



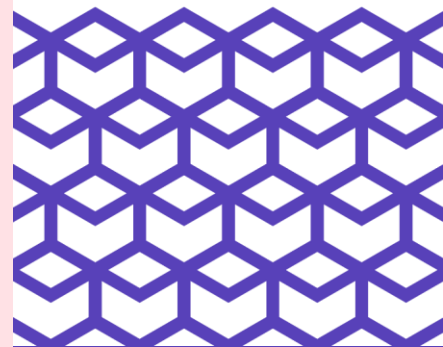
Euroopan unioni
Euroopan unioni
Euroopan unioni

Uudenmaan tila
Nylands förbund

Yrityksessä toteutettu vähähiilisyttä edistävä EU-tilta demonstraatio Case: Unica 2014-2020

6Aika: Carbonwise

HELSINKI
ESPOO
VANTAA
TAMPERE
TURKU
OULU



6aika.fi
#6Aika
#SixCities

6Aika

1. Tavoitteet

Haluttiin tutkia sitä, miten kasvisruoka-aiheinen viestintäkampanja vaikuttaa asiakkaiden lounasravintolan valintaan. Millainen määrä hävikkiruokaa syntyy kasvisruokaviikolla vs. tavallisella viikolla.

2. Toteutus

Toteutettiin neljän viikon mainoskampanja syyskuussa 2021: videot, Instagram, blogit, mainoskuvat ja paneelikeskustelu. Viikon kasvisruokakokeilu yhdessä kampuksen ravintolassa. Mitattiin hävikkiruuan määrää kasvisruokaviikolla sellaisen viikon hävikkiruokamäärään, joka syntynyt tavallisella viikolla.

4. Muuttujat

Asiakkaille tehtiin kysely kasvisruokaviikon aikana. Kerättiin tietoa siitä, miten viestintäkampanja vaikutti lounasravintolan valintaan ja mitä mieltä asiakkaat ovat aiheesta.. Vertaillaan kävijämäärää kasvisruokaviikon ja sekaruokaviikon välillä.

3. Yhteistyö

- Unican ravintola Kisälli
- Elomaticilta hävikkiruokavaaka

5. Ennuste

Viestintäkampanjan toivotaan johdattavan asiakkaat syömään Kisällin kasvisruokaviikolle. Toivotaan, että asiakkaat haluavat suosia kasvisruokaa lounaalla. Sen seurauksena useampi Unican lounasravintoloista voisi siirtyä tarjoamaan vain kasvisruokaa.

6. Lopputulos

Puolet kyselyyn vastanneista kertoi nähneensä kasvisruokaviikkoon liittyvää mainontaa. Vain 10 % vastaajista kertoi mainosten olleen syy tulla ruokaillemaan Kisälliin. Kävijämäärä Kisällissä putosi merkittävästi kasvisruokaviikon aikana.

8. Seuraavaksi

Kisälli hyödyntää kokeilun tuloksia ravintolan kehitystyössä kohti vähähiilistä ravintolaa. Kasvisruokaviikon ja sen viestintäkampanjan konseptointi muidenkin lounasravintoloiden hyödynnettäväksi.

7. Pääteilmät

Kokeilussa ei selvinnyt, kuinka paljon viestintäkampanja vaikutti asiakkaiden mielipiteeseen ja kokemukseen. Kyselyllä ei pystytty selvittämään niiden henkilöiden mielipiteitä, jotka valitsivat kasvisruokaviikon takia toisen lounaspaikan. Kyselyllä saatiin kuitenkin tietoa kasvisruokaviikolla lounaalla käyneiden kokemuksista, jotka olivat positiivisia.