

# B2B-ASIAKASTAPAAMISTEN JA KARTOITUSTEN SUUNNITTELU TEKOÄLYN AVULLA - TYÖKIRJA

Täydennysosa B2B-yritysbrändi tekoälyn avulla -työkirjaan

---

## MITEN TÄTÄ TYÖKIRJAA KÄYTETÄÄN

### Työkirjan tarkoitus

Tämä työkirja on suunniteltu yrittäjille ja myyjille, jotka haluavat valmistautua B2B-tapaamisiin järjestelmällisesti ja johtaa kartoituksen ja esityksen niin että tapaaminen päättyy selkeään seuraavaan askeleeseen. Työkirja sisältää neljä vaihetta: tapaamisen valmistelu, kartoituskysymykset, räätälöity myyntiesitys kartoituksen pohjalta ja tapaamisen päättäminen.

Käytä tätä työkirjaa yhdessä B2B-yritysbrändi tekoälyn avulla -työkirjan kanssa. B7-vaiheessa on jo myyntiesityksen perusrakenne ja tarjouspohja – tämä työkirja täydentää ne asiakaskohtaiseksi prosessiksi joka alkaa valmistautumisesta ja päättyy sovittuun seuraavaan askeleeseen.

**Huomio projektin käytöstä:** Jos käytät Claude Projectsia tai ChatGPT Projectsia, voit tallentaa brändikirjan ja B2B-lisäkehoitteiden tulokset projektin tiedostoihin. Tällöin sinun ei tarvitse liittää niitä erikseen – viittaa kehoitteessa vain projektin brändistrategiaan. Muuten liitä tarvittavat lopputuotokset aina kehoitteen alkuun.

---

### Kuinka edetä työkirjan kanssa

**1. VALMISTAUDU HYVIN** Tee vaihe 5A ennen jokaista tapaamista – ei vain ensimmäistä kertaa. Valmistautuminen vie 15–20 minuuttia mutta säästää

tapaamisen aikana enemmän kuin se vie. Kartoituskysymykset (5B) kannattaa käydä läpi ennen tapaamista ja valita tilanteeseen sopivimmat – älä käy kaikkia läpi järjestyksessä vaan käytä niitä keskustelun tukena. Räätelöity esitys (5C) tehdään vasta kartoituksen jälkeen – älä valmistele sitä etukäteen liian valmiiksi koska se muuttuu aina kartoituksen perusteella.

**2. NOUDATA JÄRJESTYSTÄ** Tee vaiheet järjestyksessä 5A → 5B → 5C → 5D. Valmistautuminen (5A) tehdään ennen tapaamista. Kartoituskysymykset (5B) otetaan tapaamiseen mukaan. Räätelöity esitys (5C) rakennetaan kartoituksen jälkeen – joko tapaamisen aikana lyhyellä tauolla tai heti tapaamisen jälkeen ennen kuin muisti haalistuu. Tapaamisen päättäminen (5D) on se hetki joka ratkaisee – käy repliikki läpi ennen tapaamista niin ne tulevat luontevasti.

**3. TÄYTÄ KEHOITTEET HUOLELLISESTI** Korvaa kaikki [TÄYTÄ TÄHÄN] -kohdat omilla tiedoillasi. Kartoitustulokset (5C) ovat tärkein yksittäinen kohta – mitä tarkemmin kirjaat mitä asiakas kertoi, sitä osuvamman räätälöidyn esityksen tekoäly rakentaa. Käytä asiakkaan omia sanoja etkä omia tulkintojasi – tekoäly osaa poimia niistä oleelliset kipupisteet.

**4. KÄYTÄ TEKOÄLYÄ TEHOKKAASTI** Valmistautumiskehoite (5A) kannattaa ajaa hyvissä ajoin ennen tapaamista – ei viime hetkellä. Kartoituskysymyksiä (5B) voi pyytää tekoälyltä myös tapaamisen jälkeen jos jokin asia jäi epäselväksi – "Asiakas sanoi X, mitä olisi kannattanut kysyä seuraavaksi?" Räätelöityä esitystä (5C) voi rakentaa reaaliaikaisesti tapaamisen aikana jos käytät kannettavaa tietokonetta – kirjaa kartoitustulokset ja pyydä tekoälyltä esitysrunko suoraan.

**5. DOKUMENTOI TULOKSET** Tallenna jokaisen tapaamisen kartoitustulokset omaan tiedostoonsa asiakkaan nimellä. Nämä tiedot ovat arvokkaita myöhemmin – tarjoustu tehtäessä, seurantaviestejä kirjoittaessa ja asiakassuhdetta rakentaessa. Seurantasähköpostin pohja (5D) tallenna valmiina pohjana jota muokkaat jokaisen tapaamisen jälkeen – se säästää aikaa ja varmistaa että viesti lähtee aina nopeasti.

**6. TESTAA JA KEHITÄ** Lue kartoituskysymykset ääneen ennen tapaamista – tuntuvatko ne luontevilta vai liian muodollisilta? Pyydä tekoälyltä puhekielisempää versiota jos tarvitaan. Kirjaa tapaamisen jälkeen mitä kysymyksiä olisi kannattanut esittää – kehitä kysymysrunkoa kokemusten perusteella. Seuraa montako tapaamista johtaa tarjouspyyntöön – se kertoo toimiiko kartoitus ja esitys.

---

### **Vinkkejä parhaaseen tulokseen**

**KARTOITUS ON TÄRKEÄMPÄÄ KUIN ESITYS** Useimmat myyjät käyttävät 80 % tapaamisen ajasta esittelyyn ja 20 % kysymyksiin. Käännä se toisinpäin. Asiakas joka puhuu itse ongelmastaan myy ratkaisun itselleen – sinun tehtäväsi on vain ohjata keskustelu oikeaan suuntaan.

**VALMISTAUTUMINEN NÄKYÄ HETI** B2B-päätävä huomaa kolmessa minuutissa onko myyjä perehtynyt hänen tilanteeseensa. Kymmenen minuutin taustatutkimus ennen tapaamista tekee enemmän kuin mikään muu yksittäinen toimenpide – se muuttaa tunnelman myyntitilanteesta kollegiaaliseksi keskusteluksi.

**RÄÄTÄLÖINTI EI OLE VAIKEAA – SE ON KUUNTELEMISTA** Räätelöity esitys ei tarkoita eri diaesitystä jokaiselle. Se tarkoittaa että aloitat heijastamalla mitä asiakas kertoi ja sidot ratkaisun siihen. Yksi lause asiakkaan omilla sanoilla tekee esityksestä räätälöidyn.

**SEURAAVA ASKEL SOVITAAN AINA TAPAAMISESSA** Tapaaminen joka päätty ilman sovittua seuraavaa askelta on tapaaminen joka todennäköisesti menetetään. Asiakas palaa arkeensa ja asia unohtuu. Sovi aina konkreettinen seuraava askel ennen kuin tapaaminen päättyy – vaikka se olisi vain "soitan sinulle torstaina kello 10".

---

### **Mistä hakea apua**

Jos kartoitus tuntuu hankalalta ja asiakas ei avaudu: pyydä tekoälyltä pehmeämpiä avauskysymyksiä jotka rakentavat luottamuksen ennen kipupistekysymyksiä. Jos asiakas sanoo paljon mutta ei mitään konkreettista: pyydä tekoälyltä tarkentavia kysymyksiä jotka ohjaavat asiakkaan kertomaan vaikutuksista eikä vain tilanteesta. Jos tapaaminen päättyy toistuvasti "ollaan yhteydessä" ilman jatkoa: harjoittele tapaamisen päättämistä ääneen ja pyydä tekoälyltä lisää vaihtoehtoisia tapoja ehdottaa seuraavaa askelta. Jos räätälöity esitys ei tunnu tarttuvan: tarkista heijastivatko avauslauseet asiakkaan omia sanoja vai omia tulkintojasi – ero on merkittävä. Jos kaipaat apua myyntiprosessin kehittämiseen tai tapaamisvalmennukseen: ota yhteyttä osoitteessa [ilpotuononen.fi](mailto:ilpotuononen.fi).

---

## **Työkirjan rakenne**

Työkirja on jaettu neljään vaiheeseen:

**Tapaamisen valmistelu (Vaihe 5A):** Taustatutkimus asiakasyrityksestä ja päättäjistä, tapaamisen agenda aikataulutettuna ja materiaalien tarkistuslista – kaikki mitä tarvitaan ennen kuin astut palaveriin.

**Kartoituskysymykset (Vaihe 5B):** Kolmitasoinen kysymysrunko joka selvittää nykytilan, kipupisteet ja ostohalukkuuden luontevana keskusteluna – sekä ohjeet ostosignaalien tunnistamiseen ja kuuntelemiseen.

**Räätälöity myyntiesitys kartoituksen pohjalta (Vaihe 5C):** Esitysrakenne joka rakentuu juuri tämän asiakkaan kartoituksesta – heijastaa asiakkaan kipupistettä, tarjoaa relevantin ratkaisun ja käsittelee esiin nousseet epäilykset.

**Tapaamisen päättäminen (Vaihe 5D):** Seuraavan askeleen sopimisen runko, repliikki neljään yleisimpään vastaukseen ja seurantasähköposti joka lähtee tunnin sisällä tapaamisesta.

---

Nyt olet valmis aloittamaan. Muista: paras tapaaminen ei tunnu myyntitapaamiselta – se tuntuu keskustelulta jossa asiakas kokee tulleensa kuulluksi ja löytäneensä ratkaisun omaan ongelmaansa.

# VAIHE 5A: TAPAAMISEN VALMISTELU

**Mitä tässä vaiheessa tehdään** Tekoäly auttaa valmistautumaan tapaamiseen – tekee taustatutkimuksen kohdeyrityksen tilanteesta, rakentaa kysymysrungon ja varmistaa että oikeat materiaalit ovat valmiina. Hyvin valmistautunut myyjä pääsee suoraan oleelliseen sen sijaan että käyttää tapaamisen ajan perustietojen keräämiseen.

**Miksi tämä on tärkeää** B2B-päätäjä huomaa heti onko myyjä perehtynyt hänen tilanteeseensa vai tulee hän yleisesityksen kanssa.

Valmistautuminen on helpoin tapa erottautua kilpailijoista ennen kuin yhtään sanaa on sanottu.

## KEHOITE TEKOÄLYLLE (KOPIOI JA LIITÄ AIEMPIEN VAIHEIDEN LOPPUTUOTOKSET ALLE)

Toimit B2B-myyntivalmennuksen ja asiakaskohtaamisten asiantuntijana. Autat valmistautumaan tulevaan tapaamiseen niin että pystyn käymään suoraan oleelliseen. Alla on brändistrategian ydinelementit ja tiedot tulevasta tapaamisesta. Tee analyysi ja valmistelut suoraan annettujen tietojen pohjalta.

[LIITÄ TÄHÄN BRÄNDIKIRJAN VAIHEET 7B, B1, B2 JA B3]

### TAPAAMISEN LÄHTÖTIEDOT:

- Asiakasyrityksen nimi ja toimiala: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Tapaamisen henkilö – nimi, rooli ja titteli: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Onko useampia osallistujia – ketkä ja missä rooleissa: [TÄYTÄ TÄHÄN tai "vain yksi henkilö"]
- Miten tapaaminen syntyi – kylmäkontakti, liidimagneetti, suosittelija vai muu: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Mitä tiedetään jo asiakkaan tilanteesta tai tarpeesta: [TÄYTÄ TÄHÄN tai "ei tietoa vielä"]
- Mitä palvelua tai ratkaisua on tarkoitus esitellä: [TÄYTÄ TÄHÄN]
- Tapaamisen muoto – videopuhelu, puhelin vai kasvokkain: [TÄYTÄ TÄHÄN]

- Tapaamisen kesto: [TÄYTÄ TÄHÄN]

## **TEHTÄVÄSI:**

**1. TAUSTATUTKIMUS** Analysoi asiakasyrityksen tilanne annettujen tietojen pohjalta:

- Mitä tiedetään tai voidaan päätellä yrityksen tilanteesta ja haasteista
- Mitä päättäjän rooli tyypillisesti tarkoittaa – mitkä ovat hänen todennäköiset prioriteettinsa ja paineensa
- Mitkä toimialan yleiset haasteet saattavat olla ajankohtaisia
- Mitä pitäisi selvittää ennen tapaamista jos mahdollista

**2. TAPAAMISEN AGENDA** Rakenna selkeä agenda tapaamisen kestolle:

- Avaus: miten aloitetaan ja miten luodaan hyvä ilmapiiri
- Kartoitus: paljonko aikaa käytetään kysymyksiin ennen ratkaisun esittelyä
- Ratkaisu: miten esitellään relevantisti tämän asiakkaan tilanteeseen
- Seuraavat askeleet: miten päätetään tapaaminen konkreettisesti
- Aikataulu minuutteina koko keston mukaan

**3. MATERIAALIEN TARKISTUSLISTA** Listaa mitä pitää olla valmiina ennen tapaamista:

- Mitä materiaaleja tarvitaan – esitys, referenssit, tarjouspohja
- Mitä tekniikkaa tarkistetaan etukäteen jos videotapaaminen
- Mitä kysymyksiä kirjataan ylös valmiiksi
- Mitä ei tuoda tapaamiseen – mikä häiritsee enemmän kuin auttaa

## **LOPPUTUOTOS:**

- Taustatutkimus asiakasyrityksestä ja päättäjistä
- Tapaamisen agenda aikataulutettuna
- Materiaalien tarkistuslista

## **OHJEET VASTAUKSELLE:**

- Taustatutkimus on konkreettinen – ei yleistyksiä vaan päätelmiä juuri tästä yrityksestä ja roolista
- Agenda on realistinen – ei liian täynnä, tapaaminen ei saa tuntua myyntishow'lta
- Kartoitukselle varataan enemmän aikaa kuin ratkaisun esittelylle – se on tärkein osa