



# Oivalluskysymykset lähiluomuyrittäjälle

## 1. Perustiedot (lyhyesti ja ytimekkäästi)

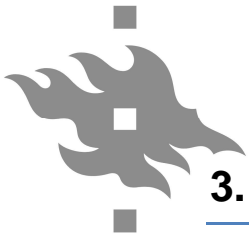
---

- Mitä yritys myy?
- Mikä on pääkohderyhmä? Kenelle myydään?
- Miten myynti tapahtuu?
- Mikä on yrityksen liikevaihto ja miten se on kehittynyt?
- Mikä on yrityksen tarina?
- Miksi yritys on olemassa?
- Mikä on liikeidea?
- Mitä arvoja yrityksellä on?
- Ketkä ovat yhteistyökumppaneita?
- Miten yritys on verkostoitunut?
- Minkälainen yrittäjä/yritys haluatte olla? Mikä on tärkeätä ja miksi?

## 2. Markkinatilanne

---

- Mitkä ovat toimialan kehitysnäkymät?
- Ketkä ovat tärkeimmät kilpailijat?
- Millainen kilpailutilanne alalla vallitsee?
- Missä yritys on vahva, entä heikko?
- Mitä mahdollisuuksia on nähtävissä?
- Mitä uhkia on nähtävissä?
- Mitä muutoksia alalla on tapahtunut viime aikoina?
- Onko viitteitä alkavista uusista trendeistä (uusista, outoista asioista)?



### 3. Tavoitteet:

---

Mitä määrällisiä tavoitteita yrityksellä on?

Mitä laadullisia tavoitteita?

Mitä määrällisiä tai laadullisia tavoitteita on asiakassuhteissa?

Mitkä ovat tavoitteiden mittarit? Mistä tiedät onnistuneesi?

### 4. Tuotteet ja tuotteistus:

---

Mitä tuotteita yritys myy? Milloin?

Mitä asiakas ostaa? Mistä tuote muodostuu?

Mitä hyötyä tuotteesta on? Miksi asiakkaan kannattaa olla kiinnostunut?

Minkä ongelman tuote/palvelu ratkaisee?

Miten tuote tunnetasolla koskettaa asiakasta?

Miksi tuote on olemassa?

Mikä merkitys tuotteella on asiakkaalle?

Mikä on tuotteen tarina?

Onko tuotekuvaus selkeä ja hyvin kiteytetty?

Onko tuotteen nimi osuva?

Mikä on tuotteen tarina?

Mitä on laatu asiakkaalle?

Mitkä tuotteet myyvät parhaiten?

Onko jollain tuotteella myynnissä ongelmia?

Pitääkö tuotteita muuttaa jotenkin?

Pitääkö tuotevalikoimaa lisätä tai karsia?

Millä tavalla tuotteet poikkeavat kilpailijoiden tuotteista?

Onko kilpailijan tuotteissa sellaisia ominaisuuksia tai asioita josta olisi etua oman tuotteen markkinoinnissa?

Mitä asiakaspalautetta on saatu tuotteista?

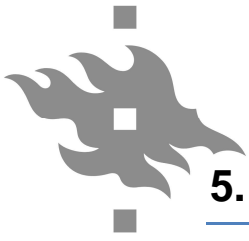
Miten asiakastarpeita ja toiveita kartoitetaan?

Onko alalle tullut jotain uutta viime aikoina?

Onko jotain hiljaisia signaaleja muutoksesta?

Mikä on ollut kaikkien aikojen paras tuote? Miksi?

Onko tehty/ajateltu tuoteperheen laajentamista?



## 5. Asiakkaat:

---

Ketkä ovat yrityksen asiakkaita?

Miten hyvin asiakaspalvelun perusasiat on hoidettu (palvelu puhelimesta tai myyntitilanteessa, toimitusajat, laskutus)?

Ovatko asiakkaat tyytyväisiä, palaavatko he asiakkaiksi? Suosittelevatko he meitä?

Kerätäänkö tietoa ja mitataan asiakastyytyväisyyttä?

Onko asiakasrekisteriä tai tarvetta sille?

Miten suuri asiakasrekisteri on, miten se on kehittynyt?

Miten asiakkaat on ryhmitelty?

Ketkä ovat parhaimpia asiakkaita?

Miten eri kohderyhmiä on hoidettu?

Miten hoidetaan parhaimpia asiakkaita?

Ketkä ovat potentiaalisia asiakkaita?

Miten hankitaan uusia asiakkaita?

Onko yrityksellä kanta-asiakasohjelma?

Onko asiakkaina kannattamattomia asiakkaita?

Onko kohderyhmä sopivan kokoinen ja laatuinen?

## 6. Hinta:

---

Miten tuotteet on hinnoiteltu?

Mikä on hinta/laatu suhde?

Miten kilpailijoiden tuotteet on hinnoiteltu?

Miten ja milloin alennuksia käytetään?

Käytetäänkö kylkiäisiä tai tuotepaketteja?

Mitä keinoja käytetään, jotta keskiostos saadaan nousemaan?

Mikä olisi optimihinta ja pakkauskoko tässä markkinatilanteessa?

Onko hinnoittelu kohderyhmittäin?

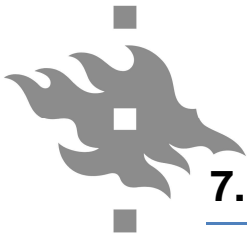
Mitä tiedetään hinnan muutoksen vaikutuksesta myyntiin?

Voiko tuotteeseen kehittää lisäarvoa ja hinnoitella tuote korkeammalla hinnalla?

Voiko tuotteen sisältöä tai ominaisuuksia karsia ja tehdä joistain tuotteista edullisempia?

Onko kuluttaja valmis maksamaan kaikista tuotteen yksityiskohdista?

Pystytäänkö jostain tuotteesta tekemään minituote, jonka ostokynnys on matala?



## 7. Jakelu:

---

- Onko ostaminen helppoa? Onko tuote helposti saatavilla?
- Mitä kautta tuotteet myydään eri kohderyhmille?
- Toimiiko jakelu hyvin?
- Mikä on laatutaso?
- Ovatko asiakkaat tyytyväisiä? Osataanko vastata kysymyksiin ja palvellaanko riittäväällä aikataululla?
- Missä jakelukanavassa on paras kate?
- Mitä muutoksia jakelukanavissa on tapahtunut?
- Onko mahdollisuuksia säästää jakelukustannuksissa? Miten?
- Miten toimintaa voisi tehostaa?
- Mitä yhteistyökumppaneita on jakelussa?
- Ketkä olisivat mahdollisia uusia yhteistyökumppaneita?

## 8. Markkinointiviestintä:

---

- Mikä on yrityksen ydinviesti (lupaus)?
- Mikä vaikutus halutaan saada aikaiseksi ja kenelle?
- Mitä tavoitteita markkinointiviestinnällä on?

Tiedottaa:

- Lisätä tunnettuutta
- Vaikuttaa tuotteen laatumielikuvaan
- Tiedottaa tuotteesta tai uudesta asiasta

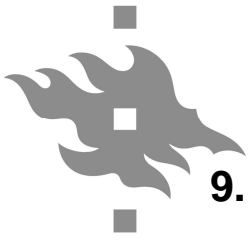
Suostutella:

- Vaikuttaa mielikuvaan
- Luoda tunnesidettä brändin ja kohderyhmän välille
- Luoda tuoteuskollisuutta "oma tuote"

Saada aikaiseksi toimintaa:

- Saada ihmiset kokeilemaan tuotetta
- Vaikuttaa käyttökollisuuteen
- Saada ihmiset suosittelemaan tuotetta

- Mikä on verkkosivun päätavoite?
- Ovatko tuotteiden nimet ja kuvaukset ajan tasalla ja tehokkaita?
- Onko yrityksen tarina vetävä?
- Mitkä ovat ainutlaatuiset myyntiväittämät?
- Miksi ostaisin (10 hyvää syytä)?
- Teettekö viestintää ajankohtaisia tapahtumista?
- Mitä palautetta olette saaneet asiakkailta markkinoinnista?



## 9. Tuotteiden esittely, mainonta ja menekinedistäminen (promootio):

---

- Mitä markkinointiviestintää ja mainontaa yritys tekee ?
- Mitä myyntityötä yritys tekee?
- Mitä keinoja yritys käyttää menekinedistämässä?
- Mitä viestintätoimenpiteitä on tehty?
- Onko joitain kampanjoita /tuotteita jotka ovat toimineet hyvin aikaisemmin?
- Mitkä ovat kaikkien aikojen parhaimmat onnistumiset ja miksi?
- Onko tehty toimenpiteitä, joiden tavoitteena on ollut ratkaista:
  - Miten saada uusia asiakkaita?
  - Miten saat kuluttajat kokeilemaan tuotetta?
  - Miten lisätä tuoteuskollisuutta?
  - Miten lisätä tuotteen käyttöä?
  - Miten nopeuttaa ostopäätöstä?
  - Miten saada aikaan heräteostoksia?
- Mitä voidaan tehdä juuri nyt?
- Mitä voitaisiin tehdä jos resurssit eivät rajoittaisi?
- Miten yritys toimii sosiaalisessa mediassa?

## 10. Strategiset kysymykset:

---

- Mitä asiakasryhmiä palvelemme?
- Mitä asiakaskohderyhmiä haluamme palvella ensisijaisesti ja mistä saamme parhaimman katteen?
- Miten pystymme palvelemaan asiakkaitamme parhaalla mahdollisella tavalla?
- Mitä osaamme, missä olemme hyviä? Mikä innostaa meitä?
- Mikä toimii hyvin markkinoinnissa?
- Mikä ei toimi markkinoinnissa? Miksi?
- Mitä vahvistamme? Missä tarvitaan tietoa, taitoa, panostuksia?
- Mistä voisimme luopua?
- Mikä ei toimi? Mikä on ongelman takana? Mitä voimme tehdä toisin?
- Mitä tiedämme? Mitä pitää selvittää?
- Mitä mahdollisuuksia on nähtävissä?
- Mitä uhkia?
- Mikä on markkinoinnin haaste?

## 11. Markkinoinnin suunnittelu /strategia

---



Varataanko markkinoinnin ja viestinnän suunnitteluun aikaa ja rahaa?  
Mitä markkinointitoimenpiteitä on tehty ja suunnitteilla?  
Tekeekö yritys markkinoinnin vuosisuunnitelman?  
Kuka tekee yrityksen mainonnan ja hoitaa markkinoinnin?  
Teettekö yhteistyötä muiden alan toimijoiden kanssa (yhteiskampanjointi)?  
Mitä verkostoja myynnissä ja markkinoinnissa teillä on?  
Teettekö yhteistyötä muiden yritysten kanssa? Mitä uusia mahdollisuuksia?  
Miten paljon rahaa markkinointiin on käytettävissä?  
Mitä budjetoidulla rahasummalla on saatava aikaiseksi?  
Mitä tavoitteita yrityksellä on sosiaalisessa mediassa?

## 12. Unelma ja visio

---

Minkälaisena näet toimintaympäristön tulevaisuudessa?  
Mitkä on yrityksesi unelma tulevaisuudessa?  
Mitkä asiat ovat tärkeitä? Miksi?  
Mitkä asiat innostavat? Missä olette hyviä? Mihin haluatte panostaa?  
Mitkä asiat vievät kohti unelmaa?  
Mikä on seuraava askel jonka otatte?  
Mitä täytyy tapahtua, että unelma toteutuu?

## 13. Toimintasuunnitelma NYT

---

Mikä on markkinoinnin haaste juuri nyt?  
Mihin asiaan halutaan ratkaisu ensimmäiseksi?  
Mikä on tavoite juuri nyt?  
Mitä mahdollisuutta lähdetään nyt kartoittamaan ja kehittämään?  
Mitä, kuka ja milloin tehdään tavoitteen saavuttamiseksi?