

dereco



Autamme yritystäsi myymään  
enemmän ja sekä markkinoimaan  
tehokkaammin.

Tarjoamme hyvin suunniteltuja  
markkinoinnin ja myynnin kehittämisen  
palveluja.

Dereco on perustettu vuonna 2011. Autamme organisaatioita uudistumaan ja kehittämään liiketoimintaa, suunnittelemaan ja toteuttamaan strategian, kehittymään ja kasvattamaan myyntiä sekä markkinoimaan tehokkaasti.

”Avaamme portteja ja rakennamme siltoja”, läpi koko organisaation. Kehitämme johtoryhmien, esimiesten ja tiimien toimintaa kohti toimintakulttuuria, joka tukee organisaation arvoja, visiota ja strategiaa.

Yrityksemme kivijalka ovat osaavat ihmiset, joilla on laajaa kokemusta, näkemystä sekä ammattitaitoa kehittää erilaisia organisaatioita. Modernit luotettavat ja tutkitut menetelmät tukevat työtämme ja varmistavat parhaimman lopputuloksen.

- Tekijämme: Kirsi Mäkinen ja Pasi Sillanpää
- Työkieleemme ovat Suomi ja Englanti
- Konsultoimme, kehitämme, valmennamme ja sparraamme.



# Tekijät



- **Pasi** on johtamisen-, viestinnän ja markkinoinnin konsultti. Hänellä on vahvaa kokemusta aloittavista ja kasvuvaiheessa olevista yrityksistä. Hän on tehnyt kansainvälistä myyntityötä ja toiminut toimitusjohtajana digitaalisen markkinoinnin yrityksessä. Erityisen vahvaa osaamista hänellä on markkinointiviestinnän ja strategian kiteyttämisestä. Hänen vahvuutensa on myynti ja markkinointi sekä johtaminen ja strategiat. Hän on ollut myös Kasvu Openissa yritysten sparraajana.
- Pasi on erikoistunut kasvustrategioihin ja kilpailijoista erottuvien myynti- ja markkinointikonseptien kehittämiseen. Hän terävöittää ja yksinkertaistaa viestintää, valmentaa työyhteisöä kommunikoimaan rakentavasti ja luo asiakkaita kiinnostavia tarinoita.

**Kirsi** on Derecon perustaja ja kokenut valmentaja ja liiketoiminnan kehittäjä. Hänellä on vuosien kokemus kotimaisten ja kansainvälisten asiakkuuksien kehittämisestä, myynnin johtamisesta sekä myynnin- ja markkinoinnin kehittämisestä. Hän on kehittänyt asiakasyritysten myyntistrategioita, myyntiä ja markkinointia ja hänellä on markkinoinnin koulutus. Hän on valmistunut Lappeenrannan Teknisestä yliopistosta pääaineena Johdon laskentatoimi sekä sivuaineina Tietojohdaminen ja Yritysjuridiikka (Bachelor Of Economic Sciences).

Hän sparraa yritysten avainhenkilöitä ja on Sertifioitunut Business Coach (CBC).

Kirsi on rohkea tienraivaaja, eikä pelkää haasteita ja tekee kaikkensa asiakasyritystensä asiakaskokemuksen- ja asiakastyytyvyyden eteen.



# Myynnin- ja markkinoinnin kehittämissuunnitelma

- Ennen kehittämissuunnitelman tekemistä sovitaan asiakkaan kanssa noin 2 - 3 tunnin tapaaminen.
- Tapaamisessa käydään läpi laajasti se tieto, jonka perusteella voidaan ehdottaa kehittämistoimenpiteitä jotka auttavat parhaiten pääsemään asiakkaan toivomaan lopputulokseen. Asiakkaalle voidaan koota eri palvelupaketeista juuri hänen tarpeitaan palveleva kehittämissuunnitelma, kokonaisuus.
- Kehittämissuunnitelman pohjaksi tarvitaan tietoa mm:
  - asiakkaan liiketoiminnasta, toimialasta, asiakkaista, nykytilanteesta, markkinoista, kilpailijoista, nykyiset markkinoinnin / myynnin kanavat, tapa viestiä ja toimia nyt, vahvuudet kehittämiskohteet, ja pahimmat kipupisteet, aiemmat toimenpiteet markkinoinnin ja myynnin kehittämiseksi jne.
- Kehittämistyön jälkeen asiakkaan kanssa käydään tehty työ ja tulokset tarkkaan läpi.
- Lopputulos: me uskomme, että asiakas on saanut enemmän kuin odotti ja on erittäin tyytyväinen saamaansa lopputulokseen.

# Myynnin- ja markkinoinnin palvelupaketit

## 1. Tehoa etämyyntiin

*Tämä palvelupaketti on yrityksille, joiden myyjillä on vaikeuksia tavata asiakkaita kasvotusten, joko tapaamisrajoitusten tai pitkän välimatkan vuoksi. Sopii kaikille toimialoille ja kaiken kokoisille yrityksille.*

## 2. Kasvu paikallisesta valtakunnalliseksi

*Tämä palvelupaketti auttaa selvittämään kasvun mahdollisuudet ja edellytykset*

## 3. Palvelun uudistaminen - kasvu parhaaksi paikalliseksi toimijaksi

*Tämä palvelupaketti auttaa löytämään oman yrityksen vahvuudet, joihin suurten toimijoiden on vaikeampi vastata*

# 1. Tehoa etämyyntiin

- *Tämä palvelupaketti on yrityksille, joiden myyjillä on vaikeuksia tavata asiakkaita kasvotusten, joko tapaamisrajoitusten tai pitkän välimatkan vuoksi. Sopii kaikille toimialoille ja kaiken kokoisille yrityksille.*

Korona-aika on muuttanut merkittävän osan myyntitapaamisista verkkotapaamisiksi. Kyse ei ole vain koronan tuomasta muutoksesta, vaan kasvokkain tapahtuvat myyntitapaamiset ovat olleet laskussa jo aiemmin. Etämyynti tuo kuitenkin uusia haasteita myyntiin. Asiakkaat eivät halua istua tapaamisessa yhtä pitkää aikaa ja vuorovaikutuksessa sisällön merkitys korostuu, kun sanatonta viestintää on vähemmän.

# 1. Tehoa etämyyntiin palvelupaketin sisältö

- *Palvelupaketti tarjoaa eväät tehokkaan etämyynnin tekemiseen.*
- Yrityksen resurssien arviointi. Mitä työkaluja on ja miten niitä käytetään viisaasti (asiakasrekisterit, esitystyökalut, verkkoneuvottelun välineet, jne.)
- Asiakaspalaute. Haastattelut (10 asiakasta). Mitä he arvostavat, miten he haluavat toimia jatkossa? (millaisia lähestymistapoja ja kuinka usein, mitä he haluavat kuulla teistä, jne.) Kyselyssä saadaan selville myös asiakkaiden näkemyksiä fyysisten tapaamisten tulevaisuudesta.
- Myyntiprosessin suunnittelu kahdelle asiakasryhmälle. a) vanhat asiakkaat b) uudet asiakkaat
- Myyntikeskustelun sisällön suunnittelu (mitä asioita neuvottelussa käsitellään ja missä järjestyksessä, jotta päästään parhaaseen lopputulokseen)
- Myyntitapaamisen tehokkuus. Miten saan kaiken tehtyä 30 minuutissa?
- Lopputulos: Tehokkaita ja tuloksellisia myyntitapaamisia. Keinot tehdä tuloksellista myyntiä tapaamatta asiakasta paikan päällä.

## 2. Kasvu paikallisesta valtakunnalliseksi

- *Tämä palvelupaketti auttaa selvittämään kasvun mahdollisuudet ja edellytykset.*

Erityisesti b to b, joissakin tapauksissa myös b to c yrityksille tarkoitettu palvelu. Sopii kaiken kokoisille yrityksille, joilla on halu erikoistua johonkin tiettyyn palveluun ja olla siinä kiinnostava toimija kaikkialla Suomessa.

Menestys vaatii erikoistumista ja erikoistuminen vaatii myyntialueen laajentamista. Asiakkaita on haettava totuttua aluetta kauempaa. Tästä seuraa haasteita asiakkuuksien johtamisessa. Miten ja kuinka usein asiakkaaseen pitää olla yhteydessä? Kuinka nopeaa toimintaa he odottavat? Mitä palveluita he erityisesti arvostavat?



## 2. Kasvu paikallisesta valtakunnalliseksi palvelupaketin sisältö

- Asiakashaastattelut, 10 asiakasta. Mitä he odottavat palveluntarjoajalta? Missä he ovat kohdanneet pettymyksiä / haasteita? Missä löytyy alue, jota kukaan ei ole kyennyt täyttämään tai se täyttyy huonosti?
- Mistä elementeistä voidaan rakentaa asiakaslupaus, joka toimii myös oman toimialueen ulkopuolella? Mihin erikoistumme markkinoinnissa / myynnissä ja miten sen kerromme?
- Miten paketoimme palvelut asiakkaille? Mitkä ovat asiakaslupauksemme? Mitä hyötyä asiakas saa kauttamme ja miten tarjoamme sen helposti myytävänä kokonaisuutena?
- Miten myymme? Myyntikanavien / tapojen valinta (henkilökohtainen myyntityö/ netti/ some/ puhelin ja niiden eri roolit).
  - Lopputulos: Myynti- ja markkinointikonsepti, jossa kyetään kilpailemaan eri puolilla Suomea olevien paikallisten toimijoiden kanssa. Myydään asiakkaille arvoa, josta he ovat valmiita maksamaan.

## 3. Palvelun uudistaminen - kasvu parhaaksi paikalliseksi toimijaksi

- Paikallisesti toimivalle b to b yritykselle tai b to c, esimerkiksi kuluttajille tuotteita/ palveluita myyvälle kivijalkakaupalle suunnattu palvelu, jonka avulla nousee muita kiinnostavammaksi ja muista erottuvammaksi vaihtoehdoksi.
- Paikallinen yritys joutuu kilpailemaan muiden paikallisten tai alueellisten, valtakunnallisten ja kansainvälisten yritysten kanssa. Isommilla resursseilla toimivat yritykset pystyvät siirtämään mittakaavaetuja hintoihin ja palveluun. Paikallinen toimija voi joutua tahtomattaan hintakilpailuun, jossa ei voi kuin hävitä.
- Kilpailuun voi vastata hyödyntämällä paremmin paikallisuuteen liittyviä etuja ja saada asiakkaat jopa maksamaan enemmän. Ne pitää vain tunnistaa ja paketoita oikein.

# 3. Palvelun uudistaminen – kasvu parhaaksi paikalliseksi toimijaksi

*Tämä palvelupaketti auttaa löytämään oman yrityksen vahvuudet, joihin suurten toimijoiden on vaikeampi vastata ja se sisältää:*

- Asiakashaastattelut, 10 asiakasta. Mitä asiakkaat haluavat ostaa, mitä he saavat ja mitä he eivät saa? Missä on aukko, jota kukaan ei täytä? Mikä saisi heidät ostamaan enemmän paikalliselta? Mistä he ovat valmiita maksamaan?
- Yrityksen omien palveluiden arviointi. Miten hyvin ne vastaavat haastatteluissa esiin tulleisiin asiakastarpeisiin? Miten ne erottuvat muista alueen toimijoista? Mitä pitää tehdä toisin?
- Lahden paras lyö laudalta Suomen parhaan. Lahtelaisen yrityksen myyntilupaus, johon valtakunnallisen yrityksen on vaikea vastata Lahdessa. Miten paikallisuus käännetään eduksi?
- Myyntilupausten paketoiminen palveluiksi. Miten täytämme asiakaslupauksemme? Miten prosessi toimii niin, että sen lopputuloksena asiakas on valmis maksamaan paikallisuudesta?
  - Lopputulos: Myynti- ja markkinointitapa, joka tuo parhaalla tavalla esiin paikallisen yrityksen vahvuudet ja auttaa pääsemään irti pelkästä hintakilpailusta.

dereco



Olemme iloisia, kun valitset  
meidät kehittämiskumppaniksi.  
Lupaamme  
tehdä kaikkemme, jotta olet  
lopputulokseen erittäin tyytyväinen.

Dereco, Kirsi Mäkinen, puh. 050 408 0400,  
[Kirsi.makinen@dereco.fi](mailto:Kirsi.makinen@dereco.fi)  
[www.dereco.fi](http://www.dereco.fi)