



MIIKA SORONEN

**PALVELUYRITTÄJÄN
KULTAINEN
VIESTISARJA**



Palveluyrittäjän kultainen viestisarja

*Työkirja palveluyrittäjälle parempaan asiakasviestintään
myynti- ja tuotantoprosessin ajalle, jotta voit vähentää stressiä
ja myydä enemmän*

Copyright © 2023 Miika Soronen Oy

Esipuhe	2
Kuusi (automaattista) sähköpostia asiakkaallesi myynti- ja tuotantoprosessin aikana	4
1. Aloita karkumatkasi	5
2. "Miksi maksoit siitä niin paljon?"	8
3. "Oletteko tulossa ollenkaan, kun mitään ei ole kuulunut?"	10
4. Itsestäänselvät ohjeet asiakkaalle	12
5. "Olisinko silti saanut tämän halvemmalla muualta?"	16
6. Viesti, jota tuskin kukaan kilpailijasi lähettää	18
Automatisoi viestit	20
Mitä seuraavaksi?	21

Esipuhe

Lämmin kiitos tämän työkirjan tilaamisesta.

Tavoitteeni on, että tämä opas antaa sinulle suuntaviivat, miten viestiä asiakkaalle siitä hetkestä lähtien, kun hän pyytää sinulta tarjouksen - aina siihen hetkeen asti, kun työ on valmis.

Tämän työkirjan ohjeet on taustastani maalausyrittäjänä johtuen tehty erityisesti rakennus- ja remonttialan yritysten näkökulmasta. Jos toimit jollakin toisella alalla - kuten vaikkapa hierojana, yksityiskirurgina, tai hammaslääkärinä - voit muokata viestit helposti yrityksesi käyttöön.

Työkirja ei toki ole muutenkaan "tehty sinulle valmiiksi" -ratkaisu, jossa kopioit suoraan jotakin, ja rikastut sitten nopeasti.

Tässä kirjassa on kuitenkin valmiit mallipohjat, joita sinun kannattaa käyttää apuna omien viestien luomisessa.

Sinun tarvitsee itse pohtia, mitä haluat sanoa asiakkaillesi. Mitkä ovat ne asiat, jotka tekevät sinusta paremman kuin muista? Miksi asiakkaan pitäisi olla kiinnostunut sinusta, eikä kilpailijoistasi?

Älä siis kopioi malleja suoraan, vaan erityisesti kopioi ajattelumalli viestien taustalla.

Työkirjan ohjeita soveltamalla parannat tuloksiasi **vähitellen**. Saat enemmän kauppaa tarjouspyynnöistä, **vähennät stressiä työpäivistäsi** ja saat paremman myyntiprosessin avulla tyytyväisempiä asiakkaita, jotka ostavat sinulta lisää myöhemmin.

Kun asiakkaasi ovat tyytyväisempiä, he toimivat myös parhaimmillaan puolestapuhujinasi ja levittävät tarinaasi eteenpäin. Tai jos eivät varsinaisesti julista ilosanomaa sinusta kaduilla päivästä toiseen, ainakin suosittelevat sinua silloin, kun joku kysyy heiltä suositusta sopivasta yrityksestä.

Olennaista on, että kun olet käynyt materiaalin läpi, ryhdyt saman tien viemään ideat käytäntöön. Vain siten voit alkaa saavuttamaan tuloksia.

Jos toiminnanohjausjärjestelmäsi ei vielä taivu lähettämään viestejä automaattisesti, kannattaa viestit - tai ainakin helpoimmat niistä - lähettää manuaalisesti, jos se mitenkään on järkevästi mahdollista.

Osan työkirjan viesteistä lähetät joka tapauksessa jo nyt. Osa on todella helppo automatisoida, ja loputkin hoituvat varmasti, mutta voivat vaatia hieman asioiden selvittämistä ja kenties vähän koodarin apua.

Käsittelen automatisointia vielä tarkemmin tämän oppaan lopussa.

Vielä kerran kiitos tämän työkirjan tilaamisesta. Toivottavasti tämä työkirja auttaa omalta osaltaan viemään yrityksesi yhdeksi palveluyrityksistä Suomessa, jotka tunnetaan hyvästä viestinnästä.

Hämeenlinnassa 14.01.2023

Miika Soronen



Kuusi (automaattista) sähköpostia sähköpostia asiakkaallesi myynti- ja tuotantoprosessin aikana

Tämän työkirjan sähköpostit alkavat myyntiprosessin alkupäästä, eli hetkestä, jolloin asiakas pyytää sinulta tarjouksen ja päättyvät toimituksen jälkeiseen viestiin.

Vaiheet menevät siis järjestyksessä näin:

1. Vastaus tarjouspyyntöön
2. Tilausvahvistus
3. Tiedotus tulevasta toimituksesta
4. Juuri ennen toimituksen aloittamista
5. Lasku
6. Vahvistus onnistuneesta toimituksesta

Työkirjan bonuksena sait Unohdetut asiakasehdokkaat -viestisarjan (joka löytyy [valmennusalueelta](#)). Viestisarja on tarkoitettu niille asiakasehdokkaille, joiden kanssa et pääse kauppoihin ensimmäisellä yrittämällä.

1. Aloita karkumatkasi

Vastaus tarjouspyyntöön on todennäköisesti palveluyrittäjän sähköposteista kaikkein matalimmalla roikkuva hedelmä.

Jos myyntiputkesi on niin yksinkertainen, että asiakasehdokkaasi hakevat palveluasi Googlesta, ja löytävät sinut sieltä, he pyytävät lähes aina tarjouksen myös useammalta kilpailijaltasi.

Jos asiakasehdokkaasi päättää pyytää tarjouksen perjantaina klo 17.30, olet varmaankin jo viikonlopun vietossa. Et luultavasti halua rimpauttaa asiakkaallesi enää rankan työviikon päätteeksi perjantai-iltana tai lauantai-aamuna, mutta voisit silti olla yhteydessä asiakkaaseesi heti perjantai-iltana helposti tekemättä itse mitään.

Miten?

Kun asiakas pyytää tarjouksen, tarjouspyynnön kiitossivulla pitäisi käydä selvästi ilmi, että tarjouspyynnön jättäminen onnistui. Samalla voit kertoa, että lähetät asiakkaallesi pian sähköpostia, jossa kerrot seuraavat askeleet (Sähköposti, jonka automaatti lähettää).

Miksi nopea reagointi on tärkeää?

Tutkimusten mukaan 78 % ostaa nopeammin reagoivalta myyjältä. Kun vastaat asiakasehdokkaasi tarjouspyyntöön heti henkilökohtaisen näköisellä viestillä, olet ja askeleen edellä kilpailijoitasi.

Tutkimukset myös kertovat yksiselitteisesti, että mitä hitaammin reagoit asiakasehdokkaan tarjouspyyntöön, sitä todennäköisemmin mahdollisuudet kaupantekoon pienenevät.

Sorosen Nyrkkisääntönä voidaan todeta, että jokainen vetkuteltu päivä vähintään puolittaa kaupan todennäköisyyden. Joillakin toimialoilla tunnin viive leikkaa jopa 90 % kaupan todennäköisyydestä.

Sähköpostiviestillä heti tarjouspyynnön perään on myös kaksi muuta lyömätöntä etua:

1. Voit kertoa viestissä toimintatavat myyntikäynnille, eikä sinun tarvitse selittää niitä 200 tai 1 000 kertaa vuodessa puhelimesta.

Samalla voit aloittaa myyntityösi ensimmäisessä viestissäsi. Voit karsia renkaanpotkijat pois ystävällisesti ja välttää siten turhat myyntikäynnit.

Jos hintasi ovat esillä nettisivuilla, pyydä asiakasehdokastasi katsomaan hintatasosi jo etukäteen. Jos myyt remonttia kuudella tonnilla, et todennäköisesti saa myynninportailla tai millään muullakaan tekniikalla kahteen tonniin varautunutta insinööriä kolminkertaistamaan budjettiaan.

Tee vastauksestasi tarjouspyyntöön persoonallinen ja omanlaisensa. Jos kopioit vastauksen suoraan tästä työkirjasta, ja myös kilpailijasi tekee niin, näytätte molemmat enemmän perässähiihtäjiltä kuin edistyksellisiltä.

2. Monet – varsinkin nuoremmat – asiakkaat inhoavat nykyään puhelimesta puhumista.

Miksi et tekisi sähköpostiviestinnästä kilpailuetuasi myyntisi tueksi?

Kun aloitat viestinnän sähköpostilla heti tarjouspyynnöstä, se tuskin haittaa niitä, jotka tykkäävät hoitaa asiat puhelimesta. Mutta samalla mahdollistat ujoimmille helpon tavan keskustella kanssasi, jota muut kilpailijasi eivät välttämättä hoksaa ollenkaan.

Esimerkkiviesti

Otsikko: *Kiitos tarjouspyynnöstäsi!*

Hei *_etunimi_*

Kiitos tarjouspyynnöstäsi. Hienoa, että päädyit ottamaan yrityksemme xxx yhdeksi mahdolliseksi vaihtoehdoksi asentamaan kotinne aurinkopaneelit.

Myyjämme soittaa sinulle viimeistään 1 työpäivän kuluessa ja sopii kanssasi tapaamisesta, jossa voimme antaa tarkan ehdotuksen työn tekemisestä, ehdoista ja hinnoista.

Tässä vielä muutama tärkeä asia huomioitavaksi, ennen kuin myyjämme soittaa sinulle.

- xxx (esim. miten haluat hoitaa tapaamisen, etänä vai kotikäynnillä)
- yyy (esim. haluatko, että kaikki päätökseen osallistuvat ovat paikalla)

Toivottavasti pääsemme kanssasi etenemään yhteistyössä.

Terveisin,

Pekka

2. “Miksi maksoit siitä niin paljon?”

Lähes jokaisella asiakkaallasi on todennäköisesti kaikkietävä naapuri tai tuttu, joka hoitaa homman aina vähän fiksummin kuin asiakkaasi itse.

Kukaan ei tykkää itse joutua arvostelun kohteeksi päätöksestään, mutta siitä huolimatta monilla ihmisillä on tarve osoittaa ystävänsä tekemä päätös vääräksi.

Kun asiakas päättää ostaa 15 000 euron aurinkopaneelijärjestelmän, 25 000 euron katto remontin, 6 000 euron hampaiden oikomisen tai 3 000 euron laserleikkauksen silmille, kyseessä voi hyvinkin olla elämän toiseksi tai kolmanneksi suurin rahallinen investointi asunnon ja auton jälkeen.

Vaikka asiakkaasi olisi ostohetkellä varma päätöksestään, monesti kaupantekoa seuraa jonkinlainen katumus. Muutaman viisastelijan kommentit esimerkiksi hinnasta saavat asiakkaasi epävarmaksi.

Jos (ja tietenkään kun) hintasi ei ole halvin mahdollinen, sinun kannattaa päivä tai kaksi **kaupanteon jälkeen lähettää asiakkaallesi viesti, jossa kiität häntä kaupoista**. Kertaa viestissä tehty kauppa, ja vahvista viestissä asiakkaallesi ne hyödyt, jotka hän saa ostamalla palvelun juuri sinulta juuri sillä hinnalla, jolla sinä myyt.

Esimerkkiviesti

Otsikko: *Onnittelut fiksusta päätöksestä, Mikko!*

Tervehdys Mikko

Onnittelut vielä hyvästä ratkaisustasi remontoida kotisi katto. Teit fiksun päätöksen, kun ostit kattoremontin, jolle myönnämme markkinoiden pisimmän takuun.

Lupaamme tehdä kattosi niin hyvin, että se kestää myrskyt ja vesisateet seuraavan 50 vuoden aikana.

Hoidamme myös homman kerralla kuntoon. Siksi sinun ei tarvitse jännittää remontin onnistumista, tai soittaa myöhemmin perään ja kysellä, miksi vesikourut eivät toimikaan, kuten myyjä lupasi.

On myös mahdollista, että joku puolittutusi arvostelee sinua päätöksestäsi, ja kertoo, kuinka hän olisi saanut sinulle kattoremontin paljon halvemmalla, jos olisit ymmärtänyt käyttää häntä projektissa konsulttina.

Vaikka tiedätkin, että näin nerokkaalla matematiikalla kannattaisi perustaa jo oma kattofirma tai vähintäänkin kattoremonttikonsulttiyritys, arvostelu ei siltikään tunnu kivalta.

Mutta kuten varmasti jo tiedätkin: hintamme ei ole halvin, ja sille on syynsä. Teemme kattosi kerralla kuntoon. Sinun ei tarvitse siis tilata kattoremonttia kahteen kertaan, ensin halpaa ja sitten hyvää.

Voit siis odottaa urakkasi alkamista turvallisista mielin. Hoidamme homman kerralla kuntoon siten, että olet varmasti tyytyväinen!

Terveisin,

Kari

Olet varmasti sellainen fiksu yrittäjä, joka hoitaa myyntityön eettisesti niin, että asiakas ei missään vaiheessa ajattelekaan joutuvansa huiputetuksi.

Mutta mitä suuremman kaupan ja päätöksen asiakas tekee, sitä enemmän hän pelkää ostamiseen liittyviä riskejä.

Kun siihen yhdistyy jonkun "asiantuntijan" ilkeämielinen tyyli arvostella asiakkaasi päätöksentekokykyä, pahimmillaan asiakas kiskaisee hätäjarrusta, ja peruu kaupat.

"Tilausvahvistuksena" toimiva viesti ei välttämättä pelasta kaikkia kauppojasi, mutta aivan varmasti vahvistaa asiakkaasi tunnetta fiksusta päätöstä, ja auttaa asiakastasi suhtautumaan oikein kylänmiesten ja -naisten analyyseihin ostetusta palvelusta ja sen hinnasta.

3. “Oletteko unohtaneet meidät, kun mitään ei ole kuulunut?”

Toimittamasi tuote tai palvelu voi olla parhaimmillaan asiakkaallesi yksi vuoden kohokohdista.

Väärän värisiä kylpyhuoneen laattoja on saatettu sietää hampaita kiristellen jo vuosia, ja remonttia odotetaan kiihkeästi.

Hampaiden oikomista on voitu miettiä yli 10 vuotta, ja nyt asiakas on laittanut säästämänsä eurot jonoon, ja aikoo antaa ne sinulle.

Joka tapauksessa ratkaiset jonkin asiakkaan ongelman, ja asiakkaalla on kovat odotukset toimitusvaiheesi kohtaan. Jos myynnin ja toteutuksen välissä on useampi kuukausi, asiakkaallasi saattaa herätä epäily: “He vaikuttivat kyllä luotettavilta, mutta mitään ei ole kuulunut pitkään aikaan...”

Saatat nähdä asiakkaasi kanssa sovitun kaupan kalenterissasi vaikka päivittäin, mutta jos myynnin ja toteutuksen välissä on muutama kuukausi, asiakas saattaa alkaa hermoilemaan.

Siksi sinun kannattaa vielä erikseen tiedottaa asiakastasi kaupan teon ja asennusprosessin välisenä aikana, mikäli niiden välillä on aikaa enemmän kuin 4 viikkoa.

Voit esimerkiksi kertoa viestissäsi, että olet yhteydessä asiakkaaseesi seuraavan kerran viikkoa ennen urakan alkamista. Pelkästään tällainen yksittäinen viesti kertoo asiakkaallesi, että homma on hanskassa.

Esimerkkiviesti

Otsikko: *Tietoa tulevasta koulutuksesta, Riitta!*

Tervehdys Riitta.

Tilaamasi koulutus lähestyy.

Tulen pitämään koulutuksen yrityksesi toimipisteeseen sovitun aikataulun mukaisesti xx.yy.zzzz.

Mikäli jotakin todella poikkeuksellista tapahtuisi, ja aikataulun kanssa tulisi ongelmia, tiedotan siitä teitä erikseen.

Toivotaan, että kaikki sujuu suunnitelmien mukaan, ja henkilöstösi koulutuksen myötä asiakaspalvelijasi ovat vähemmän stressaantuneita töissä.

Terveisin,

Kari

Kun toimitusvaihe lähestyy, voit lähettää asiakkaallesi viestin, jossa kerrot tarkan aloitusajankohdan. Jos järjestelmäsi ei taivu lähettämään tarkkaa ajankohtaa, voit sanoa, että olemme tulossa noin viikon sisällä.

Samassa viestissä voit vastata kysymykseen, jonka melko moni yrittäjä kuulee....

4. Itsestäänselvät ohjeet asiakkaalle

Sinä tai myyjäsi ovat melko varmasti vakuuttaneet asiakkaan myyntihetkellä siitä, kuinka vaivaton ratkaisusi on.

Mutta kuinka selvä asia on asiakkaalle siinä vaiheessa, kun toimitus lähenee ja hän alkaa jännittämään toimituksen onnistumista?

Hän alkaa pohtia mielessään, mitä hänen pitikään tehdä.

“Tarviikohan ne muuten sähköä?”

“Mitähän minun pitikään itse muistaa?”

“Pitiköhän terassikalusteet olla siivottuna pois?”

“Tarvitseeko meidän olla paikalla?”

Jos asiakkaasi on epätietoinen, hän useimmiten tarttuu puhelimeen ja selvittää asian soittamalla myyjälle, työnjohtajalle tai asiakaspalveluun. Työnjohtajat ja myyjät selittävät nämä asiat puhelimesta asiakkaalle kerta toisensa jälkeen. Puheluita saattaa tulla vuodessa satoja tai tuhansia.

Poistamalla asiakkaiden epätietoisuuden ennakoita poistat samalla monta turhaa puhelua yrityksesi henkilöstöltä.

Viestissä voit kertoa yksityiskohtaisesti, mitkä toimituksen aikaiset askelmerkit ovat.

Miten toimitus lähtee liikkeelle. Mitä ensimmäisen päivän aikana tapahtuu. Mistä asioista asiakkaan on hyvä huomauttaa, jos huomautettavaa on. Milloin on oikea aika ottaa yhteyttä työnjohtajaan ja niin edelleen.

Mitä paremmin asiakkaasi ovat kartalla toimitusvaiheen tapahtumista, sitä vähemmän he hermoilevat tai stressaavat asioista turhaan. Se näkyy myös asiakkaiden parempana suhtautumisena työn suorittajia kohtaan.

Tästä viestistäsi asiakkaalle saattaa tulla pitkä, ja se sisältää paljon asiaa. Siksi on tärkeää varmistaa, että se on varmasti niin helposti luettavaa, että asiakas jaksaa lukea sen läpi laiskassakin mielentilassa.

Esimerkkiviesti

Otsikko: *Kohta pääsemme hommiin*

Mikko!

Aurinkopaneeliesi toimitus lähestyy.

Tulemme aloittamaan paneelien asennuksen maanantaina 20.8.20xx kello 08.00.

On toivottavaa, että olette paikalla asennustyön alkaessa. Mikäli olette estyneitä, ilmoitattehan siitä vastaamalla tähän viestiin.

Työmaan arvioitu kesto on 3 päivää.

Tässä muutama tärkeä asia toimitukseen liittyen.

- *Työ suoritetaan x vaiheessa. Jos haluatte seurata työn etenemistä, voitte sopia asentajiemme kanssa, missä kohdin voitte tehdä välitarkastuksen työmaalla. Näin varmistamme, että asentajamme voivat keskittyä työhönsä ilman häiriötä, ja lopputulos on teidän kannaltanne varmasti paras mahdollinen.*

- *Asentajamme aloittavat työt klo 07.30, elleivät he sovi kanssanne muuta.*

- *Jos työmaalla on jotakin huomautettavaa, huomauttakaa asiasta ensisijaisesti asentajia. Mikäli tarvitsette työnjohdon apua, olemme aina valmiita auttamaan teitä. Lupaamme tehdä parhaamme, jotta tämä remontti täyttää kaikki odotukset. Odotamme innolla, että pääsemme auttamaan teitä olemaan tulevaisuudessa yksi Suomen omavaraisia kotitalouksia.*

Terveisin, Niina

Vaikka tämä esimerkki onkin remonttiyrityksen näkökulmasta, voit muokata siitä helposti omanlaisesi.

Jos olet hammaslääkäri, voit kertoa saapumisohjeet lääkäriasemallesi, sekä muutamia asioita, joilla rohkaiset mahdollisesti pelkääviä asiakkaitasi kertomaan toiveista tai peloista, sen sijasta että he vain istuvat tärisevässä hammaslääkärin tuoliin.

Onko sellainen viesti turha vakioasiakkaillesi? Ehkä. Tuskin hekään silti paheksuvat sitä, että näytät selvästi välittävän ja huolehtivan heistä.

5. “Olisinko saanut tämän halvemmalla muualta?”

Jos toimitusvaihe sujuu kannaltasi hyvin ja kitkattomasti, saat homman hoidettua nopeasti.

Valtaosa asiakkaistasi on siihen tyytyväisiä, ja maksavat laskun mielellään.

Valitettavasti onnistunut suoritus ei kuitenkaan joka kerta ole asiakkaan mieleen. Joskus meidän ihmisten kommunismiin taipuvainen mielemme alkaa pohtia, pääsitkö yrittäjänä liian helpolla.

“Maksoinko liikaa?”

“Ärsyttää, että noillehan jäi tästä yli sataviisikymppiä tunnilta, kun tekivät niin nopeasti.”

“Olisinko lopulta saanut itse tehtyä koko remontin, kun eipä tuo kovin monimutkaiselta edes näyttänyt?”

Koska joka tapauksessa lähetät asiakkaallesi työstäsi laskun, sinulla on jälleen kerran mahdollisuus tehdä asiakkaaseesi vaikutus. Kiitä häntä hyvästä yhteistyöstä, ja viisaasta valinnasta, jonka avulla asiakkaasi [KUIVAILE TUOTTEESI HYÖDYT].

Vahvista asiakastasi siitä, että hänen tekemänsä **investoinnin arvo hänelle itselleen on suurempi kuin hänen maksamansa lasku.**

Jos myyt maalausta, sano asiakkaallesi, että hänen fiksun investointinsa myötä hän saa nyt nauttia kauniista talostaan. Jos laitat loppulaskun asiakkaan 24 000 euroa maksavista nettisivuista, kertaa viestissä asiakkaan saamat hyödyt.

Esimerkkiviesti

Otsikko: Kiitos vielä kerran (tässä viestissä myös laskusi)

Moi Pekka.

Kiitos vielä kerran, että luotit meihin projektisi toteuttajana.

Nettisivuprojekti oli kanssanne erittäin mukava projekti.

Fiksu ajattelumallinne tehdä sivut kerralla kunnolla säästää teidät monelta turhalta murheelta myöhemmin.

Ja kun uudet nettisivut alkavat nyt tuottaa teille aikaisempaa enemmän uusia asiakasehdokkaita, investointinne maksaa itsensä nopeasti itsensä takaisin.

Mikäli teillä herää jotakin kysyttävää laskuun liittyen, voitte vastata tähän viestiin, tai soittaa numeroon xxx xxxx xxx.

Ystävällisin terveisin,

Mikko

Yritykset toki lähettävät nykyään laskun verkkolaskuna. Mutta mikäpä estäisi lähettämästä tällaista mukavaa viestiä asiakkaalle sähköpostilla?

6. Viesti, jota tuskin kukaan kilpailijasi lähettää

Olet varmasti saanut verkkokaupalta pyynnön arvostella tilaamasi tuote, mutta oletko koskaan saanut palveluyritykseltä viestiä, jossa varmistetaan, että tilaamasi tuote on täyttänyt odotuksesi?

Jos ostaisit kotiisi uuden ilmalämpöpumpun, olisitko pahoillasi viestistä, jossa kysyttäisiin, onko kaikki kunnossa myös kuukausi tai vaikkapa vuosi asennustyön jälkeen?

Tällainen viesti osoittaa, että arvostat asiakastasi. Samalla se avaa pohjan seuraaville viesteille, jotka taas avaavat latua viesteille, joilla voit myydä asiakkaillesi myöhemmin uudestaan.

Ja vaikka et tällaisessa viestissä edes yritä vielä myydä mitään, moni asiakas saattaa kertoa jo seuraavasta tarpeestaan, tai kenties tutustaan, joka olisi myös halukas ostamaan sinulta.

Lyhyt ja ytimekäs varmistus riittää.

Esimerkkiviesti

Otsikko: *Toimiihan ilmalämpöpumppusi?*

Moi Riitta!

*Ilmalämpöpumpun asennuksestasi on nyt 4 viikkoa aikaa.
(Ilmalämpöpumpun asennuksesta on kulunut nyt jo hyvän aikaa*)*

Siksi päätin lähettää sinulle viestin, ja varmistaa, että toimiihan kaikki kuten pitää?

Mikäli pumpussa on jotakin häiriötä, tai sinulla on mitä tahansa kysyttävää sen toimintaan liittyen, vastaa tähän viestiin tai soita asiakaspalveluumme xxx - xxxx xxx.

Autamme sinua mielellämme kaikissa kysymyksissäsi.

Terveisin,

Kaisa

** Jos viestin lähettäminen automaattisesti ei onnistu, käytä tätä aikamäärettä.*

Automatisoi viestit

Viestinnän onnistumisen kannalta yksi keskeisimpiä asioita on, että **saat oikean ihmisen lukemaan oikean viestin oikeaan aikaan.**

Jos asiakkaita on 1 000 vuodessa, pelkästään nämä 6 viestiä lähtisivät asiakkaille yhteensä 6 000 kertaa.

Mitä enemmän asiakkaita, sitä suurempi hyöty viestien automatisoinnista.

Voi olla, että osa viesteistä on mahdoton automatisoida. Jos urakka myydään alkamaan ylihuomenna, koko viestisarjan survominen asiakkaan sähköpostiin ei ole järkevää.

Joudut siis pohtimaan, miten viestisarjan lähettäminen asiakkaalle voidaan helposti ohittaa kokonaan joissakin tilanteissa.

Koko viestisarjan automatisointi riippuu toiminnanohjausjärjestelmän valinnasta sekä myynti- ja asennusprossistasi.

Joka tapauksessa ainakin viestit 1, 5 ja 6 on helppo automatisoida.

Tarjouspyyntöön eli viestiin nro 1 vastaamiseen tarvitset vain sähköpostiohjelmiston, sekä integrointityökalun - kuten Zapierin. Kun tarjouspyyntö tulee nettisivuiltasi, tarjouspyyntölomakkeesta saat lähtemään Zapierille tiedon, joka taas välittää sen eteenpäin

sähköpostiohjelmistollesi. Sähköpostiohjelmistosi taas lähettää viestin automaattisesti asiakkaallesi.

(Jos tarvitset apua automaattisen vastauksen kanssa tarjouspyyntöön, lähetä minulle viestiä, niin hoidetaan homma kuntoon)

Koska lähetät laskun joka tapauksessa, viestin kirjoittaminen tai kopioiminen ja liittäminen laskun yhteyteen on joka tapauksessa helppoa.

Huolenpitoviesti eli viesti nro 6 pitäisi olla helposti ajastettavissa toiminnanohjausjärjestelmästä riippuen esimerkiksi 4 viikkoa urakan valmistumisen jälkeen. Jos järjestelmä ei vielä taivu viestin lähettämiseen, voit lähettää viestin kootusti asiakkaille vaikkapa kerran kuukaudessa. Tällöin osa saa viestin 4 viikon jälkeen asennuksesta, osa 8 viikon jälkeen. Tekstiin voi muokata helposti aikamäärään liukuvaksi, jotta viesti näyttää henkilökohtaiselta, mutta on kuitenkin riittävän tarkka aikamäärältään.

Mitä seuraavaksi?

Kun työskentelin aikanaan Sorcolorin markkinointijohtajana, testasin innokkaana kaikenlaista.

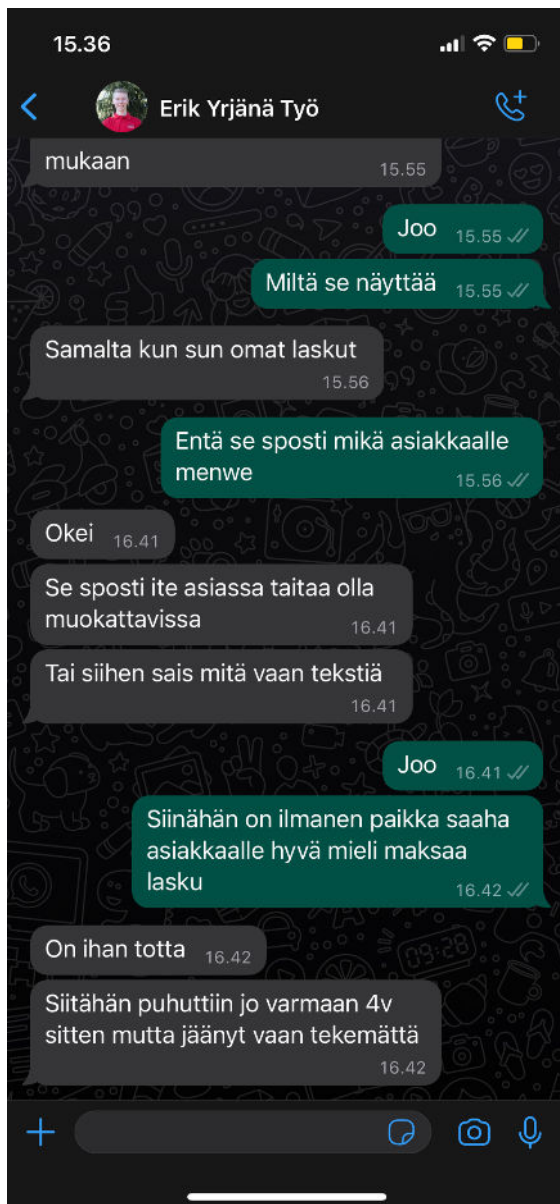
Kun sain uuden idean, se oli usein nopeasti testattu. Kun näen vanhoja tuotoksiani, osa niistä huvittaa minua.

Mutta kun katson aikaa taaksepäin, juuri innostukseni oli supervoimani, jonka avulla vein omalta osaltani maalausliikettämme yhdeksi Suomen suurimmista toimijoista.

Jos suljet nyt tämän kirjan, etkä lähde viemään oppeja käytäntöön nyt heti, todennäköisesti et mitenkään maagisesti innostu tekemään niin vuoden, kahden tai kolmen päästäkään.

Suunnittelimme aikanaan Sorcolorilla viestiä asiakkaalle laskun yhteyteen. En muista, miksi homma ei koskaan tullut hoidettua loppuun asti.

Joka tapauksessa työ on yhä tekemättä, vielä neljän vuoden jälkeenkin, kuten alla olevasta Whatsapp-keskustelusta selviää.



Kuva on laitettu Erikin luvalla esimerkiksi havainnollistamaan sitä, miksi toimiminen heti on yleensä melko tärkeää.

Sinä aikana olet vain kärsinyt samasta viestintäongelmien aiheuttamasta stressistä kuin aina ennenkin, eikä myyntisi jo ostaneille asiakkaillekaan ole muuttunut muuksi.

Pahimmillaan joku kilpailijasi on hoitanut homman, ja juoksee jo sinua karkuun.

Siksi ehdotan sinulle, että raivaat kalenteristasi tilaa seuraavalle kuukaudelle, ja teet palveluksen itsellesi, henkilöstöllesi ja asiakkaillesi ja hoitamalla tämän asian kuntoon.

Jos tarvitset apuani viestien suunnittelussa ja kirjoittamisessa, saat tämän työkirjan tilaajana henkilökohtaista apuani erikoishintaan rajoitetun ajan.

[Tsekkaa lisää täältä.](#)

Kiitos, kun luit tämän työkirjan!

Terveisin,

Miika Soronen

Ps. Jos tarvitset apuani, voit soittaa minulle numerooni 050 367 6580 tai lähettää sähköpostia miika@miikasoronen.fi