

LAHDEN KAUPUNGIN YRITYSPALVELUSETELI 2021

MARKKINOINNIN JA MYNNIN KEHITTÄMISEN IDEOINTITYÖPAJA

Verkostossa toteutettavalla työpajalla haemme uusia ratkaisuja liiketoiminnan haasteisiin ja kehittämiseen. Siihen osallistuvat yrityksen avainhenkilöt ja/tai asiakkaat. Hanke käynnistetään suunnittelutyöllä, jossa yhdessä määrittelemme tavoitteet, toteutuksen ja tulosten hyödyntämisen. Verkkotyöpajaan kutsutut henkilöt tuottavat ratkaisuja, esittävät ohjatusti omia näkemyksiään ja ideoitaan. Selvitämme asiakkaiden odotukset tuotteiden ja palveluiden kehittämiseksi sekä tulevaisuuden yhteistyölle. Työpajaa seuraa aineistosta analyysi ja toimenpide-ehdotukset.

Esimerkkejä ratkaistavista haasteista:

- Miten palveluamme ja tuotteitamme pitää kehittää?
- Mitä toimenpiteitä voimme tehdä myynnin kehittämiseksi ja varmistamiseksi?
- Mitkä ovat yhteistyön tai tiedonkulun pullonkauloja ja miten voimme parhaiten kehittää yhteistyötä?
- Koronapandemia vaikuttaa yhteistyöhömmö monella tavoin. Mitä haasteita meillä on ja miten me selviämme niistä yhdessä?

ASIAKASTUTKIMUS

Hyvin toteutettu tutkimus vahvistaa asiakassuhteita, luo edellytyksiä myynnin lisäämiselle ja uusille asiakkuuksille. Sen kohderyhminä voivat olla nykyiset, potentiaaliset ja/tai entiset asiakkaat. Selvitämme verkkokyselyllä mielikuvat, odotukset, asiakastyytyväisyyden, ostopäätöksiin vaikuttavat tekijät tai asiakassuhteen muutoksia.

Avainkysymyksiä ovat esimerkiksi

- Kuinka asiakkaamme käyttävät tuotettamme tai palveluamme ja mitkä ovat keskeiset kehityskohteet?
- Mistä ominaisuuksista asiakkaamme saavat eniten arvoa ja miten niitä pitää vahvistaa?
- Mitkä ovat asiakassuhteen jatkumisen kannalta tärkeimmät odotukset ja ostopäätökseen vaikuttavat motiivit?
- Millä toimenpiteillä kasvatamme myyntiämme?

KILPAILUKYKYANALYYSI

Analyysin perusteella tunnistamme asiakkaiden ostopäätösmotiivien tärkeysjärjestyksen ja markkinoilla toimivien kilpailijoiden heikkoudet ja vahvuudet niissä. Tavoitteena on tunnistaa suurimman hyödyn tuottavat ja kilpailuasemaa vahvistavat konkreettiset kehitystoimet ja kohdentaa liiketoiminnan resurssit näiden tavoitteiden saavuttamiseen.

Uusilla markkinoilla kilpailukykyanalyysiä hyödynnetään kilpailijoiden heikkouksien ja vahvuuksien tunnistamiseen. Markkinoilta haetaan asemaa, jossa asiakastarve on vahva, mutta kilpailijoiden heikko suoriutuminen avaa myynnille mahdollisuuksia.

Kilpailukykyanalyysin voi toteuttaa myös kansainvälisillä markkinoilla. Startup -yrityksillä analyysi kohdennetaan potentiaalisten asiakkaiden nykyisiin ja vaihtoehtoisin ratkaisuihin ja tarpeisiin, mahdollisesti pelkkänä ostopäätösvianalyysinä.