

**roi**  
**TOOLKIT**

## Kustannusten minimoinnista tuoton maksimointiin – ROI-työkalun kehittäminen pakkausinvestointien tuoton arviointiin

Virpi Korhonen, tj, Package Testing & Research Oy

[virpi.korhonen@ptr.fi](mailto:virpi.korhonen@ptr.fi)

# ROI Toolkit = Työkalu pakkausratkaisuihin liittyvien investointien tuoton arviointiin

$$\text{ROI} = \frac{\text{lisätuotto} - \text{kustannukset}}{\text{kustannukset}} \times 100\%$$

## ROI-TYÖKALUN HYÖDYNTÄMINEN

### **Materiaalien, pakkausten ja palvelujen kehittäminen**

- Työkalu ohjaa ymmärtämään kuluttajien mieltymyksiä, maksuhalukkuutta ja vastaamaan niihin.

### **Pakkausten ja niiden suunnittelun myynti**

- Työkalun avulla voidaan osoittaa pakkauksen merkitys asiakkaan liiketoiminnalle ja todentaa muotoilun tai pakkausmateriaalivalinnan vaikuttavuutta.
- Työkalulla ohjataan yrityksiä hyödyntämään kuluttaja- ja markkinatutkimustietoa.

### **Kehitys- ja suunnitteluprojektien osapuolten sitouttaminen**

- Työkalu helpottaa yrityksen sisäisten sekä ulkoisten osapuolten sitouttamista.
- Työkalua voidaan hyödyntää yritysten ja asiakkaiden yhteisissä työpajoissa, joissa osapuolet voivat tuottaa yhdessä avainlukuja.

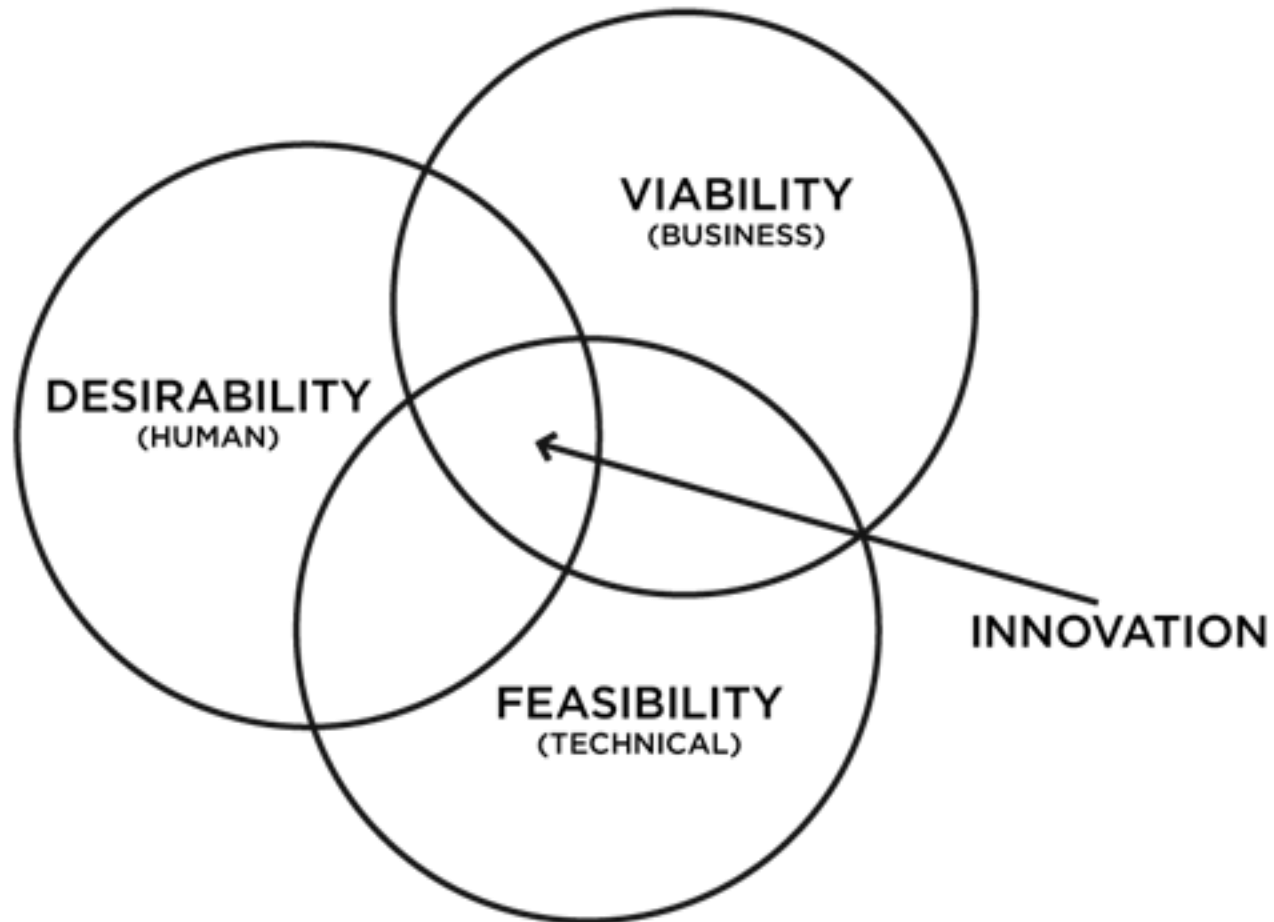
# Työkalu rakentuu Packaging Value Cycle –viitekehykseen\*

> Työkalulla edistetään pakkausinvestointien tavoitteellisuutta.

\* [https://ptr.fi/Raportit/PTR\\_63\\_PackagingValueCycle.pdf](https://ptr.fi/Raportit/PTR_63_PackagingValueCycle.pdf)

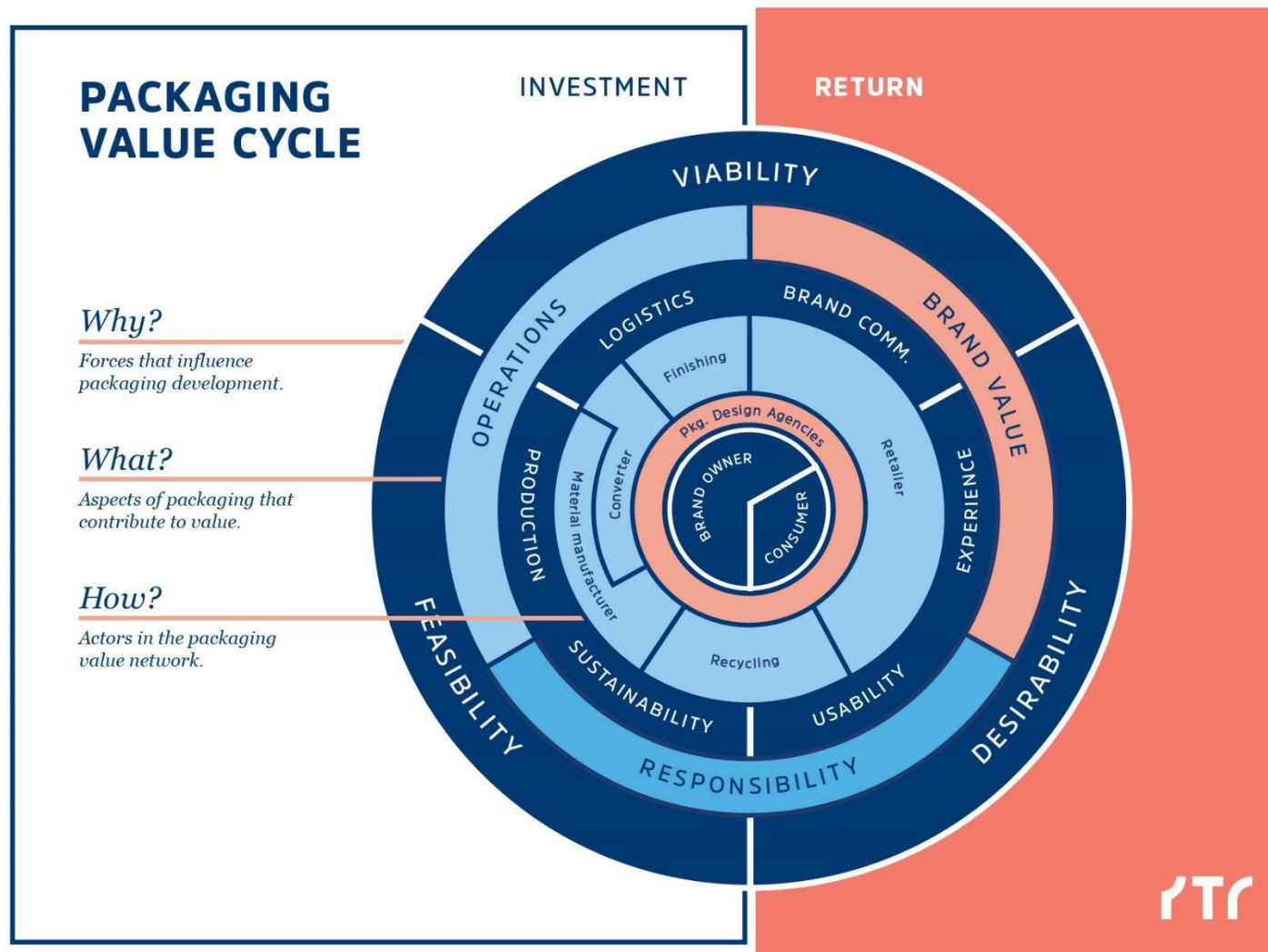
# Tavoitteellinen toiminta edellyttää kokonaisnäkemystä.

> Packaging Value Cycle on kuvaus, jossa yhdistyvät Design Thinking -malli ja pakkausarvoverkko.



[www.ideo.com](http://www.ideo.com)

# ROI TOOLKIT



# Työkalun avulla tunnistetaan investoinnin kannalta tärkeimmät tekijät.

> Kysynnän (desirability) ennustamisessa hyödynnetään Value Toolkit – testausta, silmänliiketutkimusta tai käytettävyysetutkimusta.

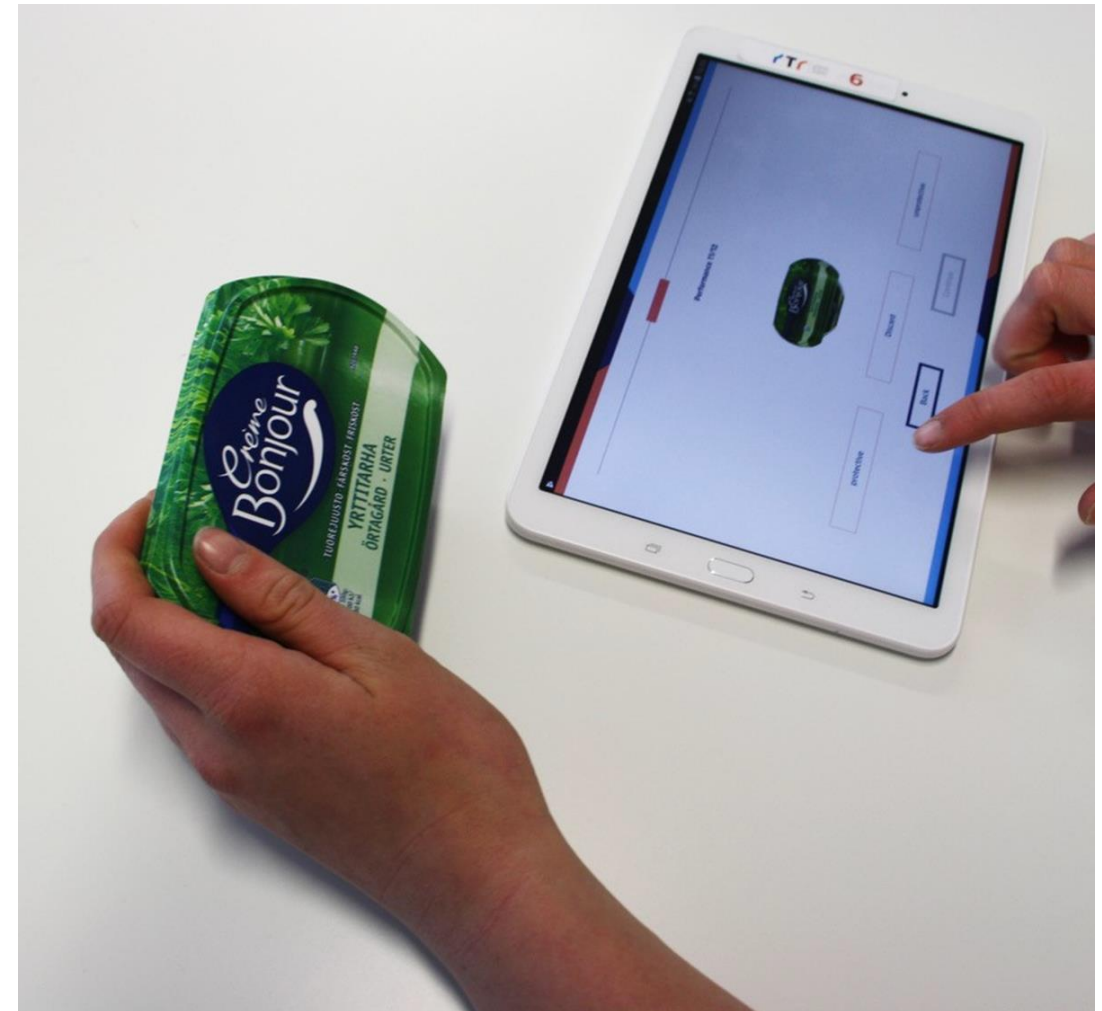


# VALUE TOOLKIT – THINK INK 2. SIJA 2016

## Value Toolkit

Kuluttajatutkimustyökalu pakkauksen arvon mittaamiseen ja visualisointiin.

- Pakkausten arvoprofiilit
- TOP-attribuutit
- Maksuhalukkuus ennen ja jälkeen tutkimuksen (€)
- Ostotodennäköisyys (0-10)
- Kuluttajien avoimet kommentit
- (Pakkaus- ja aistinvarainen profiili yhdistettynä)
- Parannusehdotukset designiin



# Packaging Value Cycle muuttaa ajattelua ja ohjaa hankkimaan tietoa loppuasiakkaista.

> investoinnin tuottoon vaikuttavien tekijöiden tunnistaminen.

*You're in a position to change the way people design packaging.*

IAN ROONEY, CEO PACKLAB

*The focus on continuous development held up our packaging design project and **this helps in seeing the bigger vision and different stages.***

GREG HATHAWAY Creative Director @ MAPLE

## HANKKEEN ETENEMINEN

### Kehitetään yrityscasejen (6 kpl) avulla selkeä ja yksinkertainen päätöksenteko- ja laskentatyökalu:

- pakkauskehityshankkeissa toteutettavan tutkimuksen suunnitteluun ja tulosten jalkauttamiseen
- investoinnin tuoton (ROI) kevyeen arviointiin
- konseptien välisten tuottolaskelmien vertailuun
- projektin tavoitteiden dokumentointiin, seurantaan ja vertailuun

**Rahoitetaan sekä Media-alan tutkimussäätiön tuella että case-maksuilla.**

**Työkalusta ollaan koodaamassa 1. versiota, toimittajana Positive Productions.**

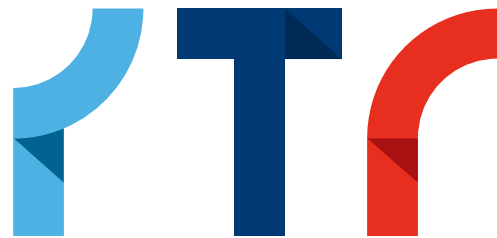
# YRITYSCASEN ETENEMINEN



## CASE HELSINGIN OLKAIN, ARVOKAS-OLKAIMET

3 vuoden ROI 1500 %, takaisinmaksuaika 7 kk





package  
testing +  
research

[www.ptr.fi](http://www.ptr.fi)