

TAT



# YRITYSELÄMÄN NUORET SUKUPOLVET

Myynti, markkinointi ja kaupallistaminen –  
Menesty markkinoilla!

# 1. Voitollinen toiminta

"Mitä asioita huomioon ottamalla tuotteen tai palvelun kaupallistaminen onnistuu lähtökohtaisesti paremmin?"

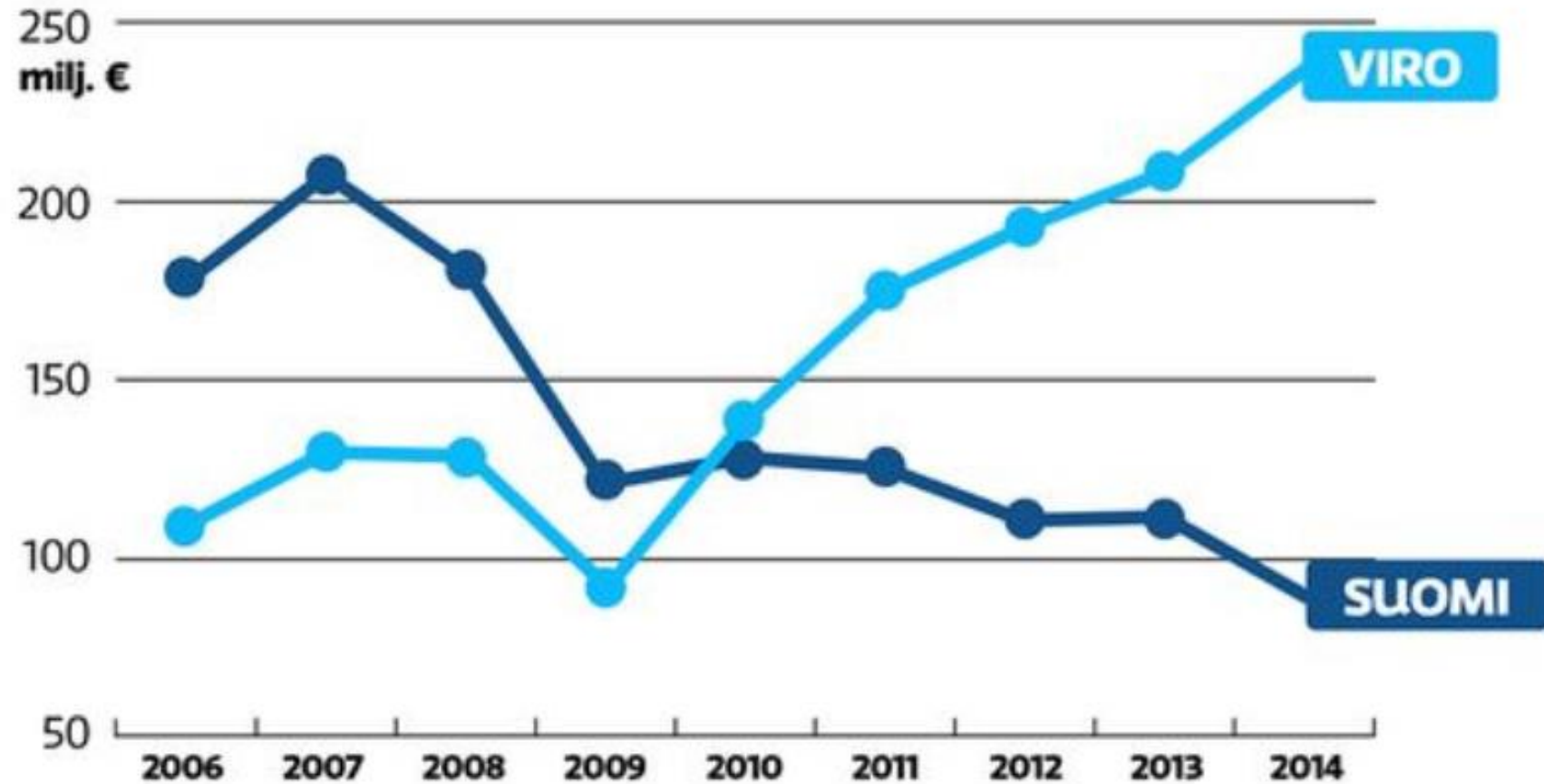
# Kaupallistamisen vaiheet

- Potentiaalisten asiakkaiden kartoitus
- Brändäys
- Tuotannon optimointi
- Asiakkuuksien ylläpitäminen



## Viro puutaloviennin ykkönen Euroopassa

Lähde : Market Analysis and Research, International Trade Centre (ITC)



Kuva: Yle Uutisgrafiikka



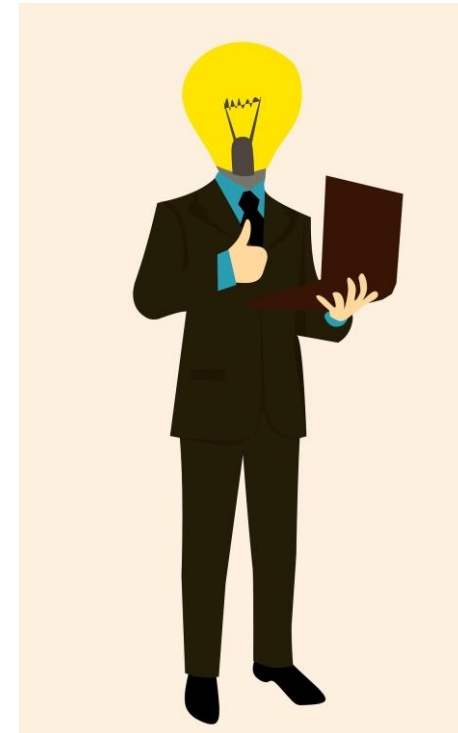
## KAUPALLISTAMISEN PROSESSI

jolla kehitetyt palvelut ja tuotteet saadaan  
tuottamaan mahdollisimman nopeasti



# Kaupallistamisen ydinkysymykset:

- Hinnoittelu
- Markkinointiviesti
- Asiakassegmentit
- Myyntikanavan valinta
- Myynninedistäminen ja asiakkaiden tavoittaminen
- Tuotteen suojaaminen
- Kaupallistamisen vaiheet kohti kansainvälisyyttä





## BUSINESS TO CONSUMER (B2C)



## BUSINESS TO BUSINESS (B2B)



## 2. Ratkaisumyynti ja ostoprosessit

”Miten myyjän kannattaa ottaa asiakkaan ostoprosessi huomioon osana ratkaisumyyntiä?”



# Ratkaisumyynti

- Asiakaslähtöisyys
- Asiakkaan kuunteleminen
- Tarpeiden kartoitus ja räätälöidyt ratkaisut
- Ratkaisulähtöinen ajattelutapa
- Kokonaisvaltaiset ratkaisut ja asiakaskokemus
- Kasvokkain tapahtuvaa



# Ratkaisumyynnin vaiheet

- Tunnista oikeat asiakkaat (segmentit)
- Ymmärrä asiakkaiden arvostukset ja tarpeet
- Kirkasta arvolupaus (brändilupaus) ja konkretisoi palvelulupaukset
- Rakenna lunastuskonsepti ja muodosta toimintatavat (tuotanto)
- Kommunikoi arvo asiakkaille ja myy se kannattavasti
- Toimita lupauksen mukainen kokonaisuus

# Kysy oikein!



- Mikä sai Teidät ottamaan meihin yhteyttä?
- Voinko kysyä muutaman lisäkysymyksen, jotta voin palvella Teitä paremmin?
- Minkälainen tuote tai ratkaisu Teillä on tällä hetkellä?
- Mihin kaikkeen olette olleet tyytyväinen nykyisessä ratkaisussanne?
- Onko siinä kenties jotain kehitettävää?

# Huippumyyjät neuvovat:

- Opi kuuntelemaan
- Opi kysymään oikein
- Vetoa ja vaikuta tunteisiin
- Opettele lukemaan asiakasta
- Ole ylpeä omasta työstäsi
- ”Myyminen ei ole työ, vaan elämänsenne. Asenne ratkaisee”





## OSTOPROSESSI

1. EI TARVETTA



Onko tarvetta?



TUSKA!

2. TARVE

Kyllä minulla  
on tarve!

TARVE!

3. VAIHTOEHDOT?

Vaihtoehdot  
A,B,C,D

RATKAISU!

4. PÄÄTÖS

Asiakas valitsee  
vaihtoehtoista  
ja päättää

PÄÄTÖS!

5. SOPIMUS



SOPIMUS!

## MYYNTPROSESSI

## 3. Myynnin työvälineet

”Mitä asioita hyödyntämällä ja huomioon ottamalla myyjä voi parantaa kauppohen solmimisen todennäköisyyttä?”

# Myyntipalaverin agenda

- Tapaamisen tarkoitus ja tavoitteet, eli miksi tavataan
- Käsiteltävät asiat
- Yhteenveto sovituista asioista, eli palaverin yhteenveto



# Aktiivinen kuuntelu:

- Oikeiden kysymysten esittäminen
- Asiakkaan tarkkaa kuuntelua ja ymmärtämistä
- Asiakkaan elekielen seuraamista







## MARKKINOINNIN JA MYYNNIN SUHDE

AVOIN



SULJETTU



VARMISTUS

Mitä...?

Miten...?

Miksi...?

Kuka...?

Koska...?

Mikä...?

Missä...?

Onko...?

Onko...?

Voiko...?

Ymmärsinkö...?

Onko asia siis...?

Tarkoitatko...?

TOIMITTAJA

ASIAKAS

Ominaisuus



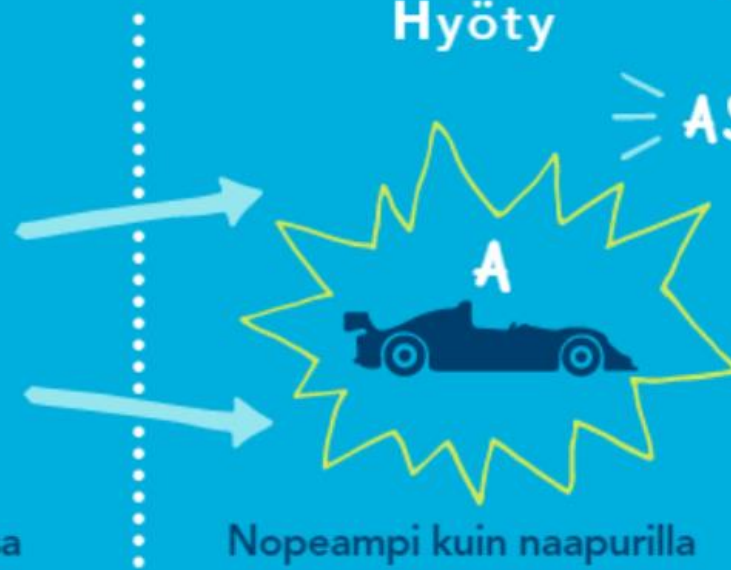
Moottorin Hv / kw

Etu



0-100 Km/h 8:ssa sekunnissa

Hyöty



Nopeampi kuin naapurilla

ASIAKAS



Turvallisuus

”Nine a clock news –sääntö”





## 4. Markkinointi

”Miten markkinoinnilla voidaan tänä päivänä parhaiten tukea myyntiä?”

# Markkinoinnin 4P ja 7P -mallit

- Hinta (Price)
- Myynninedistämien (Promotion)
- Tuote (Product)
- Jakelu (Place)
  
- Ihmiset (People)
- Prosessi(t) (Process)
- Fyysinen ympäristö (Physical evidence)



# Digitaalisen markkinoinnin sanastoa

- B2B
- B2C
- Liidi
- CPA
- CPC
- Konversio
- Kävijäseuranta



# 5. Brändäys

”Millainen brändi auttaa menestymään kansainvälisillä markkinoilla?”



Logo ei tee brändiä, mutta brändin voi tunnistaa logosta!



**VALMISTETTU**

Käyttöarvo kopioitavissa

**KUVITeltu**

Käyttö- ja tunnearvo vaikeasti kopioitava



## KILPAILUN PORTAAT



# Brändiuskollisuus

"Oletko uskollinen jollekin brändille? Jos olet, niin miksi?"



## Oma henkilöbrändi?

"Millainen on oma henkilöbrändisi?"

TAT



YRITYSELÄMÄN  
NUORET  
SUKUPOLVET