# Ratkaise asiakkaasi ongelma

28.11.2018

Markkinoilla riittää vaihtoehtoja. Asiakkaan on mahdollista niitä vertaillakin helposti verkossa. Ja monta kertaa vertailtavaa riittääkin. Siinä vaiheessa kun asiakas ottaa yhteyttä palveluntarjoajaan tai tuotteen valmistajaan, hän on jo pitkälti päättänyt hankinnasta.

## Auta asiakasta määrittämään tarve ja löytämään ratkaisu

Suora lähestymistapa on myydä asiakkaalle sitä, mitä hän ymmärtää pyytää (aita). Yrityksen kannalta parempi tapa on pyrkiä selvittämään mihin asiaan asiakas hakee ratkaisua (koira halutaan laskea ovesta yksin pihalle). Jälkimmäisessä tapauksessa asiantunteva myyjä tai valmistaja pystyy suosittelemaan parhaita ratkaisuja juuri tähän tilanteeseen.

Voidaan lisäksi veikata, että ammattinäkemyksen aidan tyylistä, materiaalista ja soveltuvuudesta saanut asiakas on tyytyväisempi hankintaansa. Samalla myyjälle on vielä tullut tilaisuus kertoa tuotteesta hieman tarkemmin ja kysyä muiden rakennustarvikkeiden tarpeesta. Siis tilaisuus lisämyynnille siten, että asiakas tuntee itsensä autetuksi ja palvelluksi.

## Muuttuvat arvot ja arvostukset huomioitava

Puutuotteilla on pitkät perinteet. Valmistajalleen materiaali on hyvin tuttu. On helppo olettaa muidenkin tuntevan puun materiaalina, olemmehan suomalaista metsäkansaa. Tällaiseen oletukseen ei kuitenkaan kannata tuudittautua. Huomattava osa nyt työikäisistä sukupolvista on kasvanut kaupungissa. Metsien käyttö ja ympäristöystävällisyys koetaankin hyvin eri tavoin.

Puuta raaka-aineena käyttävien kannattaa tiedostaa moninaistuvat arvot. Käytännössä valmistajan tulee kertoa vaikkapa sertifikaatin avulla millaisesta metsästä raaka-aine tulee. Onko argumentteja, jotka puhuvat tuotteen ympäristöystävällisyyden puolesta? Jos on, ne kannattaa ilman muuta tuoda esiin. Tuotteen hoito-ohjeet kannattaa myös laittaa esille. Ketjuuntuneessa kaupparakenteessa tällaiset tiedot eivät välttämättä välity kuluttajalle. He kuitenkin osaavat niitä etsiä verkosta. Sinne jokainen yritys pystyy ne itse laittamaan ja vaikuttamaan mitä siellä kerrotaan.

Asiakkaan ongelma ei siis ehkä olekaan löytää vain aita. Se voi olla koiran sisäpuolellaan pitävän, helposti pystytettävän, ympäristöystävällisen, mutta kestävän ja kauniin aidan löytäminen. Tarpeen, tiedon ja tuotteen kohdatessa toisensa hyväksyttävällä hinnalla on lopputuloksena tyytyväinen asiakas.

Puutuotealan kasvuhankkeen loppujulkaisu ”Kasvua ja kansainvälistymistä markkinoinnin ja digitalisaation keinoin. Puutuotealan mahdollisuudet Etelä- ja Keski-Pohjanmaalla” tarjoaa lisää tietoa puutuotealan markkinoista, tilanteesta ja kansainvälistymisestä. http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-7109-91-5**Salla Kettunen**, SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri