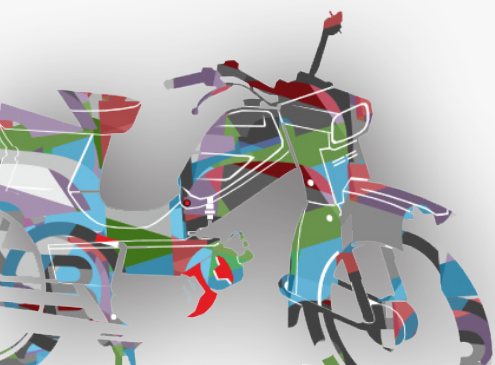


MYNNIN JA MARKKINOINNIN ONGELMIA EI PAIKATA TEMPUILLA – VAAN LAITAMALLA LIIKETOIMINNAN PERUSASETUKSET KOHDILLEEN.

Yrityksille, liiketoiminnanharjoittajille, ammatinharjoittajille, aloittaville yrittäjille ja liiketoimintaa uudistaville – niille joiden myyntiviesti ja tarjooma tarvitsevat selkeyttä myynnin vauhdittamiseksi kaikissa markkinatilanteissa.

Tuotteiden, myynnin ja markkinoinnin kehittämistä ja toteutusta kokonaisuutena.

Kehittämissuunnitelman ja valitun markkinointitoimenpiteen kokonaisarvo on yhteensä 5 000 € (+ alv. 25,5 %), josta Lahden kaupungin yrityssetelillä yrityksen osuus on 2000 € (+ alv 25,5 %)



island®

LAHDEN STARTTI

JOS VASTAAT KYSYMYKSIIN 25 SEKUNNISSA ET TARVITSE PALVELUJANI.

01 | Mitä myyt?

02 | Miksi asiakkaillasi on kysyntää tuoteratkaisustasi?

03 | Mikä on tuoteratkaisusi tärkein tuoteominaisuus?

04 | Minkä erityisen asiakashyödyn tuoteratkaisusi/
tuotevalikoimasi tuovat asiakkaalle?

05 | Missä bisneksessä olet?

Jos vastauksesi ovat yrityksellesi hyödyllisiä, sinulla on liiketoiminnan perusasetukset kunnossa, eikä minusta ole merkittäväksi vipuvarreksi kehittämistyössäsi.

Yrittäjä haluaa kuulla saavansa kilpailuetua, myyntiä ja katetta. Jos niiden taustalla olevia tekijöitä ei riittävästi tunnisteta, ne jäävät vain sanahelinäksi. Menestyvä liiketoiminta ei vaadi enemmän työtunteja, vaan selkeät ja yrityksellesi toimivat liiketoiminnan perusasetukset.

– Silloin vastaukset tulevat nopeasti ja erottavat markkinoilla

A MYNNIN JA MARKKINOINNIN KEHITTÄMISSUUNNITELMA

Myynnin ongelmat eivät johdu osaamisen puutteesta vaan siitä, että asiakkaat eivät tiedä mistä arvosta heidän tulisi maksaa – Asiakkaat kyllä tuntevat ongelmansa, mutta eivät markkinoiden valintavaihtoehtoja ja edukseen erottuvaa tarjoamaasi.

Tavoitteena on muotoilla se, mitä asiakkaat haluavat ensimmäiseksi tietää yrityksestäsi, millä markkinoilla toimimme ja mitä asiakas odottaa saavansa. Lisäksi myynti, tuoteratkaisut ja markkinointi saadaan yhtenä ilmiönä tuottamaan myönteisiä asiakaskokemuksia.

Tämä homma ei vie kauaa aikaa, mutta se tehdään huolellisesti ja resursseja säästyy suoraan käytännön toimenpiteisiin.

Ankkamemo™-menetelmällä liiketoiminnan muotoiluprosessi nostaa markkinoilla esiin yrityksesi korvaamattomuuden ja kilpailuedun. Ankkamemo on tuhannen yrittäjän kokemuksella tiivistetty ja se on läpäissyt yli 20 vuoden aikatestin.



*LIIKETOIMINNAN
SELKEYTTÄMINEN*



*JORDONMUKAINEN
LIIKETOIMINNAN
MUOTOILEMINEN*



*LIIKETOIMINNAN
KYVYKKYYDEN
SANOITTAMINEN*

ankka
ANKKAMEMO
+BISNESSPAKKA

island®

LAHDEN STARTTI

A MYNNIN JA MARKKINOINNIN KEHITTÄMISSUUNNITELMA

Käytännön toteutus

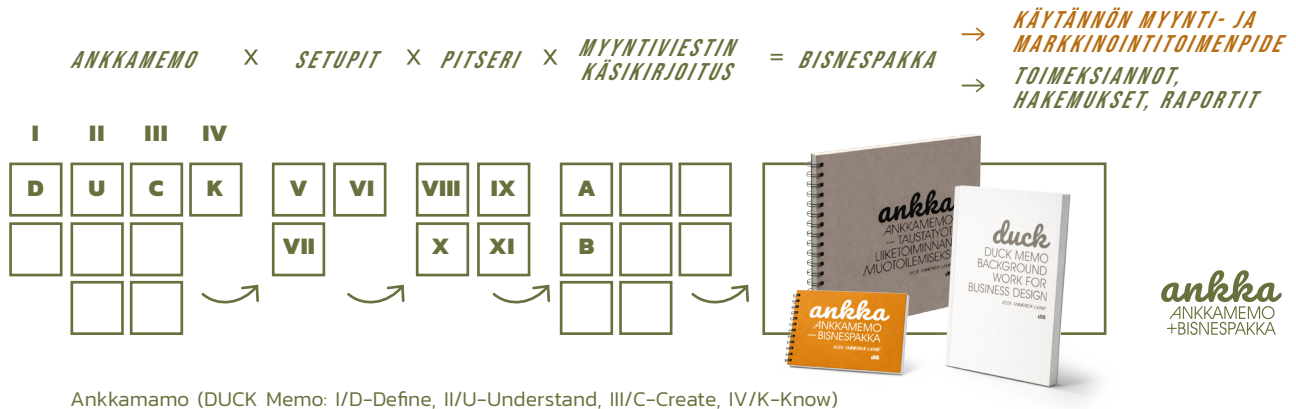
I | Yrittäjän kanssa tunnistetaan nykyisen toiminnan mahdolliset epäjohton mukaisuudet ja kaivetaan esiin se, mistä arvosta asiakkaat on valmiita maksamaan, toteutuuko se yrityksen tulosodottamassa ja laitetaan asetukset kohdilleen. Ankkamemon kimpussa ollaan noin 1-3 tuntia.

II | Muotoillaan Setupit - perustehtävä, näkemyksellisyys, merkityksellisyys ja tulosodottama. Näiden sisällöt poimitaan Ankkamemosta ja täsmennetään..

III | Lopuksi I-II kootaan Pitseriksi - muotoillaan ydintoiminta ja lupaus myyntiviestin käsikirjoitukseksi ja yrityskohtaiseksi ohjaustekijäksi tuoteratkaisuihin, myyntiin ja markkinointiin.

IV | Tuloksena yrittäjä saa fyysisen **Bisnespakan**™ - Ei geneerisenä, vaan yrityskohtaisena, yksilöllisenä koosteena ohjaustekijöistä, yhteensä noin 25-30 korttia. Se on sisältökooste jokapäiväiseen käyttöön ja muistuttaa ydintoiminnasta joka päivä sekä kiinnittää huomiota tuleviin muutostarpeisiin. Se ohjaa **käytännön myynti- ja markkinointitoimenpiteiden** lisäksi yhteistä tuotteet x myynti x markkinointi -ilmiötä.

Ankkamemo-menetelmällä tehtävä on tehokas, nopea ja perustuu liiketoimintajärjestelmän sisäisten vuorovaikutussuhteiden tunnistamiseen. Ankkamemo → Setupit → Pitseri → Myyntiviestin käsikirjoitus → Bisnespakka → Käytännön toteutukset ja kaikki toimeksiannot



Ankkamemo (DUCK Memo: I/D-Define, II/U-Understand, III/C-Create, IV/K-Know)

B1 KÄYTÄNNÖN MYYNTI-JA MARKKINOINTITOIMENPIDE VAKUUTTAVA MYYNTIMATERIAALI JA OSTAMISTA HELPOTTAVA TUOTEPAKETOINTI ALOITTAVILLE JA UUDISTUVILLE YRITYKSILLE

Yrityksellä on erinomainen tuote, mutta sen arvo voi olla asiakkaalle tunnistamaton ja erottumaton. Lisäksi asiakkaalle tutut tuotteet ja palvelut saatetaan nähdä "bulkkina", jos niiden erityispiirteitä ei tunnisteta. Myyntitilanteet ajautuvat saatavuus- ja hinta-argumentoinniksi. Pahimmillaan asiakas ei ota tuoteratkaisua valintalistalleen, jos sen edut ja hyödyt jäävät epäselväksi. Mikäli asiakkaan vakuuttuneeksi tekeminen jää vain markkinoinnin harteille, tuotteen kyvykkyys ja sitä perustelevaa myyntityötä jää merkittävästi hyödyntämättä.

Tavoite

Tehdään tarjoomasta helpommin ymmärrettävä, vertailussa erottuva ja vaivaton ostaa. Yritys osaa näyttää, mitä erityistä hyötyä ratkaisu tuottaa asiakkaalle..

Tehtävä

Yrityskohtaisen **Bisnespakan** pohjalta valitaan ja toteutetaan 3–6 priorisoitua toimeksiantoa.

Painopisteet tilanteen mukaan:**● Aloittava liiketoiminta**

Myyntivalmiuden rakentaminen käynnistyspisteestä. Varmistetaan, että visuaalinen identiteetti ja ensimmäiset myyntimateriaalit vähentävät ostajan riskintuntemusta sekä ydinviesti synnyttää kiinnostusta ja luottamusta.

● Uudistuva liiketoiminta

Päivitetään materiaalit vastaamaan visuaalisesti uutta tarjoomaa, säilyttäen kuitenkin toiminnan jatkuvuus ja tunnistettavuus. Varmistetaan sitä, mikä on pysyvää ja vahvistetaan sitä, mikä on muutoksessa.

Toteutus esimerkkejä (valitaan 3–6 teemaa)**● Yritykselle**

Visuaalinen identiteetti, verkkosivuston sisältörakenteet, tarjous- ja esityspohjat, tuotekortit tai liidimagneetit ja niiden sisältö.

● Yksinyrittäjälle ja ammatinharjoittajalle

Henkilöbrändiä tukeva viestintäpaketti, digitaalinen käyntikortti ja tarvittava lomakeisto, palveluesite, ja ajanvarausmateriaalit.

Tulos

Valmiit aineistot, originaalit, tiedostot painoa ja tuotantoa varten tai priorisoinnin mukaisesti valmis aineisto. Tuotantoaika 2–4 viikkoa. Bisnespakkaa hyödynnetään kaikissa toimesiannoissa.

B2 KÄYTÄNNÖN MYYNTI-JA MARKKINOINTITOIMENPIDE

ASIAKKAAN VALINTOJA HELPOTTAVA JULKAISU JA ERITYISEN ARVON ESIIN NOSTAMINEN

Asiakas vertailee vaihtoehtoja, mutta ei osaa tunnistaa juuri sinun yrityksesi tarjoamaa erityistä arvoa. Jos yrittäjän osaaminen hukkuu markkinan meluun, asiakas saattaa pitäytyä nykyratkaisuihinsa ja jättää yrityksesi valitsematta.

Tavoite

Asemoidaan yrityksen osaaminen ja tuoteratkaisut segmenttinsä kärkeen. Autetaan asiakasta tekemään viisaita valintoja ja lisätään samalla ostohalua yrityksesi ratkaisuja kohtaan.

Liidimagneetin tulee tarjota heti klikkauksesta aitoa arvoa ja positiivisen oivalluksen.

Tehtävä

Suunnitellaan rakenne, editoidaan ja taitetaan yritykselle oma viestintäratkaisu. Toteutus voi olla yksi laajempi asiantuntijajulkaisu tai 3–6 pienempää sisältökokonaisuutta asiakkaan ostopolun eri vaiheisiin.

Painopisteet kohderyhmän ja vaiheen mukaan

● Yritys

Painopiste asiantuntija-aseman vahvistamisessa (esim. White paper, asiakkaan vaihtoehtojen vertailuopas), joka auttaa organisaatiota erottumaan kilpailijoistaan.

● Yksinyrittäjä ja ammatinharjoittaja

Luottamuksen rakentaminen ja ostopolun tukeminen (esim. asiantuntija-artikkeli, tarkistuslista, vinkit), joka tekee asiantuntemuksesta helposti lähestyttävää.

● Aloittava liiketoiminta

Myyntifunnelin alkupään korostus. Luodaan huomiota herättäviä "houkuttimia", jotka tekevät tarpeen näkyväksi ja houkuttelevat asiakkaan ostopolulle.

● Uudistuva liiketoiminta

Uudistuneen toiminnan uskottavuuden varmistaminen. Autetaan asiakasta ymmärtämään uusi lisäarvo ja varmistetaan viestin jatkuvuus funnelin loppupäässä (esim. referenssit ja case-tarinat).

Toteutus esimerkkejä (Valitaan 3–6 kohdetta tai yksi laajempi opas)

- I** Funnelin alkupää, kun tuoteratkaisu on asiakkaalle tuntematon ja pyritään herättämään huomiota ja tekemään tarpeita näkyväksi
 - Tarkistuslistat, virhelistaukset ja pika-analyysit.
- II** Tiedonhankinta- ja vertailuvaiheessa ohjataan asiakasta tiedostamaan valintavaihtoehdot ja hänelle paras ratkaisu sekä ohjaamaan kohti ostoaikomusta
 - Vertailuoppaat, ROI-laskurit, laajempi asiantuntijaopas tai työkirja, white paper
 - Drop Out -sivupolut muokattuna
- III** Myönteiseen ostopäätöksen kannustaminen
 - myynnin tuki sparraus, demo, tutustumiskäynti, testaus
 - Referenssipaketit, ennen-jälkeen -esimerkit ja tarjouspyynnön valmisteluoppaat

Tulos

Myyntiviestin käsikirjoitukseen pohjautuva julkaisu (digitaalinen tai painovalmis), joka toimii liidihoukutteena ja asiantuntija-aseman vahvistajana. Tuotantoaika 2–4 viikkoa. Bisnespakkaa hyödynnetään kaikissa toimesiannoissa.

REFERENSSEJÄ



BIEN-ÊTRE | STS | PERFORMANCE

 **BLTK**
Banaanilaatikko



SKILLAB®



RW HARNESSES®



NAXFOOD



OLET



GROP-ON



ESTH



TAHTIASFALTTI OY



KALA-RETKET



BLUKKS



MÄKITERVAKKO



HELPPOSKA



EBET

TRIPYK



KAFFEKULMA
LOUNAS & KAHVILA



TRAMEL



HANSATEK®



METHOD RAIE®



FANTIKVA



MILPRINT®



PEMINO



GREENCYCLING
Greencycling Finland Oy



REKKAPAJA



ENVECO



FAITTERI



HÄLLÄ



LUONTOTURVA KY

Vesa Tamminen-Larmi

muotoilija, muotoilun opettaja, AmO, Master of Quality, NTM

Yrittäjänä/osa-aikayrittäjänä vuodesta 1988, liiketoiminnan kehittäjä, tuoteistaminen, myynti, markkinointi, ja laatujohtaminen.

Kokemus yli 1000 uuden liiketoiminnan käynnistämishankkeesta viimeisten 25 vuoden aikana. Referenssejä myynnin, tuotteiden ja markkinoinnin yhteensovittamisesta sekä markkinointimateriaalien toteuttamisesta eri mediakanaviin:

- **Split-Toe-Shoe** yritysille, pakkausille ja tuotehyväksyntähakemuksen taitto
- **BLTK Banaanilaatikko Oy** tuotteistuksen uudistaminen, yritys- ja palvelutuoteilme
- **Scanios, Investment of Scanios IOS Oy** yritysille, viestintämateriaalit, tuotteistus, web-sivuston päivitys, White Paper
- **Tripyk**, moduloidun puomiratkaisun tuotemuotoilu, tuotteistus ja tuoteilme
- **Skillab Oy** Yritys- ja tuoteilmeet, tuotefaktorit ja tuotteistus
- **Tramel Oy** markkinointiviestinnän toteutus. Yrityksen nimen, logon ja visuaalisen ilmeen suunnittelu, uudistaminen ja ylläpito. Yritysviestintä, kampanjamarkkinointi ja web-sivujen layoutin uusiminen.
- **RW Harness/RW-valjaat** uuden innovatiivisen hevosvaljaiden markkinoinnin uudistaminen, tuote- ja markkinointimateriaalin toteutus, tuote-web-sivusto
- **Bukk Inspiration Oy** markkinointiviestinnän toteutus. Yrityksen nimen, logon ja visuaalisen ilmeen suunnittelu ja ylläpitäminen. Tuotemuotoilu, tuoteilmeen suunnittelu ja pakkaussuunnittelu. Yritysviestintä, kampanjamarkkinointi ja web-sivujen toteutus.
- **Naxfood** Yritys- ja tuoteilmeet, pakkaustiedot, tuotekortit, Landig paget
- **Kellariravintola Hällä, Hälläholvi Oy** Yrityksen logon ja visuaalisen ilmeen suunnittelu, uudistaminen ja ylläpito. Yritysviestintä, kampanjamarkkinointi ja web-sivujen toteutus.
- **Greencycling Finland Oy** yrityksen logon ja visuaalisen ilmeen suunnittelu
- **Grop-On Solutions Oy** yrityksen logon ja tuotteiden visuaalisen ilmeen suunnittelu
- **Enveco ympäristöpalvelut Oy** Yrityksen logon ja visuaalisen ilmeen suunnittelu
- **Tähtiasfaltti Oy** yrityksen logon ja markkinointiviestinnän suunnittelu
- **Hanskatek Oü** yrityksen logon ja markkinointiviestinnän suunnittelu, verkkokaupan toteutus
- **AMG Transport Oü** koko markkinointiviestinnän toteutus. Yrityksen logon ja visuaalisen ilmeen suunnittelu. Yritysviestintä, kampanjamarkkinointi
- **Method RAIE, KRM Konsult Oü** koko markkinointiviestinnän toteutus. Yrityksen nimen, logon ja visuaalisen ilmeen suunnittelu. Yritysviestintä, tapahtumailmeen suunnittelu ja toteutus, kampanjamarkkinointi ja web-sivujen toteutus
- **Fantikva** yrityksen logon ja visuaalisen ilmeen suunnittelu, markkinointiviestinnän suunnittelu, web-sivujen toteutus
- **Rekkapaja** logon suunnittelu
- **Etelä-Suomen Laitehuolto Oy** yrityksen logon ja visuaalisen ilmeen suunnittelu, laitemerkinnät, koko lomakkeisto
- **Lisäksi useita ammatinharjoittajia ja hankkeita:** Kaffekulma, Olet, Hyvä hyvinvointikeskus, Pemino, Faitteri-lehti Tapsa-taloautomaatio, Kalaretket, Kiekko Cafe. Luontoturva Ky, Mäkitervakko, Helpposka, Arjen apuverkko. Ebet.

ISLAND®

LAHDEN STARTTI

ANKKA JA BISNESPAUKKA



Ankkamemo (Duck Memo)

Ankka - Ankkademo Taustatyöt liiketoiminnan muotoilemiseksi tai Duck Memo - Background work for Business Design jaetaan asiakkaille kierreselkäisenä erikoispainoksena tai PDF-version henkilökohtaisena käyttöoikeutena.

”Ankka ja Duck” ilmestyvät pukkareina vuoden 2026 aikana yleisimpiin kirjaverkkokauppoihin.

- Koko 210x210 mm, kierreselkä, 104 sivua, värillinen
- Koko 135x215 mm, pukkari, 140 sivua
- ISBN 978-952-65666-03 (FIN)

Bisnespakka

Bisnespakka tarjoaa sisältöjä Design Canvas -työskentelyyn, BMC:n (Business Model Canvas) kokoamiseen, liiketoimintasuunnitelmaan, strategiasuunnitteluun sekä erilaisiin tiivistelmiin rahoitushakemuksissa ja raportoinneissa.

Yrityskohtainen Bisnespakka sisältää

- Ankkamemo (noin 9 korttia)
- Setupit (noin 4 korttia)
- Pitseri (noin 4 korttia)
- Myyntiviestin käsikirjoitus (noin 8 korttia)
- Koko (A6) 105x148 mm, noin 25-30 korttia ja 50-60 sivua



*Jos jokin näyttää ankalta, ui kuin
ankka ja vaakkuu kuin ankka,
se on ankka, mutta älä kiirehdi
laskemaan ankanpoikia ennen kuin
ne kuoriutuvat.*

*1900-luvun alun angloamerikkalainen
ilmaus ja antiikin mystinen
tarinaperinne muistuttavat samasta
periaatteesta – muotoile liiketoiminta,
mutta älä laske voittoja ennen kuin
ne syntyvät toiminnan seurauksena.*

island®

Islandb | Lahden Startti

Vesa Tamminen-Larmi

0400200388

vesa@islandb.fi

www.islandb.fi

www.liiketoimintamuotoilua.fi