

Katri Hyvärinen ja Veera Kujansuu

VIINITASTINGIN TUOTTEISTAMINEN PALVELUKSI

Opinnäytetyö
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma


Helmikuu 2016




MAMK

University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

	Opinnäytetyön päivämäärä 4.2.2016
Tekijä(t) Katri Hyvärinen ja Veera Kujansuu	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma
Nimeke Viinitastingin tuotteistaminen palveluksi	
Tiivistelmä Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kolmen erilaisen viinitasting-paketin tuotteistaminen palveluksi Mikkelin ammattikorkeakoulun kampusalueella sijaitsevaan Ravintola Talliin. Palvelun tuotteistamiseen kuului niiden suunnittelu, hinnoittelu, markkinointi ja toteuttaminen asiakasryhmille. Opinnäytetyö on toiminnallinen kehittämistyö, jonka tarkoituksena oli hankkia uusia asiakkaita Ravintola Tallille. Suunnitteluvaiheeseen kuului kolmen aiheen rajaaminen, tarjottavien maistelupalojen valinta ja reseptiikan teko Jamix-tuotannonohjausjärjestelmään, viinien valinta ja luentomateriaalien teko. Viinitasting-pakettien aiheiksi valikoituivat Viini tutuksi, Luomuviinit ja Espanjan viinit. Opinnäytetyön menetelminä käytettiin palvelumuotoilua ja palvelun tuotteistamista. Viinitasting-pakettien hinnoittelussa käytettiin kustannusperusteista hinnoittelumenetelmää, mutta myös asiakas pyrittiin ottamaan huomioon. Viinitastingit pyrittiin hinnoittelemaan kannattavasti. Viinitasting-paketteja markkinoitiin henkilökohtaisesti viiniaiheisessa tilaisuudessa ja tasting-paketeista kaksi järjestettiin asiakasryhmille. Toiminnallisen opinnäytetyön tuotoksena syntyi kolme valmista viinitasting-pakettia sekä ohjekirja viinitastingin järjestämiseen Ravintola Tallissa. Lisäksi järjestetyistä viinitastingeista on tullut lisätilauksia keväälle 2016.	
Asiasanat (avainsanat) Viinit, viininmaistelu, palvelut, palvelumuotoilu, tuotteistus, palvelumarkkinointi, hinnoittelu	
Sivumäärä 35 sivua + 17 liitesivua	Kieli Suomi
Huomautus (huomautukset liitteistä)	
Ohjaavan opettajan nimi Eeva Koljonen	Opinnäytetyön toimeksiantaja Ravintola Talli

DESCRIPTION

	Date of the bachelor's thesis 4.2.2016
Author(s) Katri Hyvärinen and Veera Kujansuu	Degree programme and option Hospitality management
Name of the bachelor's thesis Productizing wine tasting	
Abstract <p>The purpose of this thesis was to productize three different wine tasting packets into a product for restaurant Talli, which is situated on the campus of Mikkeli University of applied sciences. Productizing included the designing, pricing, marketing and realization of the products. This thesis is a functional development work whose purpose was to bring new customers to restaurant Talli.</p> <p>The designing phase included confining three different themes, choosing the snacks for the wines and making the recipes for the Jamix-production-management programme, choosing the wines and producing the lecture materials. The themes of the wine tasting packets were determined to be Get to know the wine, Organic wines and The wines of Spain. The methods of this thesis were service design and productizing the product.</p> <p>Cost-based pricing was used in pricing the wine tastings but the customer was also taken into account in the pricing process. The goal was to price the wine tastings so that they would be profitable for the restaurant. The wine tasting packets were marketed at a wine themed event and two of the three wine tastings were arranged for paying customer groups.</p> <p>The output of this functional development work were three ready-to-use wine tasting packets and a manual for organizing a wine tasting at restaurant Talli. The already organized wine tastings have brought new wine tasting bookings to restaurant Talli.</p>	
Subject headings, (keywords) Wines, wine tasting, services, service design, productization, service marketing, pricing	
Pages 35 pages + 17 attachments	Language Finnish
Remarks, notes on appendices	
Tutor Eeva Koljonen	Bachelor's thesis assigned by Restaurant Talli

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
2	TYÖN TAUSTA JA TAVOITE	1
2.1	Opinnäytetyön taustaa	1
2.2	Opinnäytetyön tavoite.....	2
2.3	Ravintola Talli	3
3	MENETELMÄT	4
3.1	Toiminnallinen opinnäytetyö.....	4
3.2	Tiedonhaku	4
3.3	Palvelun muotoilu.....	5
4	VIINITASTING KÄSITTEENÄ.....	7
4.1	Viinitastingin teema.....	8
4.2	Viinien maistelun toteutus	9
5	VIINITASTINGPAKETTIEN SUUNNITTELU	10
5.1	Viini tutuksi	11
5.2	Luomuviinit	12
5.3	Espanjan viinit	13
5.4	Ruokien valinta viinitastingeihin.....	14
5.5	Käsikirja tastingin järjestämiseen.....	17
6	TOTEUTUS	18
6.1	Palvelun tuotteistaminen.....	18
6.2	Tastingin hinnoittelu ja kannattavuus.....	19
6.3	Markkinointi	25
6.4	Tastingien järjestäminen	28
6.5	Viinitastingien kulku	29
7	POHDINTA	31
7.1	Tastingpaketti, jonka kuka tahansa voisi pitää	31
7.2	Palvelun tuotteistaminen.....	32
7.3	Ovatko viinitastingit kannattavaa liiketoimintaa?	33
7.4	Opinnäytetyömme tarpeellisuus	34
7.5	Mitä olisimme voineet tehdä toisin?.....	34
	LÄHTEET	36

LIITE

Opas Talliin

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuotteistaa, suunnitella ja toteuttaa kolme erilaista viinitasting-pakettia Mikkelin ammattikorkeakoululla sijaitsevaan Ravintola Talliin. Viinitasting-pakettien aiheet ovat Viini tutuksi, Espanjan viinit ja Luomuviinit. Työn toimeksiantajana oli Ravintola Talli ja yhteyshenkilönämme toimi Tallin ravintolapäällikkö. Tasting-pakettien aiheet muotoutuivat Ravintola Tallin tarpeiden sekä omien toiveidemme mukaisesti.

Opinnäytetyön alussa kerrotaan työn taustoja ja motiiveja esittelemällä toimeksiantajaa Ravintola Tallia. Kerromme myös, miten päädyimme tähän aiheeseen ja mitä viinitasting tarkoittaa käsitteenä. Kuvaamme lisäksi opinnäytetyöprosessimme eri vaiheista teoriaan pohjautuen. Opinnäytetyöprosessimme vaiheita olivat viinitasting -pakettien suunnittelu, valmiiden tuotteiden hinnoittelu ja markkinointi sekä itse viinitastingien järjestäminen eri asiakasryhmille. Lisäksi kerromme, miten viinitasting tilaisuus itsessään etenee. Lopuksi pohdimme, miten opinnäytetyömme onnistui ja mitä olisimme voineet tehdä toisin tai paremmin.

2 TYÖN TAUSTA JA TAVOITE

Tässä luvussa kerrotaan opinnäytetyön taustasta ja sen tavoitteista sekä siitä, miten päädyimme tekemään opinnäytetyötä tästä aiheesta. Tässä luvussa esittelemme myös toimeksiantaja Ravintola Tallin. Luvun tavoitteena on kertoa lähtökohdat opinnäytetyölle.

2.1 Opinnäytetyön taustaa

Opinnäytetyöprosessimme alkoi keväällä 2015, kun kyselimme tarkempaa aihetta viiniaiheiseen opinnäytetyöhön Ravintola Tallista. Oma mielenkiintomme viineihin on alkanut restonomiopintojen aikana ja olemme pyrkineet aktiivisesti syventämään viinitietämystämme opintojemme edetessä, joten viiniaiheeseen liittyvä opinnäytetyö tuntui luonnolliselta jatkumolta oma-aloitteisessa viinien opiskelussamme.

Kyselimme aluksi mahdollisista opinnäytetyönaiheista Ravintola Tallin ravintolapäälliköltä. Samoihin aikoihin olimme jo projektiopintoina järjestäneet Espanjan viinit -viinitastingin Tallissa, joten opinnäytetyön aiheemme muotoutui luonnostaan. Sovimme, että kolme eriaiheista viinitasting-pakettia on sopiva määrä ja aiheet määräytyivät sekä Ravintola Tallin toiveiden ja tarpeiden mukaan. Saimme kuitenkin ilmaista myös omat kiinnostuksen kohteemme tastingien aiheita päätettäessä.

Koska Ravintola Talli on luomu- ja lähiruokaa suosiva ravintola, oli itsestäänselvyys, että yhden paketin aiheena olisivat luomuviinit, sillä aihe sopii ravintolan imagoon. Myös Viini tutuksi -paketin aihe määräytyi Tallin ravintolapäällikön toiveiden mukaan, sillä ravintolapäällikön mukaan aiheeseen oli osoitettu kiinnostusta jo aikaisemminkin. Kolmanneksi aiheeksi valitsimme itse Espanjan viinit -aiheen, sillä olimme jo järjestäneet kyseisestä aiheesta tastingin samaan ravintolaan, joten tuntui luontevalta ottaa aihe osaksi opinnäytetyötämme.

2.2 Opinnäytetyön tavoite

Opinnäytetyömme tavoitteena oli tuotteistaa kolme eriaiheista viinitasting-pakettia niin, että kuka tahansa Ravintola Tallin henkilökunnasta voisi järjestää tastingit jatkossa. Lisäksi tastingien järjestäminen tulisi tehdä mahdollisimman helpoksi. Viinitastingien tuotteistamiseen kuului niiden suunnittelu, hinnoittelu ja toteuttaminen asiakasryhmille. Tarkoituksena oli tehdä tastingeihin tietopaketti kyseisistä aiheista oppimateriaalina PowerPoint-esitys sekä päättää tastingien viinit ja sopivat maisteluannokset viinien seuraksi. Sovimme, että kuusi viiniä tastingiä kohden olisi sopiva määrä. Tarkoituksena oli myös siirtää tarjottavien ruokien valmistusohjeet Jamixiin, joka on Ravintola Tallissa käytössä oleva tuotannonohjausjärjestelmä.

Osana opinnäytetyötämme oli tehdä pieni käsikirja viinitastingin järjestämiseen. Käsikirjan tarkoituksena on helpottaa viinitastingien järjestämistä Ravintola Tallissa tulevaisuudessa. Käsikirja sisältää suunnittelemiemme pakettien teorian lisäksi myös esimerkiksi tastingeissa käytettävä pöytämuoto ja mitä kaikkia tavaroita tarvitaan viinitastingeissa. Myös tastingeissa tarjottavien maisteluannosten reseptiikka tulisi osaksi tätä käsikirjaa.

Osana viinitasting-pakettien tuotteistamista on myös niiden hinnoittelu. Myös tämä oli osana opinnäytetyötämme. Tavoitteena oli hinnoitella viinitasting-paketit niin, että hinta olisi kilpailukykyinen ja että siitä jää katetta myös ravintolalle. Keskustelimme alustavasti pakettien hinnasta ravintolapäällikön kanssa ja hänen mielestään noin 30–35 euroa henkilöä kohden on sopiva hinta paketeille. Pakettien myyntihinta oli myös yksi ruokien ja viinien valintaa ohjaava tekijä.

Tavoitteenamme oli työstää kaikki viinitasting-paketit valmiiksi alkusyksyyn 2015 mennessä, jotta voisimme markkinoida ja järjestää tastingit saman syksyn aikana. Myös tastingien markkinointi on osa opinnäytetyötämme ja tarkoituksena oli mainostaa tastingejä viinimaiheissa tilaisuuksissa, kuten Mikkelin avoimen ammattikorkeakoulun järjestämällä viinikursseilla sekä tehdä mainos Ravintola Tallin kotisivuille.

2.3 Ravintola Talli

Ravintola Talli on Mikkelin ammattikorkeakoulun kampusalueella sijaitseva lounas- ja tilausravintola ja osa Kasarmin kampuksen ravintolapalveluja. Koko ammattikorkeakoulu sijaitsee vanhalla kasarmialueella ja itse Ravintola Talli sijaitsee vanhassa hevostallissa, joka on kunnostettu ravintolakäyttöön vuonna 2004. Asiakaspaiikkoja ravintolassa on 150 henkilölle kahdessa eri kerroksessa. Tallissa voidaan myös järjestää useita eri tilaisuuksia samaan aikaan, sillä ravintolan tilat on jaettu pääasiallisesti käytössä olevaan ravintolan saliin, sekä pienempiin tiloihin Pilttuuseen ja Viiniholviin sekä Tallin vinttiin.

Talli toimii opetusravintolana Mikkelin ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoille ja on ensimmäinen joutsenmerkitty opetusravintola sekä Etelä-Savossa että koko Suomessa. Joutsenmerkki tarkoittaa sitä, että koko ravintolan toiminta on ympäristömyötäistä. Tallissa noudatetaan tiukkoja ympäristövaatimuksia esimerkiksi raaka-aineita ostettaessa ja käytettäessä. Lisäksi Talli on portaat luomuun -ohjelmassa tasolla 4. Luomu- ja lähituotteiden käyttäminen on siis olennainen osa Tallin toimintaa ja sitä halutaan edelleen lisätä tulevaisuudessa.

Tallissa tarjoillaan arkisin lounasta päiväsaikaan ja iltaisin sekä viikonloppuisin ravintola toimii tilausravintolana. Ravintolassa järjestetäänkin usein erilaisia tilaisuuksia ja viinitastingeillakin on ollut jo aikaisemminkin kysyntää ja niitä on myös toteutettu.

3 MENETELMÄT

Opinnäytetyömme on toiminnallinen kehittämistyö, jossa keskitymme palvelun suunnitteluun, muotoiluun ja tuotteistamiseen. Kehittämistyömme tavoitteena oli tuottaa uusi palvelu Ravintola Tallille, minkä tarkoituksena on lisätä Tallin myyntiä ja tarjota Tallin asiakkaille jotain uutta. Opinnäytetyössämme käytetyt aineistot olivat alaa ja aihealuetta koskevaa kirjallisuutta, julkaisuja ja materiaaleja.

3.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Opinnäytetyömme on luonteeltaan toiminnallinen opinnäytetyö. Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on jonkin käytännön toiminnan kehittäminen, kuten palvelun kehittäminen tai tapahtuman järjestäminen. Toiminnallisella opinnäytetyöllä on lähes aina oltava toimeksiantaja. Toiminnallinen opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta, joita ovat toiminnallinen osuus ja opinnäytetyöraportti. Toiminnallisessa opinnäytetyössä on oltava teoreettinen viitekehys sillä sen pohjalta syntyvän tuotoksen tulisi aina pohjata teoriaan. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tutkimus on usein selvityksen tekemistä ja tiedonhankinnan apuvälineenä. Opinnäytetyön tekijällä tulee olla tutkiva ja kehittävä ote työn tekemiseen. (Lumme 2006.).

3.2 Tiedonhaku

Opinnäytetyössä käytettiin kaksivaiheista tiedonhakua. Teoriapohjan aineisto jakautui selkeästi kahteen erilliseen osa-alueeseen, joita olivat viinikirjallisuus ja palvelumuotoilusta kertova kirjallisuus ja materiaalit. Ensimmäisessä vaiheessa keskityttiin viinitasting-pakettien työstämiseen ja tarvittavan materiaalin löytämiseen. Toisessa vaiheessa haimme tietoa työmme teoreettisesta osuudesta, jossa keskityimme palvelun suunnitteluun ja muotoiluun sekä tapahtuman järjestämiseen ja markkinointiin. Tiedonhaku myös osittain ohjasi työn toiminnallista osuutta.

Tasting-pakettien työstämisessä haimme tietoa alan viinikirjallisuudesta sekä alan lehdistä ja julkaisuista. Materiaalina käytettiin useiden viinikirjojen lisäksi muun muassa Viinilehden julkaisuja ja Alkon Etikettiklubin julkaisuja ja materiaaleja. Tasting-

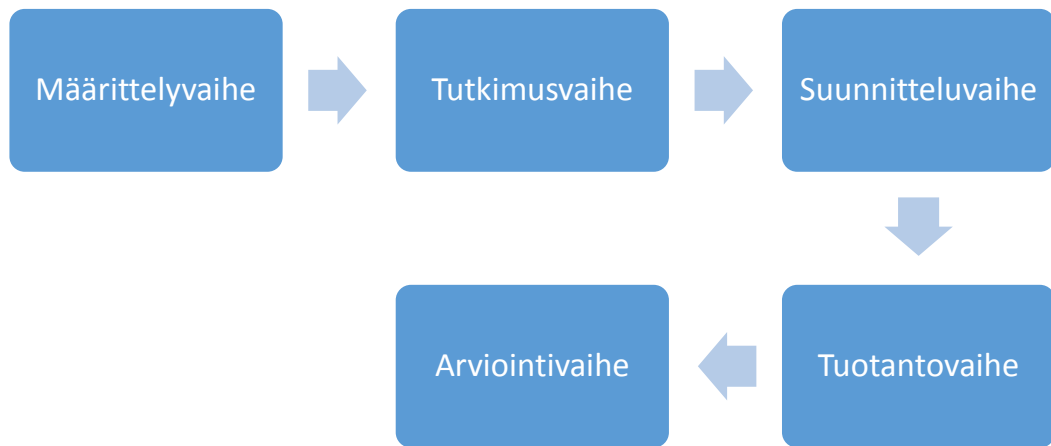
pakettien suunnittelemista ja tekemistä ohjasi ja helpotti jo aiempi kokemuksemme tastingien järjestämisestä ja viiniteoriapakettien tekemisestä, joita olimme tehneet opiskelujemme aikana projektiohjelmina.

Toisessa tiedonhaun vaiheessa haimme tietoa palvelun suunnitteluun, tuotteistamiseen ja muotoiluun sekä markkinointiin perustuvasta kirjallisuudesta. Etsimme kirjallisuutta sekä Mikkelin ammattikorkeakoulun kirjastosta että Mikkelin kaupungin kirjastosta. Opinnäytetyössä käytettiin apuna myös aiheesta kertovia www-dokumentteja ja julkaisuja. Kirjallisuuden avulla haimme tietoa palvelun tuotteistamisesta, suunnittelusta ja markkinoinnista, mikä oli olennainen osa opinnäytetyötä ja tiedonhaun avulla pystyimme myös paremmin toteuttamaan toiminnallisen osuuden, kuten suunnittelemaan tasting-pakettien markkinointia.

3.3 Palvelun muotoilu

Palvelumuotoilu on yleinen ajattelu- ja toimintatapa sekä prosessi palvelun kehittämiseen. Palvelumuotoilun yksi keskeisimmistä tekijöistä on asiakkaiden tarpeiden ja odotusten ymmärtäminen. Asiakkaan ja palvelun tuottajan keskinäinen vuorovaikutus on tärkeää palvelun muotoilussa. Ennen palvelun suunnittelua on tiedettävä mitä asiakkaat haluavat, jotta voidaan tuottaa mahdollisimman kattavan palvelu. (Tuulaniemi 2011, 70.).

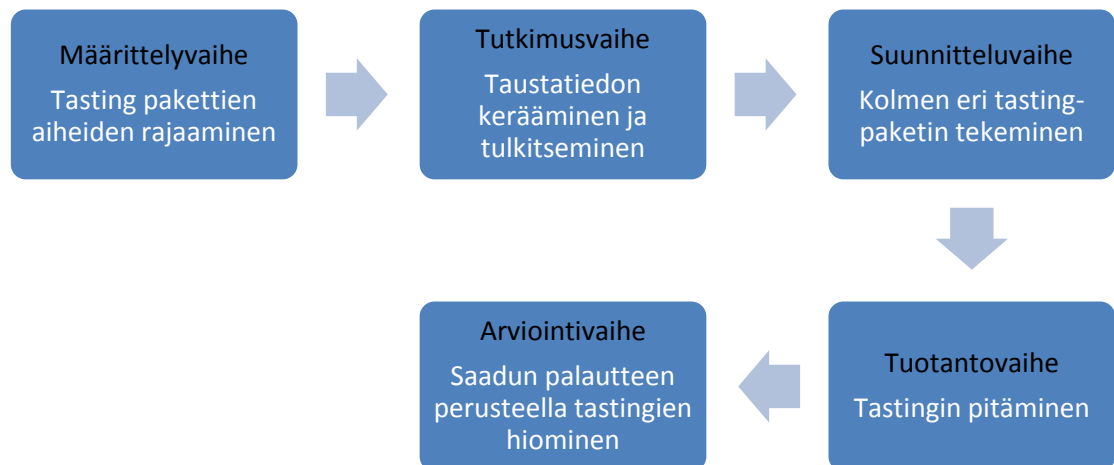
Palvelumuotoiluprosessi koostuu viidestä eri vaiheesta, joita ovat määrittely, tutkimus, suunnittelu, toteutus ja arviointi. Prosessin tarkoituksena on hahmottaa palvelun kehittämismalli ja tuottaa ja kehittää omaa palvelua sen pohjalta. Palvelumuotoiluprosessin keskeisiä osatekijöitä on asiakasymmärrys sekä palvelun ideointi ja konseptointi. (Tuulaniemi 2011, 128.).



KUVA 1. Palvelumutoiluprosessi

Kuten kuvassa 1. näkyy, määrittelyvaiheessa todetaan ongelma ja määritetään suunnitteluprosessin tavoitteet. Tässä vaiheessa laaditaan myös strategiset tavoitteet, aikataulu ja resurssit. Tutkimusvaiheessa hankitaan tietoa kehittämiskohteesta, toimintaympäristöstä ja tarpeista palvelun kehittämisen taustalla. Suunnitteluvaiheessa hahmotellaan ja ideoidaan tuotettavaa palvelua. Tuotantovaiheessa suunnitellaan palvelun tuottaminen ja valmis palvelu viedään asiakkaille arvioitavaksi. Arviointivaiheessa kehitysprosessin onnistumista arvioidaan ja palvelua voidaan säätää ja kehittää saatujen kokemusten perusteella. (Tuulaniemi 2011, 126–128.).

Hyödynsimme tätä palvelumuotoiluprosessia omassa opinnäytetyössämme soveltaen sitä kehitystyöhömmä ja sen pohjalta suunnittelimme viinitasting-paketteja. Tosin viinitasting-pakettien suunnittelun taustalla ei ollut varsinaista ongelmaa, vaan lähtökohtana ja kehitysideana oli luoda uudenlainen palvelu Ravintola Tallille ja näin kasvattaa Tallin alkoholimyyntiä. Lähtökohtana oli aikaisempi kysyntä vastaavalle palvelulle. Kuvassa 2. kuvaamme tuotantoprosessin eri vaiheet.



KUVA 2. Palvelumuotoiluprosessi tastingien suunnittelussa

Määritelmävaiheessa rajasimme tasting-paketit kolmeen pakettiin. Olimme aikaisemmin osallituneet viinitastingien järjestämiseen ja tutkimusvaiheessa hyödynsimme tätä tietoa asiakkaiden odotuksista ja toiveista viinitastingien suhteen. Käytimme tätä kokemusta ja tietoa hyödyksi tasting-pakettien suunnittelussa. Neuvottelimme myös Ravintola Tallin ravintolapäällikön kanssa hänen toiveistaan tastingien suhteen. Suunnitteluvaiheessa kehitimme kolme erilaista tasting pakettia, jotka palvelisivat Ravintola Tallin tarpeita mahdollisimman hyvin. Suunnittelun jälkeen tuotantovaiheessa pidimme Viini tutuksi -tastingin asiakasryhmälle. Tämän pohjalta hioimme pakettien sisältöä hieman.

4 VIINITASTING KÄSITTEENÄ

Viinitastingit eli viinimaistajaiset tai viinipruuvit ovat hyviä tilaisuuksia päästä vertailemaan eri viinejä keskenään ja kehittää omia haju- ja makuasteja (Karmavuo & Lih-tonen 2004, 152). Viinitastingissa on tarkoitus perehtyä johonkin tiettyyn viinityyppiin tai aiheeseen ja maistella viinejä siitä temasta. Viinejä maistelemalla arvioidaan viinin luonnetta ja puetaan sanoiksi viineistä löytyviä aromeja. Tässä luvussa kerrotaan mitä viinitasting käytännössä tarkoittaa ja miten eri tavoin viinitasting voidaan toteuttaa.

4.1 Viinitastingin teema

Viinitastingeissa on pohjalla yleensä aina jokin teema, jonka pohjalle tapahtuma suunnitellaan. Täysin erilaisten viinien maisteleminen samalla kertaa ei ole järkevää, sillä niiden keskinäinen vertailu käy tällöin mahdottomaksi (Karmavuo & Lihtonen 2004, 152). Toteuttamiimme viinitastingeihin valitsimme kuitenkin keskenään melko erityyppisiä viinejä, koska näiden tastingien tarkoituksena on luoda asiakkaalle mahdollisimman laaja käsitys jokaisesta valitsemastamme aiheesta. Tastingien aiheet on kuitenkin rajattu tarkasti ja kaikki viinit valittiin näiden rajausten mukaisesti. Viininmaistajaistilaisuudet on jaettu neljään erilaiseen tyyppiin (Karmavuo & Lihtonen 2004, 152–154). Eri teemat ovat alueteema, rypälelajiketeema, viinityyppiteema ja vertikaali- ja horisontaaliteemat.

Alueteema tarkoittaa sitä, että tastingissa tarkastellaan jonkin tietyn alueen tai maan viinejä (Karmavuo ja Lihtonen 2004, 152). Alueen rajauksessa täytyy ottaa huomioon viinialueen laajuus ja teema voi olla rajattu hyvin pieneenkin alueeseen, kuten johonkin yksittäiseen viinialueeseen jossakin maassa. Espanjan viinit -tastingissa käytimme viinitastingin teemana alueteemaa ja rajasimme alueeksi Espanjan, tosin valikoiden sieltä maan tärkeimmät viinialueet. Espanja on viinialueena melko laaja, joten monia pieniä alueita oli pakko rajata pois.

Rypälelajiketeema tarkoittaa viinitastingiä, jossa maistellaan pääosin vain yhdestä rypälelajikkeesta valmistettuja viinejä (Karmavuo ja Lihtonen 2004, 154). Tällaista teemaa käytetään, kun halutaan havainnoida jonkin rypälelajikkeen luonteenpiirteitä tai kasvuoloista syntyviä makueroja. Tässä teemassa viinit voivat olla peräisin ympärimaailmaa. Toteuttamissamme tasting-paketeissa emme käyttäneet tätä teemaa.

Kolmantena teemana mainittiin viinityyppiteema. Viinityyppiteema tarkoittaa sitä, että tastingin aiheeksi valitaan jokin yksittäinen viinityyppi ja näitä saman viinityypin viinejä voidaan vertailla keskenään (Karmavuo ja Lihtonen 2004, 154). Erilaisia viinityyppiteemoja voivat olla esimerkiksi kuivat tai makeat valkoviinit, punaviinit, roséviinit, kuohuviinit tai väkevöidyt viinit.

Luomuviinit-tasting oli teemaltaan lähinnä viinityyppiteemaa, sillä tastingissä perehdyttiin luomuviineihin ja maisteltiin erilaisia viinejä tästä kategoriasta. Lisäksi määritelimme kaikissa viinitastingeissa maisteltavien viinien järjestyksen viinityyppien mukaan kevyemmästä täyteläisempään. Jokaisessa tastingissä tarkoitus oli maistella ensin kevyempiä kuohu- ja valkoviinejä, joiden jälkeen maistellaan kevyemmät punaviinit ja viimeisenä tuhdit punaviinit ja jälkiruokaviinit. Myös Viini tutuksi -paketissa viinityypit ovat tärkeässä osassa. Tässä paketissa ei keskitytty mihinkään tiettyyn viinityyppiin, vaan tastingin tarkoituksena oli käydä läpi pääviinityypit ja niiden erot ja että asiakas oppii erottamaan eri viinityypit toisistaan.

Näiden kolmen edellä mainitun teeman lisäksi on vielä vertikaali- ja horisontaaliteemat. Vertikaaliteema tarkoittaa sitä, että tastingissä maistellaan eri vuosikertoja yhden tuottajan yhdestä viinilaadusta tai merkistä. Horisontaaliteemassa taas maistellaan yhden tuottajan eriviinejä yhdestä vuosikerrasta (Karmavuo & Lihtonen 2004, 154). Toteuttamissamme tasting-paketeissa emme käyttäneet näitä teemoja, sillä nämä teemat ovat jo hieman vaativampia ja usein myös viinien hankinnassa on omat haasteensa, kun pitäisi saada monta viiniä tarkan teeman mukaisesti samalta tuottajalta. Myös sopivan asiakasryhmän löytäminen tällaiselle teemalle voisi olla haastavaa, sillä nämä teemat sopivat parhaiten paljon viinejä harrastaville.

4.2 Viinien maistelun toteutus

Viininmaistelu voidaan toteuttaa eritavoin. Yleisimmin toteutusmuoto valitaan kolmesta erityylistä. Eri tyylit ovat avoin pruuvi, puolisolkkopruuvi ja täyssolkkopruuvi (Karmavuo & Lihtonen 2004, 155). Eri pruuvit eroavat toisistaan siinä, kuinka paljon viininmaistajat tietävät viineistä ennen niiden maistelua.

Avoimessa pruuvissa maistajat tietävät jokaista viiniä maistellessaan, mitä viiniä he maistavat. Puolisolkkopruuvissa maistajat taas tietävät maisteltavat viinit, mutta eivät tiedä, missä järjestyksessä viinejä maistellaan, jolloin maistajat saavat itse arvata mikä viini on mikäkin. Tämä on erittäin suosittu maistelumuoto ja tuo mukavaa jännitystä, kun maistelijat arvailevat, mikä viini sopii mihinkin viinikuvaukseen. Täyssolkkopruuvissa maistajat eivät sen sijaan tiedä viineistä yhtään mitään silloin, kun he viinejä maistavat. Tätä tyyppiä käytetään, kun ei haluta antaa viinistä mitään ennakkokäsitys-

tä maistajille, jotta tieto maisteltavasta viinistä ei vaikuta viinistä syntyvään mielikuvaan. Täyssokkopruuvit ovat eniten ammattilaisten käytössä.

Toteuttamissamme viinitastingeissa käytimme avointa pruuvia, koska maisteltavat viinit olivat keskenään melko erilaisia ja tastingit haluttiin suunnata kaikenlaisille asiakkaille, joista monet eivät tiedä viineistä paljoakaan. Viinien kuvaukset näyttämällä viineistä voi olla helpompi löytää niiden aromeita.

5 VIINITASTINGPAKETTIEEN SUUNNITTELU

Viinitasting-pakettiemme aiheet olivat kaikki todella erilaisia, joten niiden suunnittelussa täytyi ottaa huomioon melko erilaisia asioita. Jokaisen paketin suunnittelua ohjasivat kuitenkin tietyt tekijät. Viinitasting-tilaisuuden tuli kestää noin kaksi tuntia, jonka aikana käydään läpi aiheeseen liittyvää teoriaa ja maistellaan viinit ja ruoat.

Jokaisessa tastingissä on kuusi viiniä, joista yksi on kuohuviini, yksi roséviini ja valkoviini sekä kaksi punaviiniä ja jälkiruokaviini. Viini tutuksi -tastingissä on roséviinin sijaan kaksi valkoviiniä. Tällaisella kattauksella ajattelimme, että jokaiselle löytyisi jotain ja voisimme ottaa maisteluun melko erityyppisiä viinejä jokaisesta aiheesta. Lisäksi määrittelimme jokaiseen pakettiin ne tekijät, joilla kukin viini oli valittu ja tulisi valita jatkossakin, sillä Alkon tuotevalikoima vaihtelee aika ajoin ja vanhoja tuotteita putoaa pois sekä uusia tulee tilalle, jolloin voi käydä niin, että nyt valitsemamme viinejä ei saata enää jossakin vaiheessa olla tarjolla. Tarjottavat syötävät valittiin viinien perusteella niin, että viinit ja ruoat muodostaisivat sopivia makupareja.

Viinit ja ruoat tuli myös valita, sillä perusteella, että tastingistä jäisi myös katetta, kun sitä myydään noin 30–35 euron hinnalla henkilöä kohden. Vähimmäishenkilömääräksi määritettiin yhdessä ravintolapäällikön kanssa 10 henkilöä ja viinien maisteluannoksiksi neljän–kuuden sentin annoksia riippuen tastingin henkilömäärästä. Taloudellista on ostaa tastingiä kohden vain yksi pullo kutakin viiniä, mikäli osallistujia on alle 18.

Ennen viinien valintaa tasting-paketteihin, määrittelimme kaikille viineille kriteerit, joiden mukaan viinit valitaan. Määrittelemällä nämä kriteerit tarkoituksena on säilyttää tasting sisällöltään mahdollisimman samanlaisena silloinkin, mikäli tasting

järjestetään uudestaan myöhemmin. Jokaisen tasting-paketin viinien valinnassa käytimme apuna Alkon nettisivuja. Sivuista oli paljon apua, koska määriteltyämme kriteerit viinien valinnalle, viinivaihtoehdot oli helppo rajata myös Alkon internetisivuilla.

5.1 Viini tutuksi

Viini tutuksi -tastingin peruseriaatteenä on käydä läpi perusasioita viineihin ja viininmaisteluun liittyen. Teoriaosuudessa pääpaino on viinin ominaisuuksilla ja viinin ja ruoan yhdistämisen perusasioilla. Lisäksi tastingissä perehdytään pääpiirteittäin viinin historiaan, viinin viljelyyn ja valmistukseen sekä yleisimpiin valko- ja punaviiniryppälajikkeisiin. Tavoitteena on saada asiakkaat tunnistamaan viineistä niiden eriominaisuuksia, kuten hapokkuutta, hedelmäisyyttä ja tanniinisuutta ja kertoa mitkä eri asiat vaikuttavat viinin makuun ja ulkonäköön.

Tämän tastingin viinien valinnassa halusimme kiinnittää huomiota erityisesti siihen, että viineistä olisi mahdollisimman helppo tunnistaa viinin eri ominaisuuksia. Lisäksi olisi hyvä, että viinit olisivat yhden rypäleen viinejä, jolloin niistä olisi helpompi löytää myös kyseiselle rypäleelle tyypillisiä aromeita. Kriteerit tastingissä maisteltaville viineille ovat seuraavat:

1. Kuiva yhden rypäleen maljakuohuviini, joka on valmistettu samppanjamennelmällä
2. Matalahappoinen hieman makeampi valkoviini matalahappoisesta rypälelajikkeesta esimerkiksi Gewurztraminer tai Muscat -rypäleistä
3. Erittäin hapokas valkoviini hapokkaasta, viileällä alueella tuotetusta rypälelajikkeesta esimerkiksi Riesling tai Sauvignon Blanc -rypäleistä
4. Kevyt keskitanniininen punaviini esimerkiksi Pinot Noir –rypäleestä
5. Tanniininen ja täyteläinen punaviini esimerkiksi Cabernet Sauvignon –rypäleestä
6. Makea jälkiruokaviini esimerkiksi Sauternes tai Tokaji

Näiden edellä mainittujen kriteerien perusteella valitsimme sopivat viinit tastingiin. Valintaan vaikutti sopivan hintaisten tuotteiden löytäminen, jotta hintalaatusuhde pysyisi hyvänä sekä se, että mitä viinejä Alkosta oli Mikkelin Graanin toimipisteestä saatavilla. Valitsemamme viinit olivat:

1. Vouvray Tête de Cuvée Brut 2013
2. Gisselbrecht Gewurztraminer Tradition 2014
3. Leyda Sauvignon Blanc Lot 4 2014
4. Antonin Rodet Coteaux Bourguignons Pinot Noir 2013
5. Tarapacá Gran Reserva Cabernet Sauvignon 2013
6. Tokaji Aszú 4 Puttonyos 2009

5.2 Luomuviinit

Luomuviinit-paketissa perehdyimme sanankin mukaisesti luomuviineihin ja kaikkeen aiheeseen liittyvään. Paketin lähtökohtana oli perehdyttää asiakkaat siihen, miten luomuviinit ja luomuviinien valmistus eroaa tavallisista viineistä ja niiden valmistuksesta. Lisäksi paketissa perehdytään biodynaamiseen viininviljelyyn ja eettiseen viinintuotantoon. Luonnonmukaisia tuotteita suosivat ihmiset haluavat usein myös itse vaikuttaa valinnoillaan ympäristön hyvinvointiin, joten tastingissä perehdytään myös ekologisiin pakkausvaihtoehtoihin, kuten viinilaatikkoon ja viinipussiin sekä muoviin viinipulloihin ja kartonkitölkkiin.

Viinien valinnassa olemme ennen kaikkea halunneet huomioida ja tuoda esille näitä erilaisia pakkausvaihtoehtoja sekä erilaisia luomuun liittyviä viininvalmistustapoja, kuten biodynaamiset viinit ja eettiset- sekä reilun kaupan viinit. Luomuviinit tastingissä tulisi olla siis seuraavan laisia viinejä:

1. Biodynaaminen viini
2. Luomuviini
3. Eettinen viini
4. Viinipussiin pakattu viini
5. Muovipulloon pakattu viini
6. Kartonkitölkkiin pakattu viini

Tässä paketissa ei mielestämme tarvitse olla kovin tarkkoja kriteerejä viinien tyylistä, kunhan kaikki viinit ovat mahdollisimman erilaisia, sillä luonnonmukaisella tavalla valmistetaan hyvin monenlaisia viinejä ympärimaailmaa. Viinit tulisi kuitenkin valita niin, että tastingissä maistellaan yksi kuohuviini, kaksi valkoviiniä, joista toinen on

kevyempi ja toinen tuhdimpi, kaksi punaviiniä, joista myös toinen on kevyempi ja toinen tuhti sekä yksi jälkiruokaviini. Vaihtelun vuoksi päätimme kuitenkin ottaa tastingiin yhden rosé- viinin kuohuviinin tilalle. Valitsemamme viinit tastingiin olivat:

1. Meinklang Grüner Veltliner 2014
2. Emiliana Signos de Origen La Vinilla 2014
3. Torres Santa Digna Cabernet Sauvignon Rosé 2015
4. Evergreen Touch of Nature Monastrell Organic 2014 muovipullo
5. Château Tour Peyronneau 2012
6. Emiliana Late Harvest Organic Sauvignon Blanc 2014

5.3 Espanjan viinit

Espanjan viinit -tastingpaketin suunnittelun lähtökohtana oli Espanja viinimaana. Espanja on viinimaana laaja ja siellä on paljon viinialueita ja erilaisia rypälelajikkeita ja viinityyppejä. Aluksi haasteena olikin perehtyä aiheeseen niin hyvin, että pystyimme valitsemaan sieltä tärkeimmät alueet ja viinityylit. Tärkeimmiksi alueiksi listasimme esimerkiksi Katalonian ja siellä erityisesti kuohuviineistään tunnetun Penedesin viinialueen, Riojan, Toron, Ribera del Dueron, Valencian, Castilla La Mancha, Sherry -alueen. Lisäksi kerroimme myös espanjalaisista rypälelajikkeista ja viinityyleistä. Tastingin tarkoituksena oli antaa asiakkaalle monipuolinen käsitys espanjan viinityyleistä.

Päädyimme siihen, että käymme tastingissä Espanjan tärkeimmät viinialueet läpi alue kerrallaan ja maistelemme samalla alueilta tuotettuja viinejä. Alueita oli toki enemmän kuin viinejä olisi mahdollista maistella, joten kriteereiksi viinien valinnoille määritimme viinialueet ja niillä useimmiten käytetyt rypälelajikkeet. Kriteerit Espanjan viinit -tastingissä maisteltaville viineille määritimme seuraavan laisiksi:

1. Penedesin alueella tuotettu kuohuviini Cava
2. Kevyehkö valkoviini Katalonian alueelta, jossa on käytetty espanjalaisia rypälelajikkeita. Mielellään yhden rypäleen viini
3. Espanjalainen roséviini
4. Ribera del Dueron –viinialueella tuotettu Tempranillo –rypäleestä valmistettu viini

5. Riojan viinialueella tuotettu Tempranillo -rypäleestä valmistettu täyteläinen ja tanniininen viini
6. Makea Sherry

Maisteltaviksi viineiksi valikoitui kyseisten kriteerien pohjalta seuraavat viinit:

1. Sumarroca Gran Reserva Cava Brut Nature 2011
2. Torres Viña Sol 2014
3. Peñascal Rosado
4. Catania Crianza 2011
5. Marqués de Arienzo Reserva 2010
6. Valdespino Cream

5.4 Ruokien valinta viinitastingeihin

Kaikissa viinitasting-paketeissa tarjottavien ruokien valintaan vaikuttivat valitut viinit, ja reseptit valittiin niin, että ruoat muodostaisivat sopivia makupareja valittujen viinien kanssa. Ruoan ja viinin yhdistämisen lähtökohtana on tasapainon löytäminen eri makujen välille, joita ruoista ja viineistä löytyy (Karmavuo & Lihtonen 2004, 51, 54). Viinin ja ruoan yhdistämisen neljä peruseriaatetta ovat kevyelle ruoalle kevyttä viiniä ja raskaammalle täyteläisempää, makealle makeaa, hapokkaalle ruoalle hapokasta viiniä ja suolaiselle makeaa tai hapokasta viiniä.

Ruoan raskauteen vaikuttaa erityisesti sen liha- ja tärkkelyspitoisuus ja rasvaisuus. Raskas ruoka jättää helposti kevyen viinin alleen tai toisinpäin täyteläinen viini taas kevyen ruoan alleen, joten viinin keveys tai täyteläisyys täytyy ottaa huomioon ruokia valitessa. Ruoan tulisuteen ja suolaisuuteen vaikuttavat erityisesti siinä käytetyt mausteet ja suolan määrä. Tuliset ruoat korostavat viinissä sen mausteisuutta, hapokkuutta ja karvautta, joten tulisille ruoille soveltuvat parhaiten makeat tai puolimakeat, hedelmäiset ja vähähappoiset viinit. Viinin makeus myös pehmittää ruoan suolaisuutta. Suolaiselle ruoalle sopivat lisäksi kevyet ja hapokkaat punaviinit sekä nuoret voimakkaammat punaviinit, joiden maku muuttuu suolaisen ruoan seurassa erittäin tanniinisesta pehmeämmiksi, pyöreämmiksi ja mehukkaammiksi. (Karmavuo & Lihtonen 2004, 55–56.).

Ruoan happamuus tai hapokkuus sen sijaan saa viinin hapokkuuden latistumaan ja maistumaan lattealta ja väljähtäneeltä. Sen vuoksi happamien ruokien kanssa tarjotaan hapokasta viiniä. Ruoan makeus sen sijaan kuivattaa viinin makua ja muuttaa mausta hapokkaamman. Tämän vuoksi makeille ruoille valitaan seuraksi makeaa ja hedelmäistä viiniä. Varsinkin jälkiruokien kanssa täytyy muistaa, että mitä makeampi jälkiruoka, sitä makeampi myös viinin on oltava. Viinin täytyy siis aina olla jälkiruokaa makeampaa. Makeat jälkiruokaviinit soveltuvat siksi niin hyvin makeille jälkiruoille. (Karmavuo & Lihtonen 2004, 51, 55–56.).

Jokaisessa viinitasting -paketissa muiden ruokien lisäksi oli tarjolla patonkia suun neutraloimiseen sekä oliiveja, sillä oliivit sopivat yleensä viinille kuin viinille kuohuviineistä ja valkoviineistä punaviineihin. Viini tutuksi -tastingiin valitsimme lisäksi seuraavat maistelupalat:

- Kylmäsavulohisalaatti
- Emmentaljuusto
- Pekonipiirakka
- Valkosuklaajuustokakku

Kylmäsavulohisalaatti oli erityisesti tarkoitettu valkoviineille sekä kuohuviinille ja tarkoitus oli, että asiakkaat saisivat itse muodostaa oman mielipiteensä siitä, mille viinille salaatti soveltui parhaiten. Juusto puolestaan oli tarkoitettu erityisesti tastingissä maisteltaville matalahappoiselle valkoviinille sekä kevyelle punaviinille. Rasvainen ja tuhti pekoniipiirakka puolestaan oli tarkoitettu erityisesti tanniinisen ja täyteläisen punaviinin makupariksi ja tämän ruoan seurassa oli tarkoitus kokeilla, pehmentäisikö pekoni tuhdin viinin tanniineja. Valkosuklaajuustokakku sen sijaan oli valittu jälkiruokaviinin seuran.

Luomuviinit-tastingin viinien valinnat noudattelivat tyyliltään melko pitkälle Viini tutuksi -tastingin viinien viinityylejä, eli tastingissä oli tarkoitus tarjoilla kuohuviini, kevyempi sekä tuhdimpi valkoviini ja kevyempi ja tuhdimpi punaviini, joiden päätteeksi luvassa oli vielä jälkiruokaviini. Luomuviinien seuraksi valitsimme patonkien ja oliivien ohelle seuraavat ruoat:

- Kanasalaatti

- Kova luomujuusto
- Savuporonpaistirullat
- Valkosuklaajuustokakku

Kanasalaatti oli erityisesti suunnattu valkoviineille, joista valitsemamme tammitettu Chardonnay olisi ehkä ollut paras makupari salaatille. Salaatille voisi myös sopia tastingissä maisteltava kevyempi punaviini. Luomujuusto ja savuporonpaistirullat olivat erityisesti valittu punaviineille, joista varsinkin se tuhdimpi muodostaisi luultavasti hyvän parin savuporonpaistirullien kanssa. Tämänkin tastingin päätteeksi valitsimme vielä jälkiruokaviinin seuraan valkosuklaajuustokakun, sillä jälkiruokaviini luultavasti noudattelee tyyliään melko pitkälle Viini tutuksi -tastingin jälkiruokaviinin tyyliä.

Espanjan viinit -tastingiin halusimme valita erityisesti espanjalaisia makuja ja ruoat valittiinkin sen pohjalta. Tarjottaviksi ruoiksi muodostuivat seuraavat:

- Savulohisalaatti
- Tapas lautanen, joka sisältää
 - Chorizo –makkaraa
 - Ilmakuivattua kinkkua
 - Oliiveja
 - Manchego- juustoa
- Suklaamoussekakku

Meren elävät ovat Espanjassa hyvin yleistä ruokaa ja espanjalaiset syövät niitä paljon, siksi olisimmekin halunneet tarjota kuohuviinin ja valkoviinin seurana mieluiten katkarapusalaattia, mutta Ravintola Tallin ollessa luomuravintola, siellä ei saa tarjota katkarapuja, joten vaihdoin salaatin kylmäsavulohisalaatiksi. Se siis toimi makuparina kuohuviinille ja valkoviinille ja oli myös kokeilemisen arvoinen roséviinin kanssa.

Tapas lautasen herkut oli erityisesti tarkoitettu kahden tastingissä tarjottavan punaviinin seuraksi ja suklaamoussekakku viimeisenä tarjottavan sherryn kanssa. Valitsimme suklaamoussekakun siksi, että Espanjassa syödään paljon suklaamousseja ja vanukkaita ja ohjekin löytyi eräästä espanjan viinejä käsittelevästä kirjasta.

5.5 Käsikirja tastingin järjestämiseen

Viinitasting-pakettien toteuttamisen lisäksi opinnäytetyöhömmme kuului käsikirjan kirjoittaminen viinitastingin järjestämisestä. Käsikirjaan liitettiin kaikki keräämämme teoretieto kaikista kolmesta viinitasting-paketista ja ruokaohjeet resepteineen. Lisäksi käsikirjaan tuli eri tasting-pakettien viinien valintaperusteet sekä ohje tastingien järjestämiseen ravintola Tallissa. Ohjeeseen kirjataan kaikki mitä tarvitsee ottaa huomioon tastingiä järjestettäessä. Ohjeeseen listattiin kaikki tarvittava, esimerkiksi mitä kaikkea tastingtilaan tulee varata asiakkaille ja millaista pöytämallia kannattaa käyttää, jotta se olisi mahdollisimman asiakasystävällinen. Käsikirja on kokonaisuudessaan liitteenä. (Liite 1.)

Ravintola Tallissa mielestämme paras tila viinitastingien järjestämiseen on Pilttuukabinetti tai Mikpoli -rakennuksessa sijaitseva viiniluokka, mikäli asiakkaita on korkeintaan 18. Tilat ovat riittävän tilavat, mutta ei kuitenkaan liian suuret. Tilan etuihin kuuluu myös ovi opetuskeittiöön, jota kautta viinit ja tarjottavat ruoat on helppo tuoda tilaan. Viinitastingissä pöytämuotona kannattaa käyttää u-mallia, sillä tällä tavalla asiakkaita saa mahtumaan tilaan paljon, mutta asiakkaat ovat silti lähellä tastingin pitäjää ja näkevät myös toinen toisensa, jolloin keskusteleminen muiden asiakkaiden kanssa sujuu vaivattomasti. Tällöin asiakkaiden ei tarvitse rajoittaa keskustelua vain pöytään, jossa itse istuu. Viinitastingiä pidettäessä on muutenkin miellyttävää, mikäli asiakkaat osallistuvat aktiivisesti kyselemällä ja keskustelemalla.

Käsikirjassa olemme lisäksi listanneet, mitä kaikkea asiakkaille tulee varata tastingiä varten. Jokaiselle asiakkaalle tulee varata:

- kuusi maistelulasia
- vesilasi
- aluspaperi laseille muistiinpanoja varten sekä kynä
- lautanen, haarukka ja veitsi
- servietit.

Lisäksi tilaan tulee varata:

- riittävä määrä sylkykuppeja
- vesikarahveja

- jäädytysastioita kuohu- ja valkoviineille
- liina pullojen kuivaamista varten.

Hyvänä lisänä tastingeihin ovat myös viiniaiheiset lehdet ja kirjat. Myös Alkon hinnasto, sekä Uutuudet- ja Etiketti-lehti ovat hyvää lisämateriaalia tastingeihin ja nämä ovatkin kaikki ilmaiseksi tarjolla Alkon myymälöissä. Alkon hinnastosta on helppo tarkistaa nopeasti monenlaisia asioita. Asiakkaat ovatkin usein kiinnostuneita esimerkiksi viinien hinnoista.

6 TOTEUTUS

Opinnäytetyössämme käsittelemme viinitasting-pakettien suunnittelua ja tekemistä palvelun tuotteistamisen ja palvelumuotoilun näkökulmasta. Toteutusvaiheeseen sisältyi tuotteistamisen lisäksi myös palvelun markkinointi ja hinnoittelu. Tässä luvussa käymme läpi työmme toteutusvaihetta työn eri vaiheiden ja aihealueiden kautta.

6.1 Palvelun tuotteistaminen

Tuotteistaminen on käsitteenä hankala, sillä tuotekehityksen määritelmää ohjaa usein tuotettava asia. Tässä kuitenkin keskitymme palvelujen tuotteistamiseen ja siihen, mitä se pitää sisällään. Palvelujen tuotteistamisessa lähtökohtana on asiakkaan tarpeiden täyttäminen ja ongelmien ratkaiseminen. Palvelujen tuotteistaminen perustuu selkeään, hinnoiteltavissa olevan palvelun muodostamiseen niin, että se tyydyttää asiakkaiden tarpeet. (Tonder 2013, 14.).

Tuotteistamisprosessi voidaan jakaa kahteen eri päävaiheeseen, joita ovat myynnin tehokkuuden lisääminen ja palvelujen tuotantokustannusten vähentäminen. Hyvin tuotteistetulla palvelulla on oma kohderyhmänsä, jonka se tavoittaa. Toinen vaihe hyvin tuotetussa palvelussa on, että se on kaupallinen tuote, jolle löytyy ostajansa. Hyvän palvelun olisi myös tuotettava katetta yritykselle, joka palvelun tarjoaa. Viimeisenä hyvin tuotetun palvelun ominaisuutena on, että se on monistettavissa jatkoa varten. (Tonder 2013, 16.).

Tuotteistamallemme palvelulle oli melko helppoa löytää oma kohderyhmänsä viiniharrastajista. Viiniharrastus on nykyisin kasvava trendi ja se kiinnostaa ihmisiä. Saimme luotua hyvän kaupallisen tuotteen. Tavoitteenamme oli, että palvelu tuottaisi myös katetta Ravintola Tallille. Tastingin hinta oli henkeä kohden 30 euroa, johon olimme sisällyttäneet raaka-aine ja työvoimakustannukset. Ajatuksenamme oli myös Ravintola Tallin myynnin lisääminen ja varsinaisen katteen lisäksi pyrimme tastingien kautta saamaan Tallille uusia asiakkaita, jotka saattaisivat käyttää Tallin palveluita myös jatkossa. Viimeinen hyvin tuotteistetun palvelun ominaisuus on sen monistettavuus ja tavoitteena oli luoda viinitasting-paketit, jotka kuka tahansa Tallin henkilökunnasta voi toteuttaa.

6.2 Tastingin hinnoittelu ja kannattavuus

Palvelujen hinnoittelussa yleisimmin on käytetty kolmea eri menetelmää. Niitä ovat kustannusperusteinen hinnoittelu, markkina-, kilpailu- ja asiakasperusteinen hinnoittelu sekä omat päämäärät ja tavoitteet hinnoittelun perustana. Hinnoittelussa voi käyttää joko vain yhtä menetelmää tai useampaa eri menetelmää yhdessä, niin että ne korostuvat palvelun hinnoittelun eri vaiheissa. (Sipilä 2003, 57). Tasting-pakettien hinnoittelussa käytimme kustannusperusteista hinnoittelu menetelmää, sillä se tuntui selkeimmältä tuotteistamallemme palvelulle.

Kustannuspohjaisessa hinnoittelussa perusteena on tuotantokustannusten määrittäminen ja katetavoitteen lisääminen muihin kustannuksiin (Sipilä 2003, 57). Näin saadaan periaatteellisella tasolla yritystä hyödyttävä hinta palvelulle. Huomasimme että hinnoittelu ei ole kuitenkaan näin yksinkertaista. Ongelmaksi muodostui se, millä hinnalla asiakas on valmis ostamaan tuotteet. Itse mielsimme, että yhden tasting-paketin hinta ei voi olla paljon yli 30 euroa henkeä kohden, koska muutoin siitä olisi tullut asiakkaalle liian hintava, mikä olisi varmasti myös hankaloittanut palvelun myyntiä. Kustannusperusteisen hinnoittelun yksi pääongelma onkin, ettei se ota huomioon asiakasta ja sitä minkä arvoinen palvelu asiakkaalle on. (Sipilä 2003, 58.).

Palvelun hinnoittelua voi myös lähestyä hinnoittelustrategian kautta. Se perustuu hinnoittelun lähtökohtiin, tavoitteisiin ja perushintatason sekä hinnoittelumenetelmien valintaan. Ensimmäinen hinnoittelun strategian kohta on hinnoittelun lähtökohtien ja tavoitteiden määrittäminen. Toisessa vaiheessa valitaan hinnoittelumenetelmät ja mää-

ritetään haluttu hintataso. Viimeinen vaihe on hinnalla operoiminen eli miten hinta oikeasti toimii markkinoilla ja kilpailussa. (Sipilä 2003, 57.).

Raaka-ainekustannukset ja työvoimakustannukset muodostivat hinnoitteluumme alarajan ja laadimme asiakasta ajatellen ylärajaksi noin 30 euroa per henkilö. Tämä ohjasi myös osittain raaka-ainevalintojamme, esimerkiksi viinien hankinnassa ja valinnoissa mietimme viinien hintatasoa ja valinnoista jätettiin pois kaikki arvokkaimmat viinit. Viinitasting-pakettien kohdalla haasteellista oli myös se, että kaikista halvimpia viinejä ei kannata ottaa, koska ne eivät aina ole niin laadukkaita kuin keskihintaiset viinit. Halusimme kuitenkin tarjota asiakkaille maisteltavaksi hyvätasoiset viinit ja tuottaa muutenkin laadukkaan palvelun.

Tastingeissä tarjottavien ruokien raaka-ainekustannukset saimme, kun teimme reseptit sähköiseen Jamix-järjestelmään, josta saa laskettua kaikkien raaka-aineiden hinnat ja näin toteutettavien ruokien kokonaiskustannukset. Raportissamme näkyvien raaka-aineiden hinnat on tarkastettu Jamix-ohjelmasta 1.12.2015. Taulukoissa 1–6 näkyvien ruokien raaka-ainekustannusten hinnat ovat arvonnisäverottomia. Raaka-ainekustannusten hinnoittelussa saimme viinien tarkat hinnat Alkon internetsivuilta. Viinien hinnoista on vähennetty arvonnisävero eli myös viinien hinnat ovat arvonnisäverottomia. Viinien kokonaishinnat vaihtelevat tastingistä riippuen.

TAULUKKO 1. Viini tutuksi –tastingin raaka-ainekustannukset

Henkilömäärä	Viinit €/hlö	Viinien kokonaishinta	Raaka-aineet €/hlö	Kokonaiskustannukset €/hlö	Raaka-ainekustannukset
10	7,54 €	75,44 €	4,05 €	11,59 €	115,94 €
11	6,86 €	75,44 €	4,05 €	10,91 €	119,99 €
12	6,29 €	75,44 €	4,05 €	10,34 €	124,04 €
13	7,10 €	92,30 €	4,05 €	11,15 €	144,95 €
14	6,59 €	92,30 €	4,05 €	10,64 €	149,00 €
15	6,15 €	92,30 €	4,05 €	10,20 €	153,05 €
16	5,77 €	92,30 €	4,05 €	9,82 €	157,10 €
17	5,43 €	92,30 €	4,05 €	9,48 €	161,15 €
18	5,13 €	92,30 €	4,05 €	9,18 €	165,20 €
19	8,83 €	167,74 €	4,05 €	12,88 €	244,69 €
20	8,39 €	167,74 €	4,05 €	12,44 €	248,74 €
21	7,99 €	167,74 €	4,05 €	12,04 €	252,79 €
22	7,62 €	167,74 €	4,05 €	11,67 €	256,84 €
23	7,29 €	167,74 €	4,05 €	11,34 €	260,89 €
24	6,99 €	167,74 €	4,05 €	11,04 €	264,94 €
25	6,71 €	167,74 €	4,05 €	10,76 €	268,99 €

Viini tutuksi -tastingin viinien kokonaishinnaksi muodostui 10–12 hengelle 75,44 euroa, 13–18 hengelle 92,30 euroa ja 19–25 hengelle 167,74 euroa. Viinien kokonaishinta nousee sitä mukaa, kun viinipulloja täytyy ostaa useampia kuin yksi kappale kutakin. Viineillä on siksi kolme eri hintaa, koska jälkiruokaviinipullo on puolen litran kokoinen, jolloin siitä riittää minimissään neljän senttilitran annoksia korkeintaan 12 hengelle. Ruokien raaka-ainekustannukset olivat tässä tastingissä 4,05 euroa henkeä kohden. Yllä olevasta taulukosta voidaan huomata, että tastingin raaka-ainekustannukset kasvavat henkilömäärän kasvaessa.

TAULUKKO 2. Viini tutuksi -tastingistä jäävä kate

Henkilömäärä	Tastingin myyntihinta/hlö sis. Alv	Tastingin kokonaismyynti hinta sis. Alv	Tastingin kokonaishinta	Raaka-ainekustannukset	Hinta - raaka-ainekustannukset	Henkilöstökustannukset	Kate
10	30,00 €	300,00 €	241,94 €	115,94 €	125,99 €	150,00 €	- 24,01 €
11	30,00 €	330,00 €	266,13 €	119,99 €	146,14 €	150,00 €	- 3,86 €
12	30,00 €	360,00 €	290,32 €	124,04 €	166,28 €	150,00 €	16,28 €
13	30,00 €	390,00 €	314,52 €	144,95 €	169,57 €	150,00 €	19,57 €
14	30,00 €	420,00 €	338,71 €	149,00 €	189,71 €	150,00 €	39,71 €
15	30,00 €	450,00 €	362,90 €	153,05 €	209,85 €	150,00 €	59,85 €
16	30,00 €	480,00 €	387,10 €	157,10 €	230,00 €	150,00 €	80,00 €
17	30,00 €	510,00 €	411,29 €	161,15 €	250,14 €	150,00 €	100,14 €
18	30,00 €	540,00 €	435,48 €	165,20 €	270,29 €	150,00 €	120,29 €
19	30,00 €	570,00 €	459,68 €	244,69 €	214,99 €	150,00 €	64,99 €
20	30,00 €	600,00 €	483,87 €	248,74 €	235,13 €	150,00 €	85,13 €
21	30,00 €	630,00 €	508,06 €	252,79 €	255,27 €	150,00 €	105,27 €
22	30,00 €	660,00 €	532,26 €	256,84 €	275,42 €	150,00 €	125,42 €
23	30,00 €	690,00 €	556,45 €	260,89 €	295,56 €	150,00 €	145,56 €
24	30,00 €	720,00 €	580,65 €	264,94 €	315,70 €	150,00 €	165,70 €
25	30,00 €	750,00 €	604,84 €	268,99 €	335,85 €	150,00 €	185,85 €

Taulukossa 2 on kuvattu, että tastingin hinta pysyy koko ajan vakiona henkilöä kohden, vaikka osallistujamäärä nousisikin. Myös henkilöstökustannukset pysyvät vakiona, sillä vaikka osallistujamäärä kasvaisi hieman, esivalmisteluihin ja siivoustöihin ei kulu huomattavasti kauemmin aikaa. Taulukkoon on laskettu tastingistä jäävä kate ennen henkilöstökustannuksia ja niiden jälkeen. Taulukosta voidaan huomata, että henkilöstökustannusten jälkeen tastingistä ei jää katetta, mikäli osallistujia on alle 12. Alle 12 asiakkaan osallistujamäärällä tilaisuudesta tulee itseasiassa tappiota.

TAULUKKO 3. Luomuviinit-tastingin raaka-ainekustannukset

Henkilömäärä	Viinit €/hlö	Viinien kokonaishinta	Raaka-aineet €/hlö	Kokonaiskustannukset €/hlö	Raaka-ainekustannukset
10	6,97 €	69,68 €	5,18 €	12,15 €	121,48 €
11	6,33 €	69,68 €	5,18 €	11,51 €	126,66 €
12	5,81 €	69,68 €	5,18 €	10,99 €	131,84 €
13	5,36 €	69,68 €	5,18 €	10,54 €	137,02 €
14	4,98 €	69,68 €	5,18 €	10,16 €	142,20 €
15	4,65 €	69,68 €	5,18 €	9,83 €	147,38 €
16	4,35 €	69,68 €	5,18 €	9,53 €	152,56 €
17	4,10 €	69,68 €	5,18 €	9,28 €	157,74 €
18	3,87 €	69,68 €	5,18 €	9,05 €	162,92 €
19	6,91 €	131,31 €	5,18 €	12,09 €	229,73 €
20	6,57 €	131,31 €	5,18 €	11,75 €	234,91 €
21	6,25 €	131,31 €	5,18 €	11,43 €	240,09 €
22	5,97 €	131,31 €	5,18 €	11,15 €	245,27 €
23	5,71 €	131,31 €	5,18 €	10,89 €	250,45 €
24	5,47 €	131,31 €	5,18 €	10,65 €	255,63 €
25	5,25 €	131,31 €	5,18 €	10,43 €	260,81 €

Luomuviinit-tastingissä viinien hinta on 10–18 hengelle 69,68 euroa, kun viinipulloja riittää yksi kutakin laatua, poikkeuksena 0,375 litran kokoinen jälkiruokaviini, jota tarvitaan kaksi pulloa. Viinien hinta 19–25 hengelle on 131,31 euroa, kun kaikkia muita viinipulloja tarvitaan kaksi ja jälkiruokaviiniä kolme pulloa. Ruokien raaka-ainekustannukset olivat henkeä kohden 5,18 euroa. Vertaamalla taulukkoa 3 tauluk- koon 1 voidaan huomata, että raaka-ainekustannukset ovat lähes samat sekä Viini tu- tuksi- että Luomuviinit-tastingissä.

TAULUKKO 4. Luomuviinit-tastingistä jäävä kate

Henkilömäärä	Tastingin myyntihinta/hlö sis. Alv	Tastingin kokonaismyynti hinta sis. Alv	Tastingin kokonaishinta	Raaka-ainekustannukset	Hinta - raaka-ainekustannukset	Henkilöstö kustannukset	Kate
10	30,00 €	300,00 €	241,94 €	121,48 €	120,46 €	150,00 €	- 29,54 €
11	30,00 €	330,00 €	266,13 €	126,66 €	139,47 €	150,00 €	- 10,53 €
12	30,00 €	360,00 €	290,32 €	131,84 €	158,49 €	150,00 €	8,49 €
13	30,00 €	390,00 €	314,52 €	137,02 €	177,50 €	150,00 €	27,50 €
14	30,00 €	420,00 €	338,71 €	142,20 €	196,51 €	150,00 €	46,51 €
15	30,00 €	450,00 €	362,90 €	147,38 €	215,53 €	150,00 €	65,53 €
16	30,00 €	480,00 €	387,10 €	152,56 €	234,54 €	150,00 €	84,54 €
17	30,00 €	510,00 €	411,29 €	157,74 €	253,55 €	150,00 €	103,55 €
18	30,00 €	540,00 €	435,48 €	162,92 €	272,57 €	150,00 €	122,57 €
19	30,00 €	570,00 €	459,68 €	229,73 €	229,95 €	150,00 €	79,95 €
20	30,00 €	600,00 €	483,87 €	234,91 €	248,96 €	150,00 €	98,96 €
21	30,00 €	630,00 €	508,06 €	240,09 €	267,98 €	150,00 €	117,98 €
22	30,00 €	660,00 €	532,26 €	245,27 €	286,99 €	150,00 €	136,99 €
23	30,00 €	690,00 €	556,45 €	250,45 €	306,01 €	150,00 €	156,01 €
24	30,00 €	720,00 €	580,65 €	255,63 €	325,02 €	150,00 €	175,02 €
25	30,00 €	750,00 €	604,84 €	260,81 €	344,03 €	150,00 €	194,03 €

Myös Luomuviinit-tastingissä tilaisuudesta tehdään tappiota alle 12 henkilön asiakasmäärällä ja jäljelle jäävä kate kasvaa asiakasmäärän kasvaessa, eli sitä kannattavampaa tastingin järjestäminen on mitä suuremmalle joukolle se järjestetään.

TAULUKKO 5. Espanjan viinit -tastingin raaka-ainekustannukset

Henkilömäärä	Viinit €/hlö	Viinien kokonaishinta	Raaka-aineet €/hlö	Kokonaiskustannukset €/hlö	Raaka-ainekustannukset
10	5,85 €	58,47 €	4,40 €	10,25 €	102,47 €
11	5,32 €	58,47 €	4,40 €	9,72 €	106,87 €
12	4,87 €	58,47 €	4,40 €	9,27 €	111,27 €
13	4,50 €	58,47 €	4,40 €	8,90 €	115,67 €
14	4,18 €	58,47 €	4,40 €	8,58 €	120,07 €
15	3,90 €	58,47 €	4,40 €	8,30 €	124,47 €
16	3,65 €	58,47 €	4,40 €	8,05 €	128,87 €
17	3,44 €	58,47 €	4,40 €	7,84 €	133,27 €
18	3,25 €	58,47 €	4,40 €	7,65 €	137,67 €
19	6,15 €	116,94 €	4,40 €	10,55 €	200,54 €
20	5,85 €	116,94 €	4,40 €	10,25 €	204,94 €
21	5,57 €	116,94 €	4,40 €	9,97 €	209,34 €
22	5,32 €	116,94 €	4,40 €	9,72 €	213,74 €
23	5,08 €	116,94 €	4,40 €	9,48 €	218,14 €
24	4,87 €	116,94 €	4,40 €	9,27 €	222,54 €
25	4,68 €	116,94 €	4,40 €	9,08 €	226,94 €

Taulukosta 5 voidaan huomata, että Espanjan viinit -tastingin viinien kustannukset ovat muita tastingejä matalammat, kun niitä verrataan taulukoihin 1 ja 3. Ruokien raaka-ainekustannukset olivat jokaisessa tastingissä lähes samalla tasolla. Espanjan viinit -tastingin viinien kokonaishinta on 10–18 hengelle 58,47 euroa ja 19–25 hengelle 116,94 euroa. Viinien kokonaishinta määräytyy samalla tavalla kuin Luomuviinit-tastingissä eli 18 hengelle riittää vielä pullo kaikkia muita viinejä paitsi jälkiruokaviiniä, jota tarvitaan kaksi pulloa. 19 henkilöstä ylöspäin pulloja tarvitaan muuten kaksi ja pienempää jälkiruokaviiniä kolme pulloa. Espanjan viinit -tastingin ruokien raaka-ainekustannukset ovat 4,40 euroa henkeä kohden.

TAULUKKO 6. Espanjan viinit -tastingistä jäävä kate

Henkilömäärä	Tastingin kokonaisynti hinta sis. Alv	Tastingin kokonaisynti hinta sis. Alv	Tastingin kokonaishinta	Raaka-ainekustannukset	Hinta - raaka-ainekustannukset	Henkilöstö kustannukset	Kate
10	30,00 €	300,00 €	241,94 €	102,47 €	139,47 €	150,00 €	- 10,53 €
11	30,00 €	330,00 €	266,13 €	106,87 €	159,26 €	150,00 €	9,26 €
12	30,00 €	360,00 €	290,32 €	111,27 €	179,05 €	150,00 €	29,05 €
13	30,00 €	390,00 €	314,52 €	115,67 €	198,85 €	150,00 €	48,85 €
14	30,00 €	420,00 €	338,71 €	120,07 €	218,64 €	150,00 €	68,64 €
15	30,00 €	450,00 €	362,90 €	124,47 €	238,44 €	150,00 €	88,44 €
16	30,00 €	480,00 €	387,10 €	128,87 €	258,23 €	150,00 €	108,23 €
17	30,00 €	510,00 €	411,29 €	133,27 €	278,02 €	150,00 €	128,02 €
18	30,00 €	540,00 €	435,48 €	137,67 €	297,82 €	150,00 €	147,82 €
19	30,00 €	570,00 €	459,68 €	200,54 €	259,14 €	150,00 €	109,14 €
20	30,00 €	600,00 €	483,87 €	204,94 €	278,94 €	150,00 €	128,94 €
21	30,00 €	630,00 €	508,06 €	209,34 €	298,73 €	150,00 €	148,73 €
22	30,00 €	660,00 €	532,26 €	213,74 €	318,52 €	150,00 €	168,52 €
23	30,00 €	690,00 €	556,45 €	218,14 €	338,32 €	150,00 €	188,32 €
24	30,00 €	720,00 €	580,65 €	222,54 €	358,11 €	150,00 €	208,11 €
25	30,00 €	750,00 €	604,84 €	226,94 €	377,90 €	150,00 €	227,90 €

Taulukosta 6 voidaan huomata, että vain alle 11 asiakkaan osallistujamäärällä tästä tastingistä tulee tappiota. Tämä selittyy viinien valinnoilla. Espanjan viinit -tastingin viinit olivat muuten melko samoissa hinnoissa muiden tastingien viinien hintojen kanssa, paitsi että tähän tastingiin valitsimme jälkiruokaviiniksi 0,75 litran pullossa myytävän sherryn, joka oli huomattavasti edullisempi muiden tastingien jälkiruokaviineihin verrattuna.

Taulukoista voidaan huomata, että raaka-aineiden hinnat ovat jokaisessa tastingissä kiinteät, sillä ruokien määrää voidaan lisätä joustavasti henkilömäärän kasvaessa ja esimerkiksi pekonipiirakka ja valkosuklaajuustokakku tarjoillaan asiakkaille annospaloina, jolloin ylijäämän voi esimerkiksi pakastaa ja käyttää myöhemmin. Taulukoista näkyy, kuinka raaka-ainekustannukset kasvavat henkilömäärän kasvaessa. Viinien hinnat henkeä kohden vaihtelevat sen mukaan, kuinka monta osallistujaa tastingissä on.

Taulukoista voidaan huomata lisäksi, että raaka-aineiden kustannukset ja työvoimakustannukset pysyvät henkilömäärästä riippumatta vakioina. Viinitasting kannattaisikin järjestää mahdollisimman suurelle asiakasryhmälle, sillä mitä suurempi ryhmä viinitastingiin osallistuu, sitä suurempi jäljelle jäävä kate on. Taulukoista 2, 4 ja 6 voidaan huomata, että viinitastingien järjestäminen alle 12 hengelle on tappiollista liiketoimintaa. Lisäksi samoista taulukoista voidaan huomata, että kannattavinta viinitastingien järjestäminen on 18 hengelle, mikäli viinejä ostetaan vain yksi pullo kutakin.

Viinien ja ruokien raaka-aineiden hinnat saattavat vaihdella tulevissa tastingeissä hieman, sillä Alkossa ei ole aina saatavilla juuri näitä viinejä ja vaihdoksia saatetaan joutua tekemään. Myös raaka-aineiden hinnat muuttuvat ajan kuluessa. Tämä ei kuitenkaan mittavasti vaikuta raaka-ainekustannuksiin, mikäli pitää viinien hintatason keskihintaisena. Asiakkaille kaikkia tasting-paketteja myydään samalla hinnalla vaikka raaka-aineiden hintakustannukset hieman vaihtelisivat.

Hinnoittelua ohjaa myös tämän tyyppisten palveluiden yleinen hintataso ja kilpailijoiden hintataso. Tuotteistamallamme palvelulla ei ole suoranaista kilpailijaa tai vastaavaanlaista palvelua Mikkelin alueella. Tästä syystä uskommekin, että ravintola Tallin viinitasting-paketeilla on hyvät mahdollisuudet menestyä, sillä täysin samanlaista palvelua ei muilla Mikkelin ravintoloilla ole tarjolla. Eräs muu Mikkelissä toimiva ravintola järjestää viini- ja olutkurseja, mutta ne ovat paljon suppeampia, eivätkä ne sisällä ruokia. Kyseisessä ravintolassa viinitastingin hinta on 15 henkilöä kohden ja se sisältää viisi maisteltavaa viiniä. Jos ravintola Tallin tasting-paketteja verrataan esimerkiksi tämän ravintolan pruuveihin, puolet kalliimpaa hintatasoa voidaan selittää siten, että Ravintola Tallin tasting-paketit sisältävät teorialuennon ja viineille sopivat maisteltavat maisteluannokset itse viinien lisäksi.

6.3 Markkinointi

Markkinointi on ulospäin näkyvä toiminto, jonka tarkoituksena on saada asiakas tietoiseksi yrityksestä ja sen palveluista. Markkinoinnin avulla yrityksen on saatava palvelulleen tai tuotteelleen tunnettavuutta ja erotuttava kilpailijoista. Sen päätarkoitus on saada myytyä yrityksen tarjoamia palveluita, mutta markkinointi keskittyy sen lisäksi myös asiakassuhteiden luomiseen ja kehittämiseen. Yksi markkinoinnin tavoite on asiakkaiden tarpeiden täyttäminen ja asiakassuhteiden ylläpitäminen. (Bergström & Leppänen 2007, 9–10.).

Nykyaikaisen markkinoinnin lähtökohtana on asiakaskeskeisyys ja asiakkaan tarpeiden ja toiveiden ajattelu. Tavoitteena on löytää sopiva kohderyhmä palvelulle. Segmentointi eli kohdennettu markkinointi on asiakaskeskeisen markkinoinnin perusta. Asiakkaiden tarpeiden, asenteiden ja elämäntavan tunteminen auttaa markkinoimaan tuotetta oikealla tavalla asiakasryhmälle. Markkinoinnin avulla yrityksen tavoit-

teena on palvelun myymisen lisäksi saada uusia jatkuvia asiakassuhteita. (Bergström & Leppänen 2007, 14.).

Markkinointimix tarkoittaa markkinoinnin kilpailukeinojen kokonaisuutta. Markkinoinnin keskeisiä kilpailukeinoja ovat hyvä henkilöstö, houkutteleva tuote tai palvelu, hinta, saatavuus ja markkinointiviestintä. Yritys kilpailee näillä keinoilla markkinoilla. Eri yrityksissä eri kilpailukeinot vaihtelevat. Esimerkiksi toisessa yrityksessä hinta on suurin kilpailukeino ja toisessa taas asiakaspalvelu. (Bergström & Leppänen 2007, 85.).

Markkinoinnissa on pitkään käytetty 4 P -mallia. Se koostuu neljästä eri kilpailukeinosta, joita ovat tuote (Product), hinta (Price), saatavuus (Placement) ja markkinointiviestintä (Promotion). Tuote käsite pitää sisällään sekä konkreettiset tuotteet että palvelut. Hinta käsittää hinnoittelustrategian ja muut hinnoitteluun liittyvät asiat. Saatavuus tarkoittaa tuotteen tai palvelun saamista asiakkaille. Se pitää sisällään eri kanavat, joiden kautta palvelua asiakkaille markkinoidaan. Markkinointiviestintä pitää sisällään tuotteen tai palvelun mainostamisen ja myymisen. (Bergström & Leppänen 2007, 85.).

Markkinointiin keskeisenä asiana kuuluu viestintä. Markkinointiviestinnän osa-alueet ovat mainonta, myyntityö, myynninedistäminen sekä tiedotus- ja suhdetoiminta. Etenkin tavaroiden ja palveluiden markkinoinnissa mainonta on hyvin tärkeä osa markkinointia. Myyntityö on tärkeämpää kalliimpien tuotteiden markkinoinnissa. Myynninedistämiseen liittyy esimerkiksi tapahtumamarkkinointi ja suhdetoimintaan jo olemassa olevien asiakassuhteiden kehittäminen. (Bergström & Leppänen 2007, 178.). Keskitymme opinnäytetyössämme markkinointiviestinnässä mainontaan, sillä se vastaa parhaiten tapaa markkinoida tuottamaamme palvelua.

Mainonta on tavoitteellista tiedottamista eri ihmisjoukoille. Sen tavoitteena on saada potentiaaliset asiakkaat tietoiseksi palvelun olemassa olost ja sisällöstä. Mainonta jakautuu kolmeen eri ryhmään, joita ovat mediamainonta, suoramainonta ja täydentävä mainonta. Mediamainonta on erilaisten medioiden kautta mainostamista. Suoramainonta on keskitetympää, pienemmälle asiakasryhmälle suunnattua mainontaa. Täydennettävään mainontaan kuuluu esimerkiksi toimipaikkamainonta ja tapahtumamainonta. (Bergström & Leppänen 2007, 178.).

Viinitasting-pakettien markkinoinnissa keskityimme markkinoimaan tasting-tilaisuuksia suoraan valitulle kohderyhmälle eli käyttämään ”puskaradiomarkkinointia”. Markkinoimme tasting-tilaisuuksia Mikkelin avoimen ammattikorkeakoulun viinitasting- kursseilla. Tämä osoittautui hyväksi paikaksi mainostaa kyseisiä tilaisuuksia, sillä kohderyhmä oli juuri oikea. Mainostimme tasting-tilaisuuksia ryhmille sopivina, esimerkiksi pikkujoulujen merkeissä. Yksi tasting-tilaisuus järjestyi opettajamme kautta, kun hän sai yhteydenoton polttariseurueen toivomasta viinitasting-tilaisuudesta ja välitti sen meille ja Ravintola Tallille.

Huomasimme, että suoramarkkinointi oikealle kohderyhmälle toimi huomattavasti paremmin kuin laajempi avoin markkinointi. Kohdetyhmällä eli viineistä kiinnostuneilla ihmisillä oli jo valmiiksi hyvä pohjatieto siitä, mitä tastingit pitävät sisällään ja palvelu oli heille jo entuudestaan tuttu. Tallissa aiemmin järjestettyjen tastingien kautta oli tullut lisää yhteydenottoja ja tastingeistä kiinnostuneita ihmisiä.

Asiakkaiden hankkiminen Tallin asiakaskunnan ulkopuolelta oli mielestämme hyödyllistä. Tätä kautta Ravintola Talli saa aivan uusia asiakkaita, jotka mahdollisesti voivat ostaa Tallin palveluita myös jatkossa. Tämä oli myös osa tavoitettamme kasvattaa Tallin myyntiä ja saada sille uusia asiakkaita uudenlaisen palvelun kautta. Aluksi suoramarkkinointi Avoimen ammattikorkeakoulun viinikursseilla tuotti tulosta, sillä eräs ryhmä varasikin jo Luomuviinit-tastingin joulukuulle Ravintola Talliin. Myöhemmin ryhmä kuitenkin valitettavasti perui varauksensa.

Teimme myös mainoksen ja pienen kuvauksen viinitasting-tilaisuuksista. Mainos oli tarkoitus laittaa Ravintola Tallin kotisivuille ja mahdollisesti jakaa myös mainosta ravintola Tallin asiakkaille lounasaikaan. Tällä ajattelimme tavoittavamme alustavasti jo Tallin nykyiset asiakkaat, jotka mahdollisesti olisivat kiinnostuneita tämän tyyppisestä palvelusta, sillä Tallissa on usein järjestetty erilaisille ryhmille pikkujouluja, kokouksia ja muita illallistilaisuuksia. Loppujen lopuksi mainosta ei kuitenkaan julkaistu Tallin kotisivuilla, sillä kiinnostuneita ja tastingvaraus oli jo tullut muuta kautta. Kun varaus myöhemmin peruuntui, oli syksy jo niin pitkällä, ettemme tunteneet enää tarvetta laittaa mainosta Tallin sivuille, sillä olimmehan jo kuitenkin pitäneet kaksi kolmesta tastingistä.

6.4 Tastingien järjestäminen

Tastingien järjestäminen vaikutti aluksi hyvinkin yksinkertaiselta, kunhan vain saimme kaikki tastingpaketit esityskuntoon. Todellisuudessa järjestäminen vaati paljon enemmän kaikenlaista sopimista ja järjestelyä kuin mitä aluksi tajusimmekaan. Viini-tastingeille on kuitenkin ollut Tallissa jo kysyntää ilman mittavaa markkinointiakin, joten kaksi tastingeistä, Espanjan viinit ja Viini tutuksi, saatiin myytyä asiakkaille ilman markkinointia.

Espanjan viinit oli ensimmäinen näistä kolmesta viinitastingistä, jonka toteutimme. Toteutimme tastingin jo maaliskuussa 2015 tilauksesta eräälle asiakasryhmälle. Saimme tilauksen tietoomme jo hyvissä ajoin ja meillä oli hyvin aikaa valmistella esitys ja tilata tarvittavat raaka-aineet ja viinit. Tastingin pitäminen oli vielä tuolloin melko jännittävää, sillä emme ole kovinkaan luontaisia esiintyjä ja esiintymiskokemustakaan ei vielä ollut kertynyt paljoa. Asiakkaat olivat kuitenkin tyytyväisiä tastingiin ja saimme heiltä positiivista palautetta.

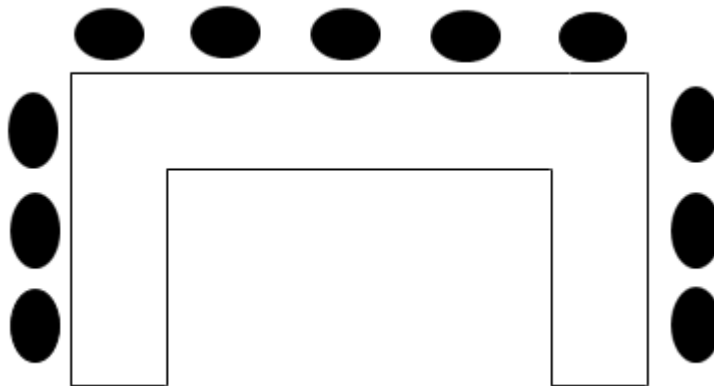
Viini tutuksi -tasting järjestettiin seuraavana marraskuussa 2015. Viini tutuksi -tastingin varaus tuli viikon varoitusajalla, joten raaka-ainetilaus ja viinitilaus täytyi tehdä nopeasti. Raaka-ainetilausta varten täytyi tulostaa tilauslista raaka-aineista ravintola Tallin käyttämästä Jamix-järjestelmästä sekä lähettää viinitilaus Mikkelin Graanin Alkoon. Koska viinitilausta ei voitu tehdä hyvissä ajoin, emme saaneet kaikkia niitä viinejä, jotka olimme valinneet tastingiin. Kolme kuudesta viinistä jouduttiin vaihtamaan, mutta vastaavat viinit löytyivät kuitenkin helposti.

Myös tastingin henkilömäärä muuttui tilaisuuden lähestyessä. Aluksi henkilömääräksi ilmoitettiin 15 henkilöä, mutta lopulliseen tastingpäivään mennessä henkilömäärä kutistui kymmeneen, joka oli pienin mahdollinen osallistujia määrä tastingille. Tässä tastingissä asiakkaat olivat rentoja ja hyväntuulisia ja osallistuivat tastingin kulkuun aktiivisesti. He kyselivät paljon ja osallistuivat aktiivisesti viinien aromien kuvailuun viinejä maistellessa. Myös viinitastingin järjestäminen on helpompaa asiakkaiden ollessa aktiivisesti mukana ja kommentoidessa viinejä. Mikäli asiakkaat olisivat aivan hiljaa, olisi myös tastingin järjestäminen jännittävämpää.

Luomuviinit-tastingiä ei järjestetty maksavalle asiakasryhmälle. Saimme kuitenkin opettajaltamme idean pitää luomuviinaiheesta englanninkielisen luennon englanninkielisellä Harmony of Food and Beverages -opintojaksolla. Pidimme esitelmän syyskuussa 2015, joten tästä tastingistä on olemassa myös englanninkielinen materiaali ja Tallissa pystytään tarvittaessa järjestämään tämä tasting myös englanniksi. Pitämämme esitelmä kyseisellä kurssilla ei sisältänyt normaalin tastingin tapaan niin monta viiniä tai maisteltavia ruokia. Kurssilaiset maistelivat kaksi luomuviiniä, joista toinen oli biodynaaminen viini ja toinen tavallinen luomuviini.

6.5 Viinitastingien kulku

Ennen varsinaisen asiakastilaisuuden alkamista on tastingin järjestäjällä iso työ laittaa kaikki valmiiksi tilaisuutta varten. Alkutöihin kuuluu pöytien järjestäminen ja tilan kattaminen. Itse olemme kokeneet alla kuvatun niin sanotun U-mallin hyväksi pöytämuodoksi, sillä se on yhtenäinen ja kaikki asiakkaat näkevät toisensa ja pystyvät vaivattomasti keskustelemaan luontevasti. Tilaan pitää varata valmiiksi tasting-lasit, vesilasit, vesikannut, sylkykupit ja tarvittava taustamateriaali.



KUVA 3. U-pöytämalli

Ennen viinitastingin alkua on tarkoitus valmistella kaikki niin valmiiksi kuin on vain mahdollista. Viinit kannattaa järjestää oikeaan järjestykseen ja huolehtimaan oikeista tarjoilulämpötiloista, esimerkiksi täyteläisemmät punaviinit voi kaataa laseihin valmiiksi ennen tastingin alkua. Ruokat on myös suositeltavaa laittaa keittiössä valmiiksi, jotta ne voi tilaisuuden alettua vain tuoda asiakkaille. Lasit kannattaa laittaa jo valmiiksi tarjottimille ja varata pullonavaajat sekä mitat valmiiksi.

Varsinaisten viininmaistelutilaisuuksien kulku on melko samanlainen jokaisessa tastingissä. Ensin toivotamme asiakkaat tervetulleiksi tastingiin ja esittelemme itsemme. Aluksi myös näytämme, miten kuohuviinipullo avataan oikeaoppisesti ja jaamme kuohuviinit asiakkaille. Aluksi maistatamme kuohuviinit ja kyselemme hieman, kuinka paljon asiakkaat ovat viinejä harrastaneet aiemmin ja ovatko he käyneet aikaisemmin viinitastingissä. Tilaisuuden kulku määräytyy osittain myös asiakkaiden mukaan ja etenemme kullekin asiakasryhmälle sopivalla tahdilla.

Mikäli asiakkaat eivät ole käyneet aikaisemmin viinitastingeissä, aluksi käydään läpi oikeaoppinen viininmaistelu tekniikka. Mikäli asiakkaat taas ovat viiniharrastajia, voidaan teoriaan perehtyä syvemmin ja käydä perin pohjaisemmin läpi itse viinitastingin aihetta. Huomasimme kuitenkin esimerkiksi Viini tutuksi -tastingissä, jossa asiakkaat olivat kovia kyselemään monenlaisia asioita, että tastingissä kannatti keskittyä enimmäkseen viinien maisteluun ja viinin ja ruoan yhdistämiseen ja asiakkaiden kysymyksiin vastaamiseen ja käydä teoriaosuus läpi hieman nopeammin ja suppeammin.

Aikaisemmin pitämässämme Espanjan viinit -tastingissä pitäydyimme Viini tutuksi -tastingiä enemmän viinitastingin aiheen teoriassa ja monet asiakkaiden esittämistä kysymyksistäkin liittyivät enemmän aiheeseen. Myös asiakkaiden oma aktiivisuus määrittää tastingin kulkua. Mikäli asiakkaat ovat passiivisia, täytyy tastingissä pitäytyä enemmän tastingin aihealueeseen ja valmistelemaamme runkoon. Toisaalta, jos asiakkaat ovat todella innokkaita ja kyselevät paljon, täytyy valmistellusta esityksestä jättää joitakin asioita hieman pienemmälle huomiolle, jotta pysytään aikataulussa.

Tastingeissä maistatamme viinejä ja ruokia samaan aikaan, koska mielestämme on selkeää ja helppoa, että viinejä ja ruokia tarjoillaan asiakkaille samalla, kun käymme teoriaosuutta läpi. Yksi vaihtoehto oli, että ensin olisi niin sanottu teoriaosuus ja sitten siirryttäisiin kevyempään osuuteen eli viininmaisteluun. Huomasimme kuitenkin Viini tutuksi -tastingissä, että asiakkaiden mielenkiinto pysyy paremmin yllä, kun samanaikaisesti maistellaan viinejä ja ruokia kuin käydään läpi esimerkiksi teoriaa viinin rakenteesta ja keskeisistä ominaisuuksista, joita viinistä tulisi huomata.

Kun tastingin järjestäjiä on kaksi, toinen on aina salin puolella pitämässä asiakkaille teoriaosuutta ja toinen kaataa viinit ja jakaa ne asiakkaille. Tästä syystä on hyvä, että

tastingiä olisi pitämässä enemmän kuin yksi henkilö, sillä viinien kaatamiseen ja tarjoilemiseen sekä ruokien tarjoilemiseen kuluu aikaa ja kahden henkilön voimin tastingin kulku ei keskeydy.

Kun opintomateriaali on käyty läpi, seuraa usein vapaamuotoista keskustelua, mikäli aikaa on vielä jäljellä. Tässä vaiheessa vastailemme vielä asiakkaiden mahdollisiin kysymyksiin ja kiitämme asiakkaita osallistumisesta tastingiin. Asiakkaat saavat vielä rauhassa jäädä maistelemaan viinejä ja ruokia ja seurustelemaan keskenään teoriaosuuden päätyttyä. Kun varsinainen asiakastilaisuus on ohi, seuraa tastingin pitäjille jälkitöiden hoitaminen. Jälkitöihin kuuluu tilan siivoaminen ja tilan järjestäminen, keittiön siivoaminen ja tiskaaminen.

7 POHDINTA

Alkuperäinen opinnäytetyömme tavoite oli suunnitella toteuttaa kolme erilaista viinitasting -pakettia niin, että kuka tahansa Ravintola Tallin henkilökunnasta voisi pitää tastingit. Tavoitteenamme oli siis tuotteistaa palvelu ja tehdä siitä valmis paketti. Onnistuimmeko tavoitteessamme ja onko tavoite edes mahdollinen? Onko opinnäytetyömme tarpeellinen? Ovatko viinitastingit kannattavaa liiketoimintaa? Miten opinnäytetyötämme voi hyödyntää jatkossa? Mitä olisimme voineet tehdä toisin?

7.1 Tastingpaketti, jonka kuka tahansa voisi pitää

Viininmaistelutilaisuuksia järjestettyämme olemme alkaneet miettiä yhä enemmän soveltuuko viinitasting-pakettimme kenen tahansa järjestettäväksi. Olemme keränneet mahdollisimman paljon tietoa kaikista viinitasting-pakettien aihealueista tekemiimme opintomateriaaleihin, mutta pelkästään näillä tiedoilla ei viininmaistelutilaisuudessa pärjää. Asiakkaat ovat olleet erittäin osallistuvia ja kyselleet paljon. Lisäksi asiakkaat kyselevät todella monipuolisia viiniaiheisia kysymyksiä.

Jokaisesta tastingiemme aihealueesta on saatavilla hyvin paljon tietoa. Esimerkiksi Luomuviinit-tasting on hyvin informatiivinen ja asiapainotteinen ja se vaatii paljon perehtymistä aihealueeseen, jotta voisi kattavan tastingin siitä järjestää. Myös Espanjan viinit -tastingissä käydään läpi useita Espanjan eri viinialueita, joista on saatavilla

hyvin paljon tietoa. Vaikka kokosimme Power Point-esityksiin kaiken oleellisimman asian, jäi vielä monia asioita käsittelemättä.

Työtä helpotti se, että kokosimme itse teoriaosuuden ja opimme samalla paljon eri tastingien aihealueista, mutta kaikkea lukemaamme ja oppimaamme emme kuitenkaan voineet sisällyttää diaesityksiin. Ongelmaksi voikin koitua se, että tastingin pitäjä ei ole itse koonnut teoriapakettia ja perehtynyt aiheeseen samalla tavalla kuin me työtä tehdessämme. Tämä on ongelma ainakin silloin, mikäli asiakkaat ovat hyvin kiinnostuneita ja haluavat tietää aiheesta.

Olemme itsekin todella kiinnostuneita viineistä ja opiskelemme viinejä muutenkin vapaa-ajalla, joten olemme osanneet vastata moniin kysymyksiin. Asiakkaiden kysymykset ovat kuitenkin niin laaja-alaisia, että emme ole kuitenkaan osanneet vastata läheskään kaikkiin kysymyksiin. Monesti on kysytty esimerkiksi konjakin tai pontikan valmistuksesta, josta meillä ei ole paljoakaan tietoa. Täysin viinitastingin aiheessa pysyminen on siis miltei mahdotonta itse tasting-tilaisuudessa, sillä asiakkaat olettavat usein, että viinitastingin vetäjä tietää lähes kaiken viineistä.

7.2 Palvelun tuotteistaminen

Onnistuimme täyttämään osan tuotteistamisprosessin tavoitteista hyvin. Hyvin tuotteistetun palvelun tarkoituksena on kasvattaa myyntiä ja vähentää tuotantokustannuksia. Hyvästä palvelusta tulisi jäädä myös katetta. Tuottamastamme tasting palvelusta ei jäänyt niin paljon katetta kun olisimme halunneet. Jotta olisimme saaneet enemmän katetta, olisi meidän pitänyt valita vielä edullisempia viinejä ja ruokia tai nostaa tastingin hintaa asiakkaille. Emme halunneet hintaa korkeammaksi, koska pelkäsimme, että siinä tapauksessa tastingit eivät olisi menneet kaupaksi. Tallin myyntiä se kasvatti jonkin verran, sillä sitä kautta Tallille tuli yhteydenottoja uusista viinitasting-tilaisuuksista.

Hyvin tuotteistetulle palvelulle tulee löytää myös oma kohderyhmänsä ja palvelua on suunniteltava kohderyhmän mukaan. Onnistuimme löytämään oikean kohderyhmän tastingeille ja markkinoimaan niitä sen mukaisesti. Alun perin suunnittelimme, että kolmesta täysin erilaisesta tasting-paketista löytyisi eritasoisille viiniharrastajille sopi-

va vaihtoehto. Esimerkiksi Viini tutuksi -tasting soveltuisi hyvin ihmisille, jotka eivät ole aikaisemmin tastingissä olleet.

Tuotteistamisen yksi tavoite on saada siitä kaupallinen palvelu, jonka saa myytyä asiakkaille. Tässä onnistuimme osittain, sillä saimme myytyä kaksi kolmesta tasting-paketista. Luomuviini-tastingille ei löytynyt aiheesta kiinnostunutta asiakasryhmää. Hyvin tuotteistettu palvelu on myös monistettavissa jatkokäyttöä varten. Tässä onnistuimme hyvin, sillä käsikirjamme ja ohjeidemme avulla jokaisen on helppo itse muokata tastingiä haluamallaan tavalla. Kokosimme käsikirjaan esimerkiksi perusohjeet, kuinka viinit ja ruoat tulisi valita ja näitä on helppo muuttaa ohjeidemme avulla.

7.3 Ovatko viinitastingit kannattavaa liiketoimintaa?

Hinnoitellessamme tastingit tavoitteenamme oli, että se kattaa kaikki kustannukset ja hyvä olisi, jos siitä jäisi katetta. Määritimme myös hinnalle ylärajan, mitä kalliimmalla tastingiä ei olisi ollut kannattava myydä, tai se olisi ollut asiakkaille liian hintava. Tastingille ei jäänyt niin paljon katetta kuin tavoittelimme, sillä raaka-ainekustannukset ja työvoimakustannukset olivat suhteellisen korkeat sen myyntihintaan nähden.

Tastingin järjestämisessä on aina myös haasteena osallistujamäärä. Tastingin järjestäminen minimimäärälle eli kymmenelle hengelle ei ole kannattavaa liiketoimintaa. Raaka-ainekustannukset nousevat, jos osallistujia on yli 18 henkeä ja viinejä joudutaan ottamaan kaksi pulloa kutakin. Tällöin yritykselle ei jää yhtä paljon katetta, mikäli tastingin hinta pidetään samana.

Tastingin järjestämiseen tarvitaan kuitenkin aina vähintään kaksi henkilöä. Tastingit sisältävät kuitenkin teorialuennon, jonka aikana samalla maistellaan viinejä ja ruokia. Tästä syystä teorialuennon pitämisessä, viinien kaatamisessa ja ruokien tarjoilussa on paljon työtä ja yhdelle henkilölle se olisi liikaa. Opiskelijoiden järjestämänä tällainen tilausuus olisi vielä taloudellisesti kannattava, mutta Tallin henkilökunnan järjestämänä ei välttämättä, sillä työvoimakustannukset nostavat tastingin kokonaiskustannuksia paljon. Tasting sitoo henkilökunnasta ainakin kaksi salin työntekijää ja yhden keittiöpuolen työntekijän joka valmistaa tarjottavat ruoat etukäteen.

7.4 Opinnäytetyömme tarpeellisuus

Työn aikana meille osoittautui että tastingin järjestäminen ja pitäminen asiakkaille ilman että ei tietäisi mitään viineistä, on hyvin haasteellista. Tämän pohjalta miettimekin työmme tarpeellisuutta jatkoa varten. Tallissa oli kuitenkin aiemmin ollut oppilaiden toimesta järjestettäviä tasting-tilaisuuksia ja olimme itsekin pitäneet yhden tastingin siellä aiemmin, joten tarvetta ja kysyntää vastaavanlaiselle palvelulle toisaalta on.

Uskomme, että työstämme ja tekemästämme käsikirjasta viinitastingin järjestämiseen on hyötyä esimerkiksi muille opiskelijoille, jotka tulevaisuudessa järjestävät tasting-tilaisuuksia Talliin. Opinnäytetyömme kertoo ja ohjaa, kuinka viinitasting tulisi järjestää, mitä siihen vaaditaan, miten tarjottavat viinit ja ruoat tulisi valita ja mitä kaikkea tulisi ottaa huomioon. Opinnäytetyöstämme selviää perusteet ja teoria, mutta asiakkaiden odottama viinitietous kuitenkin vaatii monien vuosien opiskelun tastingin järjestäjältä, eikä sitä ole mahdollista koota kokonaisuudessaan käsikirjaan. Viinien opiskeluun pätevät samat asiat, kuin kaikkien muidenkin asioiden opiskeluun. Täytyy omata kiinnostusta kyseiseen asiaan tai tiedot jäävät melko heikoiksi.

Saimme paljon myönteistä palautetta tastingeistä ja herätettyä ihmisten kiinnostusta viinitastingejä kohtaan. Yksi tavoitteemme oli että saisimme tastingien kautta Tallille lisää asiakkaita ja lisää myyntiä. Tässä tavoitteessamme onnistuimme hyvin. Viini tutuksi -tastingin kautta ravintola Talli sai yhteydenoton uudesta tasting-tilaisuudesta keväälle 2016. Myös Espanjan viinit -tastingissä oli asiakkaita, jotka olivat aikaisemmin olleet Tallissa opiskelijoiden järjestämässä viinitastingissä.

7.5 Mitä olisimme voineet tehdä toisin?

Mitä olisimme voineet tehdä toisin opinnäytetyöprosessimme aikana? Mielestämme suurin virheemme oli se, ettemme tehneet mainosta viinitastingeistä tarpeeksi ajoissa ja laittaneet sitä joka tapauksessa Tallin internetsivuille. Olimme niin tyytyväisiä avoimen ammattikorkeakoulun viinikoulutuksissa tekemäämme markkinointiin ja siitä saamaamme kiinnostukseen, että kuvittelimme sen avulla saavamme myytyä ainakin kaksi viinitastingiä, sillä alustavia varauksiakin oli. Valitettavasti ne kuitenkin peruttiin myöhemmin.

Viinitastingien markkinointiin olisi muutenkin pitänyt paneutua paljon enemmän. Mainoksia olisi voinut jakaa esimerkiksi Kasarmin kampukselle ja laittaa myös Ravintola Talliin. Markkinointi jäi hyvin pienelle huomiolle opinnäytetyömme toteutuksessa. Keskityimme eniten ja ehkä jopa liikaa itse tasting-pakettien tekoon ja niiden suunnitteluun ja markkinointi jäi tällöin pienemmälle huomiolle. Mietimmekin että onko Tallilla resursseja jatkossa itse markkinoida ja mainostaa tasting-paketteja, mikäli niitä haluaa saada myytyä, koska ne selvästi vaativat markkinointia.

Markkinoinnissamme kuitenkin yritimme myydä tastingejä Mikkelin avoimen ammattikorkeakoulun viinikursseilla ja saada Tallin tasting-tarjontaa ihmisten tietouteen. Pyrimme siihen, että ihmiset tietäisivät, että Tallissa on tarjolla myös tämän kaltaisia palveluita, mutta tällä kertaa ainakaan se ei vielä tuottanut tulosta. Markkinointiin olisi juuri siksi pitänyt keskittyä enemmän, että olisi saanut laajemman ihmisjoukon tietouteen Tallilla olevan nykyään tasting-tilaisuuksia, joita voisi hyödyntää esimerkiksi pikkujoulutilaisuuksina. Laajemmalla markkinoinnilla ja laajemmasta ihmisjoukosta olisi saattanut löytyä sopivat asiakasryhmät tastingeille. Peloksemme jäikin, että ihmiset eivät tiedä Tallissa olevan tarjolla viinitasting palveluita.

LÄHTEET

Alko (3.2 – 1.6.2015). Hinnasto.

Bergström, Seija & Leppänen Arja 2007. Markkinoinnin maailma. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hiort af Ornäs, Catarina 2007. Juomanlaskijain viinikirja. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Karmavuo, Risto & Lihtonen, Juha 2004. Viini & Ruoka. Opas makujen harmoniaan. WS Bookwell Oy.

Lumme, Riitta, Leinonen, Rauni, Leino, Mia, Falenius, Mia & Sudqvist, Leena 2006. Monimuotoinen/toiminnallinen opinnäytetyö. WWW-dokumentti. <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/030906/1113558655385/1154602577913/1154670359399/1154756862024.html> Päivitetty 5.8.2013. Luettu 2.11.2015

Ravintola Talli. WWW- dokumentti. <http://www.kasarmiravintolat.fi/lisää%20meistä> Ei päivitystietoja. Luettu 16.11.2015

Sipilä, Jorma 2003. Palvelujen Hinnoittelu. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Tonder, Mika 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi: matkapalvelujen tuotteistaminen. Helsinki: Restamark Oy.

Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.

Vilkkä, Hanna & Airaksinen, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

OPAS VIINITASTINGIN JÄRJESTÄMISEEN RAVINTOLA TALLISSA



SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	3
2	OHJE TASTINGIN JÄRJESTÄMISEEN RAVINTOLA TALLISSA.....	3
3	VIINIEN JA RUOKIEN VALINTAPERUSTEET	4
3.1	Viini tutuksi -tasting	5
3.2	Luomuviinit-tasting	7
3.3	Espanjan viinit -tasting	8
	LÄHTEET	10

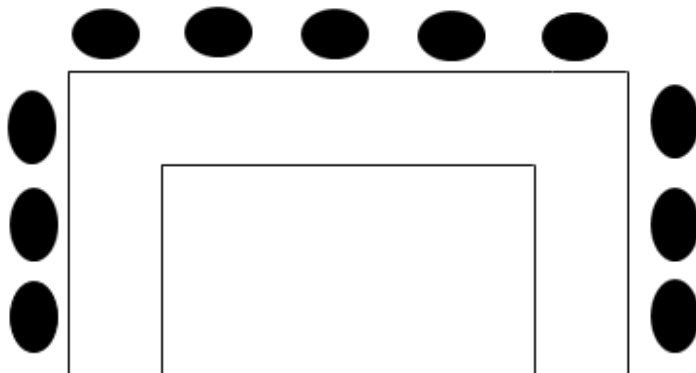
LIITE
Ruokaohjeet

1 JOHDANTO

Tähän oppaaseen olemme koonneet ohjeet tastingin järjestämiseen Ravintola Tallissa, opinnäytetyössämme tekemiemme tasting-pakettien viinien valintaperusteet, ruokaohjeet resepteineen ja kaikkien kolmen viinitasting-pakettien teoriapohjan. Oppaan ideaana on auttaa tastingin järjestäjää tastingin pitämisessä ja kertoa mitä tarvitsee ottaa huomioon tastingiä järjestettäessä. Tämä opas on osa opinnäytetyötämme.

2 OHJE TASTINGIN JÄRJESTÄMISEEN RAVINTOLA TALLISSA

Ravintola Tallissa mielestämme paras tila viinitastingien järjestämiseen on Pilttuukabinetti, mikäli asiakkaita on korkeintaan 18. Tila on riittävän suuri, mutta ei kuitenkaan liian iso. Tilan etuihin kuuluu myös ovi opetuskeittiöön, jota kautta viinit ja tarjottavat ruoat on helppo tuoda tilaan. Viinitastingissä pöytämuotona kannattaa käyttää u-mallia, sillä tällä tavalla asiakkaita saa mahtumaan tilaan paljon, mutta asiakkaat ovat silti lähellä tastingin pitäjää ja näkevät myös toinen toisensa, jolloin keskusteleminen muiden asiakkaiden kanssa sujuu vaivattomasti. Tällöin asiakkaiden ei tarvitse rajoittaa keskustelua vain pöytään, jossa itse istuu. Viinitastingiä pidettäessä on muutenkin miellyttävää, mikäli asiakkaat osallistuvat aktiivisesti kyselemällä ja keskustelemalla.



KUVA 4. U-pöytämalli

Käsikirjassa olemme lisäksi listanneet, mitä kaikkea asiakkaille tulee varata tastingiä varten. Jokaiselle asiakkaalle tulee varata:

- kuusi maistelulasia
- vesilasi
- aluspaperi laseille muistiinpanoja varten sekä kynä
- lautanen, haarukka ja veitsi
- servietit.

Lisäksi tilaan tulee varata:

- riittävä määrä sylkykuppeja
- vesikarahveja
- jäähdytysastioita kuohu- ja valkoviineille
- liina pullojen kuivaamista varten.

Hyvänä lisänä tastingeihin ovat myös viiniaiheiset lehdet ja kirjat. Myös Alkon hinnasto, sekä Uutuudet- ja Etiketti-lehti ovat hyvää lisämateriaalia tastingeihin ja nämä ovatkin kaikki ilmaiseksi tarjolla Alkon myymälöissä. Alkon hinnastosta on helppo tarkistaa nopeasti monenlaisia asioita. Asiakkaat ovatkin usein kiinnostuneita esimerkiksi viinien hinnoista.

3 VIINIEN JA RUOKIEN VALINTAPERUSTEET

Jokaisessa tastingissä on kuusi viiniä, joista yksi on kuohuviini, yksi roséviini ja valkoviini sekä kaksi punaviiniä ja jälkiruokaviini. Lisäksi jokaisella tastingillä on omat valintaperusteet maisteltaville viineille.

Kaikissa viinitasting-paketeissa tarjottavien ruokien valintaan vaikuttivat valitut viinit, ja reseptit valittiin niin, että ruoat muodostaisivat sopivia makupareja valittujen viinien kanssa. Ruoan ja viinin yhdistämisen lähtökohtana on tasapainon löytäminen eri makujen välille, joita ruoista ja viineistä löytyy. (Karmavuo ja Lihtonen 2004, 51, 54.). Viinin ja ruoan yhdistämisen neljä peruseriaatetta ovat kevyelle ruoalle kevyttä

viiniä ja raskaammalle täyteläisempää, makealle makeaa, hapokkaalle ruoalle hapokasta viiniä ja suolaiselle makeaa tai hapokasta viiniä.

Ruoan raskauteen vaikuttaa erityisesti sen liha- ja tärkkelyspitoisuus ja rasvaisuus. Raskas ruoka jättää helposti kevyen viinin alleen tai toisinpäin täyteläinen viini taas kevyen ruoan alleen, joten viinin keveys tai täyteläisyys täytyy ottaa huomioon ruokia valitessa. Ruoan tulisuuteen ja suolaisuuteen vaikuttavat erityisesti siinä käytetyt mausteet ja suolan määrä. Tuliset ruoat korostavat viinissä sen mausteisuutta, hapokkuutta ja karvautta, joten tulisille ruoille soveltuvat parhaiten makeat tai puolimakeat, hedelmäiset ja vähähapoiset viinit. Viinin makeus myös pehmittää ruoan suolaisuutta. Suolaiselle ruoalle sopivat lisäksi kevyet ja hapokkaat punaviinit sekä nuoret voimakkaammat punaviinit, joiden maku muuttuu suolaisen ruoan seurassa erittäin tanniinisesta pehmeämmiksi, pyöreämmiksi ja mehukkaammiksi. (Karmavuo ja Lihtonen 2004, 55 – 56.).

Ruoan happamuus tai hapokkuus sen sijaan saa viinin hapokkuuden latistumaan ja maistumaan lattealta ja väljähtäneeltä. Sen vuoksi happamien ruokien kanssa tarjotaan hapokasta viiniä. Ruoan makeus sen sijaan kuivattaa viinin makua ja muuttaa mausta hapokkaamman. Tämän vuoksi makeille ruoille valitaan seuraksi makeaa ja hedelmäistä viiniä. Varsinkin jälkiruokien kanssa täytyy muistaa, että mitä makeampi jälkiruoka, sitä makeampi myös viinin on oltava. Viinin täytyy siis aina olla jälkiruokaa makeampaa. Makeat jälkiruokaviinit soveltuvat siksi niin hyvin makeille jälkiruokille (Karmavuo ja Lihtonen 2004, 51, 55 – 56.). Kaikkien ruokien reseptit löytyvät Jami-xista.

3.1 Viini tutuksi -tasting

Viini tutuksi -tastingin perusperiaatteena on käydä läpi perusasioita viineistä ja löytää niille ominaisia piirteitä, joten viinien valinnassa on hyvä kiinnittää erityisesti huomiota siihen, että viineistä olisi mahdollisimman helppo tunnistaa viinin eri ominaisuuksia. Lisäksi olisi hyvä, että viinit olisivat yhden rypäleen viinejä, jolloin niistä on helpompi löytää myös kyseiselle rypäleelle tyypillisiä aromeita. Kriteerit tastingissä maisteltaville viineille ovat seuraavat:

7. Kuiva yhden rypäleen maljakuohuviini, joka on valmistettu samppanjamenetelmällä
8. Matalahappoinen hieman makeampi valkoviini matalahappoisesta rypälelajikkeesta esimerkiksi Gewurztraminer tai Muscat -rypäleistä
9. Erittäin hapokas valkoviini, hapokkaasta, viileällä alueella tuotetusta rypälelajikkeesta esimerkiksi Riesling tai Sauvignon Blanc -rypäleistä
10. Kevyt keskitanniininen punaviini esimerkiksi Pinot Noir -rypäleestä
11. Tanniininen ja täyteläinen punaviini esimerkiksi Cabernet Sauvignon -rypäleestä
12. Makea jälkiruokaviini esimerkiksi Sauternes tai Tokaji

Valitsemamme viinit tähän tastingiin olivat:

7. Vouvray Tête de Cuvée Brut 2013 tuotenumero: 008863
8. Gisselbrecht Gewurztraminer Tradition 2014 tuotenumero: 579337
9. Leyda Sauvignon Blanc Lot 4 2014 tuotenumero: 587357
10. Antonin Rodet Coteaux Bourguignons Pinot Noir 2013 tuotenumero: 401667
11. Tarapacá Gran Reserva Cabernet Sauvignon 2013 tuotenumero: 005806
12. Tokaji Aszú 4 Puttonyos 2009 tuotenumero: 516676

Viini tutuksi –tastingiinvalitsimme lisäksi seuraavat maistelupalat:

- Kylmäsavulohisalaatti
- Emmentaljuusto
- Pekonipiirakka
- Valkosuklaajuustokakku

Kylmäsavulohisalaatti oli erityisesti tarkoitettu valkoviineille sekä kuohuviinille ja tarkoitus oli, että asiakkaat saisivat itse muodostaa oman mielipiteensä siitä, mille viinille salaatti soveltui parhaiten. Juusto puolestaan oli tarkoitettu erityisesti tastingissä maisteltaville matalahappoiselle valkoviinille sekä kevyelle punaviinille. Rasvainen ja tuhti pekonipiirakka puolestaan oli tarkoitettu erityisesti tanniinisen ja täyteläisen

punaviinin makupariksi ja tämän ruoan seurassa oli tarkoitus kokeilla, pehmentäisikö pekoni ollenkaan tuhdin viinin tanniineja. Valkosuklaajuustokakku sen sijaan oli valittu jälkiruokaviinin seuraan.

3.2 Luomuviinit-tasting

Viinien valinnassa on hyvä ennen kaikkea huomioida ja tuoda esille erilaisia pakkausvaihtoehtoja erilaisten luomuun liittyvien viininvalmistustapojen, kuten biodynaamisten viinien ja eettisten- sekä reilun kaupan viinien lisäksi. Tässä paketissa ei tarvitse olla kovin tarkkoja kriteerejä viinien tyylistä, kunhan kaikki viinit ovat mahdollisimman erilaisia ja luonnonmukaisesti valmistettu. Luomuviinit-tastingissä tulisi olla siis seuraavanlaisia viinejä:

7. Biodynaaminen viini
8. Luomuviini
9. Eettinen viini
10. Viinipussiin pakattu viini
11. Muovipulloon pakattu viini
12. Kartonkitölkkiin pakattu viini

Valitsemamme viinit tähän tastingiin olivat:

7. Meinklang Grüner Veltliner 2014 tuotenumero: 505247
8. Emiliana Signos de Origen La Vinilla 2014 tuotenumero: 561777
9. Torres Santa Digna Cabernet Sauvignon Rosé 2015 tuotenumero: 007142
10. Evergreen Touch of Nature Monastrell Organic 2014 muovipullo tuotenumero: 482408
11. Château Tour Peyronneau 2012 tuotenumero: 433287
12. Emiliana Late Harvest Organic Sauvignon Blanc 2014 tuotenumero: 527354

Luomuviinit-tastingin viinien valinnat noudattelivat tyyliään melko pitkälle Viini tutuksi -tastingin viinien viinityylejä, eli tastingissä oli tarkoitus tarjoilla kuohuviini, kevyempi sekä tuhdimpi valkoviini ja kevyempi ja tuhdimpi punaviini, joiden päät-

teeksi luvassa oli vielä jälkiruokaviini. Otimme tastingiin kuitenkin yhden rosé- viinin kuohuviinin tilalle. Luomuviinien seuraksi valitsimme patonkien ja oliivien ohelle seuraavat ruoat:

- Kanasalaatti
- Kova luomujuusto
- Savuporonpaistirullat
- Valkosuklaajuustokakku

Kanasalaatti oli erityisesti suunnattu valkoviineille, joista valitsemamme tammitettu Chardonnay olisi ehkä ollut paras makupari salaatile. Salaatile voisi myös sopia tastingissä maisteltava kevyempi punaviini. Luomujuusto ja savuporonpaistirullat olivat erityisesti valittu punaviineille, joista varsinkin se tuhdimpi muodostaisi luultavasti hyvän parin savuporonpaistirullien kanssa. Tämänkin tastingin päätteeksi valitsimme vielä jälkiruokaviinin seuraan valkosuklaajuustokakun, sillä jälkiruokaviini luultavasti noudattelee tyyliään melko pitkälle Viini tutuksi -tastingin jälkiruokaviinin tyyliä.

3.3 Espanjan viinit -tasting

Espanjan viinit -tastingissä viinien valintaan vaikuttaa tastingissä käsiteltävät viinialueet ja yleisimmät rypälelajikkeet. Valitsimme tastingiimme Espanjan viinialueista Katalonian ja siellä erityisesti kuohuviineistään tunnetun Penedesin viinialueen, Riojan, Toron, Ribera del Dueron, Valencian, Castilla La Mancha, Sherry –alueen. Näiden alueiden pohjalta valintakriteerit ovat seuraavat:

7. Penedesin alueella tuotettu kuohuviini Cava
8. Kevyehkö valkoviini Katalonian alueelta, jossa on käytetty espanjalaisia rypälelajikkeita. Mielellään yhden rypäleen viini
9. Espanjalainen roséviini
10. Ribera del Dueron -viinialueella tuotettu Tempranillo -rypäleestä valmistettu viini
11. Riojan viinialueella tuotettu Tempranillo -rypäleestä valmistettu täyteläinen ja tanniininen viini

12. Makea Sherry

Valitsemamme viinit tastingiin olivat:

7. Sumarroca Gran Reserva Cava Brut Nature 2011 tuotenumero: 594667
8. Torres Viña Sol 2014 tuotenumero: 554547
9. Peñascal Rosado tuotenumero: 007123
10. Catania Crianza 2011 tuotenumero: 445557
11. Marqués de Arienzo Reserva 2010 tuotenumero: 006796
12. Valdespino Cream tuotenumero: 003616

Espanjan viinit -tastingiin halusimme valita erityisesti espanjalaisia makuja ja ruoat valittiinkin sen pohjalta. Tarjottaviksi ruoiksi muodostuivat seuraavat:

- Savulohisalaatti
- Tapas lautanen, joka sisältää
 - Chorizo -makkaraa
 - Ilmakuivattua kinkkua
 - Oliiveja
 - Manchego-juustoa
- Suklaamoussekakku

Meren elävät ovat Espanjassa hyvin yleistä ruokaa ja espanjalaiset syövät niitä paljon, siksi olisimmekin halunneet tarjota kuohuviinin ja valkoviinin seurana mieluiten katkarapusalaattia, mutta Ravintola Tallin ollessa luomuravintola, siellä ei saa tarjota katkarapuja, joten vaihdoin salaatin kylmäsavulohisalaatiksi. Se siis toimi maku-parina kuohuviinille ja valkoviinille ja oli myös kokeilemisen arvoinen roséviinin kanssa.

Tapas lautasen herkut oli erityisesti tarkoitettu kahden tastingissä tarjottavan punaviinin seuraksi ja suklaamoussekakku viimeisenä tarjottavan sherryn kanssa. Valitsimme suklaamoussekakun siksi, että Espanjassa syödään paljon suklaamousseja ja vanukkaita ja ohjekin löytyi eräästä espanjan viinejä käsittelevästä kirjasta.

LÄHTEET

Alko (3.2 – 1.6.2015). Hinnasto

Karmavuo, Risto & Lihtonen, Juha 2004. Viini & Ruoka. Opas makujen harmoniaan.
WSBookwellOy.

Kanasalaatti	annoskoko 296 g	annoksia 10
---------------------	---------------------------	-----------------------

ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino
1 Broileri fileesuikale hunajamarinoitu	8 dl	0,800 kg
Rypsiöljy	2 rkl	0,030 kg
Jääsalaatti		0,300 kg
Rucolasalaatti		0,120 kg
Kurkku tuore		0,200 kg
Tomaatti		0,300 kg
Persikka säilyke	17,8 kpl	0,800 kg
Juusto sinihome muru		0,250 kg
Oliiviöljy	1 dl	0,100 kg
Sitruunamehu, makeuttamaton	½ dl	0,050 kg
Sokeri		0,000 kg
Rosmariini kuivattu		0,010 kg
Suola		0,000 kg
Mustapippuri rouhe LUOMU		0,000 kg

valmistusohje

1 Ohje

1. Paista minuuttipihvit tilkassa öljyä kypsiksi. Paloittele ne reiluiksi suupaloiksi ja pidä lämpimänä.
2. Revi salaattit vadille. Suikaloi kurkku ja lohko tomaatit. Valuta persikkaviipaleet.
3. Asettele salaattiainekset salaattipedille. Murenna pinnalle sinihomejuusto. Levitä lämpimät broilerisuikaleet päällimmäiseksi. Ripottele pinnalle paahdettuja pinjansiemeniä.
4. Sekoita kastikkeen ainekset keskenään ja kaada kastike salaatin päälle tai tarjoa se erikseen.

LIITE (12).**Opas Talliin**

Patonki 4 kpl	annoskoko 149 g	annoksia 10
----------------------	---------------------------	-----------------------

ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino
1 Hiiva	1,0 kpl	0,050 kg
Vesi	5 dl	0,500 kg
Suola	2 tl	0,015 kg
Oliiviöljy	1 ¼ rkl	0,020 kg
Vehnäjauho	1,4 l	0,900 kg

valmistusohje1 Valmistusohje

1. Liuota hiiva kädenlämpöiseen veteen, lisää suola ja öljy ja työstä joukkoon jauho sileäksi, joustavaksi taikinaksi. Vaivaa taikinaa pitkään, 10–12 minuuttia käsivoimin. Peitä ja anna nousta 30 minuuttia. Painele noussut taikina takaisin kulhoon ja nostata vielä toiset 30 minuuttia.

2. Vaivaa taikina kunnolla. Jaa taikina neljään osaan, kieritä niistä kapeat pitkot ja aseta ne öljytylle uunipellille. Jauhota patongit kevyesti pinnalta. Leikkaa patonkeihin muutama vinoviilto terävällä veitsellä ja anna nousta 20 minuuttia liinan alla.

3. Paista patonkeja kuivapaistolla 200 asteessa noin 15 minuuttia, kunnes ne saavat hienon värin. Jäähdytä patongit ritilällä ilman liinaa, jolloin ne pysyvät rapeina.

Pekonipiirakka	annoskoko 164 g	annoksia 10
-----------------------	---------------------------	-----------------------

	ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino
1	Vehnäjauho	4 ½ dl	0,300 kg
	Margariini 60	1 ½ dl	0,150 kg
	Vesi	½ dl	0,050 kg
	Juustoraasteseos	3 ¾ dl	0,150 kg
	Pekoni kuutio		0,200 kg
	Kerma kevyt 10 % vähälaktoosinen	4 dl	0,400 kg
	Kananmuna		0,240 kg
	Mustapippuri rouhe LUOMU		0,000 kg
	Timjami		0,000 kg
	Kirsikkatomaatti		0,150 kg

valmistusohje

1 Pohja

1. Nypi jauhot sekaisin voin kanssa. Lisää kylmä vesi ja sekoita. Painele taikina vuoaan pohjalle (halkaisija n. 24 cm) ja noin 4 cm vuoaan reunoille. Leikkaa alumiinifoliosta suikaleita ja paina ne kiinni taikinareunaan. Näin reunat eivät valahda alas esipaiston aikana.
2. Esipaista pohjaa kuivapaistolla 160 asteessa 15 min. Poista foliosuikaleet

2 Täyte

1. Leikkaa pekoni pieniksi paloiksi ja paista pannulla rapeaksi.
2. Yhdistä kerma, muna, mustapippuri ja hienonnettu timjami. Lisää pekoni ja juustoraaste.
3. Kaada täyte vuokaan. Asettele kirsikkatomaatit täytteen pinnalle.
4. Jatka paistamista kuivapaistolla 160 asteessa noin 50 minuuttia. Suojaa pinta alumiinifoliolla, kun se on saanut sopivasti väriä.

Savulohisalaatti		annoskoko 291 g	annoksia 10
ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino	
1 Jäävuorisalaatti	2,0 l	0,500 kg	
Tomaatti		0,400 kg	
Kurkku tuore		0,750 kg	
Lohi kylmäsavustettu		0,750 kg	
Kananmuna		0,360 kg	
Tilli pakaste	2 ¾ dl	0,050 kg	
Rypsiöljy	½ dl	0,050 kg	
Sitruunamehu, makeuttamaton	½ dl	0,050 kg	
Sokeri		0,000 kg	
Suola		0,000 kg	
Mustapippuri rouhe LUOMU		0,000 kg	

valmistusohje

1 Ohje

Keitä kananmunat, pilko ainekset ja kokoa salaatti kerroksittain tarjoiluvatiin.

Savuporonpaistirulla	annoskoko 43 g	annoksia 10
-----------------------------	--------------------------	-----------------------

ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino
1 Tuorejuusto		0,200 kg
Piparjuuri tahna		0,030 kg
Suola		0,000 kg
Pippuri		0,000 kg
Poro kylmäsavu		0,200 kg
Ruisleipä viipale		0,500 kg

valmistusohje

- 1 Ohje
 - 1) Sekoita piparjuuritahna, suola ja pippuri tuorejuustoon
 - 2) Levitä pala kelmua työlaudalle ja peitä se tiiviisti poronpaistiviipaleella
 - 3) Levitä näiden pinnalle piparjuurituorejuusto
 - 4) Kääri viipaleet täytteineen tiiviiksi rullaksi
 - 5) Kiedo rulla kelmuun ja laita kylmiöön
 - 6) Leikkaa rullat jäähnyneenä 1 cm paksuisiksi viipaleiksi
 - 7) Paina leipäviipaleista pikkuleipämuotilla 20 ympyrää ja nosta jokaiselle leivälle savupororulla

Suklaamoussekakku	annoskoko 118 g	annoksia 10
ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino
1 Kanamuna		0,240 kg
Sokeri	2 dl	0,175 kg
Hasselpähkinä rouhe	3 ¼ dl	0,150 kg
Kanamuna		0,180 kg
Suklaa tumma		0,200 kg
Kahvi pannujauhatus	2 ½ rkl	0,015 kg
Sherry	2 ¾ tl	0,015 kg
Kerma vispi laktoositon		0,200 kg

valmistusohje

1 Pohja

- 1) Vatkaa valkuaiset kovaksi vaahdoksi
- 2) Sekoita sokeri vaahtoon ja lisää pähkinärouhe
- 3) Kaada taikina voideltuun halkaisijaltaan n. 23 cm irtoreunaiseen kakkuvuokaan
- 4) Paista kuivapaistolla 160 asteessa n. 40 minuuttia
- 5) Irrota kakkupohja vuoasta ja anna jäähtyä

2 Täyte

- 1) Erottele munien keltuaiset ja valkuaiset
- 2) Sulata suklaa vesihautteessa
- 3) Sekoita siihen kahvi, keltuaiset ja sherry
- 4) Vatkaa valkuaiset kovaksi vaahdoksi
- 5) Kääntelee vaahto suklaaseokseen
- 6) Vatkaa kerma kovaksi vaahdoksi
- 7) Sekoita kerma mousseseen

Kokoaminen:

- 1) Laita kakkupohja takaisin vuokaan
- 2) Levitä suklaamousse tasaisesti päälle
- 3) Peitä kakku foliolla ja laita pakastimeen n. 4 tunniksi
- 4) Sulata koristeluun varattu suklaa (50g) ja levitä se ohueksi kerrokseksi jäähtymään leivinpaperille
- 5) Muotoile jäähtyneestä suklaasta kauniita suklaalehtiä
- 6) Ota kakku lämpimään hieman ennen tarjoilua ja koristele se suklaalastuilla

Valkosuklaajuustokakku		annoskoko 111 g	annoksia 12
ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino	
1 Domino keksi	13,1 kpl	0,170 kg	
Margariini 60	4 ½ rkl	0,075 kg	
Liivatelehti	4,0 kpl	0,012 kg	
Vesi	2 ¾ tl	0,015 kg	
Suklaa valkoinen		0,200 kg	
Tuorejuusto		0,200 kg	
Sokeri	2 rkl	0,030 kg	
Kananmuna		0,120 kg	
Kerma kuohu laktoositon		0,200 kg	
Vadelma pakaste		0,200 kg	
Liivatelehti	2,0 kpl	0,006 kg	
Mehu mied. sok. laimentamaton	1 dl	0,100 kg	

valmistusohje

1 Pohja

Hienonna keksit ja sekoita sulatetun voin kanssa. Laita irtopohjavuoaan (Ø 22 - 24 cm) pohjalle leivinpapere. Taputtele keksiseos vuoaan pohjalle.

2 Täyte

Liota liivatelehtiä kylmässä vedessä 5 min.

Vatkaa valkuaiset sokerin kanssa kovaksi vaahdoksi. Vaahdota kerma.

Sulata suklaa vesihautteessa. Vatkaa suklaan joukkoon tuorejuusto.

Purista liivatelehdistä vesi pois ja liuota ne kiehuvaan kuumaan limetti- tai sitruunamehuun. Vatkaa hieman jäähtynyt liivateseos ohuena nauhana täytteen joukkoon.

Lisää vaahdot varovasti sekoittaen täytteeseen. Kaada täyte keksipohjalle ja tasoita pinta.

Peitä vuoka ja anna hyytyä jääkaapissa seuraavaan päivään.