



**Myynti tuo muutosvalmiutta konepajallesi
showtime 08:15**

SIX
**VALMISTUS-
KLUBI**

Agenda

1. Strategia ja riskit: Onko liiketoimintasi liian riippuvainen yhdestä asiakkaasta? Miten vähennät riskejä ja kasvatat hallitusti?
2. Uusiasiakashankinnan keinot: Tavoitteiden asettamisesta konkreettisiin toimiin – puhelut, LinkedIn ja verkkonäkyvyys.
3. Case-esimerkki: Stryni Oy:n ja TJ Vesa Koski muutosmatka tilaustenvastaanottajasta aktiiviseksi myynnin tekijäksi. Mitä opittavaa heidän matkassaan on sinulle?



Janne Viinikkala

Myynnin messias, prosessien tehostamisen, digitalisoinnin ja kasvujohtamisen ammattilainen. Hallitushommia ja konsultointia.

Tampere, Pirkanmaa, Finland · [Contact info](#)



Self Employed



Tampere University of
Technology 1965-2018

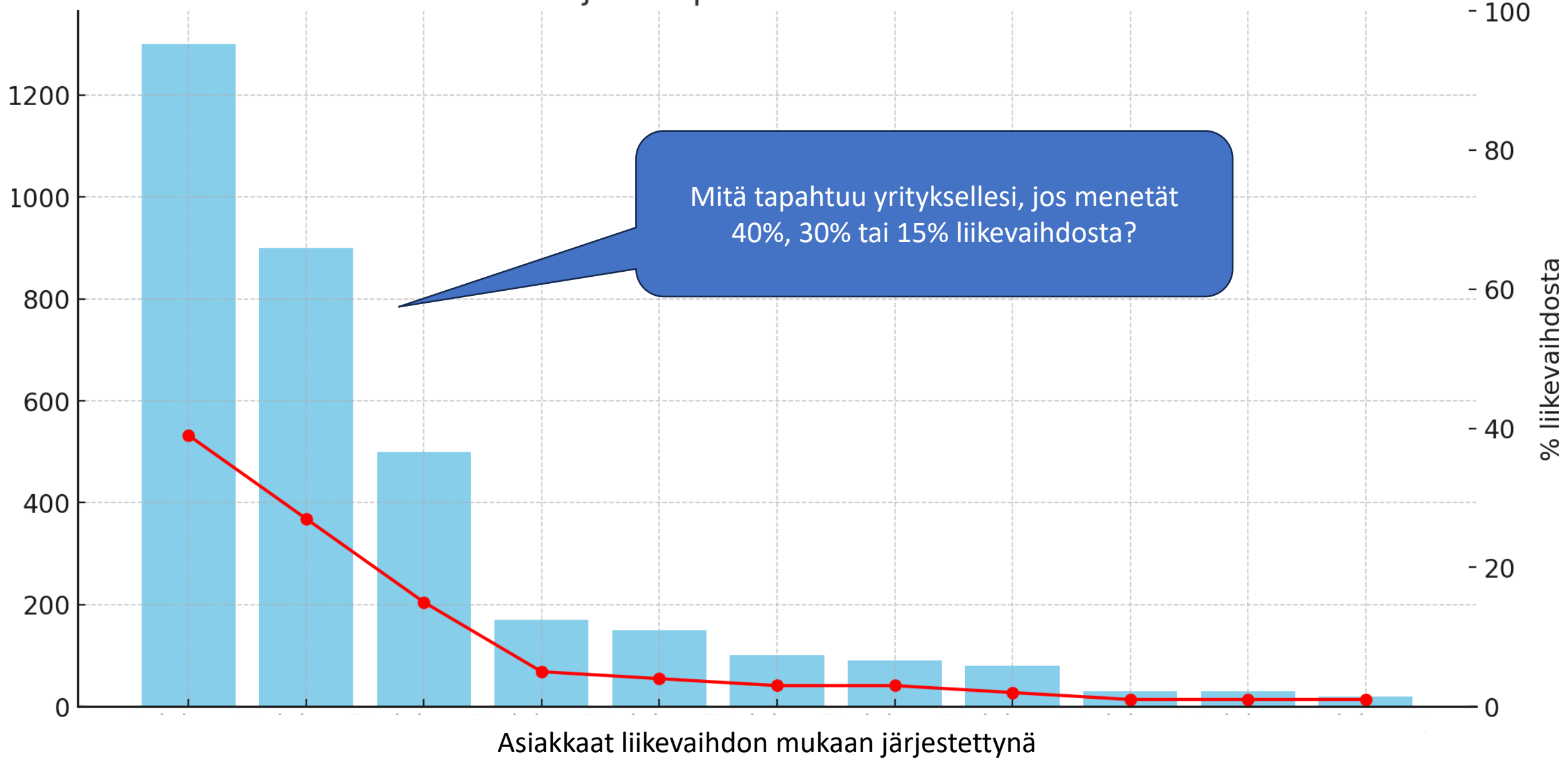
**Investointihyödykkeiden
ja teknologiapalveluiden
myynnin professori
Tampereen yliopistolle**



Strategiset riskit

A white, torn-paper-like border runs along the bottom edge of the slide, starting from the left and extending towards the right, with a jagged, irregular edge.

Liikevaihto ja sen prosenttiosuus asiakkaittain

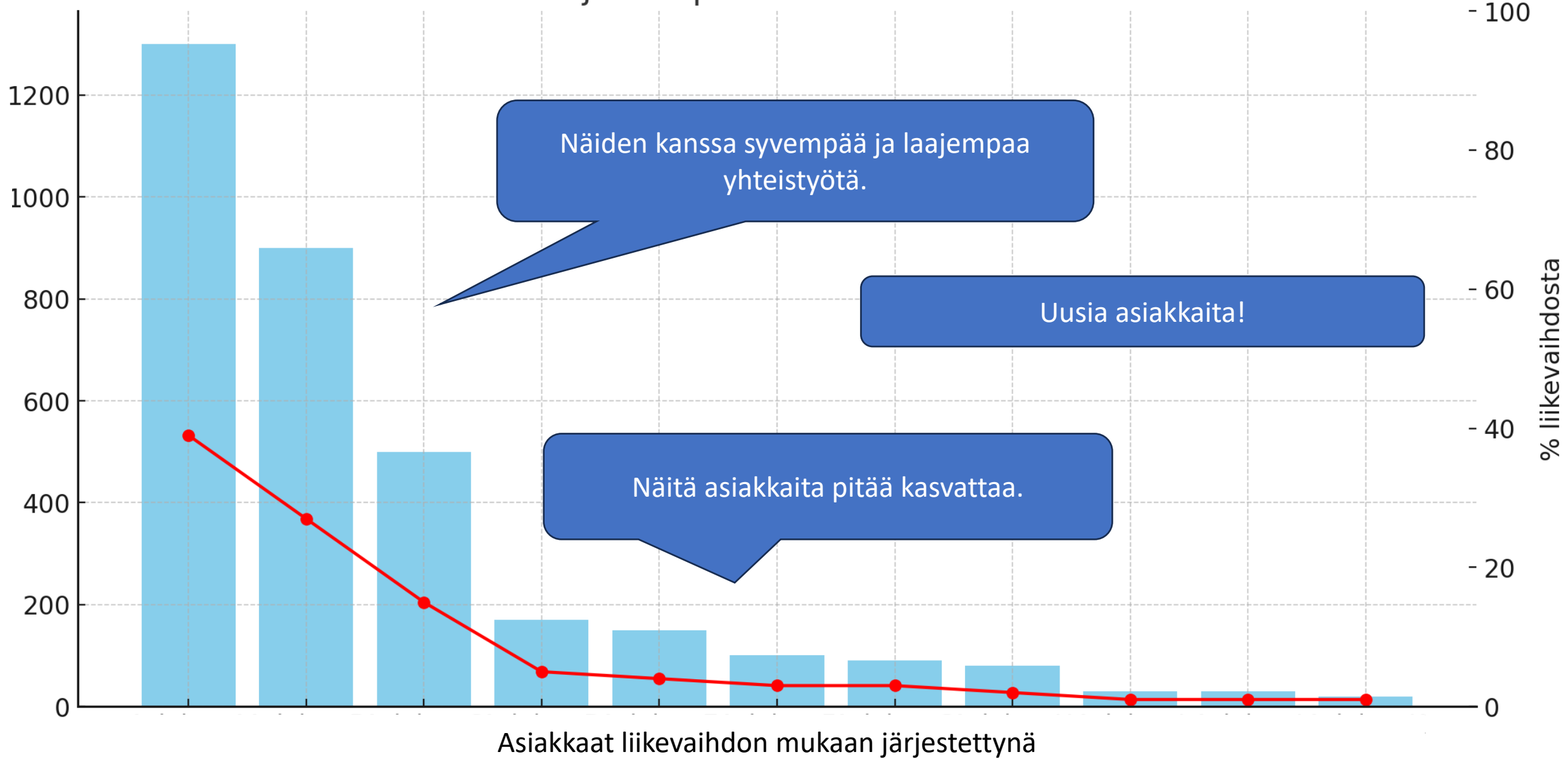


Strategiset tavoitteet myynnille

**Tavoitteet pitää olla tarkkaan määriteltyjä.
Huomio kasvu ja riskit!**

- Kasvattaa olemassa olevia asiakkuuksia
 - Tiettyjen asiakkuuksien myynti +30%
- Laajentaa asiakaspohjaa
 - 5 uutta asiakasta, keskimyynti 80t€/v = 400t€/v
- Hankkia tiettyntyyppisiä asiakkuuksia
 - OEM-asiakkuuksia, vaihdevalmistajia...
- Myydä tiettyä kapasiteettia
 - Pintakäsittelyä 50h/kk

Liikevaihto ja sen prosenttiosuus asiakkaittain



Strategiset tavoitteet myynnille. Esimerkki.

Pyritään 20% kasvuun. Kasvun uskotaan muodostuvan:

- **3kpl isointa asiakasta:**
 - Pyritään syvällisempään yhteistyöhön: Laatu ja toimituskyky. Uusia komponentteja 3kpl per yritys.
 - Myynti +7% = 189k€
 - Toimenpiteet: xxx, yyy, zzz
- **5kpl valittua potentiaalisinta asiakasta**
 - Myynti +30% = 140t€/v
 - Toimenpiteet: nnn
- **Uusasiakashankinta. Segmentti:**
 - 5 uutta asiakasta keskimyynti 80t€/v = 400t€/v

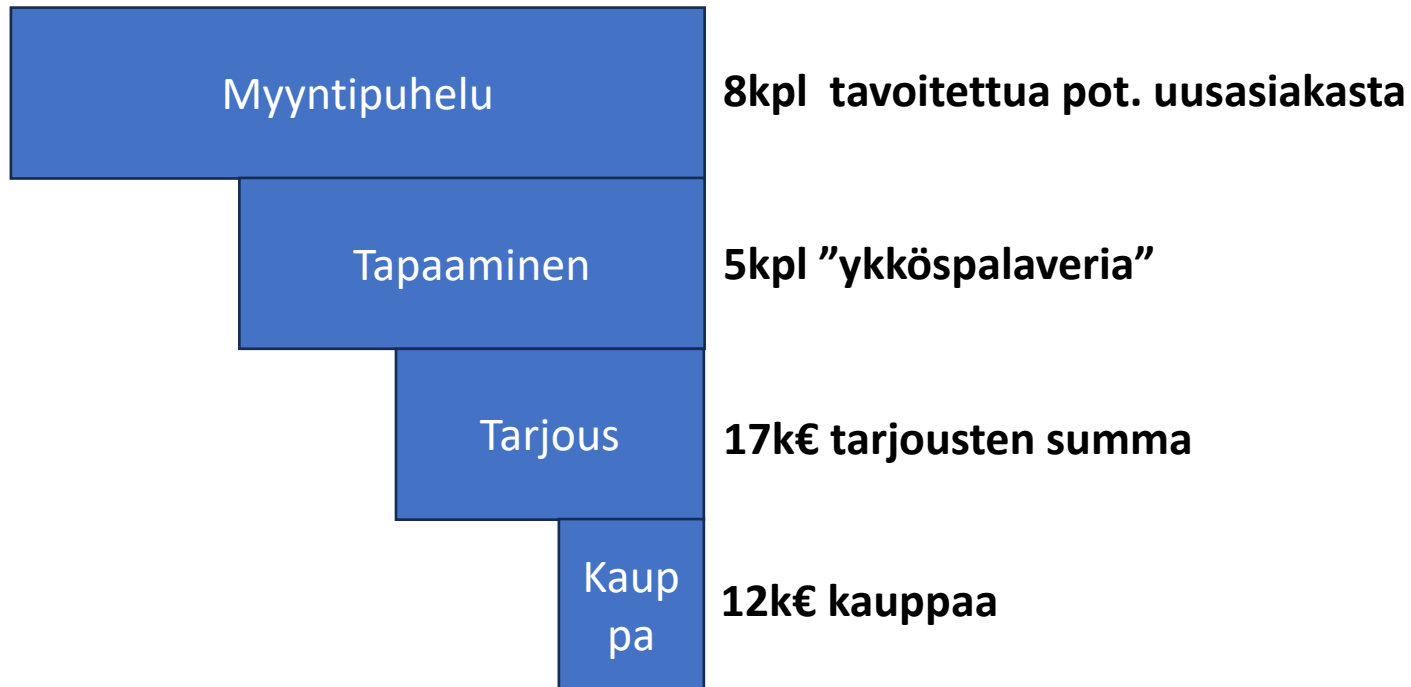
Uusasiakashankinta on myynnin kuninkuuslaji!

Keskitytään myyntiin, joka vaatii puhelintyötä

- Luottamus ostajan ja myyjän välillä
- Monimutkainen tuote tai palvelu
- Pitkä myyntisykli
- Asiakkaan houkuttelu vaihtamaan toimittaja
- Asiakassuhteen syventäminen

Myyntisuppilo

Viikkotavoitteet



- Numerot haetaan kohdalleen.
- Kun "Kaupat" ylittyy, niin alkupään numeroita voidaan laskea
- Jos yhteen palaveriin tarvitaan yli 5 puhelua, niin sitä ei oikein jaksata tehdä.
- → Kohderyhmä kuntoon, spiikki kuntoon tai call center

Myyntisuppilon seuranta

Vko	Puhelut		Sovitut tapaamiset		Tarjoukset		Kaupat	
	Tav	Tot	Tav	Tot	Tav	Tot	Tav	Tot
35	8	5	5	5	17	0	12	0
36	8	9	5	4	17	12	12	0
37	8	8	5	6	17	51	12	38
38	8	4	5	5	17	21	12	0
39	8	3	5	3	17	0	12	21
40	8		5		17		12	
41	8		5		17		12	
42	8		5		17		12	
43	8		5		17		12	

”Viikkotavoitteet ei meillä toimi, koska meidän asiakkaat ja kiire...”
Viikkotavoitteita käytetään, jotta puhelut ja tapaamiset saadaan tehtyä.
Kaupat ovat niistä seurausta.

Myynnin este: Luurikammo

- Luurikammo tarkoittaa pelkoa tai ahdistusta, joka liittyy puheluiden soittamiseen.
- Asiakaspalvelu- ja myyntityön ammattilaisista jopa 30–50 % kärsii puhelinkammosta.
- **Soittamisen välttely**
 - Myyjä ei halua soittaa puheluita, vaan suosii mieluummin sähköpostia, tekstiviestejä tai muita viestintämuotoja.
- **Ahdistuksen tunne ennen puhelua**
 - Sydämentykytyksiä, jännitystä tai epämukavuutta

Ennen puhelua tarkistetaan sähköpostit, haetaan kahvia, WC....



Miten voittaa luurikammo?

Tiedosta ja tunnusta (ainakin itsellesi) luurikammosi

1. Valmistautuminen auttaa

- Tee muistilista pääkohdista ennen soittoa.

2. Aloita helpoista asiakkaista

- Soita ensin niille, joiden odotat suhtautuvan myönteisesti.

3. Muista, että vastapuoli on vain ihminen

- Useimmat ihmiset ovat kohteliaita ja ymmärtäväisiä.

4. Älä pelkää torjumista

- Kaikki eivät ole kiinnostuneita, ja se on normaalia.



Digitaalista tukea
asiakaskontaktointiin

Digitaalinen näkyvyys: WWW ja LinkedIn



**Kokeneempi yrittäjä:
"Minä en mene internetiin.
Minä soitan asiakkaille!"**

Digitaalinen näkyvyys: WWW ja LinkedIn

**Alle 50v ostaja:
"Minä en soita vieraille.
Tarkistan firman netistä."**



Miten nämä saadaan samalle ”kanavalle”?



WWW-kuntoon

- Käytä ammattilaista – sivujen tyyli 2020-luvulle
- Mieti asiakasta
 - Mikä tietoa asiakas tarvitsee?
 - Mikä asiakasta kiinnostaa?
- Kuvia tuotteista, sarjoista, ihmisistä, tekemisestä
 - Vinkki: tee kuvahaku ”alihankintakonepaja etusivu”. Millaiset kuvat sinua kiinnostavat?
- Kehu!



MIKSI ME OLEMME KOVIN KUMPPANI?

1

AMMATTITAITO

Yli 40 vuoden kokemus alihankinnasta

Tiimimme koostuu alan kovimmista ammattilaisista, jotka varmistavat laadukkaat ja kustannustehokkaat ratkaisut teollisuuden tarpeisiin. Hyödynnämme SolidWorks- ja Mastercam-ohjelmistoja, joiden avulla voimme optimoida tuotantoprosessit ja tarjota tarkkuuskoneistuspalveluja sekä edullisesti että tehokkaasti, myös suurten sarjojen osalta.

2

PALVELU

Motivoitunut ja osaava henkilökunta

Ammattitaitoinen henkilöstömme yhdistää nuorten osaajien innon ja kokeneiden koneistajien vankan asiantuntemuksen. Tämä tasapaino varmistaa, että pystymme tarjoamaan korkealaatuisia tarkkuuskoneistuspalveluja, jotka vastaavat teollisuuden ja metalliteollisuuden alihankinnan vaativiin tarpeisiin.

3

LAATU

Uudistunut ja tarkka konekanta

Investoimme jatkuvasti uudistamalla konekantaamme varmistaaksemme tarkkuuskoneistuksen laadun ja mittatarkkuuden, jotka täyttävät teollisuuden ja metalliteollisuuden alihankinnan vaativimmat standardit. Ajantasaisen konekannan ansiosta pystymme valmistamaan myös suuria sarjoja, säilyttäen korkean laadun ja mittatarkkuuden.

4

LUOTETTAVUUS

Pitkäaikainen yhteistyökumppani

Vanhimmat asiakassuhteemme ovat kestäneet yrityksemme perustamisesta lähtien, mikä kuvastaa luotettavuuttamme ja pitkäaikaista sitoutumistamme metalliteollisuuden alihankintaan. Tavoitteenamme on kannattava toiminta, joka takaa tarkkuuskoneistuspalvelujen ja teollisuuden osavalmistuksen jatkuvuuden pitkälle tulevaisuuteen.








LinkedIn

- Kun vieras ihminen soittaa, moni katsoo linkkarista kuka soittaja on. Luot ensivaikutelman!
- Must be somekanava B2B-busineksessa
- Yritykselle LinkedIn -sivu
- Myyjille ja johtajille –profiilit (voi pyytää, ei käskää)
- Postaukset ovat tärkeä keino vaikuttaa ensivaikutelmaan.










New follower metrics 📊

Last 90 days

1	 Greenstep 12,648 total followers	896 ▲49.8%
2	 Gaia Consulting 9,390 total followers	171 ▼0.6%
3	 Third Rock Finland 1,887 total followers	132 ▲46.7%
4	 Green Carbon 1,810 total followers	110 ▲74.6%
5	 CarbonLink™ 2,911 total followers	74 ▼27.5%
6	 Reforest Finland C Your Page 694 total followers	42 ▼6.7%
7	 NGS Finland Oy 607 total followers	41 ▲127.8%








Total post metrics 📊

Last 90 days

1	 Greenstep	135 ▲84.9%
2	 NGS Finland Oy	27 ▲200%
3	 Reforest Finland Oy Your Page	24 ▲71.4%
4	 Green Carbon	22 ▲175%
5	 Third Rock Finland	19 ▲111.1%
6	 CarbonLink™	14 ▲27.3%
7	 Puuni Oy	4

Total engagement metrics 📊

Last 90 days

1	 Greenstep	4,944 ▲107.7%
2	 Reforest Finland Oy Your Page	359 ▲66.2%
3	 Third Rock Finland	343 ▲3%
4	 Green Carbon	309 ▲94.3%
5	 CarbonLink™	230 ▼28.8%
6	 Gaia Consulting	191 ▲203.2%
7	 NGS Finland Oy	167 ▲65.3%

1

2

3

LinkedIn hyödyntäminen

1. Luo ostajaan LinkedIn kontakti
2. LinkedIn-viesti:
”Moi, Vastaatko sinä näistä ja näistä hankinnoista? Voinko soittaa lyhyesti soveltuuko Firma Oy:n kalusto teidän tarpeisiin?”
3. Soita, jos saat positiivisen vastauksen tai et saa vastausta ollenkaan.
Älä soita, jos kielletään.

Myyntiaudit

Yrityksille, jotka haluavat arvioida ja parantaa myyntiprosessejaan.

Nykytila-analyysissä käydään läpi:

- Segmentointi ja asiakkaanhoitomalli
- Sales funnel -analyysi
- Myynnin suorituskykymittarit
- Myynnin esteet
- Myynnin ja asiantuntijoiden roolitus
- Markkinointitoimenpiteiden arviointi
- CRM:n tehokas käyttö
- Markkinoinnin ja myynnin rajapinta

Työn suoritus

- Esikysely (myyntijohtaja, myyjät)
- 2 x puolen päivän palaveri
- Tulosten esittely 2h

2 400€ + alv

Tampereen ulkopuolelle tehdyt matkat laskutetaan 59 snt/km.

Kertaus

1. Tee strateginen myyntisuunnitelma.
Riskit ja kasvu. Johda myyntiä.
2. Myynti vaatii johtamista! Suunnittele
ja aikatauluta: Myyntisuppilo
3. WWW- ja LinkedIn kuntoon





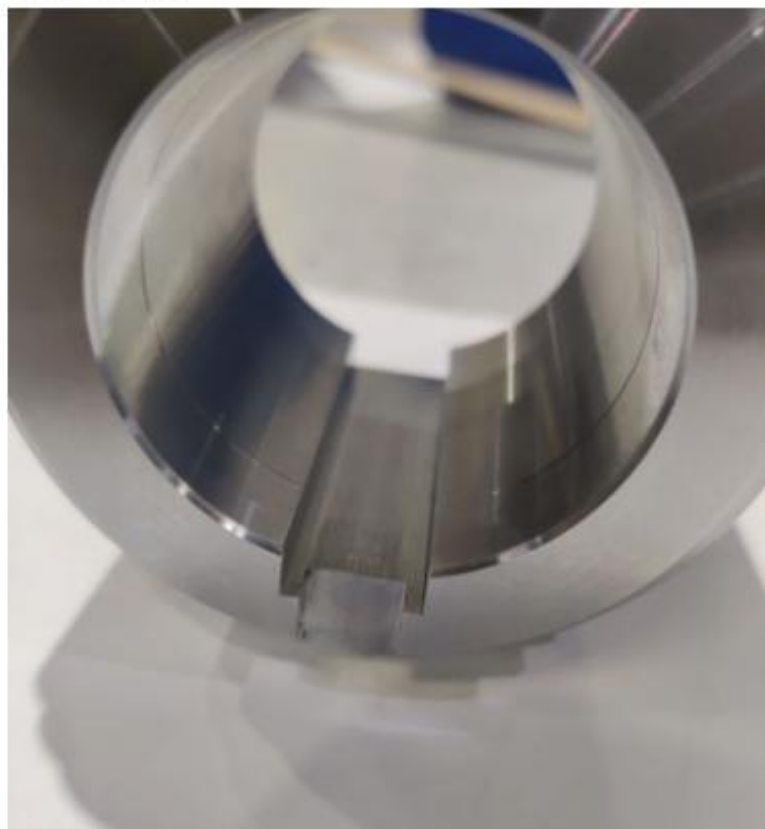
Vesa Koski • 1st
Managing director at Stryni Oy
10mo • 🌐

Sorvilla kerralla valmiiksi.
Vois luulla aprillipilaksi, mutta ehei! Kyllä Doosan Puma 5100LY onnistuu 🙌

Suurin tehty kiilaura tällä hetkellä 25mm 🙌

[Stryni Oy](#)
[Duroc Machine Tool](#)
[Doosan](#)

Show translation



Vesa Koski • 1st
Managing director at Stryni Oy
9mo • 🌐

Tänään vietettiin Strynillä pizza-perjantaita 🍕
Toimari sai luvan toimia pizzakuskina 🙌

[Stryni Oy](#)

Show translation



Vesa Koski • 1st
Managing director at Stryni Oy
1mo • Edited • 🌐

Tänään saatiin [Stryni Oy](#) arvovaltainen vieras, kun Satakuntalainen kansanedustaja ja tuleva työministeri [Matias Marttinen](#) kävi tutustumassa toimintaamme.

Keskustelua herätti niin ulkomaisen työvoiman rekrytointiin liittyvät byrokraattiset hidasteet (migrin hitaus), kuin suomalaisten koneistus osien vienti maailmalle.
Potentialiaa ja teknistä osaamista Suomessa olisi vaikka kuinka paljon 🙌

kuvissa myös yhtiömme pääomistaja [Jaakko Luoma](#)

Show translation

