

Asiakashankinnan suunnittelu, hallinnointi ja optimointi läpi asiakaspolun



Visit Finland

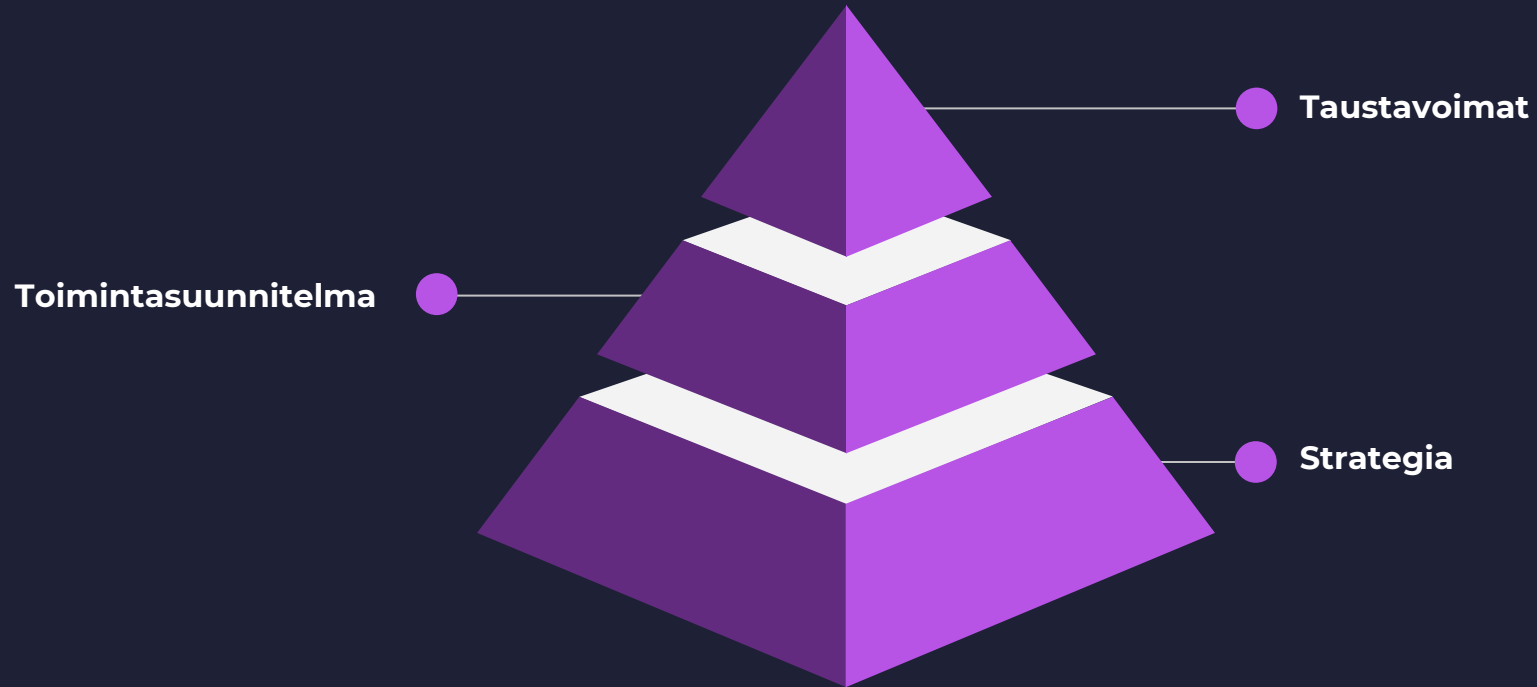
Joni Tillström, Costa Commerce, 26.9.2023

Työkalut asiakashankinnan suunnitteluun ja optimointiin

Miten luon vaikuttavan asiakashankinnan kokonaisuuden?



Asiakashankinta perusteista prosesseihin

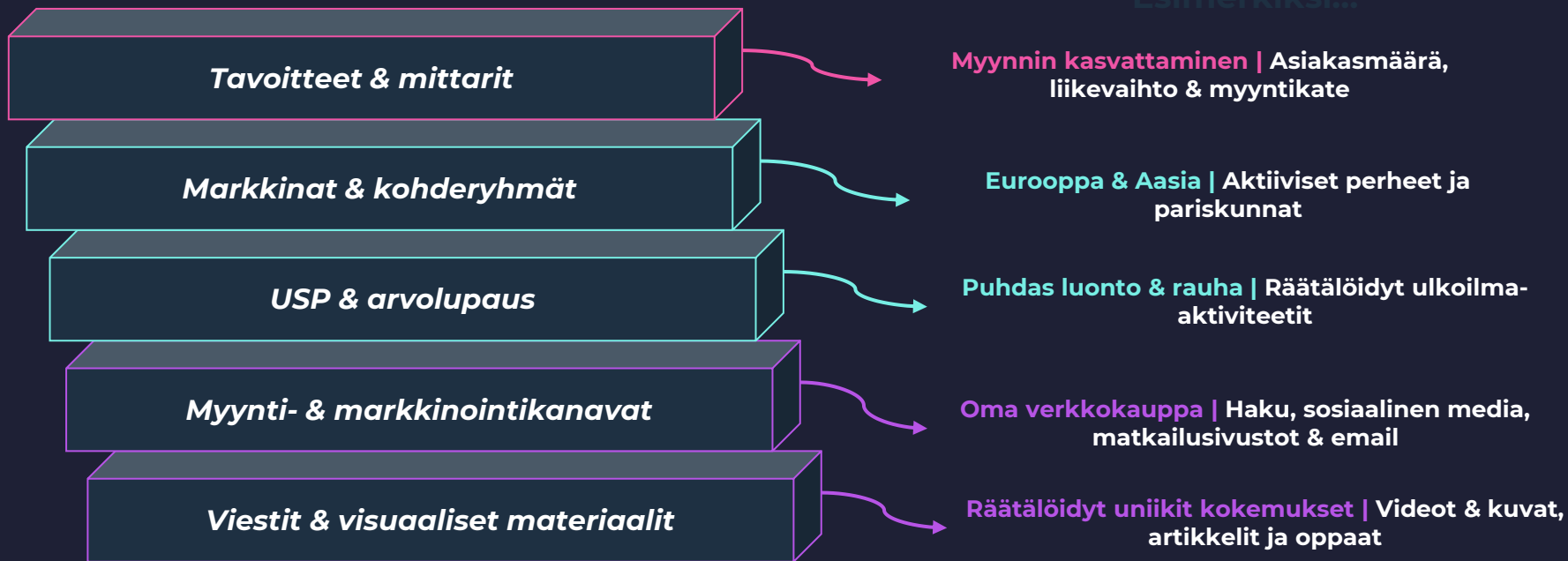


Asiakashankinnan strategia

**Lähdetään liikkeelle
perusteista.**



Strategia luo perustan toimintasuunnitelman konkreettisille toimenpiteille

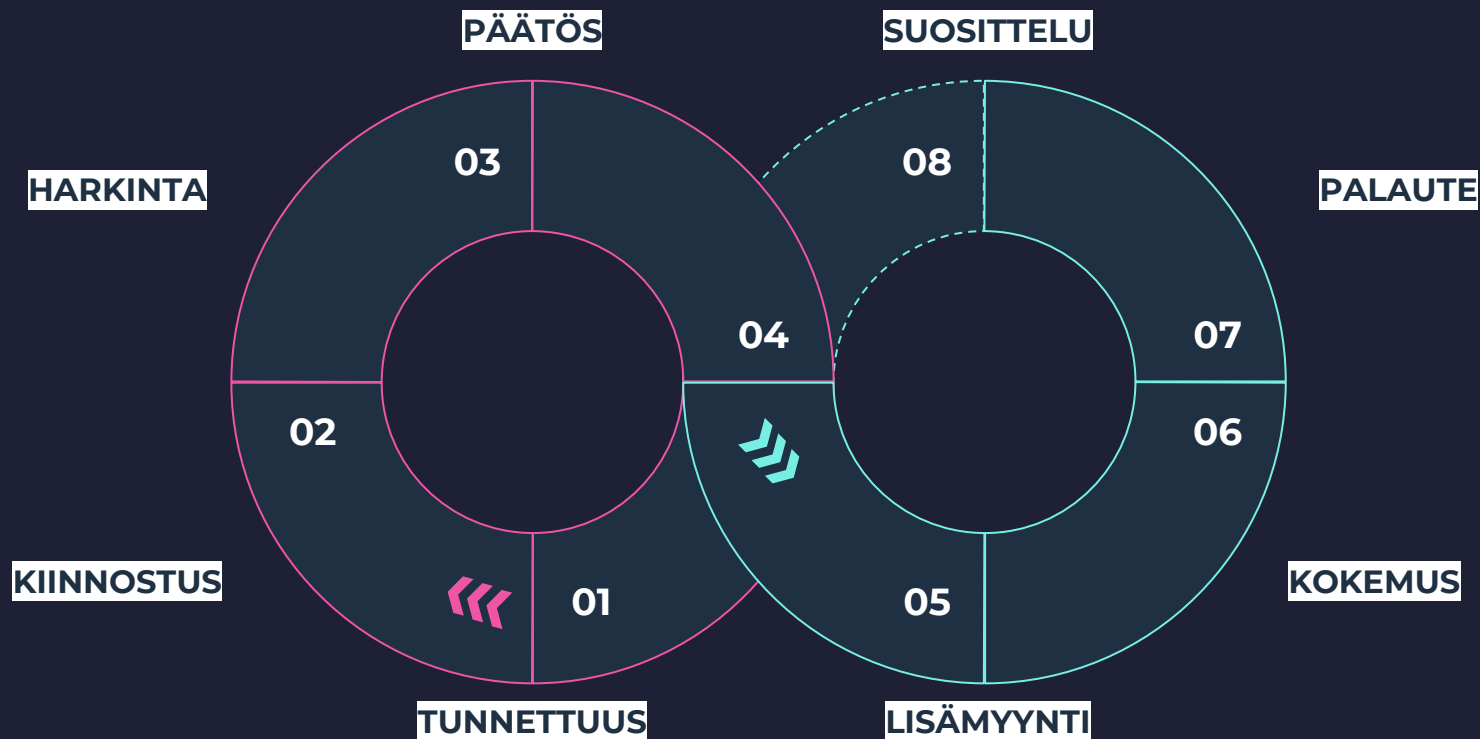


Asiakashankinnan toimintasuunnitelma

**Miten strategia puretaan
konkreettisiksi
toimenpiteiksi?**



Asiakashankinnan tulisi huomioida asiakkaan laajennettu ostopolku ja pyrkiä kasvattamaan asiakkuuden arvoa



Kokonaisvaltainen asiakashankinta luo sekä vastaa kysyntään



Mahdollistajat:



Tehokkaan asiakashankinnan taustavoimat ja mahdollistajat



Asiakashankinnan toimintasuunnitelman ja operatiivisen työn taustalla vaikuttavat mahdollistajat

Miten hyödynnät käytettävissäsi olevaa tietoa tehokkaasti?

01010
10101
01010

Data

Millä teknologioilla tehostat asiakashankintaasi eniten?



Työkalut

Ketkä asiakkaitasi ovat ja missä suurin asiakaspotentiaalisi on?



Asiakas-
ymmärrys

Mitä osaamista tarvitset onnistuaksesi?



Organi-
saatio

Miten ohjaat päätöksentekoa ja optimointia?



Analytiikka



Prosessit

Miten vahvistat yhteistyötä ja priorisoi tehtäviä?



Asiakashankinta tarvitsee onnistuakseen jatkuvaa oppimista ja optimointia



1. Suunnittele ja ideoi

Tavoitettasi kohti vievät kampanjat, viestit, taktiikat ja toimenpiteet

1
2

2. Organisoij ja priorisoi

Pisteytä ja vertaile vaikuttavuutta, onnistumismahdollisuuksia ja tarvittavia resursseja



3. Testaa

Muodosta hypoteesi ja implementoi testit priorisoinnin mukaan

4. Analysoi



Vertaile tuloksia hypoteesiä vasten ja selvitä **miksi** onnistuit tai epäonnistuit



5. Optimoi

Vie analyysin opit käytäntöön ja luo systemaattinen malli skaalaamiseen



6. Toista

Toista prosessi testijakson päätyttyä jatkuvan oppimisen takaamiseksi



Jatkuva
oppiminen
ja kehitys



Yhteenveto

Muista ainakin nämä!



Muista ainakin nämä kolme asiaa

Tavoite

Aseta realistiset, liiketoiminnasta lähtevät tavoitteet ja mittarit ja määrittele strategia, joka viitoittaa tien.

Suunnitelma

Luo toimintasuunnitelma, joka kattaa ostopolun tunnettuudesta suositteluun.

Taustavoimat

Huomioi asiakashankinnan mahdollistajat ja investoi resursseja jatkuvaan oppimiseen.





Kiitos.



Joni Tillström

Principal consultant & co-founder

joni@costacommerce.com

+358 40 674 8440