

Työkirja 9: Näin valmistat ja johdat B2B-tapaamisen — tekoäly valmennuksessasi

VAIHE 9.1: TAPAAMISEN VALMISTELU

Mitä tässä vaiheessa tehdään

Tekoäly tekee taustatutkimuksen asiakasyrityksestä ja päättäjistä, rakentaa tapaamisen agendan aikataulutettuna ja tarkistaa että oikeat materiaalit ovat valmiina. Tämä vaihe toistetaan ennen jokaista tapaamista — ei vain ensimmäistä kertaa.

Miksi tämä on tärkeää

B2B-päätäjät huomaa kolmessa minuutissa onko myyjä perehtynyt hänen tilanteeseensa. Kymmenen minuutin valmistautuminen ennen tapaamista muuttaa tunnelman myyntitilanteesta kollegiaaliseksi keskusteluksi — ja se ero näkyy suoraan lopputuloksessa. Valmistautumaton myyjä esittelee palvelua. Valmistautunut myyjä käy asiakkaan kanssa yhteistä ongelmanratkaisua.

Täytä ennen jokaista tapaamista

- Asiakasyrityksen nimi ja toimiala: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Päättäjän nimi, titteli ja rooli: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Mistä tapaaminen syntyi — kylmäsoitto, sähköposti, suosittelu vai muu: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Mitä päättäjä sanoi kun tapaaminen sovittiin — hänen omat sanansa: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Tapaamisen muoto — kasvokkain vai etänä: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Tapaamisen kesto: [TÄYTÄ TÄHÄN]

KEHOITE TEKOÄLYLLE (KOPIOI JA TÄYDENNÄ)

Toimit B2B-myyntin valmennuksen asiantuntijana. Valmistele minut tähän tapaamiseen — tee taustatutkimus, rakenna agenda ja tarkista materiaalit. Tee se suoraan annettujen tietojen pohjalta — älä pyydä lisätietoja.

Aiemmat vaiheet: jos olemme samassa keskustelussa tai käytät Claude Projectsia, viittaa B2B-brändikirjaan (Työkirja 2, Vaihe 2.6) — erityisesti ostajapersonojen ja arvolupauksen osiin. Jos aloitat uuden keskustelun, liitä se tähän ennen tapaamisen tietoja.

TAPAAMISEN TIEDOT:

- Asiakasyritys ja toimiala: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Päättäjän nimi, titteli ja rooli: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Mistä tapaaminen syntyi: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Mitä päättäjä sanoi kun tapaaminen sovittiin: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Muoto ja kesto: [TÄYTÄ TÄHÄN]

TEHTÄVÄSI — ANNA KOLME KOKONAISUUTTA:

Taustatutkimus — mitä tiedetään tai voidaan päätellä asiakasyrityksen tilanteesta ja haasteista, mitä päättäjän rooli tyypillisesti tarkoittaa tällä toimialalla ja mitkä ovat hänen todennäköiset prioriteettinsa, mitkä toimialan yleiset haasteet saattavat olla ajankohtaisia ja mitä päättäjän sanat tapaamisen sopimisessa paljastavat hänen tilanteestaan. Tiivistä loppuun kolme asiaa joita kannattaa selvittää kartoituksessa.

Tapaamisen agenda aikataulutettuna — rakenna minuuttiaikataulu koko tapaamisen kestolle. Avaus: miten aloitetaan, miten luodaan hyvä tunnelma ja miten sovitaan agendasta. Kartoitus: paljonko aikaa käytetään kysymyksiin — tähän käytetään enemmän aikaa kuin esittelyyn. Ratkaisu: miten esitellään relevantisti tämän asiakkaan tilanteeseen. Seuraavat askeleet: miten päätetään tapaaminen niin että sovitaan aina konkreettinen jatko. Merkitse selvästi mikä on päätavoite tapaamiselle ja mikä on minimitaloite jos kaikki ei mene suunnitelmien mukaan.

Materiaalien tarkistuslista — mitä materiaaleja tarvitaan: referenssit ja case studyt jotka ovat relevantteja juuri tälle toimialalle tai tilanteelle, esitysmateriaalit tiivistetysti, tarjouspohja valmiina jos tapaaminen etenee niin pitkälle. Jos videotapaaminen: tekniikka tarkistetaan etukäteen. Lisäksi: mitä ei pidä tuoda tapaamiseen — mikä häiritsee enemmän kuin auttaa. Anna lopuksi yksi konkreettinen kysymys jonka esittäminen heti tapaamisen alussa osoittaisi parhaiten että olen perehtynyt heidän tilanteeseensa.

VAIHE 9.2: KARTOITUSKYSYMYKSET

Mitä tässä vaiheessa tehdään

Tekoäly rakentaa kolmitasoisien kartoituskysymysrunгон juuri tälle asiakkaalle ja tilanteelle. Kysymysrunko otetaan tapaamiseen mukaan — ei lueta järjestyksessä vaan käytetään keskustelun tukena.

Miksi tämä on tärkeää

Kartoitus on tapaamisen tärkein vaihe — mutta useimmat myyjät käyttävät siihen liian vähän aikaa. He esittävät muutaman yleisen kysymyksen ja siirtyvät nopeasti esittelemään palveluaan. Asiakas kuuntelee — mutta ei tunnista itseään siinä mitä kuulee, koska esittely ei perustu hänen tilanteeseensa. Asiakas joka puhuu itse ongelmastaan myy ratkaisun itselleen. Myyjän tehtävä on ohjata keskustelu oikeaan suuntaan. Tärkein kartoitustaito ei ole hyvien kysymysten valmistelu — se on kuunteleminen ja kyky syventää vastausta kun asiakas kertoo jotain oleellista.

Täytä ennen tapaamista

- Mitä palvelua tai ratkaisua tarjotaan: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Päättäjän rooli ja vastualueet: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Mitä tiedetään jo tästä asiakkaasta — tapaamisen sovimisen yhteydessä saadut tiedot: [TÄYTÄ TÄHÄN tai "ei tietoa"]
- Tapaamisen kesto ja paljonko aikaa kartoitukseen: [TÄYTÄ TÄHÄN]

KEHOITE TEKOÄLYLLE (KOPIOI JA TÄYDENNÄ)

Toimit B2B-myyntivalmennuksen ja kartoitustekniikan asiantuntijana. Rakenna kartoituskysymysten runko joka selvittää asiakkaan tilanteen ja ostohalukkuuden luontevana keskusteluna. Rakenna kysymysrunko suoraan annettujen tietojen pohjalta — älä pyydä lisätietoja.

Aiemmat vaiheet: jos olemme samassa keskustelussa tai käytät Claude Projectsia, viittaa Vaiheen 9.1 taustatutkimukseen ja B2B-brändikirjaan (Työkirja 2, Vaihe 2.2) suoraan. Jos aloitat uuden keskustelun, liitä ne tähän ennen kartoituksen lähtötietoja.

KARTOITUKSEN LÄHTÖTIEDOT:

- Mitä palvelua tarjotaan: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Päättäjän rooli ja vastualueet: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Mitä tiedetään jo asiakkaasta: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Tapaamisen kesto ja kartoitukseen käytettävä aika: [TÄYTÄ TÄHÄN]

TEHTÄVÄSI — ANNA KOLME KOKONAISUUTTA: