

Piilotetusta löydettyksi



Kolme askelta piilosta löydettäväksi:

1. **Rekisteröidy ilmaiseksi - Vain 15 minuuttia**
Perustiedot kuntoon: yritysnimi, Y-tunnus ja yhteystiedot.
2. **Täydennä profiilisi - Kerro vahvuutesi**
Kirjaa konekanta, kapasiteetti, erikoisosaaminen ja referenssit.
3. **Tule löydettyksi - Näy oikeille ostajille**
Päaset osaksi yli 7000 ostopäätäjän hakemistoa, näkyvissä 24/7.

Qimtek-jäsenyys, perusta yrityksesi asiakashankinnan tehostamiseen.  Älä jää piiloon. Luo profiilisi - täysin ilmaiseksi

Asiakashankinnan tehokkuuden arviointi

Valmistavan teollisuuden ammattilaisena tiedät, että päivät täyttyvät nopeasti rutiineista, kiireestä ja palohälytyksistä. Harvoin ehdit pysähtyä miettimään:

"Toiminko oikeasti tehokkaasti - vai vain kiireisesti?"

Tämä oma-arviointityökalu on suunniteltu antamaan sinulle **ajatuksia, näkökulmia asiakashankintaan** Se ei ole myyntipuhe eikä tuotedemo.

Se on peili, joka auttaa tunnistamaan:

- ✓ Missä käytät aikaa, joka ei tuota arvoa
- ✓ Mitkä prosessit hidastavat sinua turhaan
- ✓ Mitä riskejä et ole ehkä huomannut
- ✓ Missä on suurin potentiaali parantaa omaa suoriutumistasi

Lopputulos? Selkeämpi käsitys siitä, mitä digitaaliset työkalut (kuten Qimtek) voisivat käytännössä merkitä juuri SINUN arjessasi - ei yleisellä tasolla, vaan konkreettisesti.

Osa 1: Asiakashankinta ja myynnin tehokkuus

1. Kuinka monta tuntia viikossa yrityksissänne käytetään keskimäärin uusien asiakkaiden etsimiseen ja myynnin edistämiseen?

- ☐ Alle 5 tuntia
- ☐ 5-10 tuntia
- ☐ 11-20 tuntia
- ☐ Yli 20 tuntia

Laskennallinen realiteetti:

Jos käytätte 20h/viikko = 1000h/vuosi etsimiseen. Kuinka paljon tämä maksaa? Mitä muuta tuolla ajalla voisi tehdä?

2. Arvioi väite:

"Tiedämme tarkalleen, missä tuotannon osa-alueissa olemme kilpailukykyisimpiä ja pystymme myymään markkinahintaa edullisemmin silti kannattavasti."

- 1 = Emme ole tunnistanee vahvuuksiamme
- 5 = Erittäin selkeä fokus ja vahvuusalueet tiedossa

Strateginen kysymys: Jos ette tiedä missä olette parhaita, miten voitte kohdentaa markkinointia oikeille ostajille?

3. Kun saatte tarjouspyynnön, joka ei vastaa teidän vahvuuksianne, kuinka usein silti tarjoatte (ja todennäköisesti häviätte hinnoittelussa)?

- ☐ Lähes aina - "kaikki liikevaihto on hyvä liikevaihtoa"
- ☐ Usein - "ei tiedä, jos voittaa"
- ☐ Harvoin - pyrimme keskittymään sopiviin töihin
- ☐ En koskaan - tiukka fokus

Kannattavuusloukku:

Väärät työt oikealla hinnalla

vs.

oikeat työt kannattavalla katteella.

4. Mille prosenttiosuudelle potentiaalisista ostajakannasta yrityksenne osaaminen ja kapasiteetti ovat tällä hetkellä näkyvissä?

- ☐ Alle 10% - olemme hyvin paikallinen ja tunnetaan heikosti
- ☐ 10-30% - tunnetaan omalla alueella
- ☐ 30-60% - kohtalainen tunnettuus
- ☐ Yli 60% - vahva brändi laajasti

Kasvun matematiikka:

Jos näkyvyys kattaa vain 20 % markkinasta, 80 % potentiaalisista asiakkaista eivät edes TIEDÄ, että olette olemassa.

Osa 2: Tarjouspyyntöjen laatu ja määrä

5. Kuinka monta RELEVANTTIA tarjouspyyntöä (sopii konekantaanne ja osaamiseen) saatte keskimäärin kuukaudessa?

- ☐ 0-5
- ☐ 6-15
- ☐ 16-30
- ☐ Yli 30

Liidien laatu yli määrän:

Yksi oikea tarjouspyyntö voi olla arvokkaampi kuin kymmenen väärää.

6. Mikä on konversioprosenttinne:

kuinka moni tarjouksistanne johtaa tilaukseen?

- ☐ Alle 10%
- ☐ 10-20%
- ☐ 20-35%
- ☐ Yli 35%

Tehokkuusmittari:

*Matala konversio voi tarkoittaa että:
a) hinnoittelu ei ole kilpailukykyinen,
b) kohdistatte väärille ostajille,
c) tarjousprosessi kaipaa hiomista.*

7. Arvioi: "Meillä on systemaattinen tapa tavoittaa juuri sellaisia ostajia, jotka tarvitsevat MEIDÄN erikoisosaamistamme."

- 1 = Ei ole, toimimme reaktiivisesti
- 5 = Kyllä, proaktiivinen ja kohdennettu lähestyminen

Win-win-logiikka:

Kun ostaja löytää kumppanin joka on vahva juuri hänen tarpeessaan, syntyy pitkäaikainen ja kannattava suhde.

Osa 3: Kapasiteetin hyödyntäminen

8. Kuinka suuren osan vuodesta konekapasiteettinne on keskimäärin käyttämättä tai alihyödynnetty?

- ☐ Alle 5% - lähes täysi käyttöaste
- ☐ 5-15%
- ☐ 15-30%
- ☐ Yli 30%

Menetetty kate:

Jokainen käyttämätön koneen tunti on menetettyä kannattavuutta, jota ei voi koskaan palauttaa.

9. Jos teillä olisi JUURI NYT vapaata kapasiteettia, pystyisittekö nopeasti (alle viikossa) löytämään töitä jotka:

- Sopivat konekantaanne
- Ovat kannattavia
- Ovat sopivan kokoisia

- ☐ Kyllä, meillä on hyvät kanavat
- ☐ Ehkä, riippuu tuurista
- ☐ Ei, kestää viikkoja/kuukausia

Kilpailukyky:

*Nopeus täyttää kapasiteetti
= joustavuus
= houkutteleva kumppani ostajalle.*

10. Arvioi: "Meillä on selkeä strategia miten kasvatamme liikevaihtoa ilman että joudumme laskemaan hintoja kilpailun takia."

- 1 = Ei strategiaa, reagoimme markkinaan
- 5 = Selkeä kasvustrategia joka ei perustu hintojen laskuun

Kestävä kasvu:

Kasvu joka perustuu vain hintojen laskuun johtaa lopulta nollakannattavuuteen.

Osa 4: Verkosto ja asiakassuhteet

11. Kuinka moni asiakassuhteistanne on pitkäaikainen (yli 3 vuotta) ja perustuu jatkuvaan yhteistyöhön sen sijaan että kilpailuttaisitte jokaisen yksittäisen työn?

- ☐ Yli 70% - vahvat pitkäaikaiset suhteet
- ☐ 40-70% - yhdistelmä
- ☐ 10-40% - pääosin yksittäiset projektit
- ☐ Alle 10% - lähes kaikki on kertakauppoja

Ennustettavuus ja varmuus:

Pitkäaikaiset suhteet

= tasaisempi kassavirta

= paremmat mahdollisuudet investoida ja kehittyä.

12. Onko teillä tällä hetkellä riittävä määrä kontakteja ja suhteita "varmistamaan" liiketoiminnan jatkuvuus seuraavan 12 kuukauden aikana?

- ☐ Kyllä, olemme täysin varmoja
- ☐ Melko varmoja, mutta kaipaisimme lisää
- ☐ Epävarmoja, riippuu liikaa muutamasta isosta asiakkaasta
- ☐ Ei, akuutti tarve lisätä asiakaskuntaa

Riskienhallinta:

Riippuvuus 1-2 suuresta asiakkaasta on merkittävä liiketoimintariski.

13. Arvioi: "Pystymme helposti tavoittamaan ja esittelemään osaamisemme uusille potentiaalisille asiakkaille ilman kylmäsoittoa tai aikaavievää verkostoitumista."

- 1 = Erittäin vaikeaa, kaikki vaatii raskasta työtä
- 5 = Helppoa, meillä on hyvät kanavat

Skaalautuvuus:

Jos jokainen uusi asiakas vaatii henkilökohtaisen verkostoitumisen, kasvunne on lineaarista ja hidasta.

Osa 5: Kilpailuasema ja tulevaisuus

14. Miten hyvin tunnette todellisen kilpailutilanteen omilla vahvuusalueillanne Pohjoismaissa?

- ☐ Erittäin hyvin - tiedämme kuka tarjoaa mitä ja millä hinnalla
- ☐ Kohtalaisesti - tunnemme lähialueen
- ☐ Heikosti - emme oikeastaan tiedä kuka on kilpailija
- ☐ Emme lainkaan - toimimme paikallisesti omassa kuplassamme

Strateginen näkemys:

Ilman ymmärrystä markkinasta on mahdotonta tehdä oikeita investointi- ja kehityspäätöksiä.

15. Jos kilpailijanne saisi yhtäkkiä pääsyn 7000+ ostopäättäjän verkostoon ja pystyisi esittelemään osaamistaan heille jatkuvasti, miten tämä vaikuttaisi teidän kilpailuasemaanne?

- ☐ Merkittävästi, menetämme markkinaosuutta
- ☐ Jonkin verran, kilpailu kiristyy
- ☐ Vähän, meillä on vahva asema
- ☐ Ei lainkaan, meillä on ylivoimainen kilpailuetu

Käänteinen ajattelu:

Jos TEIDÄN kilpailijanne tekevät näin, mitä teidän pitäisi tehdä?

16. Lopuksi - rehellinen arvio: "Käytämme markkinointiin ja myynnin tukemiseen tehokkaita, moderneja työkaluja, jotka toimivat 24/7."

- 1 = Emme käytä, kaikki on manuaalista
- 5 = Kyllä, meillä on modernit työkalut

Tulevaisuus: Digitaaliset työkalut eivät korvaa henkilökohtaista myyntityötä, vaan tehostavat sitä merkittävästi.

Pisteiden laskeminen:

Kysymykset, joissa on **asteikko 1–5**, laske yhteen.

Kysymykset, joissa on **moni valinta**, anna itsellesi pisteitä seuraavasti:

Pisteytys:

- Paras vaihtoehto = 5 pistettä
- Hyvä vaihtoehto = 3 pistettä
- Heikko vaihtoehto = 1 piste
- Huonoin vaihtoehto = 0 pistettä

Älä stressaa tarkkuudesta

- tässä ei ole kyse "läpäisemisestä", vaan silmien avaamisesta.

Palaa niihin yksittäisiin kysymyksiin, joissa pisteesi olivat matalimmat.

Nämä ovat sinun suurimmat pullonkaulas ja samalla suurimmat mahdollisuutesi parantaa.

TULOSTEN TULKINTA

Jos pistesummasi on:

- 60–80 pistettä:** Asiakashankintanne on vahvalla pohjalla. Qimtek tarjoaisi skaalautuvuutta ja pääsyn uusiin markkinoihin.
- 40–59 pistettä:** Selkeää kasvupotentiaalia. Qimtek voisi moninkertaistaa näkyvyyttänne oikeille ostajille.
- 20–39 pistettä:** Merkittävä riippuvuus muutamista asiakkaista tai tehottomia prosesseja. Qimtek toisi ennustettavuutta ja uusia mahdollisuuksia.
- Alle 20 pistettä:** Akuutti tarve muutokselle. Qimtek voisi olla ratkaisu, jolla turvataan yrityksen tulevaisuus.

Qimtek ei ole vain "ilmoituspaikka", vaan sisäänheittäjäsi.

Se muuttaa myynnin luonteen: sen sijaan, että yrittäisit vakuuttaa jonkun tarvitsemaan palveluasi, keskityt vakuuttamaan ne, jotka *jo tarvitsevat* sitä, että olet paras vaihtoehto. Tämä on psykologisesti palkitsevampaa ja liiketoiminnallisesti tehokkaampaa.

Qimtek Asiakashankinta

Tommy Helenius

tommy.helenius@qimtek.se

0400-404202

