

Onnistu siinä missä olet hyvä!
Uutta kokonaisvaltaista näkemystä yrityksen
pitkän aikavälin kehittämiseen
- oikealla asenteella ja osaamisella.

KontaktiVerkko Suomi Oy on vuonna 2008 perustettu lahtelainen myynnin ja markkinoinnin asiantuntijayritys, joka on erikoistunut toimimaan yritysten vierellä liiketoiminnan kehittämisen eri vaiheissa käytännönläheisesti.

KontaktiVerkon ydinosamista ovat myynnin ja markkinoinnin kehittäminen, tuotteistaminen markkinaselvitykset, asiakastarvekartoitukset, sekä hankkeiden valmistelu ja eri rahoitusten selvittäminen.

KontaktiVerkko on toiminut ELY:n Yritysten Kehittämispalveluiden tuottajana vuodesta 2010 lähtien. KontaktiVerkko toimii ELY:n asiantuntijana konsulttituotteissa Markkinointi ja asiakkuudet sekä Innovaatioiden kaupallistaminen.

Vastuuasiantuntija Kirsi Vuollet

Kirsi Vuollet, HHJ, CMC (korkein liikkeenjohdon konsulttien kansainvälinen sertifikaatti). Kirsi on suorittanut liiketalouden ylemmän korkeakoulututkinnon ja hän omaa myös pedagogisen pätevyyden (AoM).

Kirsi on toiminut ELYn sertifioimana Myyntiteho-valmentaja 2010 alkaen sekä 2013 alkaen ELYn yritysten kehittämis- palveluiden palveluntarjoajana Kasvu ja Markkinointi ja Asiakkuudet sekä innovaatioiden kaupallistamisen osalta.

Kirsi Vuollet on tehnyt asiakastarvekartoituksia ja myyntiä vuodesta 1995 lähtien useiden eri tuotteiden ja toimialojen osalta. Hän on tuotteistanut Startup-yritysten tuotteita sekä selvittänyt eri rahoitusvaihtoehtoja tuote- ja palvelukehittämissen tueksi ja koordinoitunut hakkeita. Kirsi Vuollet on kouluttanut asiakashankintaa, asiakkuudenhoitoa myyntiä ja markkinointia useissa eri oppilaitoksissa, yrityksissä ja kehitysyrityksissä.

Kirsi on idearikas ongelmaratkaisija!

Muut asiantuntijat

Emmi Laaksonen / Projektikoordinaattori ja markkinointi (KontaktiVerkko)
Emmi on Kansainvälisen kaupan tradenomi. Omaa tietoutta mm. verkko-sivuille, uutiskirjeisiin, blogiin ja sosiaaliseen mediaan tekstisisällön tuottamisesta suomeksi ja englanniksi, markkinakartoitusten tekemisestä sekä markkinoinnin digitaalisten työkalujen hyödyntämisestä.

Anna Palokangas / palvelumuotoilu (Paloka)

Anna on asiakaskokemuksen kehittäjä ja palvelumuotoilija, jonka tavoite kehitystyössä on aina tyytyväiset asiakkaat, tyytyväiset työntekijät ja menestyvä yritys. Hän toimii oman yrityksensä ohella LAB-ammattikorkeakoulussa palvelumuotoilun asiantuntijana etenkin kestävä kehityksen projekteissa.

Kristiina Alanko / Digimarkkinointi ja SEO (Digidiggeri)

Palvelutarjontaani kuuluu sivustojen tekninen SEO-analyysi, hakukoneoptimointi, avainsana-analyysi, kilpailija-analyysi, maksettu mainonta (FB, IG, Google), julkaisut somekanaviin, Google My Business, -Analytics, -Ads ja -Search console käyttöönnotto, verkkokaupprojektointi sekä ylläpitojen ja raportointien käyttöäkökoulutus, kuukausittainen seuranta ja raportointi.

Onko tarvetta käynnistää tai tehostaa yrityksesi tuotteiden ja palveluiden myyntiä?

Selvitetään, kuka on asiakas ja mitä arvoa tuotamme heille. Ovatko tuotteet ja palvelut valmiina myyntiin vai pitääkö niitä vielä kehittää tai tuotteistaa. Suunnitellaan, miten yrityksen markkinointi tukee myyntiä sekä miten myyntiä tehdään ja organisoidaan.

Toimenpiteet:

- ✓ Suunnittelupalaveri, tavoitteiden määrittely
- ✓ Myyntiprosessin analysointi asiakkaan ostoprosessina ennen-aikana-jälkeen
 - ✓ Nykyisten ja uusien asiakkaiden määrittely sekä kilpailijoiden läpikäynti
 - ✓ Kirkastetaan tuotteiden ja/tai palveluiden ominaisuudet, edut ja hyödyt
 - ✓ Markkinointikanavien analyysi ja toimenpiteet
 - ✓ Kirkastetaan jakelutiet, verkostot ja kumppanit
- ✓ Luodaan alustava myyntiprosessi ja valitaan myynnin työkalut
 - ✓ Tehdään/päivitetään myynnin käsikirjoitus
- ✓ Myynnin sparraukset etänä koko projektin ajan (4 kk)

Asiakaskohderyhmät ja ihanneasiakas

Verkkosivujen ja eri somekanavien analysointi

Valmis käsikirjoitus tuotteen ja palvelun esittämisestä uudelle tai nykyisille asiakkaille

Myyntiprosessi, myynnin työkalut ja myyntisuunnitelma

Viestitkö verkossa tehokkaasti ja oikeille ihmisille?

Toimeksiannon alussa selvitetään asiakkaan tilanne kokonaisvaltaisesti.

Mikä on yrityksen oma käsitys markkinoinnin kehittämistarpeista.

Mitä toimenpiteitä yritys on tehnyt eri kanavissa ja mikä niiden tulos on ollut. Mitkä ovat yrityksen omat resurssit, mitä resursseja yritys tarvitsee markkinointiin jatkossa.

Toimenpiteet:

- ✓ Suunnittelupalaveri, tavoitteiden määrittely
 - ✓ Nykytilanteen määrittely
 - ✓ Kilpailijat ja kilpailutilanne
 - ✓ Nykyiset ja uudet asiakkaat
 - ✓ Tuotteet ja uudet ideat
- ✓ Markkinoinnin ja myynnin suunnitelmallisuus
- ✓ Somessa ja verkkosivuilla viestinnän analysointi ja kehittäminen
- ✓ Brändin tehokkuuden ja yhtenäisyyden arviointi ja kehittäminen
 - ✓ Sopivien digitaalisten markkinointityökalujen käyttöönotto

Kokonaisvaltainen lähtötilanteen kartoitus

Tarvittavat analyysit ja tutkimukset

Työkalujen käyttöönotto

Yhteenvedot, suosittelut ja toimenpiteet kehittämiselle

Oletko laajentamassa toimintaa Suomessa vai pyritkö kansainvälisille markkinoille?

Millä tuotteilla ja palveluilla haetaan kasvua Suomesta tai ulkomailta? Ketkä ovat kilpailevia asiakkaita ja miten erotumme kilpailijoista? Mitä markkinatietoa tarvitsemme suunnittelun ja päätöksenteon tueksi? Minkä strategian valitsemme valitun kohdemarkkinan osalta?

Toimenpiteet:

- ✓ Suunnittelupalaveri, tavoitteiden määrittely
- ✓ Tutustutaan tuotteisiin, palveluihin ja asiakkuuksiin
- ✓ Tehdään kilpailija-analyysia ja selvitetään kilpailutilanne markkinoilla
 - ✓ Selvitetään valitun markkinan toimijat ja sen koko.
- ✓ Selvitetään kohdemaan yhteistyökumppanit ja jakelutiet
- ✓ Suunnitellaan kaupallistamisen tavoitteet alustavat toimenpiteet
 - ✓ Selvitetään eri tukivaihtoehdot kansainvälistymiselle

Yrityksen kilpailuetu

Markkinoiden toimijat ja koko

Tieto kohdemaissa toimivista yhteistyökumppaneista ja jakelukanavista

Kasvun suunnitelma ja selvityksen tulokset raportoituna kattavasti