



Lean-myyntin kojelauta ja Pipedrive nostavat asiakkuudenhallinnan hyödyt uudelle tasolle

10.2.2022 08:02:00 EET | [BusinessRakentamo](#)

Jaa

UltraLeanBusiness Oy:n toimitusjohtaja, kouluttaja ja kirjailija Antti Leijala on erikoistunut työssään asiakkaidensa myynnin kasvattamiseen ostokäyttäytymisen tehokkaalla analysoinnilla. Toiminnan ytimessä on Lean-ajattelutavan oppien hyödyntäminen myyntiprosessien kehittämisen tukena. Käytäntö on osoittanut, että taklaamalla myyntiprosessien tyypillisiä valuvikoja, voidaan pienillä parannuksilla tarjousten voittoprosenteissa saavuttaa kymmenien prosenttien kasvua myynnissä. Leijala haluaakin herättää aiheesta keskustelua, jotta yhä useampi pienyritys ymmärtää sopivien työkalujen ja oikean ajattelutavan merkityksen: kun mittarit ja työkalut yhdistetään analyttisen ajatteluun ja jatkuvaan oppimiseen, voidaan yritys ohjata uudentlaiselle kasvu-uralle. Oppimisen nopeus onkin B2B-yritysten ainoa pysyvä kilpailuetu ostokäyttäytymisen ja markkinoiden muuttuessa – nyt ja tulevaisuudessa.



Antti Leijala on kehittänyt B2B-myyntin johtamiseen uudenlaisen mallin – Internet of Competition – jonka keskiössä ovat tekoälyn ja tiedolla johtamisen tarjoamat mahdollisuudet. Kuva: Sanna Nuutinen / FotoBakery Oy

Internet of Competition – jatkuva oppiminen sulkee kehän

Myyntiprosessien jatkuva kehittäminen edellyttää myynnin tehokkuuden perusteellista arviointia. Kun nämä opit viedään käytäntöön järjestelmällisesti, parannetaan tarjousten voittoprosenttia. **Antti Leijala** on kehittänyt B2B-myyntin johtamiseen uudenlaisen mallin – Internet of Competition – jonka keskiössä ovat tekoälyn ja tiedolla johtamisen tarjoamat mahdollisuudet.

Malli ammentaa oppeja mm. kuuden sigman laatujohtamisen työkalusta, perinteisen markkinointimixin ja arvoperusteisen myynnin kehittämisestä sekä asiakaskokemuksen parantamisesta myyntiprosessin eri vaiheissa.

"Kaikki suuryritykset maailmassa käyttävät Lean-menetelmiä tuotanto- ja palveluprosessien tehostamiseen. Miksi kukaan ei käytä niitä myyntiprosessin tehostamiseen? Myyntiprosessit ovat kuitenkin usein "tehokkuuden irvikuva", ja marginaalinen 1 % parannus voittoprosenttiin tuo huikean kasvun myyntiin", pohtii UltraLeanBusiness Oy:n toimitusjohtaja Antti Leijala.

Ultra Lean Sales kojelauta ja Pipedrive – laadukkaat työkalut pienyrittäjän kasvun tueksi

Leijalan kehittämä Lean-myyntin kojelauta auttaa yritykset alkuun uusien toimintatapojen omaksumisessa, tarjoamalla reaaliaikaista kilpailukykytietoa. Kojelaudasta yritys havaitsee mm. vahvuuksiaan ja heikkouksiaan, jotka vaikuttavat tarjousten voittoon tai häviöön eri kohderyhmien kohdalla.

Myyntiprosessia kehitettäessä myös asiakkuudenhallintajärjestelmä (CRM) on tärkeä työkalu, joka kuitenkin usein mielletään isojen yritysten etuoikeudeksi. Leijala haastaa näitä ennakkoluuloja ja onkin saavuttanut asiakkaidensa keskuudessa hyviä tuloksia mm. Pipedrive CRM-järjestelmän avulla, joka on edullinen ja helppo ottaa käyttöön myös pienyritykselle. Tavallisesti CRM-järjestelmää hyödynnetään yrityksissä asiakastiedon ja -viestinnän hallintaan sekä myyntitiimien tulosten raportointiin, mutta Lean-myyntin kojelauta nostaa CRM:n hyödyt seuraavalle tasolle. Sen avulla myyjät saavat konkreettista apua tarjousten voittoprosentin kasvattamiseen ja ostokäyttäytymisen analysointiin.

"Juuri nyt otamme ensimmäisiä askeleita massatiedon hyödyntämiseen tarjousten voittoprosentin parantamisessa. Ymmärtämällä tarjousten voittamisen ja häviämisen juurisyyt, myynti oppii painottamaan voittamisen kannalta oikeita asioita tulevissa tarjouksissa. Ostokäyttäytyminen on rajussa muutoksessa ja tulevaisuuden voittajia ovat ne, jotka oppivat nopeasti ja ovat myös valmiita hyödyntämään oppejaan nopeasti", korostaa Leijala.

Lisätietoja:

Antti Leijala, toimitusjohtaja, antti.leijala@ultraleanbusiness.com, p. +358 (0)40 039 8985

Lean-myyntin kojelauta: Kehitä myyntiprosessia - Antti Leijala [Siirry videokanavalle](#)