

→ Ketkä ovat tärkeimmät kilpailijamme ja mitkä ovat heidän vahvuutensa ja heikkoutensa (kilpailijamatriisi)?

Muut fine dining ja premium ravintolat jotka saattavat tarjota erilaisia elämyksiä tai kalliimpia hyper dining kokemuksia.

→ Miten kilpailijat asemoitavat itsensä (hinta, laatu, innovaatio, brändi-imago)?

Kilpailijat asennoivat itsensä heidän liiketoiminta suunnitelman mukaisesti. Brändi voi keskittyä laadukkaisiin lihatuotteisiin tai vaikkapa premium keittoihin kunhan kokemukseen on tuotu selkeästi elämyksellisyyttä lisääviä elementtejä ja asiakaslähtöistä palvelua.

→ Mitä kilpailijat tekevät eri tavalla, mitä asiakkaat arvostavat?

Annokset, miljöö, arvot ja markkinointi.

→ Miten voimme erottautua ja luoda ainutlaatuisen kilpailuedun?

Tekemällä täydellisen elämispaketin meidän erikoisosaamisella valmistetuista sekä räätälöidyistä tuotteista ja palveluista.

→ Mitä esteitä uusille tulokkaille on tällä markkinalla (kustannukset, säännökset, uskollisuus)?

Alkusijoitusten tarve, markkina aseman luominen vahvalla brändillä, laadun varmistaminen.

Trendit

→ Mitkä merkittävät megatrendit ja trendit muokkaavat alaa (digitalisaatio, kestävä kehitys, personointi jne.)?

Kestävä kehitys, tekoäly, kasvisvaihtoehdot, personointi, sosiaalinen media.

→ Miten asiakkaiden mieltymykset ja käyttäytyminen muuttuvat?

Kokemusten kautta, siksi on erittäin tärkeää tarjota aina laadukas ja elämyksellinen kokemus.

→ Mitkä uudet teknologiat tai innovaatiot voivat mullistaa tai parantaa markkinaamme?

Tekoäly, Labraliha. Ihmisillä enemmän rahaa ostaa premium palveluita.

→ Miten voimme sopeutua näihin uusiin trendeihin tai hyödyntää niitä?

Olemalla avoin tulevaisuudelle ja tutkimalla onko löydöksistä hyötyä.

Elämyksellinen Premium ravintola

II Liiketoimintamallin resilienssin ja dynaamisuuden arviointi tulevaisuuden näkökulmasta

1. Tiedonkeruu ja monitorointi
 - PESTE
 - Megatrendit ja trendit

Elämyksellinen Premium ravintola

II Liiketoimintamallin resilienssin ja dynaamisuuden arviointi tulevaisuuden näkökulmasta

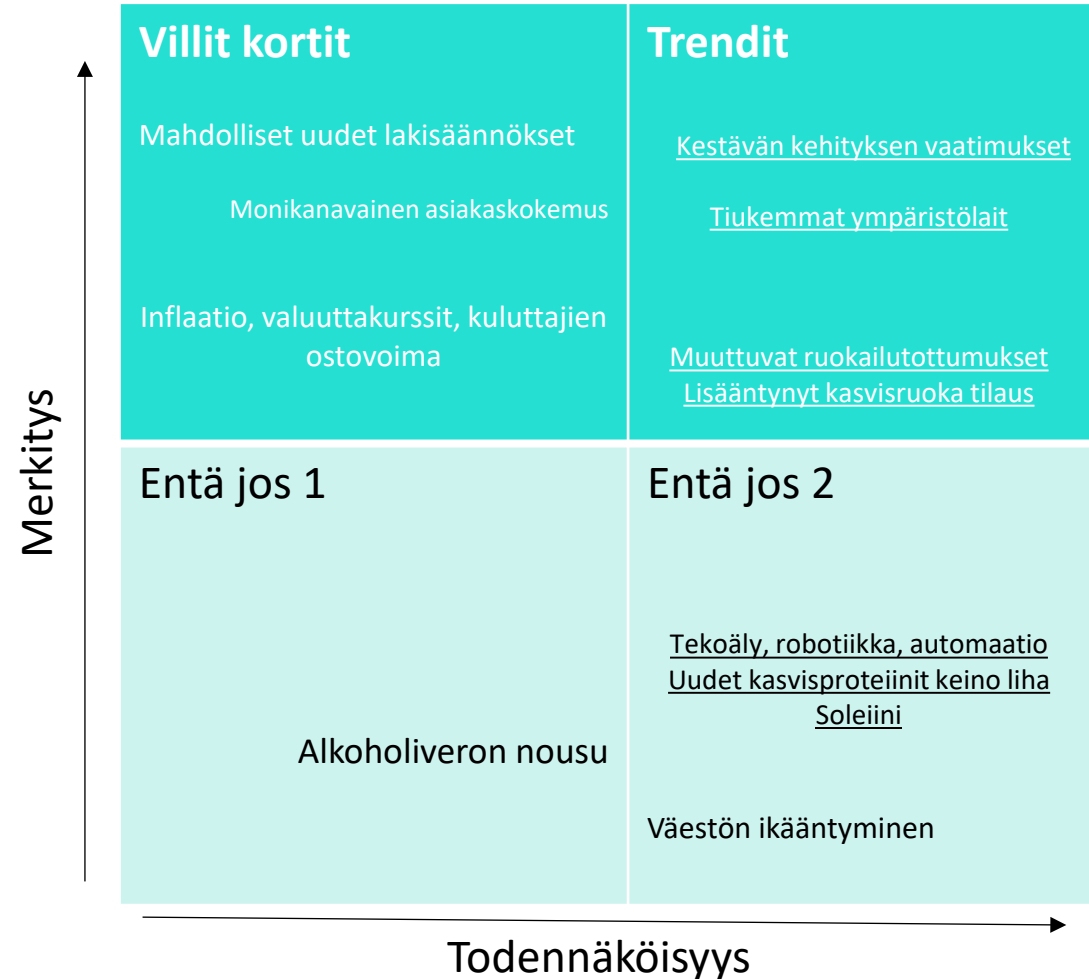
Aikajänne	Poliittiset	Taloudelliset	Sosiaaliset	Teknologiset	Ekologiset
Pitkä aikaväli (yli 10 vuotta)	Uudet säädökset, tiukemmat ympäristölait	Inflaatio, valuuttakurssit, kuluttajien ostovoima,	Väestön ikääntyminen, muuttuvat Ruokailutottumukset. Lisääntynyt kasvisruoka tilaus	Tekoäly, robotiikka, Automaatio uudet kasviproteiinit, keinoliha, soleiini	Kestävän kehityksen vaatimukset
Lyhyt aikaväli	Alkoholilainsäädäntö, alkoholilaki, viinit kauppoihin,	Korkojen muutokset ja kuluttajien ostovoima, alkoholivero	Lisääntynyt kasvisruoka tilaus	Tekoäly, mobiililisovellukset. Monikanavainen asiakaskokemus	Kierrätys minimointi, hävikki minimointi, hiilijalanjälki, ilmastonmuutos ja raakaaineiden hinta
Yllätykset	Sodat, Venäjän vaalit, USA vaal	Talouden täyskäännös	Lisääntynyt elinikä, maahanmuuton tilanne (lisäys/pysähdys)	Uusi teknologinen läpimurto, internet epävakaas ja luotettavuus	Pandemiat, eläintaudit, kasvitaudit

Elämyksellinen Premium ravintola

II Liiketoimintamallin resilienssin ja dynaamisuuden arviointi tulevaisuuden näkökulmasta

2. Tietojen tulkinta

Tässä osiossa tunnistetaan tärkeimmät muutosajurit tiedonkeruusta. Muutosajurit arvioidaan todennäköisyyden ja merkityksen mukaan.



Elämyksellinen Premium ravintola

II Liiketoimintamallin resilienssin ja dynaamisuuden arviointi tulevaisuuden näkökulmasta

3. Skenaariot

1. Keskeisten tekijöiden valinta

- Tunnista ne muuttujat, jotka vaikuttavat eniten tarkasteltavaan ilmiöön (esim. teknologia, talous, sääntely, käyttäytymistrendit).
- Hyvä käytäntö on aloittaa laajalla listalla ja rajata 5–10 kriittisimpään tekijään.

2. Skenaarioakselien rakentaminen

- Valitse kaksi tekijää, jotka ovat sekä epävarmoja että vaikutusvaltaisia.
- Näistä muodostetaan kaksi akselia, jotka risteävät ja luovat nelikentän (4 skenaariota).

3. Kunkin tekijän ääriarvojen asettaminen

- Määritä jokaiselle akselille ääripäät (esim. “vahva sääntely” vs. “vapaa markkina”).
- Ääripäiden tulee olla realistisia mutta riittävän kontrastisia.

4. Oletusten ja seurausten kuvaaminen

- Kirjoita jokaiselle skenaariolle tarina: mitä tapahtuu, miksi, ja mitä seurauksia sillä on?
- Hyödynnä loogisia ketjuja: jos X tapahtuu, niin Y seuraa.

5. Skenaarion nimen määrittäminen

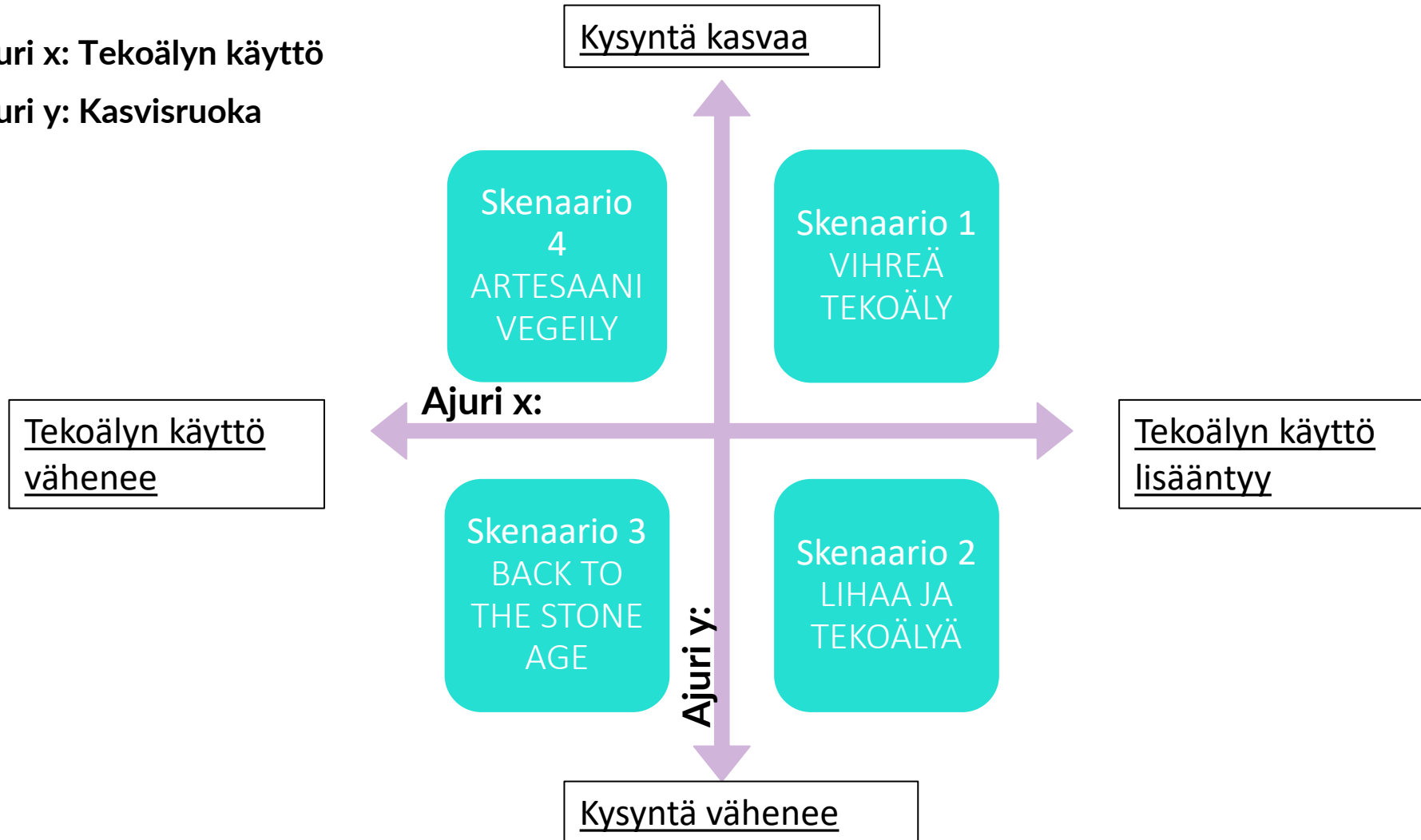
- Nimi tekee skenaariosta mieleenpainuvan ja kertoo sen ytimen (esim. “Digitaalinen vallankumous” tai “Sääntelyn paluu”).
- Käytä metaforia tai lyhyitä iskeviä fraaseja.

Elämyksellinen Premium ravintola

II Liiketoimintamallin resilienssin ja dynaamisuuden arviointi tulevaisuuden näkökulmasta

Ajuri x: Tekoälyn käyttö

Ajuri y: Kasvisruoka



Elämyksellinen Premium ravintola

II Liiketoimintamallin resilienssin ja dynaamisuuden arviointi tulevaisuuden näkökulmasta

4. Skenaarioiden syventäminen ja konkretisointi

Tee SWOT-analyysi jokaiselle skenaariolle

1. Arvioi neljä näkökulmaa:

- Vahvuudet (Strengths)
- Heikkoudet (Weaknesses)
- Mahdollisuudet (Opportunities)
- Uhat (Threats)

2. Vertaa skenaarioita keskenään

- Mitkä skenaariot ovat vahvimpia mahdollisuuksien ja vahvuuksien suhteen?
- Missä heikkoudet ja uhat ovat hallittavissa?
- Voit pisteyttää jokaisen SWOT-kategorian (esim. 1–5) ja laskea kokonaisarvon.

Elämyksellinen Premium ravintola

II Liiketoimintamallin resilienssin ja dynaamisuuuden arviointi tulevaisuuden näkökulmasta

4. Skenaarioiden syventäminen ja konkretisointi

3. Lisää strateginen näkökulma

Kun vertaat SWOT-analyysien tuloksia:

- Mitä on tehtävä joka tapauksessa, riippumatta siitä, mikä skenaario toteutuu? (Esim. osaamisen kehittäminen, teknologian modernisointi, asiakassuhteiden vahvistaminen.)
- Mitkä ovat keskeiset teemat, jotka uhkaavat tai tarjoavat mahdollisuuksia joissakin skenaarioissa liiketoiminnan kehittämiseksi? (Esim. digitalisaatio, lainsäädännön muutokset, uudet markkinat, kilpailun kiristyminen.)

Elämyksellinen Premium ravintola

II Liiketoimintamallin resilienssin ja dynaamisuuden arviointi tulevaisuuden näkökulmasta

4. Skenaarioiden syventäminen ja konkretisointi

Skenaario	Vahvuudet	Heikkoudet	Mahdollisuudet	Uhat	Mitä on tehtävä joka tapauksessa?	Keskeiset teemat (uhat/mahdollisuudet)
1. VIHREÄ TEKÖÄLY	Tehokkuus, personointi, ekologinen imago. Kasvipainotteisuutta arvostavat ympäristötietoiset asiakkaat.	Korkeat teknologia-kustannukset, kokemuksen "kylmyys" Riippuvuus datasta ja järjestelmistä.	Uudet kasvipohjaiset teknologiat (3D-tulostus, fermentointi), datavetoiset elämykset. Kansainvälinen kiinnostus kestävään fine dining.	Teknologiariippuvuus, sääntely, kilpailijoiden kopiointi. Tekoälyn eettiset kysymykset.	Hyödynnettävä tekoälyä, kehitettävä kasvisinovaatioita, varmistettava eettisyys	Mahdollisuudet: Vihreä premium, personointi Uhat: Teknologiayllikuormitus, luottamuskysymykset
2. LIHAA JA TEKÖÄLYÄ	Täydellinen lihan kypsennys ja laatu, tehokkuus, premium-liha, automaatio	Korkeat raaka-ainekustannukset ja hiilijalanjälki, imagoriskit	Eettinen premium-liha, teknologinen huippukokemus,	Lihan kulutuksen mahdollinen lasku pitkällä aikavälillä. Sääntely ja verotus Eettiset keskustelut ja julkinen paine.	Panostettava vastuulliseen lihaan, hallittava imagoa, optimoitava prosessit	Mahdollisuudet: Teknologinen lihagourmet Uhat: Sääntely, eettinen paine
3. BACK TO THE STONE AGE	Aitous, käsityö, elämyksellisyys, perinteinen ruoka, nostalginen kokemus. Vahva tarinallisuus ja brändin erottuvuus.	Tehottomuus, korkeat työvoimakulut. Hävikin hallinta vaikeampaa ilman teknologiaa. Rajoittunut asiakaskunta	Slow food -trendin nousu. Eksklusiiviset elämykset, kuten avotuli-illalliset ja käsityömenut. Paikalliset tuottajat	Raaka-aineiden hinnannousu. Kilpailu perinteisistä ravintoloista. Ympäristökritiikki eläinperäisestä painotuksesta.	Rakennettava vahva käsityöbrändi, hallittava kustannuksia, panostettava palveluun	Mahdollisuudet: Nostalginen premium Uhat: Korkeat kulut, ekologinen kritiikki
4. ARTESAANI VEGEILY	Käsityöläisyys ja kasvisruoka yhdistyvät trendikkäästi. Vahva ekologinen ja eettinen brändi. Mahdollisuus luoda uniikkeja, taiteellisia annoksia.	Työvoimavaltaisuus ja sesonkiriippuvuus. Premium kasvisruuan hinnoittelu.	Kasvisruoan kasvu, ikoniset artesaaniannokset. Yhteistyö pientuottajien, viljelijöiden ja artesaanien kanssa.	Kilpailu Sesonkien ja saatavuuden vaihtelut. Taloudellinen epävarmuus ja asiakkaiden hintaherkkyys.	Rakennettava artesaanikonsepti, vahvistettava tuottajaverkostoja, hallittava sesonkeja	Mahdollisuudet: Eettinen premium, kasvistrendit Uhat: Saatavuusvaihtelut, kilpailun kasvu

Elämyksellinen Premium ravintola

III Liiketoimintamallin innovaatiotarpeet, kestävyuden, dynaamisuuden ja resilienssin kehittäminen

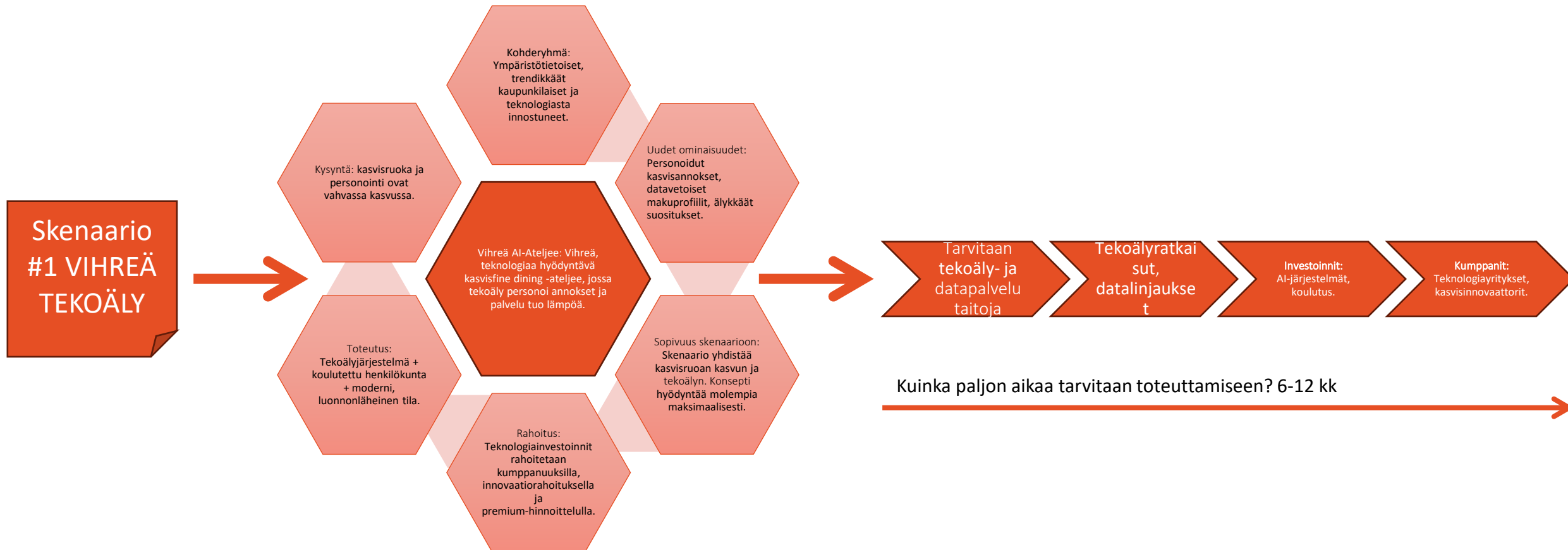
1. Valittujen konseptien suunnittelu

Valitse edellisestä taulukosta suurimmat uhat ja mahdollisuudet alla olevaan taulukkoon.

Skenaario	Suurimmat uhat ja mahdollisuudet	Konsepti-ideat, joilla pystytään vastaamaan muutoksiin
1. VIHREÄ TEKOÄLY	<p>Mahdollisuus: Teknologian ja kasvisnovaatioiden yhdistäminen johtaa täysin uudenlaiseen vihreään premium-kokemukseen.</p> <p>Uhka: Teknologiariippuvuus ja asiakkaiden kokema "epäinhimillisuus".</p>	<p>Vihreä AI-Ateljee</p> <p>Tekoäly suunnittelee personoidut kasvisannokset, mutta tarjoilijat ja kokit tuovat elämykseen lämpöä ja tarinallisuutta. Luonnonmukainen estetiikka ja dataohjattu ruoka.</p>
2. LIHAA JA TEKOÄLYÄ	<p>Mahdollisuus: Tekoälyllä optimoitu täydellinen premium-lihaelämys.</p> <p>Uhka: Ympäristökritiikki ja mahdollinen lihansääntely.</p>	<p>Älypivlaboratorio</p> <p>Laboratoriomaisen tarkka kypsennys, älypöydät ja personoidut makuprofiilit. Vahva vastuullisuusviestintä ja eettiset tuottajat.</p>
3. BACK TO THE STONE AGE	<p>Mahdollisuus: Aito, käsityöläinen ja alkukantainen elämys, joka erottuu täysin teknologisesta maailmasta.</p> <p>Uhka: Korkeat kustannukset ja ekologinen kritiikki eläinperäisestä painotuksesta.</p>	<p>Tulikeittiö</p> <p>Avotuli, käsityö, rituaalimaiset illalliset ja tarinallinen "paluu juurille". Pienet, eksklusiiviset menut, kustannusten hallinta ja premium-kokemus.</p>
4. ARTESAANI VEGEILY	<p>Mahdollisuus: Kasvisruoan kasvu ja artesaaniruokailun trendikkyys.</p> <p>Uhka: Sesonkiriippuvuus ja kilpailijoiden kasviskonseptit.</p>	<p>Sesonkikasvien Ateljee</p> <p>Käsityöläiset kasvisannokset, vaihtuva sesonkimenu ja tiivis yhteistyö pientuottajien kanssa. Ravintola toimii "kasvisgalleriana", jossa annokset ovat</p>

Elämyksellinen Premium ravintola III Liiketoimintamallin innovaatiotarpeet, kestävyys, dynaamisuuden ja resilienssin kehittäminen

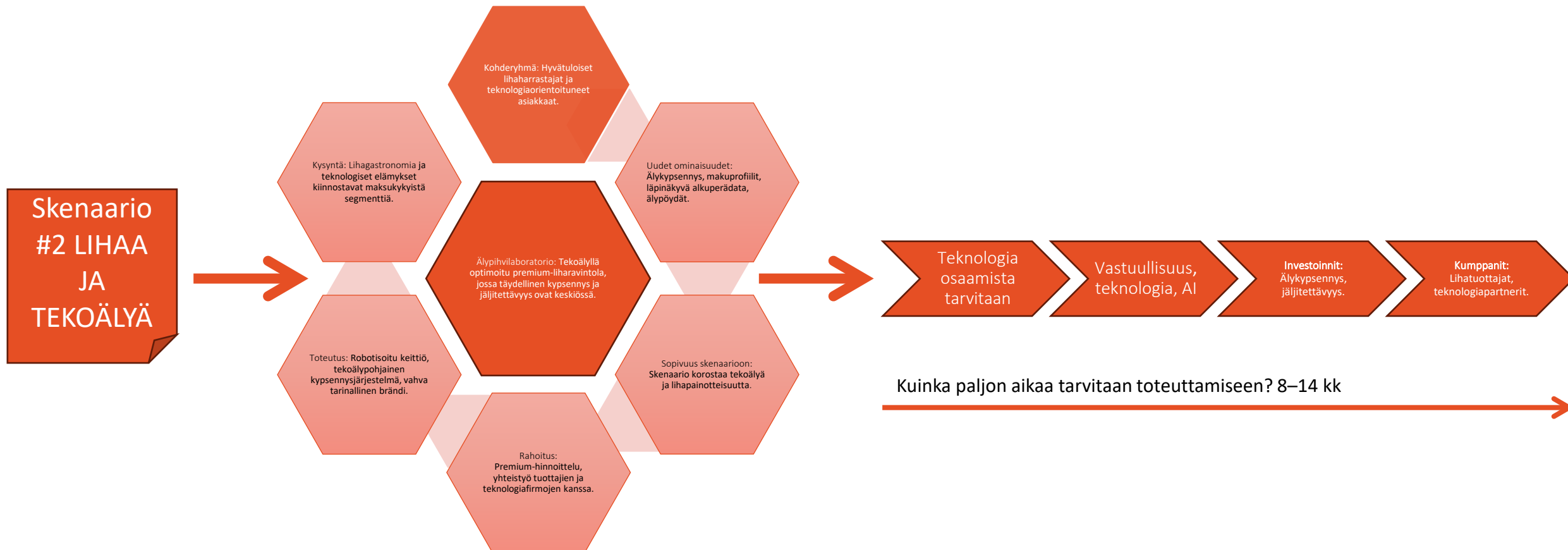
2. Konseptien tarkentaminen ja rakentaminen



Elämyksellinen Premium ravintola

III Liiketoimintamallin innovaatiotarpeet, kestävyuden, dynaamisuuden ja resilienssin kehittäminen

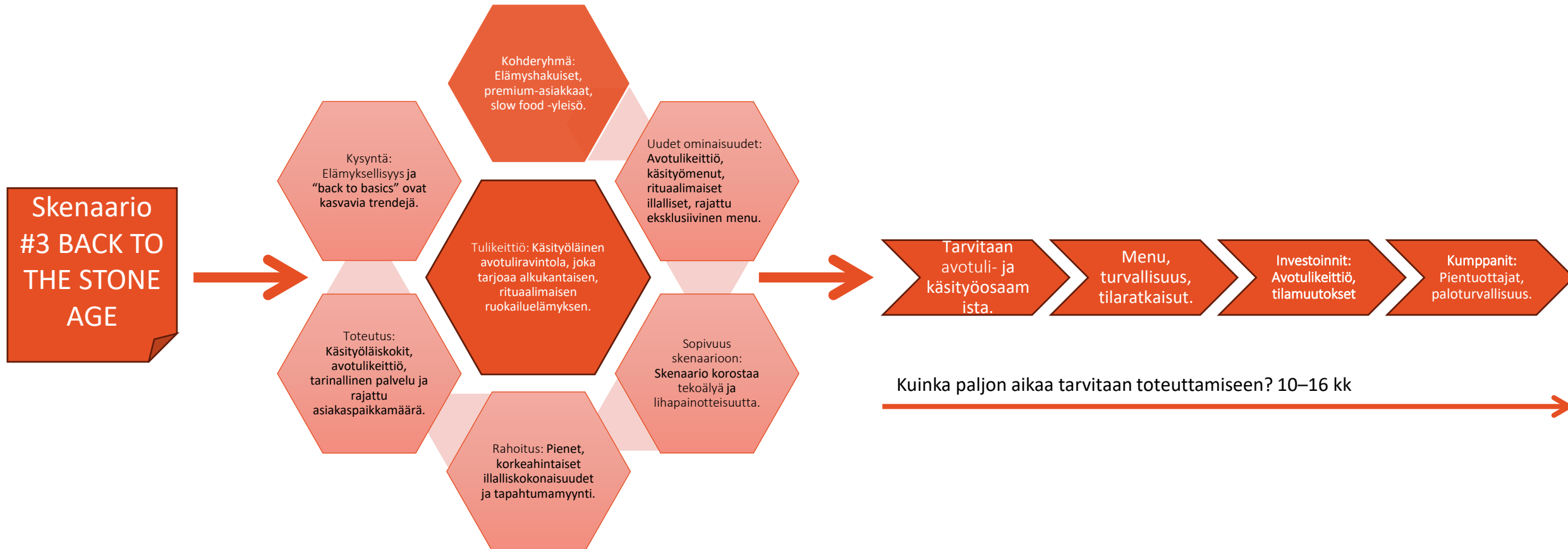
2. Konseptien tarkentaminen ja rakentaminen



Elämyksellinen Premium ravintola

III Liiketoimintamallin innovaatiotarpeet, kestävyuden, dynaamisuuden ja resilienssin kehittäminen

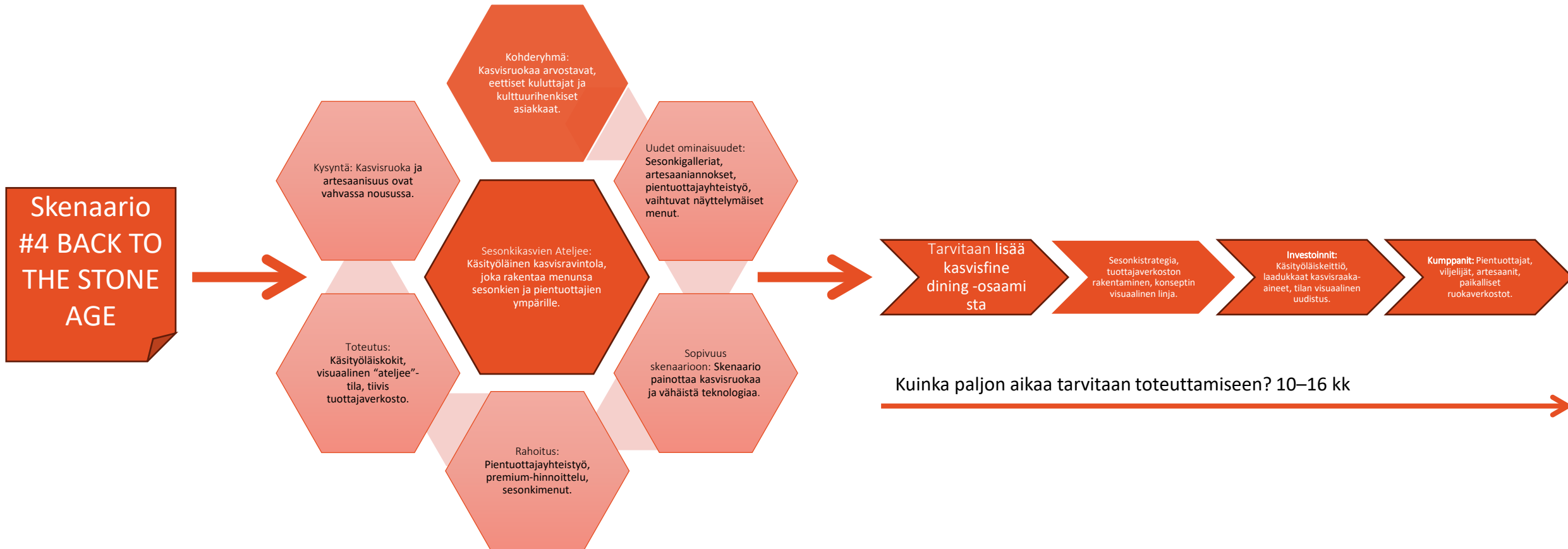
2. Konseptien tarkentaminen ja rakentaminen



Elämyksellinen Premium ravintola

III Liiketoimintamallin innovaatiotarpeet, kestävyuden, dynaamisuuden ja resilienssin kehittäminen

2. Konseptien tarkentaminen ja rakentaminen



Kiitos!



**Euroopan unionin
osarahoittama**

