



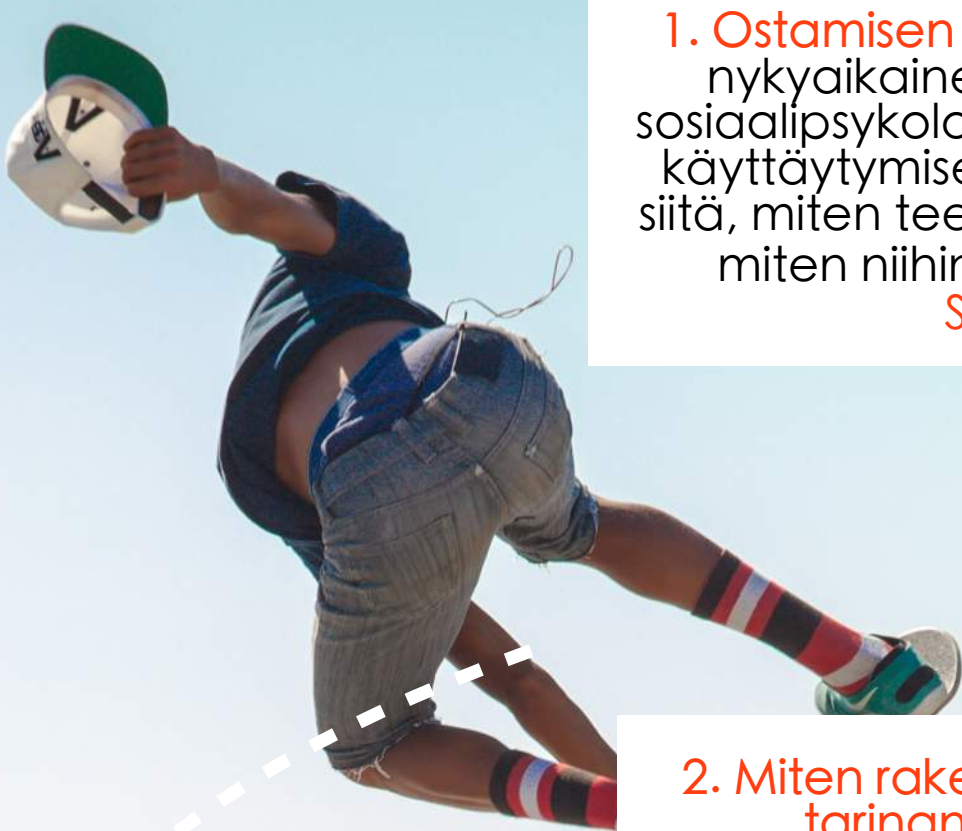
JOKAISELLA  
YRITYKSELLÄ ON TARINA,  
JOKA ANSAITSEE TULLA  
KUULLUKSI

---

“Paras tarina, kerrottuna parhaalla tavalla,  
voittaa aina”


Puheenvuoroja ja valmennuksia  
Miisa Helenius - Pointvenue Oy

---




**1. Ostamisen psykologia** - Mitä nykyaikainen aivotutkimus, sosiaalipsykologia ja ekonominen käyttäytymisen tieteet tietävät siitä, miten teemme päätöksiä ja miten niihin voi vaikuttaa?

Sivu: 1



**2. Miten rakennan vakuuttavan tarinan** - Millainen on rakenteeltaan ja mistä ainesosista koostuu asiakkaan ostopäätökseen tehokkaimmin vaikuttava viesti – oli kanava sitten face-to-face, markkinointiteksti netissä ja somessa tai video?

Sivu: 2



**3. Myymisen psykologia** – Usein pahin vihollinen myynnissä ei ole, että asiakas torjuu ehdotuksemme vaan, että itse sabotoimme onnistumisemme. Miten pääsen puhelinkammasta ja siitä, että alitajuisesti itse tuhoan tietoiset pyrkimykseni onnistua?

Sivu: 3

**4. Motivoivan johtamisen salaisuus** – Motivaatiopsykologia - Miten johtaa omaa sekä alaisten motivaatiota ja rakentaa entistä innostuneempi tiimi.

Sivut: 4-5





# Ostamisen psykologia

## Miksi?

- Sinä olet ansainnut, että onnistut myynnissä, mutta myös asiakkaasi on ansainnut hyvän myyjän, joka auttaa häntä saavuttamaan omat tavoitteensa.
- Hyväksi myyjäksi ei tulla matkimalla muita (esimerkiksi seuraamalla ns myynnin best practice -malleja) vaan ymmärtämällä paremmin ostajaa.
- Parhaiten menestyvät ne yritykset ja myyjät, jotka osaavat hypätä asiakkaansa saappaisiin, kuvata asiakkaalle elämän makuisesti tilanteen, jossa asiakas on, sekä auttaa asiakasta uhasa, ongelmassa tai haasteessa, jonka olemassaoloa asiakas ei ollut mahdollisesti edes huomannut.
- Hyväksi myyjäksi tullaan ymmärtämällä mitkä ovat ne piilotetut voimat, jotka vaikuttavat ostajan jokaiseen päätökseen: Miten asiakkaat arvottavat hyötyä ja miten asiakkaat tekevät päätöksiä.

## Hyödyt sinulle:

- Kun ymmärrät ostajaa pystyt, paitsi kommunikoimaan tehokkaammin, kohdistamaan kommunikaatiosi paremmin eri tilanteissa ja eri kanavissa.
- Ymmärrät paremmin asiakkaan käyttäytymistä - sinun on esimerkiksi helpompi ymmärtää miksi asiakas ei osta – ja voit muuttaa omaa käyttäytymistäsi ja viestintääsi vastaamaan paremmin asiakkaan tilannetta.
- Kun pystyt auttamaan asiakastasi ongelmassa, haasteessa tai missatussa mahdollisuudessa, jota asiakkaasi ei ollut tiedostanut muutut myyjästä luotetuksi neuvonantajaksi.

## Mitä?

- Mitä tekemistä neurotieteellä, sosiaalipsykologialla ja taloudellisen käyttäytymisen periaatteilla on myynnin kasvattamisen kanssa?
- Nykyaikainen aivotutkimus ja sosiaalipsykologia tietää itse asiassa todella paljon siitä, mitä aivoissamme tapahtuu kun teemme päätöksiä.

- Tämän tiedon avulla on pystytty luomaan tehokkaita tekniikoita, joilla rakentaa ja kertoo vahvoja sekä mieleenpainuva viestejä.

- Mitä jos ymmärtäisitkin mitä asiakkaasi päässä liikkuu, kun hän tekee päätöksiä?
- Miten rakentaa viesti, joka puhuttelee päätöksiä tekevää osaa aivoissamme: Vanhaa aivoa?
- Mitkä ovat tehokkaan asiakas-, myynti- ja markkinointiviestin rakennuspalikat?
- Miten rakennat esityksen, joka erottaa sinut kilpailijoistasi?
- Miten saat asiakkaan huomion pysymään hereillä koko ostoprosessin ajan?

Tässä valmennuksessa saat vastauksen yllä oleviin kysymyksiin.

Valmennuksessa katse on asiakkaassa ja asiakkaan päätöksentekoprosessissa, siinä miten ja millaisilla viesteillä sinä pystyt vaikuttamaan kaikkein voimakkaimmin asiakkaan päätöksentekoprosessiin.

## Miten valmennus toteutetaan?

Valmennus voi olla 1-2 tunnin puheenvuoro tai koko päivän kestävä interaktiivinen koulutus.

## Kenelle valmennus on tarkoitettu?

Valmennus sopii yrittäjille, myynti-, markkinointi- ja palvelunkehitystiimien vetäjille, myynti- ja markkinointitiimien jäsenille, tuotteistajille, palvelumuotoilijoille ja kaikille joiden työssä sen ymmärtäminen miten asiakas tekee päätöksiä on tärkeää.



# Miten rakennan erottuvan tarinan?

## Miksi?

- Mikä tarinoissa on tärkeintä? Se, että ne jäävät mieleen. Ennen kun ihmiskunta oppi kirjoittamaan, tarinankerronta oli ainoa tapamme siirtää tietoa sukupolvelta toiselle.
- Mieti esimerkiksi seuraavaa tilannetta: Et ehkä muista millaisia ominaisuuksia näit demossa, mutta jos toimittajasi kertoi sinulle tarinan, muistat sen ikuisesti.
- Media on saattanut muuttua merkittävästi, mutta perustotuus pysyy: Ihminen on rakennettu kuuntelemaan ja kertomaan tarinoita.

## Hyödyt sinulle:

- Asiakas ostaa siltä yritykseltä, jonka ensimmäisenä muistaa. Tarinankerronta on sinun työkalusi varmistaa, että asiakas muistaa juuri sinut ja sinun yrityksesi ensimmäisenä.
- Tarinoiden avulla pystyt kehittämään parempia palveluita, parempaa asiakaskokemusta, jopa parempaa johtamista.
- Hyvä asiakaskokemus saa asiakkaasi kertomaan tarinoita palveluistasi tai tuotteistasi.
- Tarina on keino erottautua. Prosessit, tuotteet ja palvelut voidaan kopioida, mutta yrityksesi tarina on uniikki.
- Pysyt käyttämään valmennuksessa oppimiasi asioita heti omassa myynti- ja markkinointiviestinnässäsi.

## Mitä?

Visuaalinen tarinankerronta on yksi voimakkaimmista välineistä kun haluat tehdä vaikutuksen ja jäädä mieleen. Koulutuksessa käymme läpi mm. seuraavaa:

- Miten rakennat erottuvan tarinan.
- Miten hyödyntää sitä, mitä nykytiede tietää päätöksenteosta viestin vahvistamiseksi, myynnin lisäämiseksi, muutosprosessin läpiviemiseksi.
- Miten hyödyntää visuaalista tarinankerrontaa myynnissä ja markkinoinnissa.

- Millainen on rakenteeltaan asiakkaan ostopäätökseen tehokkaimmin vaikuttava tarina – oli kanava sitten face-to-face, markkinointiteksti netissä ja somessa tai video.
- Mikä on tärkeää huomioida eri kanavissa.
- Esimerkkejä tehokkaasta viestinnästä ja erilaisten kanavien käytöstä visuaalisessa tarinankerronnassa.

## Tarinasi voi olla esimerkiksi:

1. **Yrityksen tarina** – Kuka on asiakkaamme? Mistä asiakkaamme haaveilee, mikä häntä inspiroi ja miten me autamme häntä?
2. **Tarina tietylle asiakassegmentille tai toimialalle** – Millainen on toimialan arki? Mitä näemme tulevaisuudessa? Minkälaisia ovat toimialan haasteet? Miten ne vaikuttavat asiakkaaseen? Mitä muut toimialan toimijat tekevät? Miltä maailma tulee näyttämään?
3. **Tuotteen tai palvelun tarina** – Millainen asiakkaamme arki? Mikä on asiakkaan ongelma, haaste, uhka tai tarve? Miten muut asiakkaamme ovat toimineet vastaavassa tilanteessa? Mitä siitä seurasi?
4. **Yrityksen historiallinen tarina** - Tarina kriisin hetkistä ja käännteistä - Miten meistä tuli se mitä olemme nyt?
5. **Visio tulevasta -tarina**. Oletko hakemassa rahoitusta, yhtiökumppania, yhteistyökumppania tai onko sinulla joku muu tilanne, jossa sinun pitää vakuuttaa kuulijasi.

## Miten?

Valmennus voi olla 1-2 tunnin puheenvuoro tai koko päivän kestävä interaktiivinen koulutus.

## Kenelle valmennus on tarkoitettu?

Valmennus sopii yrittäjille, myynti-, markkinointi- ja palvelunkehitystiimien vetäjille, myynti- ja markkinointitiimien jäsenille, tuotteistajille, palvelumuotoilijoille ja kaikille jotka uskovat, että tarinoiden voimaan ja haluavat tehdä vaikutuksen asiakkaaseen.



# Myymisen psykologia



## Miksi?

- Siirrätkö asiakaskontaktointia ja täytät aikasi kaiken näköisellä muulla puuhastelulla? Vietätkö mielummin aikaasi hengailen toimiston kahviautomaatilla kuin puhelimen ääressä tai asiakkaalla?
- Onko sinulle annettu myyntitavoite, mutta koet olevasi asiantuntija- tai palveluroolissa ja myynnillisen roolin ottaminen on sinulle haastavaa?
- Myynnin pitäisi olla kivaa. Totuus kuitenkin on, että joskus myyminen voi tuntua ikävältä - jopa ammattimyyjälle.
- Jos myyminen on epämiellyttävää tai jopa ahdistavaa, hyvien tulosten synnyttäminen on lähes ellei täysin mahdotonta.
- Voi tulla yllätyksenä, että ehkäpä tärkein määrittelijä siinä, onnistutko vai epäonnistutko, tapahtuu oman pääsi sisällä.

## Hyödyt sinulle:

- Pääset eroon puhelinkammasta ja kylmäpuheluiden soittamisesta tulee kivaa.
- Rakennat itsellesi myynnissä onnistujan mielenmaiseman.
- Ymmärrät millainen ajattelu on tuhoisaa ja opit ”uudelleen ohjelmoimaan” mielesi toimimaan puolestasi.
- Opit käyttämään asiakkaasi vastalauseita kumppanuuden rakentamiseen.
- Asiakkaasi eivät torju myyntiyrityksiäsi.

- Opit clousaamaan ja myymään jopa mahdottomilta tuntuvissa tilanteissa.

## Mitä?

- Ihan kuten urheilussa, myös myynnissä, onnistuminen on pitkälle kiinni omasta ajattelusta: alitajuntasi saattaa sabotoida tietoiset tavoitteesi onnistua ja määrittää sen onnistutko vai epäonnistutko.
- Minäkuvamme ja itseluottamuksemme, eli miten määrittelemme itsemme, määrittää sen miten onnistumme elämän eri osa-alueilla, jopa myynnissä.
- Käymme läpi mentaaliharjoituksia ja saat mukaasi työkaluja, joiden avulla myynti on helppoa ja onnistut kerta toisensa jälkeen.

## Miten?

Valmennus voi olla 1-2 tunnin puheenvuoro tai koko päivän kestävä interaktiivinen, koulutus.

## Kenelle valmennus on tarkoitettu?

Valmennus on tarkoitettu yrittäjille, myyntitiimien vetäjille ja jäsenille, asiantuntijoille ja palveluhenkilöstölle, jolla on myyntitavoite, kaikille joilla on vahva halu onnistua myyntitavoitteissaan.

# Motivoivan johtamisen salaisuus -

# Motivaatio-psykologia



- Tuntuuko sinusta, että et aina tiedä miten saisit tiimisi tai yksittäisen tiimin jäsenen innostumaan?
- Millainen on tiimisi yhteishenki? Meneekö aika toimistopolitointiin vai tuloksen tekemiseen? Pystytkö keskustelemaan tiimisi kanssa motivaatiosta ja työstä?
- Oletko ehkä ottanut vastaan uuden tiimin ja haluaisit ottaa sen haltuun mahdollisimman nopeasti?
- Mitä jos tuntisit kunkin tiimisi jäsenen yksilölliset kyvykkyudet ja voisit hyödyntää niitä maksimaalisesti?

## Miksi?

- Jokaisella on oikeus tunnistaa omat motivaatiotekijänsä ja jokainen on ansainnut tulla johdetuksi oman motivaationsa mukaisesti.
- Mitä sinun tulisi tietää motivaatiosta?
  - On olemassa 51 erillistä tutkimusta, joiden tuloksen mukaan rahalla palkitseminen on huono tapa motivoida – se voi jopa johtaa negatiivisiin tuloksiin kokonaistuottavuudessa.
  - Motivoitunut ja innostunut henkilö voi saada aikaiseksi satakertaisen tuloksen verrattuna ei motivoituneeseen.
  - Motivaatio ei ole energiapiikki, joka saadaan yllättäen jostain, jotta saadaan tehtyä lisää – Motivaatiota on se, että tehdään asioista menettämättä energiaa. Kun tekee motivoivia asioita niistä saa energiaa.
- Rahalla, asemalla tai muilla ulkoisilla kannustimilla motivointi ei riitä, kun halutaan mennä vauhdilla eteenpäin. Motivoitunut, itseohjautuva ja jokaisen yksilön omista motivaationlähteistä kumpuava organisaatio pystyy valloittamaan maailman.

## Hyödyt sinulle:

- Opit tuntemaan alaisesi paremmin ja voit ohjata jokaisen tekemään jotain sellaista mistä hän motivoituu luonnostaan.

- Pystyt käymään motivaatioon liittyviä keskusteluita neutraalisti.
- Kun ihmiset saavat tehdä töitä ja tehtäviä, jotka heitä oikeasti motivoivat, saat monta kertaa parempia suorituksia.

## Hyödyt ryhmällesi:

- Mahdollisuus tulla johdetuksi sillä tavoin kuin itse haluaa tulla johdetuksi.
- Kun tiimin jäsenet tuntevat toistensa perusmotiivit, he ymmärtävät paremmin miksi toiset käyttäytyvät tietyllä tavalla.
- Tiimin sisäinen luottamus paranee.
- Motivaatiopäivä voi purkaa esimerkiksi mahdollisia erimielisyyksiä hellävaraisemmin ja luo empatiaa tiimin sisälle.

## Mitä?

Reiss Motivaatioprofiili® (RMP) on maailman ensimmäinen tieteelliseen tutkimukseen pohjautuva yksilön motivaatiota mittaava työkalu. Se paljastaa kuka olet, mikä sinua motivoi ja miten todennäköisesti käyttädyt eri tilanteissa ja erilaisten ihmisten kanssa.

- 128-väittämän verkkopohjainen itseanalyysinä tehtävä kysely.
- Kyselyn täyttäminen kestää 15-30 minuuttia.
- Välittömät tulokset: havainnollinen kuva 16 motiivista ja henkilökohtainen raportti.

## Miten?

Puolen päivän fasilitoitu tiimityöpaja, jossa keskustellaan henkilökohtaisista ja tiimin motiiveista.



- Puramme profiilit tiimissä. Tämä auttaa tiimisi yksilöitä toimimaan tehokkaammin tiiminä.
- Vertamme tiimin motivaatorakennetta: Havainnollinen kuva koko tiimin motiiveista auttaa tunnistamaan tiimin vahvuudet.
- Tiimikartan avulla sinun on helppo mukauttaa johtamistasi tarvittavalla tavalla.
- Saat johtamisen tueksi kirjan, jossa kukin motivaatiotekijä on käyty läpi sekä millaista johtamista kukin erilainen ihminen tarvitsee.

Kun opit johtamaan tiimiäsi heidän omista motivaationlähteistään käsin, saat parempia suorituksia, paremman tiimihengen ja innostuneempia ihmisiä!

Valmennus on puolen päivän motivaatiotyöpaja (3-4h) tai se voidaan yhdistää osana mihin tahansa muuhun tämän esitteen valmennuksista.

## Kenelle valmennus on tarkoitettu?

Valmennus on tarkoitettu ennen kaikkea myynti-, markkinointi-, tuote-, palvelukehitys- ja asiantuntijatiimeille ja näiden johtajille, mutta se sopii lähes minkä tahansa tiimin yhteishengen ja motivaation kohotukseen.

---

## Kuka?

Miisa Helenius, Pointvenue, erilaistaja, visuaalisen tarinankerronnan valmentaja.

Miisa auttaa yrityksiä tunnistamaan missä he ovat erilaisia ja parempia kuin muut, kertomaan mukaansatempaavan tarinan ja jakamaan sen juuri oikeissa kanavissa, juuri oikeaan aikaan.

Miisa on toiminut aiemmin mm. Fujitsun kauppa ja elintarviketeollisuus yksikön kehitysjohtajana ja Capgeminiä Business Information Management ja All Channel Experience tarjoamista vastaavana johtajana.

Lue lisää:  
[pointvenue.com](http://pointvenue.com)  
[miisahelenius.com](http://miisahelenius.com)

Voit tilata esitteen aiheista myös räätäöidyn, tiimisi tarpeisiin sopivan, yhdistelmän.

Ota yhteyttä, niin sovitaan valmennuspäivä: 050-3725411,  
[miisa @ pointvenue.com](mailto:miisa@pointvenue.com)

