

# Actional Kasvustrategia



Yritysten haasteena on uusi liiketoimintaympäristö.

Kun myynti kasvoi 90-luvulla tavallisesti vuositasolla 20%, tänään teknologian ja palvelujen myynti edellyttää uutta myynnin ja liiketoiminnan kehittämisen näkökulmaa.

Tarvitaan integroitu toimintatapa johdattelemaan myynti, kumppanuusasiat, markkinointi ja strategia yhtenäiseksi ulospäin suuntautuneeksi myyntiohjelmaksi

Vaikka monet sanovat, että heillä on organisoitu myyntiohjelma, olen havainnut, että usein kyse on vain sanallisesta sitoutumisesta. Monessa tapauksessa myynti ja myynnin kehityksestä vastaavat eivät ole saaneet työkaluja onnistuakseen työssään.

Myynti ja myynnin tukitoimintojen kuten markkinoinnin, strategian ja kumppanuuksien vastuuhenkilöt toimivat omin nokkineen vaikka yritystä onkin toimia tiiminä. Onko sinulla yrityksessäsi joitakin näistä haasteista?

Yrityksissä työskennellessäni olen useaan otteeseen urani aikana oppinut miten tärkeää osastojen välinen saumaton yhteistyö on onnistuneelle myynnille.

Kehittämäni menetelmän avulla saat testattuja keinoja kääntää neljä toimintoa (myynti, markkinointi, strategia, kumppanuudet) ulospäin suuntautuneeksi myyntitoiminnoksi teknologiaa ja palveluja tarjoavaan yritykseen. Menetelmä on erityisesti suunnattu toimitusjohtajille ja myynnin

johdolle, jotka haluavat nostaa yrityksen tulovirtaa.

Menetelmä on suunniteltu yrityksille uusien myyntialueiden, uusien tuotteiden ja palvelujen käyttöönottoon myynnin lisäämiseksi.

Tämän päivän tilanteessa myynnin johtaminen on tullut monimutkaisemmaksi ja hienostuneemmaksi toiminnoksi yhteisesti myynnin, markkinoinnin, strategian ja kumppanuuksien alueella. Tarvitaan ennakkoon suunniteltu toimitatapa nostamaan tulovirtaa.

Jos olet varma, ettei ennakkoon mietittyä suunnitelmaa tarvita, tai haluat että jokainen toimii erikseen, tämä ohjelma ei ole sinulle.

Tärkeintä teknologian ja palvelujen myynnissä EI OLE OLLA ENSIMMÄINEN markkinoilla.

Tärkeintä on LISÄÄNTYVÄ MYyntI.

Market Gap Analysis			
Määrittää yrityksen lähtötilanteen, tavoitteet, vaatimukset ja analysoitavan markkinan. Dokumentoi onnistumiseen tarvittavat liiketoimintakriteerit.			
Markkinointi	Strategia	Myynti	Strategiset kumppanuudet
Tavoite: Löytää uusia markkinoita kannattavalle liiketoiminnalle	Tavoite: Kehittää, määrittää ja dokumentoida liiketoiminnan keinot, joilla lisätään liikevaihtoa.	Tavoite: Lisätä liikevaihtoa kannattavasti	Tavoite: Kehittää kumppanuuksia, jotka luovat uusia liiketoimintamahdollisuuksia.
Tunnistaa, kehittää ja ottaa käyttöön ohjelmia, jotka tuottavat mitattavia myyntimahdollisuuksia liikevaihdon nostamiseen.	Strategia koostuu tavoitteista, markkinasta, kilpailijoista, asemoinnista suhteessa kilpailijoihin, taloudellisista tekijöistä.	Myyntipotentiaalinen määrittely, tavoitteiden asettanta ja myyntitoimenpiteet	Yrityksen sisäiset ja ulkoiset kumppanuus-kollektiivit
Business Development tuloskortti			
Tuloskortin luominen ryhmässä tapahtuvaa säännöllistä ja systemaattista seuranta ja ohjausta varten.			



Actional Oy on erikoistunut johtamisen yhteisten toimintasuunnitelmien kehittämiseen ja käyttöönottoon asiantuntijaorganisaatioissa: Strategia ja käyttöönotto | Teknologian myyntiprosessi | Business Development toiminta | Projektien johtaminen | Yrityksen suorituskyvyn kehittäminen | e-Business

Actional Oy  
Hepokalliontie 2  
00850 HELSINKI  
puh 040 - 550 9200  
fax 09 - 698 9223  
sähköposti heikki.luoma@actional.fi  
internet: <http://www.actional.fi>