

# Näin rakennat pitkäaikaisen B2B- asiakassuhteen – kertaluonteisesta projektista kumppanuudeksi

Tämä opas on kurssin teoriaosuus.  
Käytännön toteutus tapahtuu  
tekoälykehoitteiden avulla.

# Sisällys

<b>Sisällys</b>	<b>2</b>
<b>Näin rakennat pitkäaikaisen B2B-asiakassuhteen tekoälyn avulla</b>	<b>3</b>
Ennen kuin aloitat	3
Kaupan jälkeen alkaa oikea työ	4
Vaihe 7A: Asiakkuuden käynnistäminen	5
Vaihe 7B: Asiakassuhteen ylläpito ja lisämyynti	6
Vaihe 7C: Referenssien ja suositusten hankkiminen	8
Vaihe 7D: Asiakkuuden uusiminen ja pitkäaikainen kumppanuus	9
Asiakassuhde on investointi — ei projekti	11
Mitä seuraavaksi	12
Tekijästä	12

# Näin rakennat pitkäaikaisen B2B-asiakassuhteen tekoälyn avulla

## Ennen kuin aloitat

Kauppa on tehty. Tarjous on hyväksytty. Asiakas on tyytyväinen päätökseensä.

Useimmissa yrityksissä tähän loppuu aktiivinen myyntityö tämän asiakkaan kohdalla. Projekti toimitetaan, asiakas on tyytyväinen – ja sitten hiljaisuus. Seuraava kontakti tapahtuu kun itse tarvitsee jotain tai kun asiakas ottaa yhteyttä ongelman kanssa.

Tämä opas käsittelee sitä mitä tapahtuu kaupan jälkeen. Miten uusi asiakas vastaanotetaan niin että hän vahvistuu valinnoissaan. Miten suhde pidetään lämpimänä ilman tuputtamista. Miten lisämyynti esitetään niin että se tuntuu palvelukselta. Ja miten referenssit pyydetään oikeaan aikaan oikealla tavalla.

Tämä opas käytetään jokaisen uuden asiakkaan kanssa – ja käydään uudelleen läpi aina kun asiakkuus on vaarassa hiljentymisen takia.

Käytännön toteutus tapahtuu tekoälytyökirjan avulla. Löydät valmiit kehoitteet jokaiseen vaiheeseen – tervetuloviestistä vuosikatsaukseen.

Tsemppiä opiskeluun.

Ilpo

## **Kaupan jälkeen alkaa oikea työ**

Kauppa on tehty. Projekti toimitetaan. Asiakas on tyytyväinen.

Ja sitten – hiljaisuus.

Seuraava yhteydenotto tapahtuu kun sinulla on jotain myytävää tai kun asiakas itse ottaa yhteyttä jonkin ongelman kanssa. Pitkäaikaisesta kumppanuudesta ei tule mitään – asiakkuus jää kertaluonteiseksi projektiksi joka toistuu ehkä parin vuoden päästä jos sattuma suosii.

Tai ehkä asiakkaita on paljon mutta et tiedä missä kukin menee.

Yhteydenpitovälit venyvät kuukausiin. Kun viimein otat yhteyttä, asiakas on jo ratkaissut ongelmansa muualta – tai siirtynyt kilpailijalle hiljaa ja ilman kohinaa.

Uusasiakashankinta on kallista ja hidasta. Olemassa oleva tyytyväinen asiakas on arvokkain resurssi joka sinulla on – mutta sitä harvoin hyödynnetään systemaattisesti. Ongelma ei yleensä ole asiakassuhteiden laadussa. Se on prosessin puuttumisessa.

Olemme rakentaneet Koulutuskoneelle alustaratkaisuja yli 100 suomalaiselle koulutusalan toimijalle, ja näistä useat kymmenet ovat kehittyneet pitkäaikaisiksi kumppanuuksiksi. Osa asiakkaista ei enää ole meillä – se on rehellisyyden nimissä hyvä sanoa ääneen. Mutta ne kumppanuudet jotka ovat jatkuneet eivät ole syntyneet sattumalta. Ne ovat syntyneet systemaattisen asiakassuhteen rakentamisen tuloksena.

Olen oppinut yhden asian ylitse muiden: asiakas on epävarmimmillaan juuri kaupan tehtyään. Hän miettii tekikö oikean päätöksen. Nopea, lämmin ja konkreettinen aloitus poistaa epävarmuuden ja vahvistaa päätöksen. Hidas tai epäselvä aloitus herättää epäilyksen jota on vaikea poistaa myöhemmin.

## **Vaihe 7A: Asiakkuuden käynnistäminen**

Onboarding ei ala kun projekti alkaa. Se alkaa heti kun kauppa on vahvistettu.

Tämä on tärkein yksittäinen ajattelutavan muutos koko oppaassa. Useimmat yrittäjät käynnistävät onboardingin kun ensimmäinen toimitus lähestyy – mutta asiakkaan kokemus alkaa siitä hetkestä kun hän painaa "kyllä." Mitä tapahtuu seuraavien tuntien ja päivien aikana määrittää pitkälti sen minkälainen suhde rakentuu.

### **Tervetuloviesti tunnin sisällä**

Tervetuloviesti lähtee tunnin sisällä kaupan vahvistumisesta. Se on lyhyt, lämmin ja konkreettinen – ei pitkä prosessikuvaus eikä lista asiakirjoista jotka pitää täyttää. Se vahvistaa päätöksen, kertoo mitä tapahtuu seuraavaksi ja osoittaa että asiakas on tärkeiden käsien välissä.

Hyvä tervetuloviesti sisältää kolme asiaa: lyhyen vahvistuksen siitä mitä sovittiin, konkreettisen seuraavan askeleen aikatauluineen ja henkilökohtaisen kontaktitiedon kysymyksiä varten. Se ei sisällä byrokratiaa – ne tulevat erikseen.

### **Onboarding-suunnitelma ensimmäisille viikoille**

Onboarding-suunnitelma on dokumentti joka kertoo asiakkaalle mitä tapahtuu, milloin ja mitä häneltä odotetaan. Se poistaa epävarmuuden – asiakkaalla on selkeä käsitys prosessista eikä hänen tarvitse arvailla.

Hyvä onboarding-suunnitelma sisältää aikataulun virstanpylväineen, kuvauksen asiakkaan roolista prosessissa ja selkeän kuvauksen siitä miten onnistumista mitataan.

Odotusten hallinta on onboardingin tärkein tehtävä. Lupaukset jotka annetaan myyntivaiheessa täytyy lunastaa toimituksessa – mutta usein myyntivaiheessa luvataan asioita jotka ovat epätarkkoja tai joita ei ole