

Työkirja 12: Näin mittaat ja kehität B2B-asiakashankintaasi — tekoälyanalytikkonasi

VAIHE 12.1: MITTARISTON RAKENTAMINEN

Mitä tässä vaiheessa tehdään

Tekoäly rakentaa konversioputken mittariston, määrittää tavoitteet jokaiselle vaiheelle ja asettaa hälytysrajat jotka kertovat milloin pitää reagoida välittömästi. Tämä tehdään kerran — sen jälkeen se on käytössä joka kuukausi.

Miksi tämä on tärkeää

Mittaaminen alkaa minimistä: neljä lukua kuukausittain riittää. Liidit, tapaamiset, tarjoukset ja kaupat. Kun näiden seuraaminen on rutiinia, lisätään kanavatieto. Kun sekin toimii, lisätään asiakkuuksien seuranta. Monimutkaisuutta ei lisätä kerralla vaan vähitellen — muuten mittaaminen loppuu koska se tuntuu liian raskaalta. Yksinkertaisin työkalu on taulukkolaskentaohjelma. Excel tai Google Sheets riittää. CRM-järjestelmää ei tarvita aloittamiseen.

Täytä ennen kehoitteen käyttämistä

- Nykyiset arviot neljästä perusluvusta kuukaudessa tai kvartaalissa — vaikka karkeita: liidit, tapaamiset, tarjoukset, kaupat: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Liiketoimintamalli lyhyesti — mitä myydään ja kenelle: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Tavoite — paljonko kauppvoja kuukaudessa tai kvartaalissa halutaan: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Onko jo käytössä jokin seurantatyökalu — Excel, CRM vai jokin muu: [TÄYTÄ TÄHÄN tai "ei mitään vielä"]

KEHOITE TEKÖÄLYLLE (KOPIOI JA TÄYDENNÄ)

Toimit B2B-myyntimittaamisen ja konversioputken rakentamisen asiantuntijana. Rakenna konversioputken mittaristo, tavoitteet ja hälytysrajat suoraan annettujen tietojen pohjalta. Aloita minimistä — neljä peruslukua. Älä pyydä lisätietoja.

Aiemmat vaiheet: jos olemme samassa keskustelussa tai käytät Claude Projectsia, viittaa koko B2B-asiakashankinnan prosessiin (Työkirjat 6–11) suoraan — mittaristo kattaa koko putken prospektoinnista asiakkuuden uusimiseen. Jos aloitat uuden keskustelun, kuvaile prosessisi lyhyesti ennen lähtötietoja.

MITTARISTON LÄHTÖTIEDOT:

- Nykyiset arviot neljästä perusluvusta: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Liiketoimintamalli: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Tavoite: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Nykyinen seurantatyökalu: [TÄYTÄ TÄHÄN]

TEHTÄVÄSI — ANNA NELJÄ KOKONAISUUTTA:

Konversioputken rakenne ja tavoitearvot — neljä vaihetta: liidi, tapaaminen, tarjous ja kauppa. Jokaiselle vaiheelle: konkreettinen kuukausitavoite annettujen tietojen pohjalta, tavoitekonversioprosentti edellisestä vaiheesta ja realistinen vaihteluväli — ei yhtä lukua vaan hyvä, normaali ja heikko taso. Tavoitteet pohjautuvat artikkelin viitearvoihin: liidistä tapaamiseksi 20–40%, tapaamisesta tarjoukseksi 50–70% ja tarjouksesta kaupaksi 30–60%.

Taulukkorakenne kuukausiseurantaan — kirjoita sarakkeet ja rivit niin selkeästi että taulukon voi rakentaa suoraan Exceliin tai Google Sheetsiin. Jokaiselle kuukaudelle: neljä peruslukua, kolme konversioprosenttia ja kanavatieto yhdellä sarakkeella alkuun. Lisää tyhjä rivi lisätiedoille kun mittaaminen kehittyy. Taulukon pitää olla niin yksinkertainen että sen täyttäminen vie 10 minuuttia kuukaudessa.

Hälytysrajat — jokainen putken vaihe tarvitsee oman hälytysrajansa. Hälytysraja on se taso jonka alittuessa reagoidaan välittömästi eikä odoteta seuraavaa kuukausiraporttia. Kolme tyyppiä: punainen hälytys joka vaatii välittömän toimenpiteen tänään, keltainen hälytys joka vaatii toimenpiteen tällä viikolla ja vihreä tila joka tarkoittaa että prosessi toimii. Kirjoita konkreettiset lukurajat annettujen tavoitteiden pohjalta — ei yleisiä ohjeita vaan tähän liiketoimintaan räätälöidyt rajat.

Käynnistysohje — mitä tehdään ensimmäisenä kun mittaristo on rakennettu. Kolme vaihetta: ensimmäisen kuukauden luvut kirjataan vaikka ne olisivat arvioita — pienkin data on parempi kuin ei dataa, ensimmäinen vertailu tehdään kahden kuukauden jälkeen eikä ennen ja mittaristo tarkistetaan kvartaalin päätteeksi — onko se edelleen relevantti vai tarvitseeko päivittämistä.
