"Noin joka toinen tapaaminen ***on johtanut tarjouspyyntöön".***

Aslak De Silva
Naava

Panu Pättikangas
Trainers' House

Eeva Niemelä
Naava

Juuso Helokangas
Trainers' House

Kuvat: Ville Launiala © 2018

NAAVA
VIIKON RAIKKAIMMAT TAPAAMISET

Naava kuuluu yhteen luonnon kanssa. Naava haluaa tuoda työpäiviin positiivisen muutoksen, työyhteisö kerrallaan. Yritys on perustettu kehittämään terveellisempiä ja onnellisempia työpaikkoja, jotta ihmisten arkielämä muuttuisi positiivisesti.

MERKITTÄVÄÄ MYYNNIN KASVUA

"Tapaamismäärät ovat lisääntyneet merkittävästi. Myös ***tarjouskanta on kasvanut ja olemme päässeet keskustelemaan isojen yritysten johdon kanssa.*** *Tähän mennessä noin joka toinen tapaaminen on johtanut tarjouspyyntöön. Tarjoukset Trainers' Housen sopimiin tapaamisiin ovat olleet keskimäärin 10% suurempia, kuin kaikki vuoden 2017 tarjoukset keskiarvoltaan. Vuoden 2017 tarjouksista keskimäärin noin puolet ovat puolestaan johtaneet kauppaan. Myynti on siis mennyt positiivisesti eteenpäin",* **Naavan aiempi myynti- ja markkinointijohtaja Aslak De Silva** kertoo.

NELJÄ KIITOSTA YHTEISTYÖSTÄ

1. Yhteydenpito:

"Olemme olleet erityisen tyytyväisiä Trainers' Housen viikoittaiseen raportointiin työn etenemisestä. ***Raporteissa on arvokasta markkinatietoa myyntijohdolle.*** *Pystymme vertailemaan raportin kommentteja esimerkiksi chat-keskusteluihin ja tarvittaessa reagoimaan palautteisiin nopeasti."*

2. Uusi kohderyhmä auki:

"Meillä on vahva markkinointikoneisto ja sovimme myös inbound-yhteydenottojen kautta tapaamisia. Suomessa on kuitenkin paljon potentiaalisia yrityksiä, emmekä ole omin voimin päässeet tapaamaan esimerkiksi isojen pörssiyritysten johtoa. Yhteistyöllä nopeutamme prosessia ja varmistamme sisäänpääsyn."

3. Jatkuva kehittäminen:

"Pidämme siitä, että yhteistyö on vuorovaikutteista. Olemme tiimin kanssa aktiivisesti yhteydessä ja kehitämme ja hiomme toimintaa yhdessä. Viimeksi lisäsimme kartoittavia kysymyksiä puheluihin mukaan, jotta varmistamme tapaamisen laadun sekä sen, että juuri oikea päättäjä on mukana tapaamisessa."

4. Aito kiinnostus:

"Koemme, että meitä arvostetaan ja meistä ollaan kiinnostuneita asiakkaana. Arvostamme Trainers' Housen säännöllistä palautteenhakemista. Meiltä ei siis kysytä ainoastaan aikaansaatuja tuloksia, vaan mitä Trainers' House voisi tehdä kumppanina vielä paremmin", De Silva kertoo.

AJANKÄYTÖN PRIORISOINTIA

"Myyjiemme aika kannattaa käyttää siellä, missä se on kaikista tuottavinta; keskustelemassa tapaamisissa ja hurmaamassa asiakkaita. Tästä syystä päätimme ulkoistaa työlään soittotyön. Keskustelimme eri toimijoiden kanssa valitessamme yhteistyökumppania. ***Trainers' House onnistui vakuuttamaan meidät työn laadusta ja riskittömyydestä.*** *Hyvät referenssit ja muu palvelu uusasiakashankinnan lisäksi vaikuttivat myös lopulliseen valintaan",* De Silva jatkaa.

ONNISTUMINEN HAASTAVASSA KOHDERYHMÄSSÄ

Kontaktoitava kohderyhmä rajattiin tarkasti. Uusasiakashankinnassa korostuivat yritykset, joille henkilöstön hyvinvointi, työn tehokkuus sekä työkyky ovat tärkeässä roolissa.

"Valitsemamme kohderyhmä ei missään nimessä ole tavoitettavuuden osalta helpoimmasta päästä. Haluamme tapaamisia isojen brändien kanssa, joilla on paljon henkilöstöä. Näitä yrityksiä myös luonnollisesti tavoitellaan eniten.

Suosittelisin Trainers' Housea ehdottomasti muillekin. *Vastaavan tuloksen hakeminen yksin olisi maksanut meille aikaa ja rahaa",* De Silva kiittää lopuksi.