

## ARVO- JA LIIKEVAIHTOPUTKI

### "RIKO STATUS QUO"

Jakaa suspektia ajattelemaan herättävää materiaalia. Palaute ja informaatio markkinoinnille siitä mikä kolahtaa asiakkaisiin.

### TIETÄMÄTTÖMYYS

### "RIKO STATUS QUO"

Kohderyhmään kuuluvan suspektin tavoittaminen ja kiinnostuksen herättäminen.

### TAHTO MUUTTUA

Jakaa tunnistetuille prospekteille heidän toimialaa ja ongelmatilaa koskevaa sisältöä.

### TARPEEN TIEDOSTAMIEN

### TAHTO MUUTTUA

Kohderyhmään kuuluvan suspektin tavoittaminen.

### NÄHDÄ VAIHTOEHTONA

Saada asiakas ostamaan ajatus oman yrityksen toimintamallista ja ratkaisun ylivoimaisuudesta.

### RATKAISUN ETSINTÄ

### NÄHDÄ VAIHTOEHTONA

Tuottaa mahdollisimman tarkasti asiakkaan ongelmia puhuttelevaa sisältöä ja maksimoida myynnin ja asiakkaan facetime mahdollisuudet (+virtual facetime).

### PARAS VAIHTOEHTO

Tarjota asiakkaalle mahdollisimman tarkasti ja hyvin osuvaa ratkaisua. Varmistaa että asiakas ymmärtää ratkaisun edut vs mahdollinen kilpailu sekä uskoo ratkaisun toimivuuteen.

### VAIHTOEHTOJEN VERTAILU

### PARAS VAIHTOEHTO

Helpottaa ostamista. Poistaa myynnin esteitä refeillä ja relevanteilla case-studyillä. Varmistaa että asiakas ostaa yrityksen toivomalla tavalla.

### OSTOPÄÄTÖS JA OSTAMINEN

Varmistaa että asiakkaalla on kaikki tarvittava tieto jotta asia pystytään myymään sisäisesti, sisäisten puolestapuhujien hankkiminen.

### PÄÄTÖS

### OSTOPÄÄTÖS JA OSTAMINEN

Poistaa loput myynnin esteet, luoda asiakkaalle varmuus ratkaisun ylivertaisuudesta, auttaa asiakasta perustelevaan päätöksen sisäisesti ja hakemaan mahdollisesti hyväksynnät.



### ASIAKKAAT

### VAHVISTAA KÄSITYSTÄ

### PÄÄTÖKSEN OIKEELLISUUDESTA

Varmistaa että asiakas aloittaa hyödyntämään hankittua ratkaisua ja toteuttaa asioita oikein ja sovitusti. Varmistaa että talossa kaikki stakeholderit ovat tyytyväisiä ja nostaa esille mahdolliset ongelmat.

### ASIAKKUUDEN VAHVISTAMINEN

### VAHVISTAA KÄSITYSTÄ

### PÄÄTÖKSEN OIKEELLISUUDESTA

Saada asiakas ymmärtämään päätöksen oikeellisuus, varmistaa että kaikki stakeholderit ovat tyytyväisiä ja ymmärtävät päätöksen hyödyt.

### VARMISTAA MAKSIMAALINEN

### RATKAISUN HYÖDYNTÄMINEN

Varmistaa asiakastyytyväisyyden, kerää palautteen (risut & ruusut), kerää asiakkailta ideoita ja ajatuksia. Pyrkii tunnistamaan asiakkaalle parhaiten soveltuvat lisä ja ristiinmyyntimahdollisuudet.

### LOJALITEETTI

### VARMISTAA MAKSIMAALINEN

### RATKAISUN HYÖDYNTÄMINEN

Varmistaa että asiakas hyödyntää ratkaisua maksimaalisesti sekä tarjota uusia ideoita ja keinoja saada lisää hyötyä. Myös esitellä lisäratkaisuja, jotka täydentävät asiakkaan ratkaisua.

### HERÄTTÄÄ UUSIA OSTOTARPEITA

Aloittaa lisämyynnin asiakkaalle soveltuvien ratkaisujen suhteen (maalaa asiakkaalle kuvaa vielä parammasta).

### LISÄ- / RISTIIN- MYynti

### HERÄTTÄÄ UUSIA OSTOTARPEITA

Herättää asikkaassa uusia tarpeita (nostaa ongelmia/ haasteita) ja luoda ja esittää niihin ratkaisumalleja.

### TEKEE ASIAKKAASTA SUOSITTELIJAT

Pyrkii saamaan asiakkaasta suosittelijan ja keräämään siltä yritystä hyödyntäviä materiaaleja liittyen asiakkaan caseen.

### SUOSITTELIJAT / EVANGELIST

### TEKEE ASIAKKAASTA SUOSITTELIJAT

Pyrkii saamaan asiakkaasta suosittelijan ja keräämään siltä yritystä hyödyntäviä materiaaleja liittyen asiakkaan caseen.