



**”Kuinka rakennat vaivattomasti
LUOTETTAVAN
ASIAKASHANKINTA-
SYSTEMIN”**

Asiantuntijoille, konsulteille ja valmentajille



© Petteri Niemi Consulting

Sisältö

Asiantuntija ja asiakashankinta

1

Kuinka löydät ihanneasiakkaasi?

2

Kuinka teet tarjouksen, josta ei voi kieltäytyä?

3

Kuinka tavoitat 10 kertaa enemmän asiakkaita?

4

Miten käytät LinkedIniä tuloksellisesti?

5

Kuinka käännät myyntitilanteet asiakkuuksiksi?

Oletko valmis räjäyttämään yrityksesi kasvuun?



Asiantuntija ja asiakashankinta

Asiantuntija ja asiakashankinta

Kuinka rakennat luotettavan asiakashankintasynteen ja otat täden kontrollin yritystoiminnastasi

Asiantuntijat, konsultit ja coachit **rakastavat** asiakastyötään. Mikään ei tunnu yhtä hyvältä, kuin kehut hyvin hoidetun asiakastoimeksiannon päätteeksi. Asiakkaan haastavan ongelman ratkaiseminen muistuttaa sinua siitä, minkä vuoksi hakeuduit asiantuntija-ammattiisi alun perin.

Olet hoitanut toimeksiannon hyvin ja asiakas on työn laatuun tyytyväinen.

Mitä sen jälkeen?

Usein tässä vaiheessa jatkuu asiantuntija-, coachaus- ja konsulttityön raastavin vaihe. Nimittäin asiakashankinta. Asia, jota todennäköisesti **vihat** yli kaiken. Et opiskellut asiantuntija-alaa montaa vuotta tehdäksesi myyntiä tai markkinointia. Sehän on ammattitaidottomien hommaa!

Saatat myös miettiä sitä, että miten kollegasi tai kilpailijasi suhtautuvat ”epäeettiseen” itsensä esille tuomiseen.

Yksi asia on kuitenkin selvä. Jos sinulla ei ole luotettavaa tapaa saada lisää toimeksiantoja ja asiakkaita, sinulla ei ole kontrollia yritystoiminnastasi.

Jos olet sitä mieltä, että asiantuntijan, konsultin tai coachin ei ole soveliasta markkinoida ja myydä ammattitaitoaan, suosittelen, että lopetat lukemisen tähän. Koko lopputeksti tulee nimittäin aiheuttamaan sinulle vain pahaa mieltä.

Tämä e-kirja tarjoaa sinulle luotettavan ja testatun systemin, jonka avulla hankit lisää asiakkaita ja toimeksiantoja, olipa asiantuntijatoimialasi mikä hyvänsä.

Menestyksellesi!

Petteri Niemi
Ekonomi, Lakimies, Yrittäjä



Kappale 1

KUINKA LÖYDÄT IHANNEASIAKKAASI

KUINKA LÖYDÄT IHANNEASIAKKAASI?

Ennen kuin pystyt löytämään ihanneasiakkaasi, tai ennen kuin hän pystyy löytämään sinut, pitää sinun määritellä, kuka tämä hypoteettinen persoona, ihanneasiakas oikein on.

Kuvittele hetki, että olisit maailman johtava asiantuntija omassa asiantuntijaammattissasi. Yritykseesi tulvii jatkuvasti kyselyitä eri asiakkailta. Aikasi on kuitenkin rajattu, joten sinun “täytyy” kuoria kermat kakun päältä. Voisit työskennellä vain täysin ideaaliasiakkaiden kanssa. Miltä tämä asiakas näyttäisi. Kuka tämä asiakas olisi?



Seuraavalta sivulta löydät ihanneasiakasavatarin ja päiväkirjan.

Silloin, kun pystyt kertomaan täydellisesti ihanneasiakkaasi tarinan, pelot ja unelmat, tulet olemaan pysäyttämätön myynnissä ja markkinoinnissa. Tällöin tiedät tarkalleen, minkä takia ihanneasiakkaasi ostaa sinulta palvelusi.

Tee harjoitus huolella. **Tarvitsemme sitä, kun luonnostelemme seuraavassa kappaleessa huipputarjouksen ihanneasiakkaillesi.**

Kun teet harjoituksen huolellisesti, tulet nostamaan siitä korkoa monen vuoden ajan.

Ja mikä parasta, kilpailijasi ovat tuskin koskaan kuulleetkaan tästä konseptista.

IHANNEASIAKKAASI PÄIVÄKIRJA

OTA HARJOITUSTA VARTEN PUHDAS PAPERI JA VASTAA SEURAAVIIN KYSYMYKSIIN HUOLELLISESTI

Kerro vähän ihanneasiakkaastasi.

Kuka hän on ja mitä hän tekee? Mitä hän tekee vapaa-ajalla? Missä hän viettää suurimman osan ajastaan? Mistä hän saa informaatiossa? Minkälainen hänen persoonallisuutensa on? Onko hänen ammattikunnallaan omaa kieltä – jargonia? Kerro hänen elämäntarinansa. Miten hän päätyi juuri tähän tilanteeseen elämässään? Kerro hänen suurimmista epäonnistumisistaan ja voitoistaan. Miten hän näkee menneisyytensä?

Mitä mieltä hän on nykyisestä tilanteestaan? Mistä asioista hän on huolissaan? Miten hän näkee tulevaisuuden? Mitkä asiat valvottavat häntä yömyöhään? Mikä on hänen siviilisäätynsä? Onko hän naimisissa? Onko hänellä lapsia? Parantaako palvelusi myös hänen henkilökohtaista elämäänsä? Miksi ihanneasiakkaasi ostaisi tuotteesi? Minkä ongelman se häneltä ratkaisee? Minkä tarpeen se täyttää? Minkä unelman se häneltä täyttää? Mikä on niin sanotusti viimeinen pisara, joka kääntää hänen vaakakuppinsa ostopäätöksen puolelle?

**ONNEKSI OLKOON, OLET EDELLÄ 95 % KILPAILIJOISTASI
ASIAKKAASI YMMÄRTÄMISESSÄ!**

“Asiakas ei osta palveluasi, vaan ratkaisun ongelmaansa. Mitä paremmin ymmärrät ihanneasiakastasi, sitä paremmin osaat myydä ratkaisun hänen ongelmaansa”

Petteri Niemi



Kappale 2

**KUINKA TEET
TARJOUKSEN, JOSTA
EI VOI KIELTÄYTYÄ?**

Tarjous, josta ei voi kieltäytyä

Miten teet potentiaaliselle asiakkaallesi sellaisen tarjouksen, josta on lähestulkoon mahdotonta kieltäytyä?


Olet nyt selvittänyt ihanneasiakkaasi persoonan läpikotaisin. Tämä tarkoittaa sitä, että sinulla on kattava käsitys siitä, missä hän on tällä hetkellä, minne hän haluaa tulevaisuudessa päästä ja mitkä ovat hänen painavimmat ongelmansa.

Kun pystyt lukemaan ihanneasiakkaasi ajatukset tarkalleen, voit markkinointiviestilläsi rakentaa asiakkaallesi tarjouksen, joka räjäyttää sukat pois hänen jaloistaan.

Mieti, mikä on se kivuliain ongelma, jonka palvelullasi pystyt ratkaisemaan. Jos pystyt palvelusi avulla ratkaisemaan tämän ongelman, asiakkaasi maksaa sinulle palvelustasi mielihyvin.

Mitä suuremman ongelman pystyt ratkaisemaan, sen enemmän voit palvelustasi laskuttaa.

Seuraavalla sivulla käymme läpi huipputarjouksen elementit.



“Mitä konkreettisemmän ja kovemman lupauksen pystyt potentiaaliselle asiakkaalle antamaan, sen varmemmin hän ostaa”

Petteri Niemi

Tarjous, josta ei voi kieltäytyä

Huipputarjous on arvolupaus asiakkaalle ongelman ratkaisemisesta tai toiveiden täyttämisestä.

Huipputarjous erottuu kilpailijoistasi ja kiinnittää asiakkaasi huomion.


Huipputarjouksen kolme elementtiä ovat:

- 1. Mitä sellaista palvelusi tekee, jota kenenkään muun palvelu ei tee?*
- 2. Miksi minun pitäisi ostaa palvelu sinulta eikä keneltä tahansa muulta?*
- 3. Mitä pystyt takaamaan, mitä kukaan muu ei uskalla taata?*

Kun pystyt vastaamaan näihin kolmeen kysymykseen ja sen jälkeen kirjoittamaan paperille yhdellä lauseella, mitä pystyt asiakkaallesi tekemään, olet pysäyttämätön.

Tarjouksia tehdessä on hyvä muistaa se, että sinun pitää pystyä myös täyttämään lupauksesi ja takuusi.

Hyvä asia suurehkossa lupauksessa on se, että siinä vaiheessa, kun ammattimaineesi on pelissä, olet valmis menemään huomattavasti pidemmälle tulosten tekemisessä.



“Takuun antaminen nostaa myyntiäsi huomattavasti, mutta se toisaalta pakottaa sinut toimittamaan parasta mahdollista palvelua”

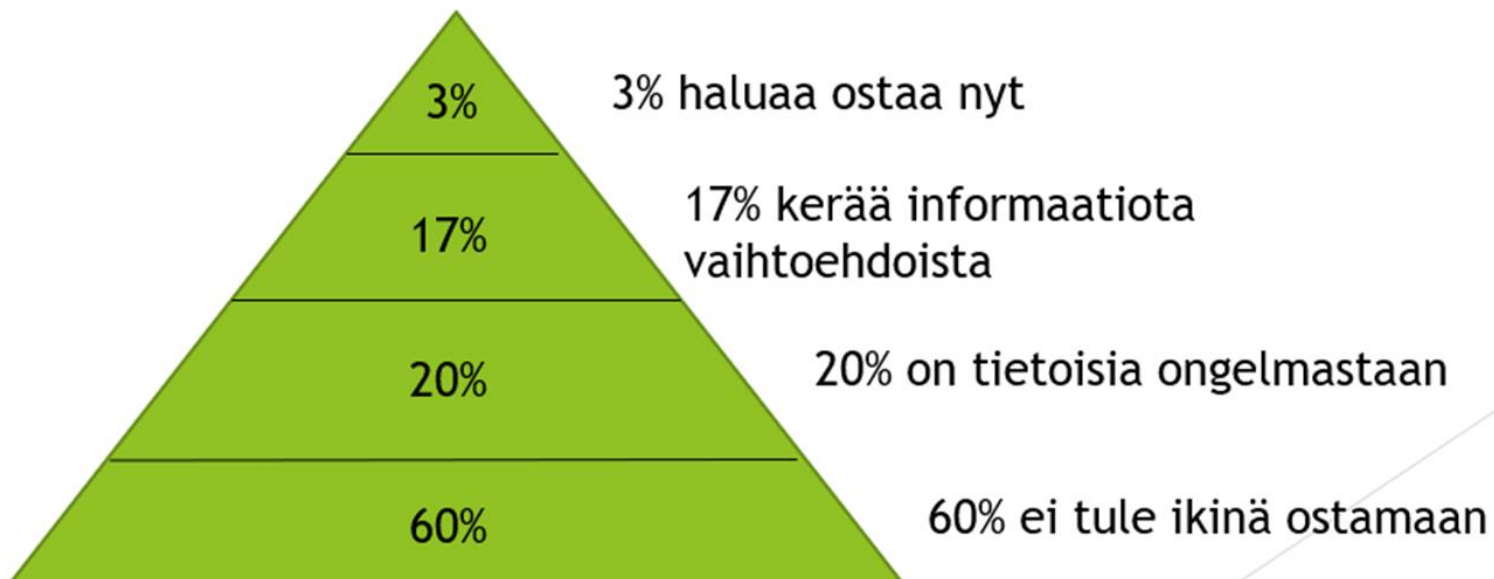
Petteri Niemi



Kappale 3

**KUINKA TAVOITAT
10 KERTAA
ENEMMÄN
ASIAKKAITA**

Pyramidi, jota edes ammattimarkkinoijat eivät ymmärrä



“Suurin osa asiakkaistasi ei halua ostaa nyt. Se ei kuitenkaan tarkoita, etteikö asiakkaasi haluaisi ostaa sinulta koskaan.”

Petteri Niemi

Pyramidi, jota edes ammattimarkkinoijat eivät ymmärrä


Joka hetki markkinallasi on noin 3% potentiaalisia asiakkaita, jotka haluavat ostaa sinulta juuri nyt.

He ottavat sinuun yhteyttä, heillä on ostoikkuna auki, he haluavat apua ongelmaansa saman tien. He ovat loistavia asiakkaita ja toimit heidän kanssaan mieluusti.

Suurin osa asiantuntijapalveluiden markkinoinnista on rakennettu tälle kolmelle prosentille. Se totaalisesti unohtaa loput 37 %, jotka saattaisivat olla kiinnostuneita palveluistasi. Suurin osa ei tarvitse palveluasi juuri nyt. Se ei kuitenkaan tarkoita, etteikö palveluillesi olisi tarvetta koskaan.

Sen vuoksi tarvitset systeemin, jonka avulla saat vedettyä potentiaaliset asiakkaat takaisin luoksesi, kun heidän ostoikkunansa aukeaa tai kun heidän ongelmansa realisoituu.

Seuraavilta sivulta löydät kaksi testattua tapaa, joiden avulla tämä onnistuu ja tavoitat 10 kertaa enemmän potentiaalisia asiakkaita.



“Tavoita 10 kertaa potentiaalisia asiakkaita pitämällä heidät otteessasi”
Petteri Niemi

Facebook -uudelleenmarkkinointi

On mielestäni äärimmäisen huvittavaa, että asiantuntijayritykset välttävät Facebook-markkinointia. On todennäköistä, että suuri osa työntekijöistäsi on sosiaalisen median kanavissa tälläkin hetkellä, vaikka heidän pitäisi tehdä töitä.

Itse ainakin käytän tätä häpeilemättä hyväkseni.

Paras tapa tavoittaa yrityksesi kiinnostuneet henkilöt, on asentaa nettisivuillesi Facebook-pikseli. Pikselin avulla voit laittaa mainoksesi niiden ihmisten eteen Facebookissa ja Instagramissa, jotka ovat jo vierailleet nettisivuillasi ja osoittaneet kiinnostusta palveluasi kohtaan.

Laitat mainoksesi VAIN niiden ihmisten eteen, jotka ovat jo osoittaneet kiinnostusta palveluitasi kohtaan.

Voit kuvitella, kumpi saa paremman vastaanoton, hyvä ja oivaltava mainosteksti yritykseltä, jonka nettisivuilla olet jo vieraillut. Vai kylmäsoitto yritykseltä, josta et ole koskaan edes kuullutkaan.

“Suurin osa työntekijöistäsi on sosiaalisessa mediassa työajallaan. Itse käytän tätä häpeilemättä hyväkseni markkinoinnissani”

Petteri Niemi

Lisäarvotuote sähköpostiosoitetta vastaan

Suurin osa asiantuntija-, konsultti ja coaching-yritysten nettisivuista kaipaa yhtä uskomattoman tärkeää elementtiä. Tämä elementti on maksuton lisäarvotuote.


Maksuton lisäarvotuote on esimerkiksi ekirja, webinaari, checklist tai mikä muu tahansa elektroninen ja monistettavissa oleva informaatiotuote, josta on välitöntä hyötyä potentiaaliselle asiakkaallesi.

Sen saa helposti ladattua nettisivultasi sähköpostiosoitetta vastaan. Tämän jälkeen voit lähettää lisää hyödyllistä materiaalia sähköpostitse potentiaaliselle asiakkaallesi. Näin rakennat luottamusta ja suhdetta asiakkaaseesi.

Siinä vaiheessa, kun ostoikkuna aukeaa tai ongelma realisoituu, olet korkealla yhteydenottolistalla.

Sähköpostimarkkinoinnin hyvä puoli on se, että et ole riippuvainen sosiaalisen median alustoista, vaan sosiaalisen median alustat ovat riippuvaisia sähköpostiosoitteista.

Riippumatta siitä, mille some-alustalle asiakkaasi seuraavaksi siirtyvät, tavoitat heidän aina kätevästi sähköpostitse.



*“Sähköpostilistasi on kultakaivos.
Riippumatta tämän hetken
trendikkäimmästä some-alustasta, saat
aina viestisi potentiaalisten asiakkaidesi
eteen”*

Petteri Niemi



Kappale 4

**MITEN KÄYTÄT
LINKEDINIÄ
TULOKSELLISESTI?**

Miten käytät LinkedIniä tuloksellisesti

Joka ikinen sosiaalisen median guru vauhkoaa tällä hetkellä siitä, kuinka sinun pitää postilla päivät pitkät LinkedInissä, jotta saat rakennettua henkilöbrändiäsi.

Tässä osa totuutta.

LinkedIn tarjoaa tällä hetkellä uskomattoman laajan tavoittavuuden viestillesi, joten sinulla on mahdollisuus saada nimesi ja yrityksesi esille tuhansien ihmisten eteen todella pienellä vaivalla.


Ilmaisesta näkyvyydestä on hyvä ottaa kaikki hyöty irti!

Mutta... tässä piilee vaara.

Itselleen on helppo uskotella, että tekee tehokkaasti töitä, vaikka on vartin välein tarkastamassa uusia postauksia ja tykkäyksiä.

Työnteon pitää olla aina ykkösprioriteettisi. Tyytyväiset asiakkaat ovat paras markkinointivalttisi, joten jos et panosta heihin täysillä, henkilöbrändisi murenee tuhkaksi.

Seuraavalta sivulta löydät ohjeet menestyksekkään LinkedIn –suunnitelman tekemiseen



“LinkedIn on paras tapa rakentaa henkilöbrändiäsi, mutta myös paras tapa tuottaa pettymys nykyisille asiakkaillesi”
Petteri Niemi


20-Min Asiantuntijabrändi

LinkedInin haittapuolena on sen addiktoivuus. Sen vuoksi tällä alustalla on hyvä viettää korkeintaan 20 minuuttia päivässä.

Hyvä uutinen on se, että 20 minuutilla päivässä pystyt helposti rakentamaan asiantuntijabrändiäsi.

Alla ohjeet miten teet sen

1. Blokkaa itsellesi 20 minuutin jakso kalenteriisi joka päivälle. Jos et tee tästä rutiinia, ei henkilöbrändäys tule onnistumaan
2. Keksi itsellesi 7 aktiviteettia, jotka solahtavat aina tietylle viikon päivälle. Näin sinulla on selkeä kehikko, minkä mukaan voit toimia
3. Tässä esimerkkiaktiviteetteja: Kirjoita oma postaus, kommentoi postauksia, jaa mielenkiintoinen artikkeli, esittele kollega, esittele referenssitarina jne... Vaihtoehdot ovat loputtomat.
4. Et todennäköisesti tule näkemään tuloksia saman tien, brändinrakentaminen on pitkän aikavälin prosessi. Sinnikkyys ja pitkäjänteisyys palkitaan
5. Tärkein asia on edelleen asiakastyösi. Tyytymättömät asiakkaat vesittävät henkilöbrändisi, vaikka se olisi kuinka huolella rakennettu.



“LinkedIn on paras tapa rakentaa henkilöbrändiäsi, mutta myös paras tapa tuottaa pettymys nykyisille asiakkaillesi”
Petteri Niemi



Kappale 5

**KUINKA KÄÄNNÄT
MYYNTITILANTEET
ASIAKKUUKSIKSI?**

Myynnin alkemia

Mitä sinulle tulee mieleen, kun puhutaan myyjistä?

Todennäköisesti sliipattu käytettyjen autojen kauppias, joka yrittää väkisin saada sinut ostamaan, mitä ikinä hänellä onkaan myytävänään.

Mielikuva on yleinen ja valitettavan tosi nykypäivänäkin.


Tämä johtuu siitä, että suurin osa myyjistä ei osaa myydä eettisesti. Suurinta osaa kiinnostaa vain se, kuinka ison palkan myynnistä saa. Ei se, että voidaanko asiakasta oikeasti auttaa.

Auttamistarkoitus on äärimmäisen tärkeää erityisesti asiantuntijapalveluiden myynissä. Asiakas ostaa sinulta vain, jos hän luottaa sinuun täysillä.

Sen vuoksi myyntitilanteissa sinun täytyy pystyä asettumaan asiakasprospektisi asemaan.

Kuvittele, että olet lääkäri, joka diagnosoi potilaansa. Ei hän yritä tyrkyttää lääkkeitä, ennen kuin on harkinnut tarkkaan, mikä on potilaan tilanne ja mikä on paras hoitotapa.


Seuraavalta sivulta löydät viisi voimakasta kysymystä, jotka sinun kannattaa kysyä potentiaaliselta asiakkaalta myyntitilanteen aikana. Ne auttavat sinua diagnosoinnissa ja herättävät luottamusta asiakasprospektissasi



“Asiakkaasi ei halua asioida myyjän kanssa, vaan alansa parhaan ja luotettavimman asiantuntijan kanssa”
Petteri Niemi

Viisi vaikuttavaa kysymystä asiakkaallesi

1. “Mikä motivoi sopimaan tämän tapaamisen?”
2. “Oletteko tyytyväisiä nykytilanteeseen?”
3. “Missä haluatte olla viiden vuoden päästä?”
4. “Kuinka kauan olette kärsineet ongelmasta X?”
5. ”Mitä toivotte saavuttavanne tämän tapaamisen seurauksena?”



“Asiakkaasi ei halua asioida myyjän kanssa, vaan alansa parhaan ja luotettavimman asiantuntijan kanssa”
Petteri Niemi



**OLETKO VALMIS
RÄJÄYTTÄMÄÄN
YRITYKSESI
KASVUUN?**



Haluatko lisää asiakkaita ja toimeksiantoja?

Ota yhteyttä ja varaa maksuton konsultaatio kanssani. Nopeimmille on varattuna erityislahja, jonka arvo on monta tonnia!

Klikkaa alla olevaa linkkiä, jos haluat vähintään tuplata menestyksen asiakashankinnassasi!

[Kyllä kiitos!](#)



**Autamme asiantuntija, konsultti- ja coaching -
yriyksiä menestymään**

*“Pieni ripaus tervettä itsevarmuutta
helpottaisi todella monen asiantuntijan
asiakashankintaa. Itseään ei aina tarvitse
ottaa liian vakavasti”*

Petteri Niemi