

Best Seller Competition
2024
Myyjän toimeksianto, Välierät



MYYJÄ

Taustaa

Fonecta on vuonna 2002 perustettu Suomen suurin digimarkkinoinnin talo, jonka tehtävänä on aina ollut auttaa suomalaisia yrityksiä kasvattamaan liiketoimintaansa. Fonecta on yli 30 000 suomalaisen yrityksen digitaalinen kasvukumppani yli eri toimialojen. Kasvukumppanina Fonecta kulkee yrityksiensä kanssa käsi kädessä ja etsien yhdessä sopivimmat ratkaisut verkosta löytymiseen, markkinointiin ja parempaan asiakasymmärrykseen.

Fonectalla työskentelee yhteensä noin 250 asiantuntijaa neljällä eri paikkakunnalla työskennellen fiksusti, fokuksella ja fiiliksellä. Ihmiset ovat Fonectan sydän ja suurin voimavara, ja Fonectalla jokainen tulee kohdatuksi aidosti omana itsenään. Fonecta on jo kolmatta vuotta peräkkäin Great Place to Work -sertifioitu yritys, ja jopa 73 % työntekijöistämme sanoo Fonectan olevan todella hyvä työpaikka.

Myyntin ja Markkinoinnin Ammattilaiset myönsi Fonectalle Suomen paras myyntiorganisaatio -kilpailussa 2023 kunniamaininnan systemaattisen myynnin ja markkinoinnin kehittämistä. Fonecta panostaa laadukkaisiin asiakas kohtaamisiin ja fonectalaisten perehdytykseen merkittävästi.

Tilanne

Selvitit työhaastattelun ja toimit Fonectalla Account Managerina työskennellen ja vastaten asiakkuuksista asiakaspodissa yhdessä mm. kartoittajan, asiantuntijan sekä asiakastuen kanssa. Työviikkosi koostuu prospektien, nykyasiakkaiden ja liidien kontaktoinnista, asiakastapaamisista sekä kokonaisvaltaisten markkinointiratkaisujen ehdotusten rakentamisesta ja myymisestä. Rooliisi kuuluu asiakassalkun kasvattaminen ja pitkien asiakassuhteiden luominen, joka toteutuu arjessa kaikkien Fonectalaisten tekemisessä. Kukin meistä on vastuussa omasta asenteestaan ja omasta tekemisestään.

Fonectan tavoitteena on olla Suomen paras myyntiorganisaatio ja halutuin myynnin tekijä asiakkailleen, kumppaneilleen ja omille ihmisilleen. Fonectan myynnin ajattelutapa ja asenne on ennen kaikkea ratkaisukeskeinen, kasvu- ja kehityshaluinen sekä asiakaslähtöinen. Tämä on hyvä muistaa ja se hän myös välittyy myynnin pelitavasta.

Muistat ensimmäisten päivien perehdytyksistä, ratkaisuina sinulta löytyy salkustasi digimarkkinoinnin ratkaisut: Verkkolöydettävyys (Kontakti ja Hakukoneoptimointi), kotisivut, verkkokaupat sekä digimainonta (Google ja Bing hakumainonta, Meta-mainonta, bannerimainonta sekä LinkedIn-mainonta). Lisätietoa näistä löytyy sivulta <https://yrityksille.fonecta.fi/digimarkkinoinnin-palvelut/>.

Esihenkilösi Virtanen on huomannut asenteesi ja myynnillisen lähestymisen. Tästä syystä esihenkilösi Virtanen laittaa podiisi kartoitustiimin Mikon, joka on jo valmiiksi esikartoittamalla ja sopimalla asiakas kohtaamisella CrossFit Eastin kanssa. Verkkosivuilta <https://www.crossfiteastturku.fi/> löydät että CrossFit harjoittelulla pystytään rikkomaan monissa urheilulajeissa toistuvaa monotonisuutta ja hakemaan uusia liikesuuntia. CrossFit harjoittelulla pystytään kehittämään myös urheilijan motorisia taitoja, liikkuvuutta ja kehonhallintaa sekä voimaominaisuuksia. Toiminnallisen- ja voimaharjoittelun yhdistävä CrossFit-harjoittelu toimii järkevästi toteutettuna myös loukkaantumisten ennaltaehkäisyssä.

Mikko antaa sinulle briffin asiakkaastasi CrossFit East nimisestä yrityksestä. Kartoituksen ja nopean tutkimuksen perusteella huomaat että CrossFit East:llä on kaksi toimipistettä: yksi Turussa ja yksi Salossa. Heidän liiketoimintansa perustana on ”kivijalka myymälät” eli fyysiset toimipisteet. Crossfit East on osa laajaa kuntosalitarjontaa, jossa kilpailu on kovaa. Lisätutkimuksen perusteella huomaat, että molemmissa toimipisteissä hyvä määrä henkilöjäseniä ja huomaat myös että yrityksen työtilanne on tällä hetkellä vakiintunut. Yrityksen keskikaupan koko ja samalla jäsenyyden hinta noin 80-100€/kk . Palvelutarjoamaan kuuluu pääsääntöisesti CrossFit Salin käyttö ja sen myötä mahdolliset lisäpalvelut.

Samaan aikaan, Turussa on 5 CrossFit salia. Vaikkakin CrossFit East hakee liiketoiminnalleen kasvua, vaikuttaa siltä että asiakashankinnan tärkeimmät kanavat ovat olleet puskaradio, suositukset, hakukoneet (Google) sekä satunnainen näkyvyys sosiaalisessa mediassa. Tätähän voidaan parantaa! Tehdessäsi pohjatyötä huomaat että yritys markkinoi tällä hetkellä aika vähän ja satunnaisesti. Silloin tällöin näkyy jotain sosiaalisessa mediassa, mutta maksettua mainontaa et huomannut.

Valmistautuminen

Pohtiessasi CrossFit East tarpeita, päätät pitää uuden kokouksen Mikon kanssa. Keskustelet Mikon kanssa ja olette aika vakuuttuneita siitä, että yritys haluaa olla löydettävissä sosiaalisessa mediassa, haluaa kasvattaa asiakashankintaansa ja lisätä tunnettavuutta. Mikko myös kertoo, että asiakas mainitsi, että nykyiset kotisivut eivät ole hyvät ja uudet kulutusasiakkaat sekä B2B asiakkaat kiinnostaa.

Kokouksen päätteeksi Mikko ohjeistaa sinut lähestymään yritystä ja sen toimitusjohtajan Mika Viinaseen kanssa. Päätät sopia tapaamisen Toimitusjohtaja Mikon kanssa, vaikka arvelet että Mika on kiireinen. Lähetät Mikalle sähköpostia ja yllätykseksi Mika vastaa melkein välittömästi ja ehdottaa tapaamista Turkuun 11.4. aikavälille 9-12. Loistavaa!

Alat valmistautua tapaamiseenne. Luet Mikon briffin läpi ja valmistaudut syventämään ja varmistamaan Mikon asiakkailta saamia tietoja, jotta sinulla on varmasti palaverin päätyttyä riittävä ja oikea tieto asiakkaan tarpeista. Samalla muista Fonectan pelikirjan ja siellä painotetut **Esikartoituksen ja Liiketoimintakeskustelu kohdat**. Päätät kerrata ne, jotta tuleva kokous asiakkaan kanssa sujuisi mahdollisimman hyvin.

Samalla tiedostat, että koska tapaamisaika on lyhyt, ainoastaan 20 minuuttia, tulee sen olla tehokas. You got this! Päätät kartoittaa asiakkaan tarpeen ja selvittää miten Fonectan ratkaisut voivat hyödyntää asiakasta ja mahdollisesti laajentaa asiakaskantaa B2C:stä myös B2B segmenttiin.

Tavoitteenasi on tehdä esikartoitus ja liiketoimintakeskustelu hyödyntäen Fonectan pelikirjaa sekä edetä tapaamisessa niin että pääset jatkamaan myyntiprosessia. Onnea matkaan!