



LAATUA RAAKA-AINEIDEN JALOSTAMISEEN Elintarvike- ja poroalan koulutushanke

PORONLIHAN SUORAMYYNNTIKOULUTUS

Erkki Viero





PORONLIHAN SUORAMYYNNTIKOULUTUKSEN TAVOITTEET

- ❖ Asiakaspalvelun ja markkinoinnin merkityksen ymmärtäminen
- ❖ Selvittää suoramyynninä myytävän tarkastetun ja tarkastamattoman lihan myyntiin liittyvän lainsäädännön määräykset



PORONLIHAN SUORAMYYNNTIKOULUTUKSEN TAVOITTEET

- ❖ Opettaa kustannusvastaavaa, asiakaslähtöistä hinnoittelua
- ❖ Nostaa tarkastetun lihan osuutta suoramyyntissä



KURSSIN JÄLKEEN

- ❖ Henkilöllä on valmiudet toimia kannattavasti poronlihan myyjän
 - Itsenäisesti tai yhteistyössä muiden suoramyymyjien kanssa



PORONLIHAN SUORAMYYNNTIKOULUTUKSEN SISÄLTÖ

- ❖ Asiakaspalvelun perustiedot, asiakastyypin tunnistaminen, kanta-asiakkuuden merkitys
- ❖ Markkinoinnin merkityksen ymmärtäminen, käytännön markkinointiohjeet
- ❖ Tarkastamattoman ja tarkastetun lihan myyntikanavat/lainsäädäntö



PORONLIHAN SUORAMYYNTEIKOULUTUKSEN SISÄLTÖ

- ❖ Hinnoittelun perusteet, kustannusten huomioiminen hinnoittelussa, erilaisten hinnoittelutapojen vaikutus saatuun tuottoon
- ❖ Markkinointikustannusten huomioiminen hinnoittelussa



PORONLIHAN SUORAMYYNNTIKOULUTUKSEN OHJELMA

1. PÄIVÄ

ASIAKASPALVELU

MARKKINOINTI

2. PÄIVÄ

HINNOITTELU



ASIAKAS ON YKKÖNEN



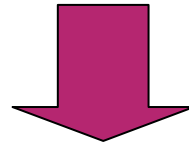
Ei asiakkaita - Ei liiketoimintaa

Liiketoiminnan perusta
tyytyväinen asiakas



ASIAKASPALVELU

Asiakaslähtöinen hyvin suunniteltu
toimintatapa



Edellytys kannattavalle liiketoiminnalle



HYVÄ ASIAKASPALVELIJA

Tiedot



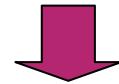
Oma yritys ja tuotteet
Toimiala
Kilpailijat
Asiakastuntemus
Yleistietous

Taidot



Neuvottelutaidot
Ihmissuhdetaidot
Tuloksentekeä taito
Tekniset taidot

Motivaatio



Asenteet
Tavoitteet
Fyysiset ja
Henkiset resurssit
Oman elämän
hallinta



HYVÄ PALVELU

- ❖ Asiakkaan odotukset täyttävää
- ❖ Mittarina asiakkaan mielikuva
- ❖ Saatavuus ja oston helppous
 - Milloin teet kaupan syksyn poroista
 - Myynti- ja varaustilanne
- ❖ Henkilöstön osaaminen ja motivaatio



KUUNTELU

- ❖ Ilmaise itsesi niin, että tulet ymmärretyksi
- ❖ Ota opiksi palautteesta
- ❖ Kuuntele asiakkaan toiveet
- ❖ Listaa asiat, joista voi tulla valituksia
 - Tee suunnitelma siitä, miten virheiltä vältytään ➡ Laadun parantaminen



VALITUKSET

- ❖ Välitön Anteeksipyyntö
- ❖ Kuuntele asiakkaan viesti loppuun asti
- ❖ Selvitä ongelma syy ja pyri löytämään asiakkaalle vastaus
- ❖ Negatiivinen palaute on uusi kehittymisen mahdollisuus



ONNISTUNUT KAUPPA

- ❖ Kohtaa asiakas yksilönä
- ❖ Kaupantekohetken oltava mieluisa kokemus
 - Tyytyväinen Asiakas
 - Onnistunut Myyjä



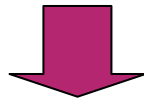
MITÄ ASIAKAS HALUAA?

❖ Lihan oikea käsittely

- Hygienia
- Paloittelu
- Pakkaaminen

❖ Varmista asiakkaan käyttötarve

- Ruhon osista saadun raaka-aineen käyttö ruoan valmistuksessa



Luettelo ruhonosien käsittelystä (liite)



ASIAKASHANKINTA

1. TARVE


Perustilanne muuttuu, lisää myytävää voitulla esim. onnistunut vasatuotanto, lisäkarjan hankkiminen

Halu harjoittaa suoramyyntiä itse – parempi tuotto



ASIAKASHANKINTA

2. TIEDOTTAMINEN

Myyjän saatava asiakkaalle
tietoisuus olemassaolostaan sekä
tarjoamastaan tuotteesta tai
palvelusta  MARKKINOINTI



ASIAKASHANKINTA

3. ENSIKOHTAAMINEN

- ❖ Hyvä ensivaikutelma pohja tulevalla yhteistyölle
- ❖ Taitava asiakaspalvelija on hyvä kilpailukeino



ASIAKASSUHDE

1.ASIAKASSUHTEEN YLLÄPITO

❖ Markkinointi

❖ Asiakkuuden seuranta

- asiakasrekisteri

❖ Kanta- ja avainasiakasedut

- kiinnostavat asiakkaita, arvostettuja
- sitouttavat
- rahaedut



2. ASIAKASSUHTEEN SEURANTA

- ❖ Asiakastyytyväisyys
= asiakkaan kokema laatu
- ❖ Asiakasuskollisuus
- ❖ Asiakassuhteen kannattavuus



KANTA-ASIAKKAAT

1. TUNNISTUS

- ❖ Helppo tunnistaa
- ❖ Jokaisesta uudesta asiakkaasta pyrittävä saamaan kanta-asiakas
 - jalostuslaitos, kuluttaja, kauppa, ravintola, laitoskeittiö



KANTA-ASIAKKAAT

2. VIESTINTÄ

- ❖ Viestinnällä suuri merkitys
- ❖ Säännöllinen yhteydenpito
- ❖ Useita kanavia rinnakkain



KANTA-ASIAKKAAT

3. KUSTANNUKSET

- ❖ Valmiiseen asiakaskenttään tarvitsee vähemmän panoksia kuin uusien asiakkaiden hankintaan
- ❖ Paras tuotto saavutetaan asiakassuhteen jatkumisella



KANTA-ASIAKKAAT

4.KANTA-ASIAKAS SUHTEEN YLLÄPITO

Tuotteen ja toiminnan korkea laatu

- ❖ Kanta-asiakas edut
- ❖ Vuoropuhelu
- ❖ Huomioi asiakkaan muuttuvat tarpeet



ASIAKASTYYPIT

- ❖ POTENTIAALINEN ASIAKAS
- ❖ SATUNNAISASIAKAS
- ❖ KANTA-ASIAKAS
 - Perusasiakkaat/avainasiakkaat
- ❖ ENTINEN ASIAKAS
 - Mikä katkaisi asiakassuhteen?
- ❖ SUOSITTELIJAT



ASIAKASREKISTERI

ASIAKASREKISTERI PITÄÄ SISÄLLÄÄN
MM.

- ❖ Henkilö- ja yhteystiedot
- ❖ Ostokäyttäytyminen
- ❖ Elämäntilanne
- ❖ Asiakaspalaute
- ❖ Markkinointitoimet



LAATUA RAAKA-AINEIDEN JALOSTAMISEEN

Elintarvike- ja poroalan koulutushanke

❖ Koulutusten internetsivut/materiaalit:

www.lao.fi/laatukoulutushanke

❖ Yhteystiedot

- Projektipäällikkö Seija Knuutila

Puh. 020 798 4168, seija.knuutila@lao.fi

- Projektisuunnittelija Henri Kitty

Puh. 020 798 4167, henri.kitti@paliskunnat.fi

