

Yritysesittely Suomen Kotidata Oy

Suomen Kotidata Oy on vuonna 2008 perustettu valtakunnallinen tietotekniikan myynti- ja palveluyritys, joka auttaa pienyrityksiä ja kuluttajia ottamaan käyttöön sekä hyödyntämään digitaalisia ratkaisuja sujuvasti ja turvallisesti. Tarjoamme kattavat palvelut digilaitteiden ja sovellusten hankintaan, käyttöönottoon, koulutukseen ja jatkuvaan tukeen – niin lähikäynteinä, etäyhteydellä kuin puhelimitse.

Toimitamme myös tietokoneet, mobiililaitteet ja muut IT-ratkaisut valmiiksi asennettuina, asiakkaan käyttöön opastettuina ja tarpeen mukaan ylläpidettyinä.

Toteutamme M365-ympäristöjen käyttöönottoja, modernisointia ja käyttäjäopastusta sekä erilaisia digitalisaatiota tukevia projekteja. Toimimme joustavasti kumppanina tai alihankkijana esimerkiksi laajemmissa IT-tukipalveluissa sekä pilotoinneissa ja PoC-hankkeissa.

Lähitukiverkostomme toimii yli 20 paikkakunnalla, ja olemme toteuttaneet yli 65 000 lähitukikäyntiä sekä yli 150 000 asiakaskohtaamista. Asiakkaitamme ovat teleoperaattorit, kansainväliset IT-palveluyritykset, pienyritykset, järjestöt ja kotitaloudet.

Digiarjen kumppanina tavoitteemme on tehdä digiarjesta helppoa, saavutettavaa ja turvallista kaikille.

Myynnin ja markkinoinnin kehittämissuunnitelma

Suomen Kotidata Oy toteuttaa asiakasyritykselle myynnin ja markkinoinnin kehittämissuunnitelman, jonka tavoitteena on parantaa yrityksen asiakashankintaa, vahvistaa myyntiprosessin tehokkuutta ja selkeyttää markkinointiviestintää. Kehitystyö aloitetaan analysoimalla yrityksen nykyinen myynti- ja markkinointimalli, kohderyhmät, kilpailutilanne sekä asiakkaiden ostokäyttäytyminen. Tämän pohjalta määritellään keskeiset kehityskohteet ja tarvittavat toimenpiteet.

Samalla kehitetään yrityksen markkinointiviestintää, selkeytetään arvolupaus eri kohderyhmille ja määritellään tehokkaimmat kanavat ja viestit, joiden avulla asiakashankinta paranee. Kotidata tuottaa lopuksi tiiviin, käytännönläheisen suunnitelman, joka sisältää priorisoidut toimenpiteet, myyntiviestit, markkinointikanavasuosituksen sekä 0–3 kuukauden etenemismallin myynnin ja markkinoinnin tehostamiseksi.

Käytännön myynti- ja markkinointitoimenpide nro 1

Tuotteen tai palvelun asiakastestaus / koemyynti kuluttaja- ja pienyritystuotteille (Product Market Fit / Pilotointi)

Palvelu hyödyntää Kotidatan kattavaa asiakaspalvelullista digitukiverkostoa, joka mahdollistaa tuotteen tai palvelun asiakastestausta ja koemyyntiä koko Suomeen. Saatte käyttöönnne:

- Erikoisosaaminen digi- ja IT-ratkaisuihin
- Asiakkaan brändillä toimiva Service Desk / asiakaspalvelunumero
- Kotidatan on-site lähitukiverkosto yli 20 paikkakunnalla
- Kuluttaja- ja yritysasiakkaiden tuotteiden ja palveluiden käyttöönotto, koulutus, huolto ja käyttötukiverkosto
- Kotidatan laaja kokemus erilaisten kaupallisten asiakasbrändien asiakaskokemuksen tuottajana.
- Tietoa asiakaskäyttöönotoista, -kohtaamisista ja asiakkaiden tarpeista)
- Kerätään tiedot asiakaskohtaamisista: kysymyksistä, ongelmista, ostomotiiveista ja esteistä
- Analysoidaan asiakasodotukset, palvelukokemus ja kitkakohdat
- Muodostetaan PMF-havaintolista:
 - mitä asiakkaat ymmärsivät
 - mistä he innostuivat
 - minkä he kokivat vaikeaksi
 - mikä estää oston

Tämä tuottaa todellista asiakasymmärrystä, jota ilman PMF:ää ei voi todentaa.

Kuvaus Palveluprosessista

- Valitaan pieni pilottijoukko (kuluttajat / pienyritykset)
- Kotidatan kenttäpalvelu toimittaa tuotteen, asentaa/ottaa käyttöön
- Samalla kerätään:
 - ostoperusteet
 - käyttöönoton haasteet
 - palautteet ja lisämyyntimahdollisuudet
- raportoidaan pilotin konversiot, palautteet ja kriittiset parannuskohteet

Tämä vaihe varmistaa tuotteen käytettävyyden ja käyttöönoton sujuvuuden.

PMF-yhteenveto, suositukset ja markkinavalmiuden arvio

Koemyynnin ja asiakastestauksen jälkeen Kotidata laatii tiiviin PMF-raportin:

- markkina-/asiakastestauksen yhteenveto
- yleisimmät kysymykset ja esteet
- tuotteen ostokynnys ja ostajan profiili
- palvelupolun kriittiset pisteet
- parannukset tuotteen viestintään, hinnoitteluun ja myynnin malliin
- arvio tuotteesta markkinavalmiudessa (Low/Mid/High readiness)

Raportti sisältää selkeän listan seuraavista askelista.

Hinta

Palvelu tuotetaan 5000 € kokonaisarvolla tarjouspyynnön mukaisesti.

Käytännön myynti- ja markkinointitoimenpide nro 2

Keskitetyn asiakaskohtaamismallin suunnittelu ja toteutus

Kotidata kartoittaa asiakasyrityksen nykyiset asiakaskohtaamiskanavat ja suunnittelee uuden, keskitetyn mallin, joka vastaa asiakasyrityksen uudistumisen tavoitetta.

Sisältö

- Nykyiset kanavat ja niiden toimivuuden arviointi: Puutteet, päällekkäisyydet ja katvealueet
- Asiakaskokemuksen toteutumisen arviointi: Asiakkaan odotukset eri tilanteissa
- Asiakassegmenttien tunnistaminen sekä yritys- ja kuluttaja-asiakkaiden erot

Tämän pohjalta määritellään

- Asiakasyritykselle sopivimmat asiakaskohtaamiskanavat ja -mallit: Mahdollistaa selkeän asiakaspolun
- Suositellaan mitkä kanavat otetaan käyttöön ja miten kanavia nykyisiä uudistetaan
- Toimintaohjeet esimerkiksi: Mitä asioita hoidetaan missä kanavassa / Miten asiakas ohjautuu oikeaan paikkaan ensimmäisellä kontaktilla

Tuotantoon vienti

- Valittujen asiakaskohtaamiskanavien ja -toimintamallin käyttöönotto. Esimerkiksi:
 - Virtuaalinen vaihdepalvelu (Puhelin)
 - Jaetut sähköpostilaatikat ja asiakasviestien vastuuttaminen (M365)
 - Chat
 - Lomakkeet verkossa
 - Pikaviestit
- Henkilöstön koulutus paikan päällä
- Sovittu tukipalvelu käyttöönoton jälkeiseksi tueksi varmistamaan asiakaskohtaamiskanavien toimivuus

Lopputulos

- Uudistettu asiakaskohtaamismalli
- Ensiluokkainen asiakaskokemus
- Dokumentointi ja ohjeistus asiakaskohtaamismalliin
- Parantunut saavutettavuus

Hinta

Palvelu tuotetaan 5000 € kokonaisarvolla tarjouspyynnön mukaisesti.

Käytännön myynti- ja markkinointitoimenpide nro 3

CRM / asiakaspalvelutyökalun käyttöönotto pienyritykselle

Kotidata auttaa pienyritystä ottamaan käyttöön selkeän ja helppokäyttöisen CRM- ja asiakaspalvelutyökalun, joka tukee myyntiä, asiakassuhteiden hoitoa ja asiakaspalvelua ilman raskaita IT-hankkeita.

Palvelu on suunniteltu erityisesti yrityksille:

- joilla ei vielä ole CRM-järjestelmää, tai
- joilla CRM on jäänyt vähälle käytölle, tai
- joilla asiakastiedot ovat hajallaan (sähköposti, Excel, muistiot)

Ratkaisu perustuu valmiiden ja kustannustehokkaiden CRM-/ASPAs-työkalujen valintaan, suunnitelmalliseen käyttöönottoon ja henkilöstön koulutukseen.

Suunnitelma etenee vaiheittain

1. Nykytilan kartoitus

- Miten asiakkaita ja liidejä seurataan nyt?
- Missä asiakastiedot sijaitsevat (sähköposti, Excel, muistiinpanot)?
- Miten myynti etenee (tarjoukset, kaupat, jälkihoito)?
- Miten asiakaspalvelu toimii ja mihin kyselyt ohjautuvat?
- Mitä tietoa puuttuu myynnin ja johtamisen päätöksenteosta?

2. CRM- ja ASPA-ratkaisun valinta ja suunnittelu

- Sopivan työkalun valinta
- Mitä tietoja tallennetaan
- Myyntiputken (pipeline) määrittely
- Asiakaspalvelun perusmalli (kontaktien ja tukipyyntöjen kirjaus)
- Roolit ja vastuut (myynti / asiakaspalvelu / johto)

3. Käyttöönotto ja koulutus henkilöstölle

Tulokset ja hyödyt

CRM käytössä oikeasti, ei vain ostettuna

Henkilöstö osaa käyttää työkalua

Yhtenäinen tapa hoitaa myyntiä ja asiakaspalvelua

Hinta

Palvelu tuotetaan 5000 € kokonaisarvolla tarjouspyynnön mukaisesti.