



Belgialainen naudanlihantuottaja Wouter Saelens toteaa, että parempi kannattavuus syntyy keskittymällä tuotteen arvon kasvattamiseen ja etsimällä oikeat myyntikanavat.



Suomalainen kananmunantuotanto on kokenut suuria muutoksia viime vuosina. Tilojen lukumäärä on pienentynyt ja yksikkökoko on kasvanut. Nyt ovat kasvussa sekä kananmunien tuotanto että kulutus.

# ELÄIN

Pellervo

## Sisältö 4 • 2024

### Maatilalla

- 10 Torpparitilan vaiherikkaat vuodet
- 32 Tapanin tilalle nousi komea lampola itse rakentaen
- 42 Oma leikkaamo nopeutti Laidun Herefordin toimintaa
- 52 Vasikoita, lampaantaljoja ja koiravieraita Farmirekussa

### TEEMA: Luomutuotanto & suoramyynä

- 8 Luomua löytyy verkosta
- 24 Luonto ja eettisyys ohjaavat lihantuotantoa Vahelan tilalla
- 29 Tapelin tilalla on Suomen pohjoisin luomusikala

### Eläinterveys & hyvinvointi

- 16 Sian tunteet
- 19 Viisi hyvää syytä sian leikkiä

### Työtä & taloutta

- 20 Tarkemmin kiinni lypsävien ruokinnan muutoksiin
- 38 Kananmunantuotanto kasvu-uralla
- 46 Belgialaistila hakee lisäarvoa lihalle uusilla myyntikanavilla
- 50 Sikermä sairauksia iski karjatilalliseen vajeassa vuodessa

### Vakiot

- 3 Pääkirjoitus: Suoramyyntin kolme kovaa
- 58 Kolumni: Suoraa ja epäsuoraa myyntiä
- 59 Sarjakuva Ansulín farmi

KANNEN KUVA: TOPI PAKARINEN



52

Kiteeläisellä Ollilan lammasta emolehmätilalla toimii Farmirekku-koirahoitola, ja tarjolla on myös koulutusta maataloilla työskenteleville paimenkoirille ohjaajineen.



10

Metsä-Heikkilän entisellä torpparitalalla on koettu paljon viime vuosina, rankinta oli navetan tuhonnut tulipalo kesällä 2020. Uudessa navetassa lypsettiin jo joulukuussa 2021.

+ TEEMA  
Luomutuotanto  
& suoramyynä



42 Laidun Herefordin toimintaa on kehitetty pitkäjänteisesti. On investoitu omaan leikkaamoon ja luotu myyntikanavia, uusimpana lounasleipäautomaatit.



## Pääkirjoitus

# Suoramyyntin kolme kovaa

**MARKKINOINTIOPPAAT VÄITTÄVÄT**, että menestyvän suoramyyntin edellytyksistä ensimmäinen on asiakastyytyväisyys. Se pitää varmastikin paikkaansa. Ellei asiakas ole tyytyväinen tuotteen tai palvelun laatuun tai hinta-laatusuhteeseen, hän tuskin tulee asiakkaaksi uudelleen. Suoramyyntin markkinat ovat usein melko rajalliset. Uusien asiakkaiden hankkiminen on aina vaikeampaa kuin vanhojen pitäminen ja kalliimmaksikin se tulee. Siksi suoramyyntin erottava kilpailijoistaan tarjoamalla kyseisille markkinoille ainutlaatuisia tuotteita, jotka vastaavat asiakkaiden tarpeisiin. Tästä hyvä esimerkki on kiteeläinen Ollilan lammas- ja emolehmätila ja tilalla toimiva Farmirekun koirahoitola, joka tarjoaa koirahoitolapalveluiden lisäksi paimenkoirien koulutusta (s. 52).

Toinen keskeisenä mainittu asia on, että välineistö on kunnossa. Suoramyyntille se voi tarkoittaa ei-ainakaan-kovin-kaukana mahdollisista asiakasvirroista sijaitsevaa viihtyisää tilamyymälää. Se voi olla kylmälaittein torimyyntiin varustettu kuorma-auto, selkeä verkkokauppa tai vähintään hyvin toimiva maksupääte. Oikein hyvä väline monelle suoramyyntiä harjoittavalle tilalle voi olla Reko-rengas, joka palvelee mainiona markkinointi- ja myyntikanavana. Samoin voi toimia alueellinen julkisten hankintojen

toimittajarekisteri. Esimerkiksi tämän numeron teemajutun Vahelan luomutila (s. 24) on hakenut ja päässyt Huittisten kaupungin lähi-, luomu- ja pientuottajien toimittajarekisteriin, ja ensimmäiset toimitussopimukset on jo tehty. Etsi Luomua -verkkopalvelu puolestaan yhdistää luomutuotteita käyttäviä ammattikeittäjiä ja luomutuottajia (s. 8).

Kolmas tärkeä seikka on, että tiimi toimii hyvin – harvalta onnistuu suoramyynti ihan pelkästään omin voimin. Riittääkö käsipareja kaikkeen? Etenkin kotieläintiloilla on työtä muutenkin paljon vuoden ympäri. Osuuko myyntisesonki juuri samaan kohtaan kuin suoramyyntin pitäisi oikeastaan olla pellolla tekevässä ensi talven rehuja karjalle? Mahtuuko vuorokauteen vielä tuotteiden jalostusta, markkinointia, myyntiä, pakkausta ja jakelua, vai voisiko jonkin työvaiheen ulkoistaa?

Haitaksi ei myöskään ole, jos suoramyynti pitää myynti- ja markkinointityöstä. Eihän meistä kaikista ole kauppiaksi, eikä tarvitsekaan olla. Suoramyynti on taitolaji, jossa tarvitaan turnauskestävyyttä.

**ANNE PENTTILÄ**  
TOIMITUSPÄÄLLIKKÖ

#### Vastaava päätoimittaja

Anna Malk  
040 069 9614

#### Toimituspäällikkö

Anne Penttilä  
044 222 6884

#### AD

Minna Aho  
040 156 9162

#### Ulkoasu

Heli Nokkala  
040 764 5754

#### Tuottaja

Rita Lahti  
040 688 3305

#### Tilajapalvelu

020 413 2636,  
tilaukset@  
pellervo.fi

**Tämän lehden kirjoittajat:** Tuomas Rytty, Vesa Vainio, Ann-Helena Hokkanen, Raila Aaltonen, Leena Pakarinen, Marja Heikkilä, Pasi Saarnivaara, Jari Hakala, Markku Pulkkinen, Sirpa Sutinen, Tuula Kukkola-Räinä • **Näköislehti** pellervo-e-lehdet.fi • **Mediamyynti** Saarsalo Oy, Niina Tuulaskoski, niina.tuulaskoski@saarsalo.fi, 041 313 1047 • **Toimitus** PL 77, 00101 Helsinki, maatilanpellervo@pellervo.fi, etunimi.sukunimi@pellervo.fi • **Julkaisija** Pellervo-Media Oy • Aikakausmedia ry:n jäsen • **Painopaikka** PunaMusta Oy ISSN 2242-6396 • Tämän lehden tilaaja-rekisteriä voidaan käyttää suoramarkkinointitarkoituksiin.

