

MYYNТИARGUMENTTIEN HAHMOTTELUMANUAALI

Asiakas, jolle luomme lisäarvoa?

Mikä on tarve, jonka perusteella hän ostaa tuotteen tai palvelun?

Mitkä ovat sellaisia piilossa olevia tarpeita, jotka herättelemme mainonnan avulla ja myyntitilanteessa?

Kun asiakas toteaa, että en kyllä tarvitse tätä tai onpa kallis, kerromme myymämme tuotteen tai palvelun ominaisuudet:

-
-
-

Niiden pohjalta asiakkalle syntyvän hyödyn:

-
-
-

Laadi muutama napakka myyntispiikki, johon muotoilet ominaisuudet ja hyödyt osaksi kokonaisuutta. Muista, että spiikkisi on yrityksesi strategian mukainen!

-
-
-
-
-
-

LTS -HAHMOTELMA YHDELLÄ SILMÄYKSELLÄ

YRITYS:

VISIO:
ARVOT:

YRITYKSEN ULKOINEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Mitkä signaalit vaativat reagointia
tulevaisuudessa?

-
-
-

YRITYKSEN SISÄINEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Mitkä nykyiset seikat pitää muuttaa
tulevaisuudessa?

- Ydinosaaminen
-
-
- Ydinresurssit

KOHDERYHMÄ(T)

Erityisesti tällaiselle porukalle luomme lisäarvoa:

STRATEGIAHAHMOTELMA

Kerro lyhyesti millainen on tilanne, jonka vuoksi on hyvä laatia ytimekäs uusi strategia. Eli, miksi on tärkeää, että yrityksesi toimii uudella tavalla ratkaisevasti paremmin kuin kilpailijat.

-
-

Kerro lyhyesti kokonaisin lausein ilman kiemurtelua tai höpösanuja, mihin muutamaan tekijään se strategia tulee perustumaan. Eli mitkä tekijät lopulta saavat teidät eroamaan ratkaisevasti kilpailijoista?

-
-

SUUNNITELMAT STRATEGIAN VIEMISEKSI KÄYTÄNTÖÖN:

Jotta yllä oleva strategia varmasti toteutuu, huomioidaan se kaikessa yrityksen toiminnassa heti suunnittelusta lähtien. Laita muutama kohta jokaisen neljän otsikon alle:

Olennaisinta MARKKINOINNISSA:

Olennaisinta (PALVELU)TUOTANNOSSA:

Olennaisinta BUDJETOINNISSA:

Olennaisinta OSAAMISEN KEHITTÄMISESSÄ: