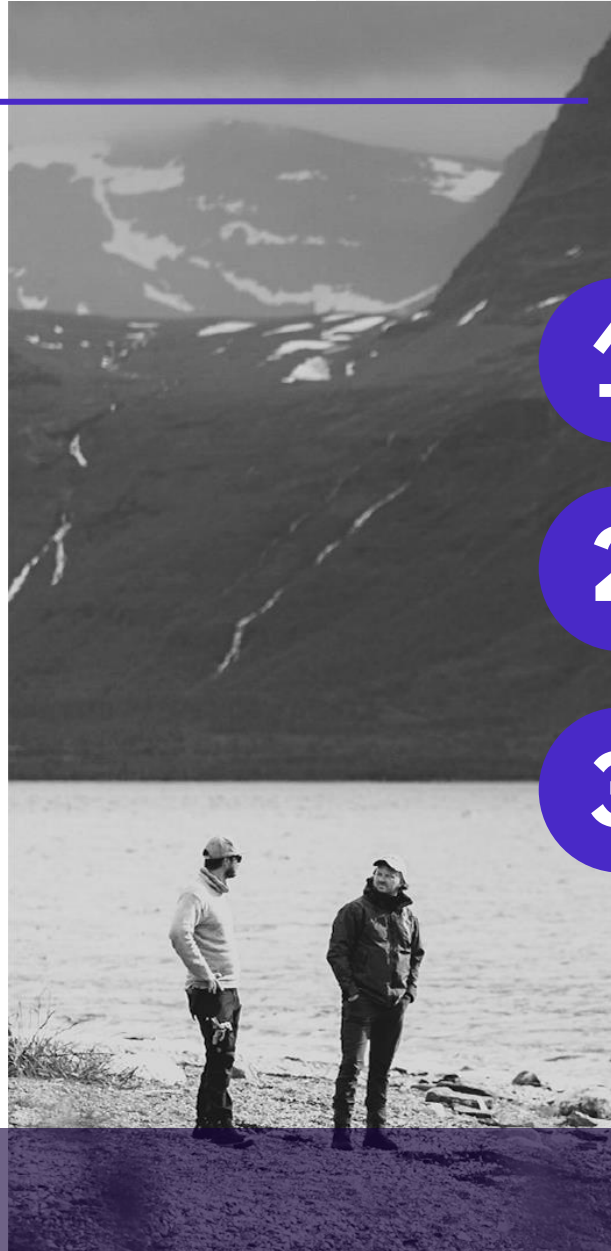


Kasvua ja jatkuvuutta

Utsjoki 06-2023

**Mahdollisuuksista tavoitteelliseen markkinointiin
ja myyntiin**



1

Megatrendeistä
mahdollisuuksiin

2

Elämys osaksi
palvelupolkua

3

Myyntikanavat ja myynnin
johtaminen osaksi arkea

Megatrendit ja mahdollisuudet (1/3)

Ilmastonmuutos

- Kiertotalous
- Vastuullisuus
- Regulaation lisääntyminen
- Kuluttajien tietoisuus ja vaatimukset

Digitalisaatio

- Viestinnän nopeus ja uudet alustat
- Datan käyttö (GDPR), tekoäly, kyberturvallisuus
- Valtio digitalisoi omia prosessejaan

Työnmurros

- Työn liikkuvuus – kansainvälistyminen
- Etätyön lisääntyminen
- Työn merkityksellisyys
- Jatkuva oppiminen



Lähde: Sitra 2023, EK vastuullisuus, Visit Finland, Doama Solutions Oy



Megatrendit ja mahdollisuudet (2/3)

Kuluttajat

- Nopeaa ja luotettavaa palvelua
- Uusia elämyksiä
- Vastuullisuutta
- Luontomatkailu- living like local, kulttuuri, pimeys, extreme- trendit

Matkanjärjestäjät / suuremmat toimijat

- Digitaaliset varausjärjestelmät läpi koko ketjun
- Vastuulliset ketjut

Rahoittajat

- EU vaatii pankeilta vastuullisuus raportointia- vaikuttaa rahan hintaan ja saatavuuteen, EU taksonomia
- Ely- ESR- vaativat vastuullisuutta



Lähde: Sitra 2023, EK vastuullisuus, Visit Finland, Doama Solutions Oy

Utsjoki ja mahdollisuudet (3/3)



Luonto

- Tunturit, pimeys
- Arktisuus,
- Teno
- Revontulet ja vuodenajat

Sijainti

- Pohjoinen sijainti,
- Norjan ja Jäämeren läheisyys

Kulttuuri

- Saamelainen kulttuuri
- Rauhallisuus ja omaleimaisuus
- “Ainutlaatuinen- Helmi”



<https://www.korpiartist.fi/video/>

Taiteilija: Mika Vilkkö

Lähde: Utsjoen matkailun kehittämisohjelma 2022, kommentteja Utsjoen yrittäjiltä 2023

Keskustelua ja pohdintaa

- » Mitä mahdollisuuksia meidän yritys voi hyödyntää?
- » Onko jotain jota voisin tehdä jo nyt?

***Mahdollisuudet
meille ?***



Elämys osaksi palvelupolkua



1

Megatrendeistä
mahdollisuuksiin

2

Elämys osaksi
palvelupolkua

3

Myyntikanavat ja myynnin
johtaminen osaksi arkea

Kokemus on merkittävä osa palvelua



50%

...asiakas-
kokemuksesta on
asiakkaan tunteita

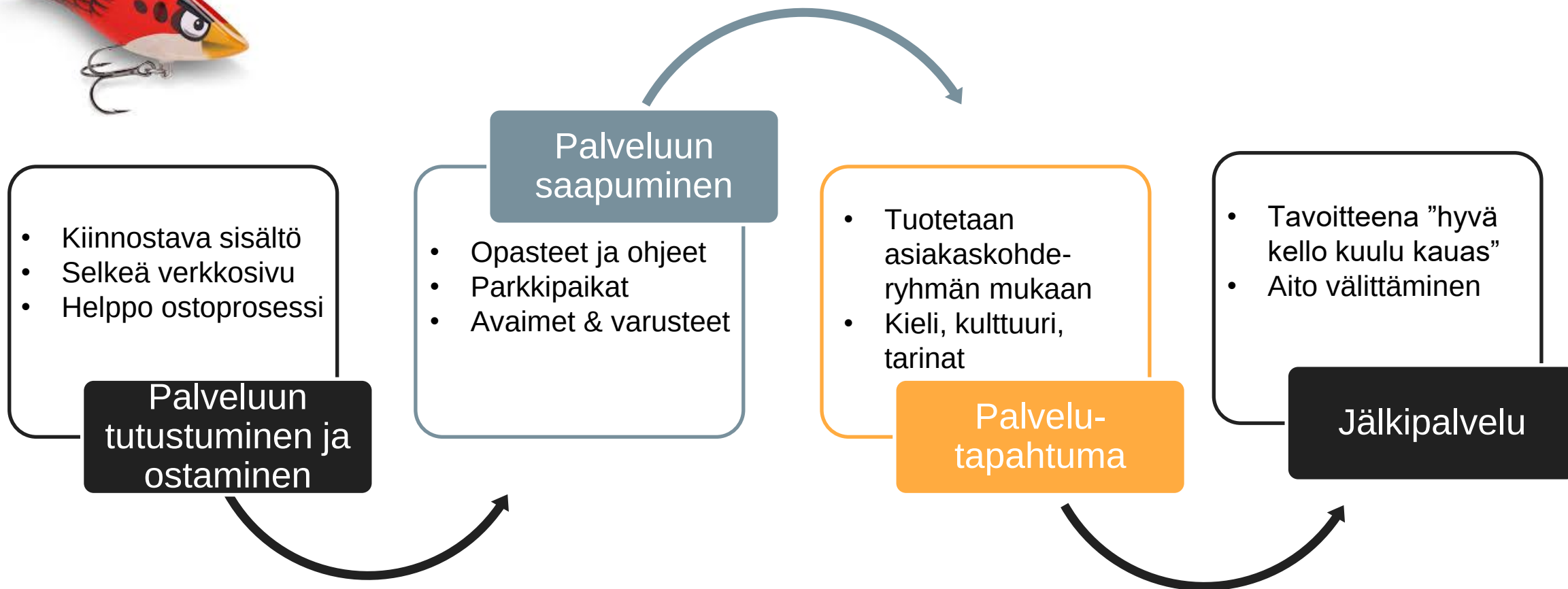


9/10

...maksaisi
enemmän
loistavasta
elämyksestä



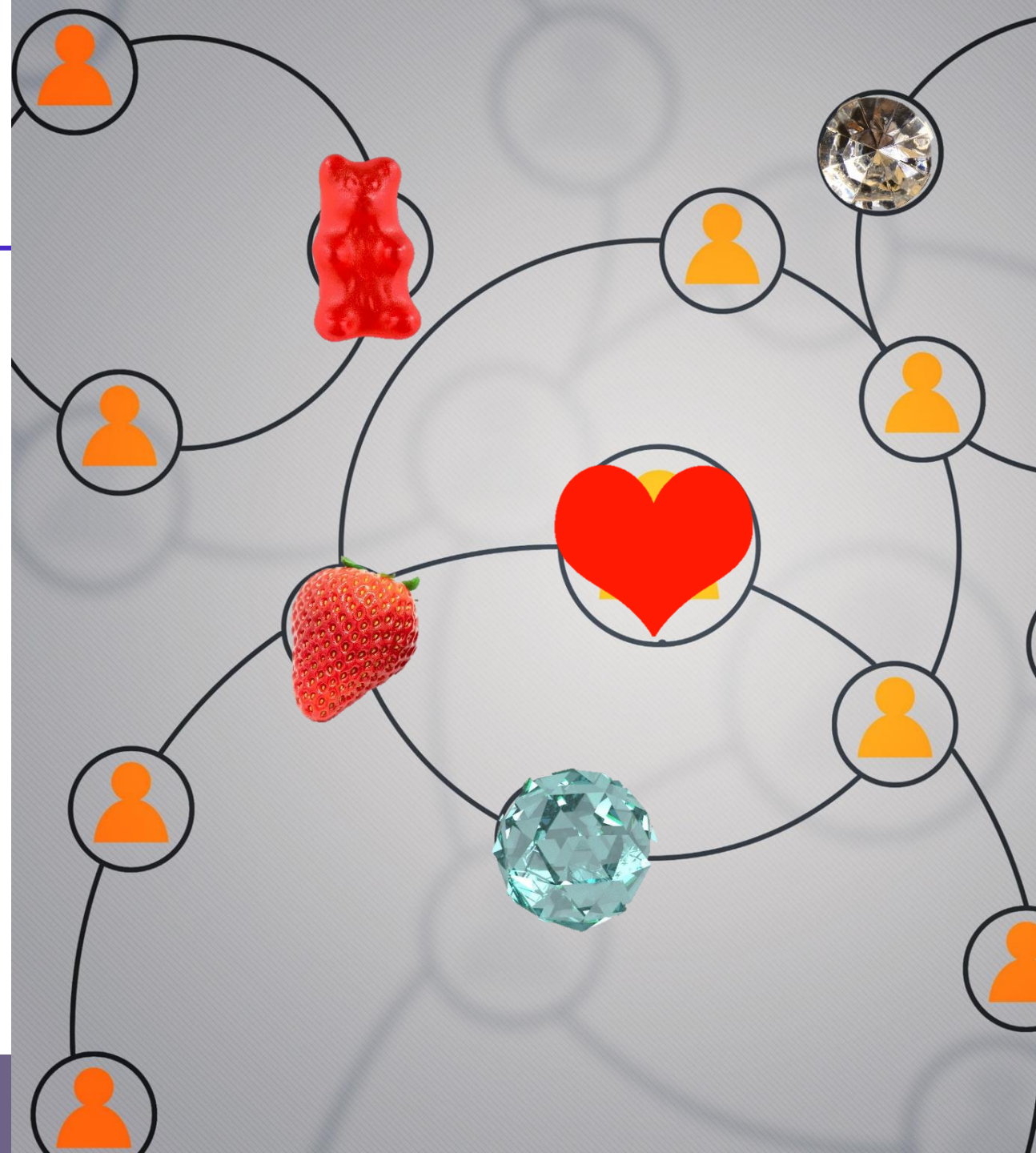
Asiakaslähtöisyys palvelupolulla vahvistaa hyvää kokemusta



Palvelutuokiossa on kontaktipisteitä

Priorisoi kontaktipisteet

- Kontaktipisteet voivat olla ihmisiä, esineitä, ympäristöjä tai esimerkiksi erilaisia tapoja toimia.
- Kontaktipisteistä tärkeimpiä palvelun onnistumisen kannalta ovat ihmiset, niin palvelun tuottajat kuin sitä kuluttavat.
- Asiakaspalveluprosessin tärkein osa on työntekijöiden käyttäytymismallit sekä tavat toimia.



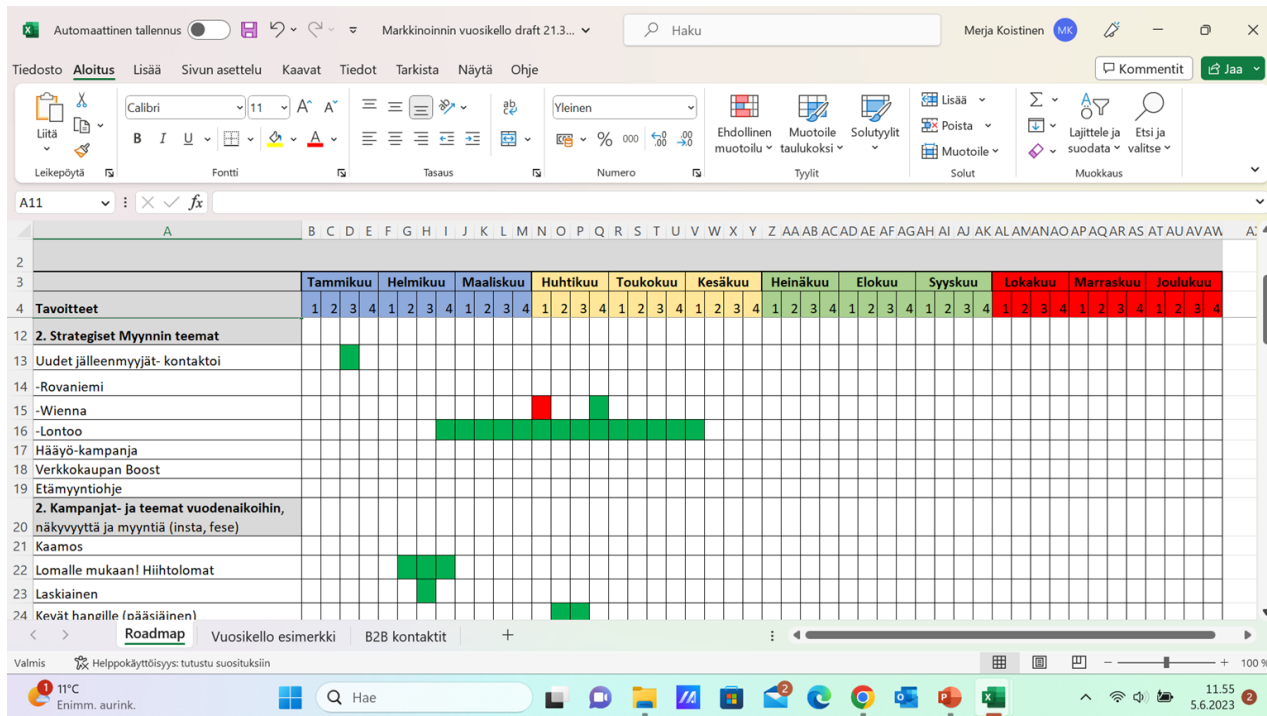
Keskustelua ja pohdintaa

- » Oletko testannut oman yrityksen palvelun ja/tai majoituksen ostoprosessia?
- » Mitä voisın parantaa jo tänään?

*Miten voisın
parantaa
asiakaskokemusta ?*



Myyntikanavat ja myynnin johtaminen osaksi arkea



1

Megatrendeistä mahdollisuuksiin

2

Elämys osana matkailupalvelua ja markkinointiviestintä

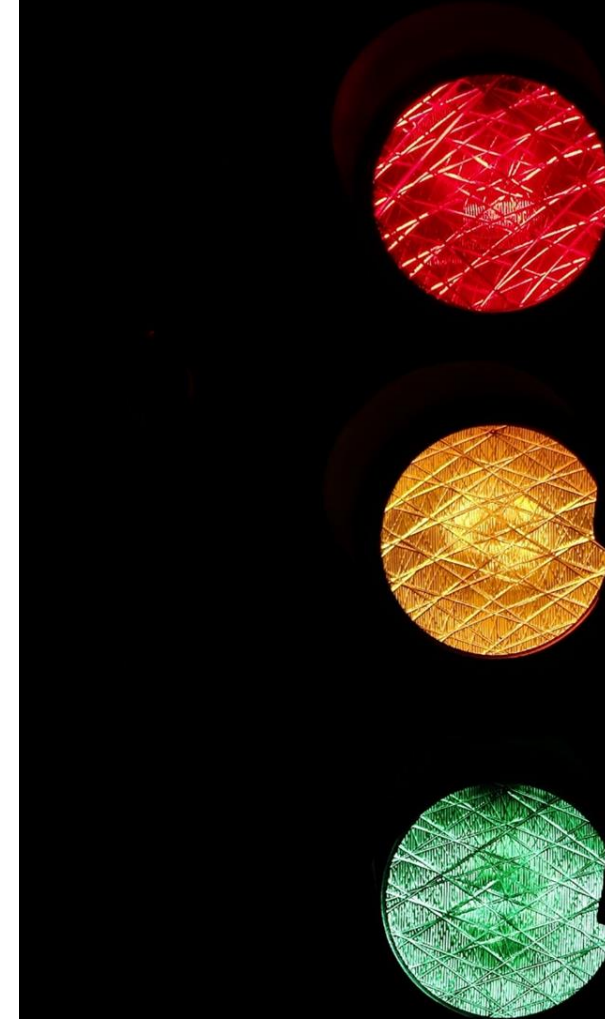
3

Myyntikanavat ja myynninjohtaminen osaksi arkea

Miksi kauppa ei käy?

ALAOTSIKKO

- Asiakas ei tiedä, että olen olemassa
- Asiakas ei ymmärrä mitä ”hyötyä” –iloa palvelustani on
- Asiakas ei ymmärrä mistä maksaa, miksi hinta on sellainen (= value for money)
- Ostoprosessi on vaikea ja/tai tuottaa epävarmuutta



Kenelle myyn, mitä ja milloin?

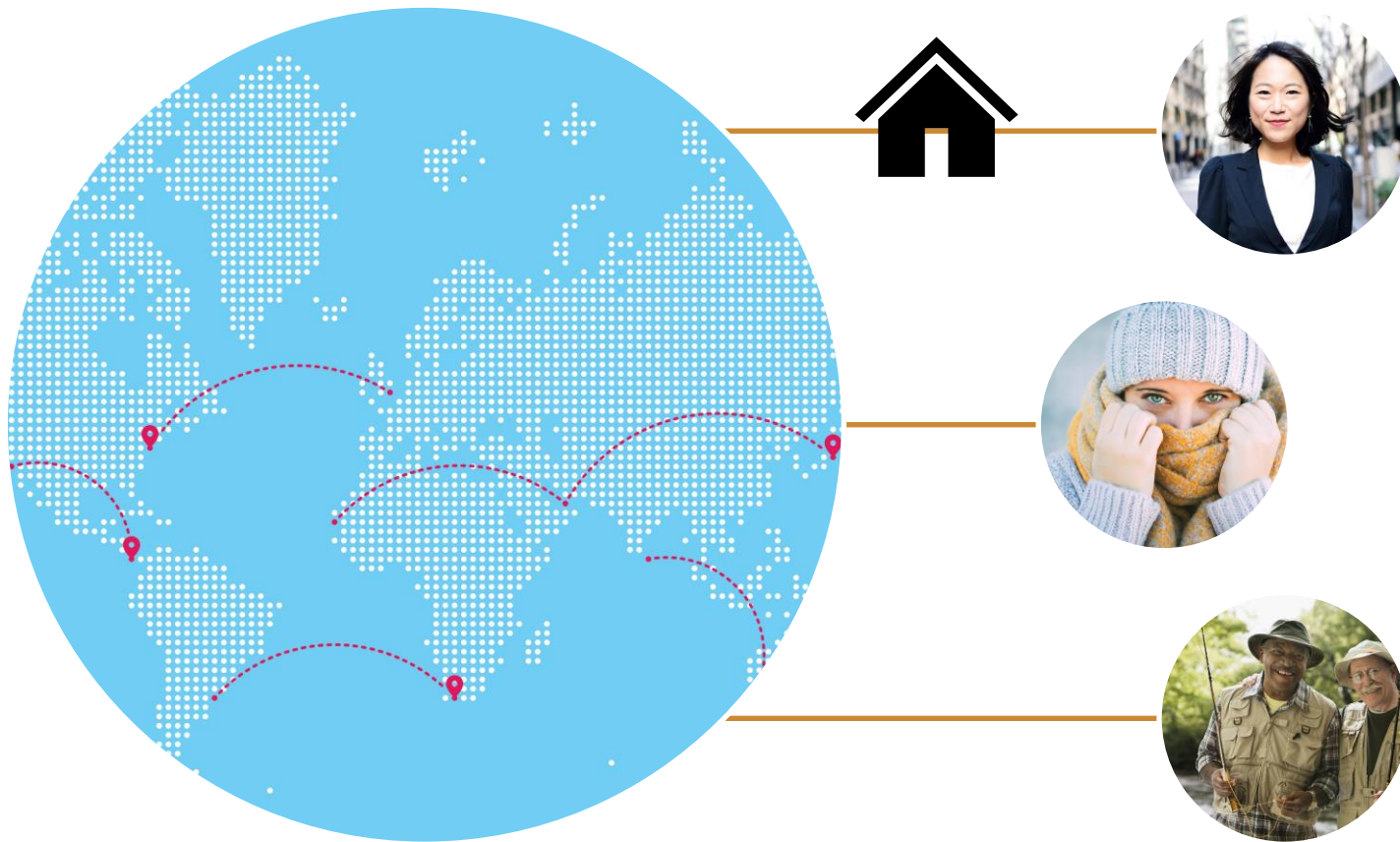


- Mitä olet myymässä? Tuotetta-palvelua-
”elämystä”. Huomio ydin tuotteen lisäksi
mielikuva ja kokemus. Vastaako palvelu yrityksen
arvoja ja asiakaslupausta.
- Kenelle myyt? Ketkä on pääkohderyhmät. Mikä
heitä yhdistää, ymmärrätkö asiakas
kohderyhmien ostomotiivit ja mieltymykset.
- Myydäänkö nykyisille asiakaskohderyhmille
nykyisiä palveluita tai/ja uusia ja uusille
asiakasryhmille uusia palveluita.
- Tunnista myynnissä ”hyötyjen” kärki. Valmistaudu
siihen, että asiakas kysyy miten teidän
tuote/palvelu eroaa muista.





Myynkö itse vai kumppanin kautta ?



- Missä asiakas- siellä sinä!
- Panosta mielenkiintoiseen sisältöön.
- Yleisesti videot nostavat näkyvyyttä hakukoneissa.
- Näkyvyys digitaalisesti tärkeä huolimatta siitä kuinka paljon myyt suoraan kuluttajille tai kumppaneiden kautta.
- Kotimaiset kanavat
- KV kanavat
- Muut verkostot

Myynnin tavoitteelistaminen ja seuranta



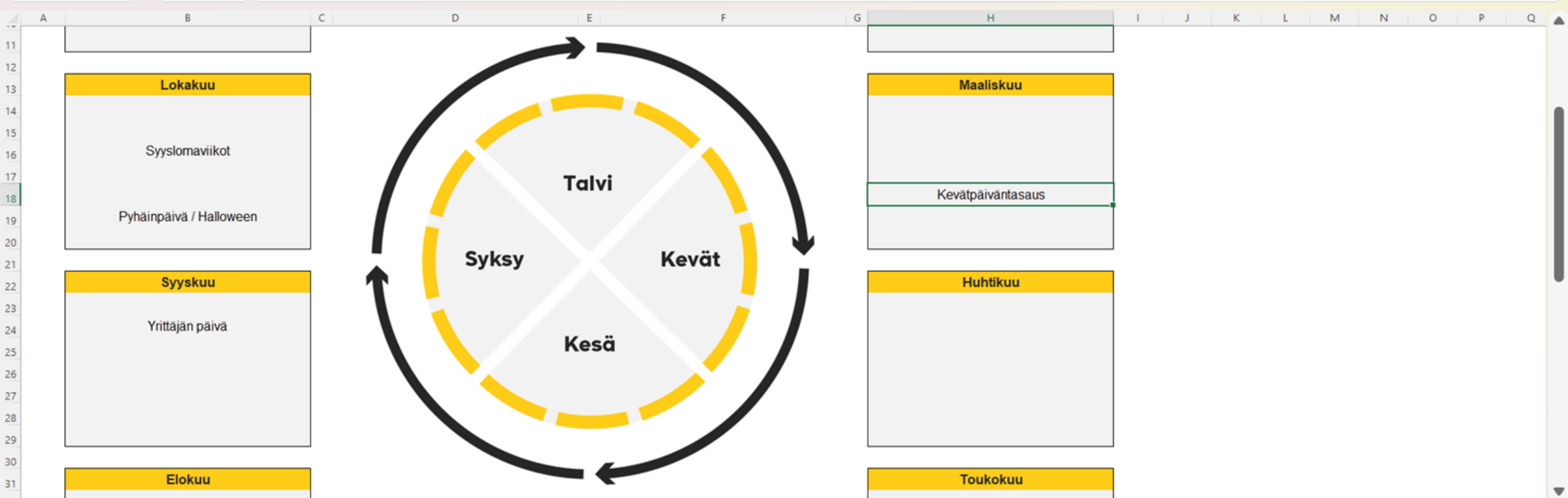
Huomioitavia asioita

- Tee konkreettinen suunnitelma tekemisestä.
- Huomio lähitulevaisuuden - ja pidempiaikainen tavoite ja mitä tehdään nyt. (30-60-90-360)
- Kuka tekee mitä tekee milloin tekee?
- Seuratkaa säännöllisesti tekemistä, koska silloin myös oppii ja tehdään asiat näkyviksi. (esim. viikkopalaveri)
- Yritysasiakkaiden kanssa seuraa systemaattista myyntiä.

***Tavoitteet
tekemiseksi!***

A11 ⌵ ⋮ ✕ ✓ f_x ⌵

[Roadmap](#)
[Vuosikello esimerkki](#)
[B2B kontaktit](#)
[+](#)



Keskustelua ja pohdintaa



Mitä teen seuraavaksi?

”Luvut ovat seurausta tekemisestä tai tekemättä jättämisestä”

-tuntematon

- » Tunnista uudet mahdollisuudet
- » Tee palveluprosesseista sujuvia ja laita asiakaskokemus keskiöön
- » Kohdista myynti selkeälle kohderyhmälle ja tee konkreettiset tavoitteet
- » Sopikaa kuka tekee mitä tekee ja mihin mennessä.

Kiitos

Lisä materiaalia tavoitteiden johtamiseen



Asiantuntijoiltamme saat konkreettista tukea onnistumiseen yritystoiminnassa.

MERJA KOISTINEN

KTM, eMBA

040 128 0527



etunimi.sukunimi(a)doama.fi



JUHO IKONEN

KTM, HHJ



043 824 2290



etunimi.sukunimi(a)doama.fi

www.doama.fi

01  :   f_x Yhteensä 

< > Kuukausibudjetti Vuosibudjetti Tase + ⋮

Tavoitteet tekemiseksi



Tahtotila- Visio	Kasvun teemat (2023-2024)	Näkökulmat	Tavoite	Mittarit/ tekoja	2024
”EcoElämysten luominen”		Taloudellinen näkökulma	• Myynnin lisääminen • Kassan vakauttaminen • Kannattavuuden parantaminen		
		Asiakas näkökulma	• Tyytyväiset nyky asiakkaat ? • Pitkäjänteiset asiakassuhteet		
	Kannattava kasvu Nykypalvelut kasvun pohjana	Palvelut/tuotteet	• Palvelun muotoilulla uusia palveluita, skaalattavuutta		
		Sisäiset prosessit (tehokkuus)	• Markkinoinnin prosessit? • Selkeä hinnoittelu tarjouksen tekoon (ref kannattavuus)		
		Henkilöstö/omistaja (kyvykkyydet ja osaaminen)	• Organisaation kulttuurin vahvistaminen		

Tavoitteiden pilkkominen siten että kaikki ymmärtävät oman osuutensa-
- Joukkuepelin tavoitteet ja säännöt selkeiksi