



Asiakkuuksien ja kysynnän tunnistaminen

Susanna Mäkinen
yritystoiminnan kouluttaja, FM

Onko
palveluillemme
kysyntää nyt ja
tulevaisuudessa?

Miten tunnistan
ja kehitän
tärkeimpiä
asiakkuuksia?

Miten syvennän
asiakasymmärrystä
ja kehitän
asiakaskokemusta?

Mitä itse asiassa tiedät
palvelusi tai tuotteesi
kysynnästä?

Koska viimeksi pysähdyit
asian äärelle?

- Palveluiden kysynnän selvittäminen on jatkuva prosessi
- On hyvä käyttää monenlaisia menetelmiä ja tehdä erilaisia kokeiluja
- Asiakaspalautteen systemaattinen kerääminen ja tiedon hyödyntäminen palvelujen kehittämiseen erittäin tärkeää



Toimintaympäristö ja trendit

Seuraa ympäröivää maailmaa aktiivisesti

- Liiketoimintaympäristön luotaaminen lähellä ja kaukana
- Trendiraportit
- Tilastot
- Uutiset
- Eri alojen ja ilmiöiden havainnointi!



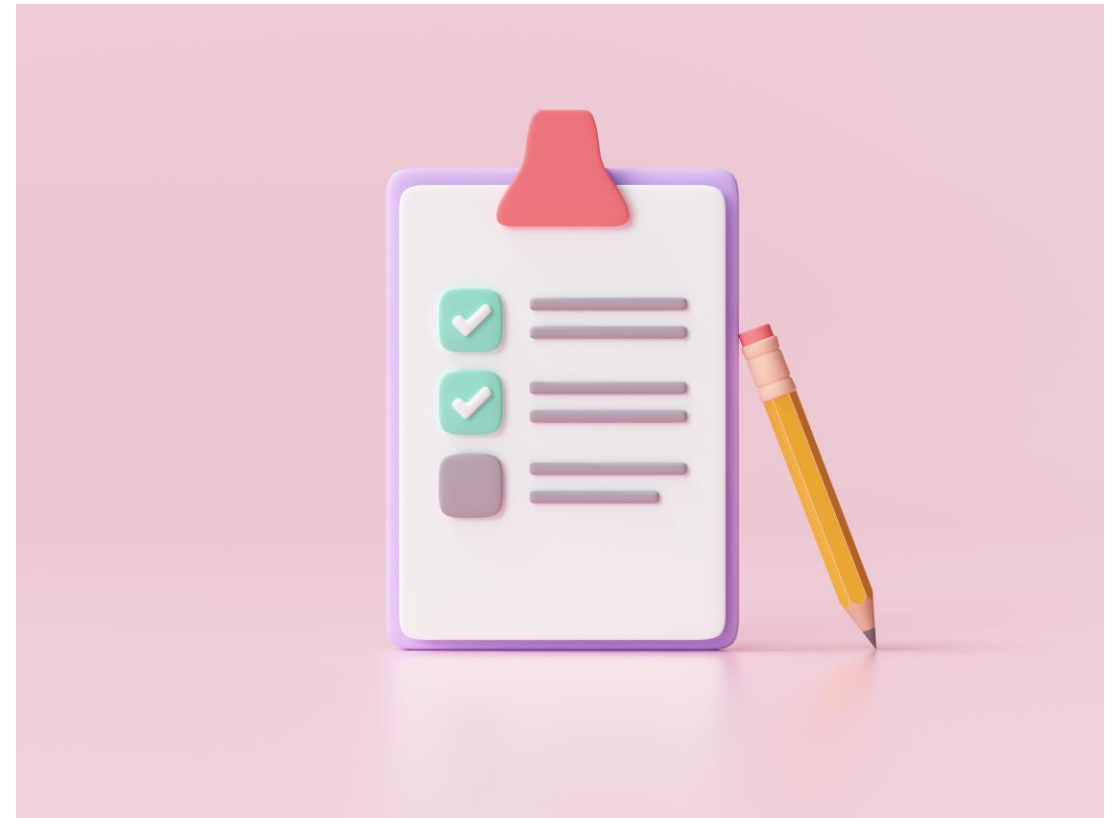
Megatrendit, jotka muuttavat maailmaa

- Työn murros, robotisaatio, etä- ja hybridityö
 - Teknologian kehitys, tekoäly ja digitalisaatio
 - Energia, uusiutuvat energiamuodot
 - Ilmastonmuutos
 - Kiertotalous
 - Väestö, toiset maat vanhenevat, toiset nuortuvat
 - Kaupungit, kaupungistumisen kasvu kiihtyy... vai palataanko maalle?
 - Ruoka
 - Terveys, kokonaisvaltaisuus, elämäntapa
-

Keinoja asiakastarpeiden selvittämiseen

Markkinatutkimus

- Markkinatutkimus on yksi keino selvittää, onko palvelulle/tuotteelle olemassa kysyntää.
- Voit luoda kyselylomakkeita tai haastatella potentiaalisia asiakkaita saadaksesi tietoa heidän tarpeistaan, mieltymyksistään ja valmiudestaan maksaa palveluistasi.
- Kyselyitä ja haastatteluja voidaan toteuttaa sekä verkossa että kasvokkain. Kysymykset voivat keskittyä esimerkiksi palvelun hinnan, laadun, saatavuuden tai lisäarvon näkökulmiin.
- Erilaiset someryhmät ovat hyvä keino testata kysyntää tai pyytää vastauksia omaan kyselyysi
- Ennakkoselvitys kannattaa!



Kilpailija-analyysi

- Ymmärrä, millaisia palveluita kilpailijasi tarjoavat ja kuinka hyvin ne vastaavat asiakkaiden tarpeisiin.
- Tutki esim. kilpailijoiden verkkosivuja, asiakasarvioita ja sosiaalisen median läsnäoloa.
- Millaista vuorovaikutusta kilpailijoilla on asiakkaisiinsa?
- Jos kilpailijat menestyvät hyvin, se voi viitata kysyntään alalla.



Some- ja verkkoseuranta

- Seuraa verkkotrendejä ja keskusteluja sosiaalisessa mediassa, erityisesti alasi liittyen. Tämä voi auttaa sinua havaitsemaan uusia tarpeita, trendejä tai muutoksia asiakkaiden käyttäytymisessä.
- Analysoi esimerkiksi käyttäjien jakamia sisältöjä, kommentteja ja mielipiteitä saadaksesi tietoa siitä, millaisia palveluita ihmiset tarvitsevat ja mitä he arvostavat.



Pilotit ja muut kokeilut

- Voit tarjota palveluita pienelle testiryhmälle tai toteuttaa pilottiprojektin, jossa tarjoat palvelua rajatulle joukolle asiakkaita.
- Kerää palautetta ja arvioi, kuinka hyvin palvelu vastaa asiakkaiden tarpeita ja odotuksia. Tämä voi auttaa sinua mukauttamaan palvelua ja arvioimaan sen potentiaalista kysyntää.
- Kokeile palvelua rajoitetulla maantieteellisellä alueella ennen sen laajempaa lanseerausta. Tämä auttaa sinua keräämään tietoa paikallisilta asiakkailta ja arvioimaan palvelun kysyntää ennen kuin panostat isommin asiaan.



Ennakkotilaukset ja sitoumukset

- Tarjoa palvelua ennakkotilauksena tai pyydä asiakkaita sitoutumaan siihen etukäteen. Tämä voi antaa sinulle indikaatiota siitä, kuinka suuri kysyntä palvelulle voi olla, kun asiakkaat ovat valmiita sitoutumaan siihen taloudellisesti tai ajankäytöllisesti.



Verkostot, vertais-sparraus ja muu asiantuntija-apu

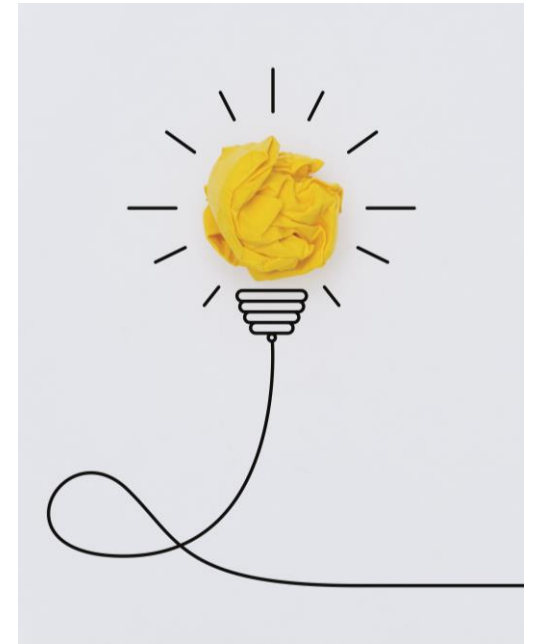
- Konsultoi alan asiantuntijoita, mentoreita tai liity ammatillisiin verkostoihin saadaksesi arvokasta palautetta ja neuvoja.
- Asiantuntijoiden kokemus ja näkemykset voivat auttaa sinua hahmottamaan kysynnän tilannetta alallasi sekä antamaan arvokasta ohjausta palveluiden kehittämisessä ja markkinoille tuomisessa.



Miten tunnistan ja kehitän
tärkeimpiä asiakkuuksia?

Miksi olemassa olevien asiakkaiden tunnistaminen on niin tärkeää?

1. Yhden lisätuotteen myyminen olemassa olevalle asiakkaalle on halvempaa kuin sen myyminen uudelle asiakkaalle
 - Kustannuksen per myynti on arvioitu olevan 5-10 kertaa vähäisempi (brändi on jo tuttu)
 - (Usein) ykkösprioriteetin tulisikin olla olemassa olevien asiakkaiden säilyttäminen ja kasvattaminen, kuin uusien hankkiminen
2. Jotkut asiakkaat ovat kannattavampia kuin toiset
 - Nämä asiakkaat täytyy identifioida ja nostaa ykkösprioriteetiksi
3. Olemassa olevien asiakkaiden profiileja voidaan käyttää myös prospektien (eli mahdollisten, asiakasprofiilin mukaisten asiakasehdokkaiden) havaitsemisessa ja profiloinnissa



ABC-analyysi ja Pareton 80/20 -sääntö

- Pareton 80/20 -sääntö: ”20 % asiakkaista tuo 80 % liikevaihdosta”. Tunnistetaan tärkeimmät asiakkuudet
 - Jako A, B ja C –luokkiin asiakassuhteen kannattavuuden mukaan. Mahdollistaa resurssien suuntaamisen oikein.
 - tärkeimmät 20% asiakkaista tuo 80%
 - seuraavat 30% tuovat 15%
 - sitä seuraavat 50% tuovat 5%
-

Asiakassuhteen tasot

Suojeltavat asiakkuudet

- Kanta-asiakkaita, joille on onnistuttu tuottamaan arvoa
- Uskollinen ja kannattava asiakas, tavoitteena säilyttää ja kehittää sitä edelleen

Kehitettävät asiakkuudet

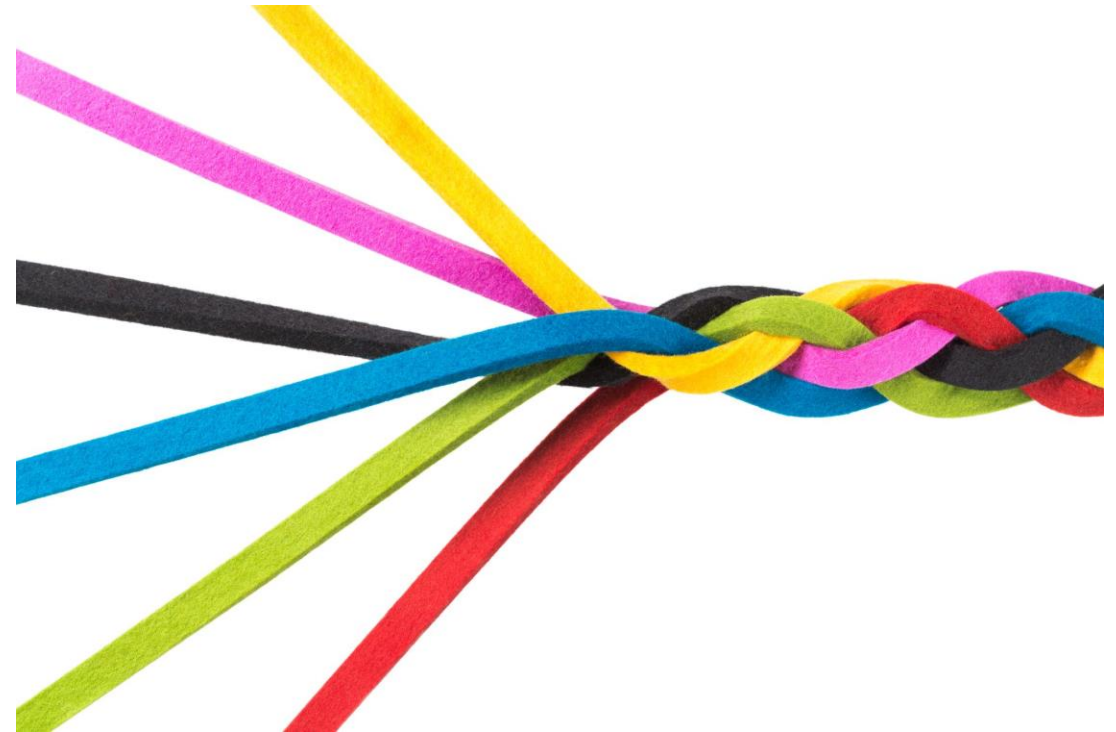
- Kehitetään erilaistamalla tarjoomaa, asiakkaat eivät ole vielä saaneet täyttä hyötyä yrityksen tuottamasta arvosta
- Tavoitteena kehittää ja tuottaa lisää arvoa

Muutettavat asiakkuudet

- Kannattamattomia asiakassuhteita.
- Joko arvontuotantoprosessi suunnitellaan uudestaan tai näistä asiakkaista luovutaan.
- Mitä toimenpiteitä vaativat tullakseen kannattaviksi?

Strategiset valinnat asiakkuuksien hoitamisessa

- Millaista asiakaskokemusta haluat tarjota kullekin asiakasryhmälle?
→ Asiakassuhteen kehittäminen ei tarkoita kaikille samanlaista palvelua.
- Mitä asiakasryhmiä kannattaa kohdella erityisen hyvin?
- Jonkun toisen ryhmän kohdalla se voi tarkoittaa tyytymättömyyden sietämistä.



Miten syvennän asiakasymmärrystä
ja kehitän asiakaskokemusta?

Asiakaskokemus

Erinomainen asiakaskokemus rakentuu neljästä asiasta:

1. Lupaus → herätä asiakkaan mielenkiinto
2. Lupauksen lunastaminen
3. Yllätyksellisyys → mitä asiakas ei osannut odottaa?
4. Asiakkaan odotusten ylittäminen → spontaanin hymyn aikaansaaminen asiakkaalle



- Asiakaskokemus on asiakkaan kokemus yrityksestä tai sen tuotteesta tai palvelusta
- Muodostuu kaikista asiakkaan kokemista mielikuvista ja kokemuksista ohjaten vahvasti ostokäyttäytymistä
- Asiakaskokemus alkaa jo ennen varsinaisen asiakassuhteen alkamista
- Tapahtuuko asiakaskokemus vai johdetaanko sitä aidosti?
- Asiakaskokemuksen johtaminen perustuu asiakaskokemuksen aktiiviseen mittaamiseen



Asiakaskokemuksen kehittämistä ei voida rajata yksittäisiin osa-alueisiin



Asiakaskokemuksen kehittäminen kytkeytyy organisaatiossa useisiin osa-alueisiin.

Asiakaspalautteen kerääminen rutiiniksi!

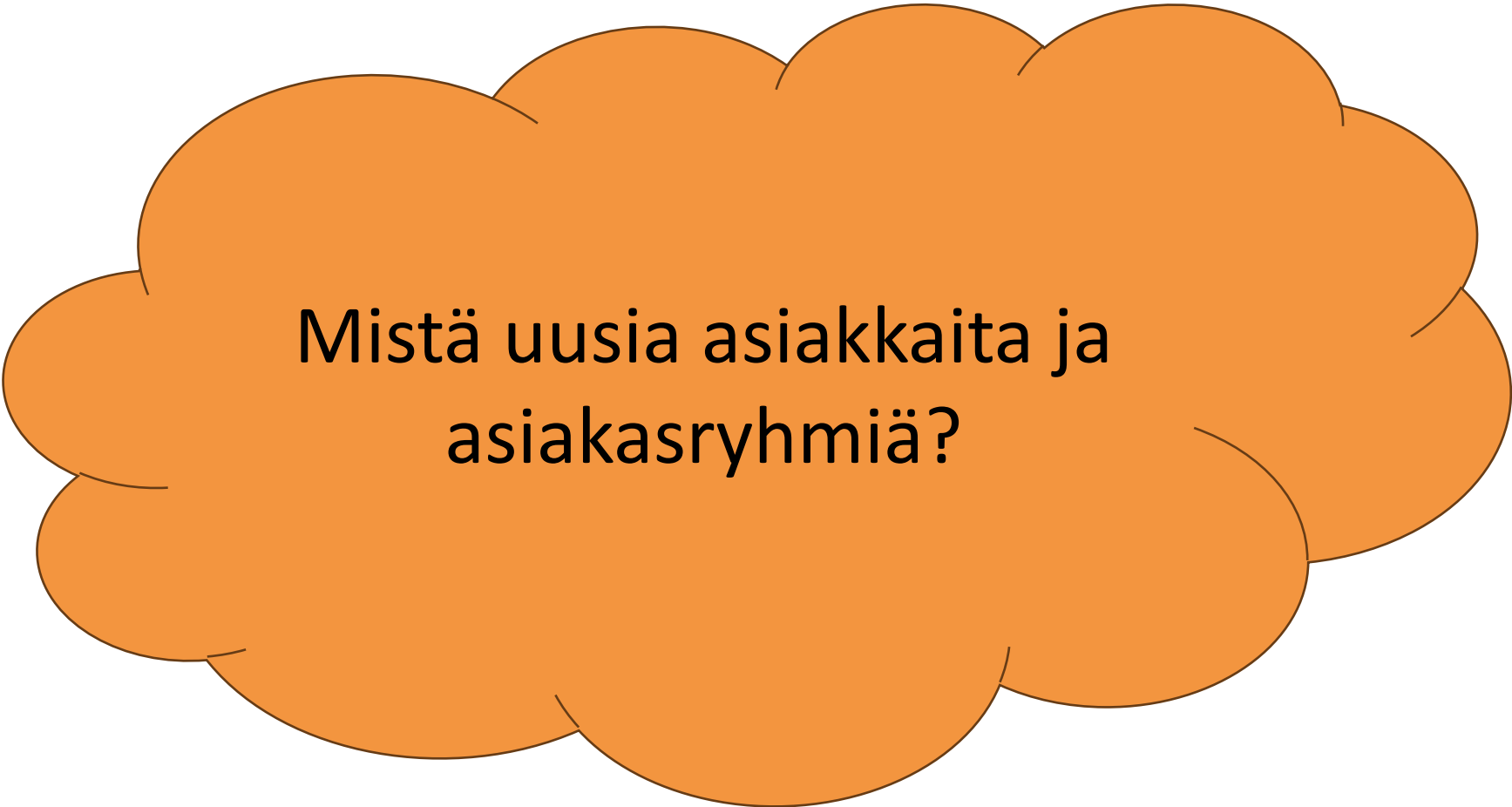
- Tee palautteen antamisesta nopeaa ja helppoa
- Kysy säännöllisesti, mutta älä liian usein
- Keskity palautteen pyytämisessä kaikkein olennaisimpiin asioihin. Malta jättää ”nice to know” -kysymykset pois
 - Mitä tietoa haluat saada?
 - Minkälaisin kysymyksin varmistat tiedon saannin
- Millä tavoin palautteen pyytäminen on helpointa ja toimivinta? Esim. kasvotusten, sähköpostilla, verkkosivuilla, mobiilisti vai näiden yhdistelmällä



Asiakastiedon hyödyntäminen

- Asiakasymmärryksen syventäminen: tunnistaa tarpeet ja piilevät tarpeet
- Asiakaspalvelun kehittäminen
- Olemassa olevien tuotteiden ja palveluiden kehittäminen
- Uusien tuotteiden ja palveluiden kehittäminen
- Uusien toimintatapojen kehittäminen
- Myynnin ja markkinoinnin kehittäminen





Mistä uusia asiakkaita ja
asiakasryhmiä?

- Markkinoi kiinnostavasti ja säännöllisesti oikeissa kanavissa
- Rakenna B2B-kumppanuuksia
- Käy messuilla ja tapahtumissa (myös muiden alojen)
- Verkostoidu ja ole aktiivinen tärkeimmissä sosiaalisen median kanavissa
- Hyödynnä asiakasreferenssejä
- **Panosta jatkuvasti verkkosivuihisi:**
 - Optimoï (sisällöt ja tekninen)
 - Rakenna verkkosivun sisällöt palvelemaan ihanneasiakasta
 - Varmista helppokäyttöisyys, tekninen toimivuus ja aktivointi
= Google näkyvyyden kehittäminen

The background is a solid blue color with a repeating pattern of concentric, semi-circular arcs in a slightly lighter shade of blue. These arcs are arranged in a grid-like fashion, creating a textured, wave-like effect across the entire image.

Kiitos!