



HYVINVOINTITUOTTEITA
LUONNON RAAKA-AINEISTA
*Luonnon raaka-aineiden käyttö
kosmetiikassa*
Idea Nature Oy
Heli Pirinen

idea
nature



Hyvinvointivalmiste

Kosmeettinen tuote on tarkoitettu ihon ja karvojen, limakalvojen

- Puhdistamiseen
- Tuoksun muuttamiseen
- Ulkonäön muuttamiseen
- Hyvässä kunnossapitämiseen
- Estämään hajuhaittoja
- Suojaamaan kehon ulkoisia osia kuten ihoa, hiuksia, ihokarvoja, kynsiä, huulia ja ulkoisia sukupuolielimiä sekä hampaita tai suun limakalvoja



Suomen luonnon rikkaus

- Kasvit
 - Puuvartiset
 - Ruohovartiset
- Sienet
- Marjat
- Erikoisluonnontuotteet
 - Mahla
 - Pihka
 - Pettu
 - Terva
 - Kuori
 - Koivun tuohi
 - Puuteollisuudesta
hemiselluloosa,
selluloosa



Hyvinvointivalmisteet matkailutilalla

- Ruoka –
”Nutrikosmetiikka”
- Majoittumisen
kosmetiikka –
hygieniavalmisteet
- Saunakosmetiikka
- Ulkoilukosmetiikka
- Hemmottelukosmetiikka



Matkailutilan oma brändi hyvinvointivalmisteissa

- Omalla brändillä ja etiketillä kosmeettiset valmisteet
 - Tuotekehitys
 - Alihankinta/oma tuotanto
- Wc-tilan käsienvpesusaippuat
- Shampoot
- Hoitoaineet
- Kylpyöljyt, -tuoksut, -pommit
- Tervetulolahjat
- Matkamuistot



Matkailutilan ohjelmapalvelut

- Tehdään asiakkaan kanssa esim. jalkakylpyvalmiste, voide tms.
- Kerätään luonnosta kasveja ja sieniä kauden mukaan hyvinvointivalmisteisiin
- Tee se itse-tuotepaketit



Hyvinvointivalmisteet osaksi
yrittäjätoimintaa

Yksilöllisyys

- tuotteen ainutkertaisuus ja ainutlaatuisuus - täysin samaa tai samanlaista tuotetta löydy muualta
- näkyy asiakaslähtöisyydessä, joustavuudessa ja mahdollisuudessa räätälöidä tuote jokaisen asiakkaan mieltymysten ja tarpeiden mukaan



Hyvinvointivalmisteet osaksi yritystoimintaa

Aitous

- tuotteen uskottavuus
- yksinkertaisimmillaan aitous on olemassa olevaa ja todellista alueen elämäntapaa ja kulttuuria
- aitouden eli autenttisuuden määrittää viimekädessä asiakas itse
- tuote on aito, jos asiakas kokee sen uskottavana ja aitona, vaikka se olisi täysin fiktiivinen
- osa tuotteen aitoutta on sen kulttuuris-eettinen kestävyys



Hyvinvointivalmisteet osaksi yritystoimintaa

Tarina

- liittyy läheisesti tuotteen aitouteen
- yhtenäinen tarina, jolloin kokemuksesta tulee tiivis ja mukaansatempaava
- hyvä tarina antaa tuotteelle ja kokemukselle sosiaalisen merkityksen ja sisällön sekä asiakkaalle syyn kokea kyseessä oleva tuote



Hyvinvointivalmi
steet osaksi
yritystoimintaa

Moniaistinen

- tuote on koettavissa mahdollisimman monin aistein
- tuote tarjoaa ärsykeitä useille eri aisteille: visuaalisuutta, tuoksua, äänimaalimaa, makuja ja tuntoaistimuksia

Hyvinvointivalmisteet osaksi yritystoimintaa

Kontrasti

- tarkoittaa erilaisuutta asiakkaan näkökulmasta
- tuotteen oltava erilainen suhteessa asiakkaan arkeen
- asiakkaan koettava jotakin uutta, eksoottista ja tavallisesta poikkeavaa



Hyvinvointivalmisteet osaksi yritystoimintaa

Vuorovaikutus

- vuorovaikutusta tuotteen ja muiden kokijoiden kanssa
- liittyy olennaisena osana yhteisöllisyyden tunne - koetaan jotakin yhdessä, osana yhteisöä, ryhmää tai perhettä



Kiitos!

www.ideanature.fi

info@ideanature.fi

idea 
nature