

KUMPPANIA

# KOHTAAMISIA

**OPPAASI TARINOIDEN LUOMISEEN**



KUMPPANIA

# KOHTAAMISIA

**OPPAASI TARINOIDEN LUOMISEEN**

## **OPPAASI TARINOIDEN LUOMISEEN**

**TARINA** on vahva keino muotoilla kohtaamisia. Se synnyttää elämyksiä, tunteita ja mieleenpainuvia muistoja, jotka tekevät yrityksen palvelukokemuksesta ainutlaatuisen ja asiakkaalle merkittävän.

**TÄMÄN TYÖKIRJAN** avulla opit pukemaan palvelusi arkipäivän kiinnostavaan viestintään.

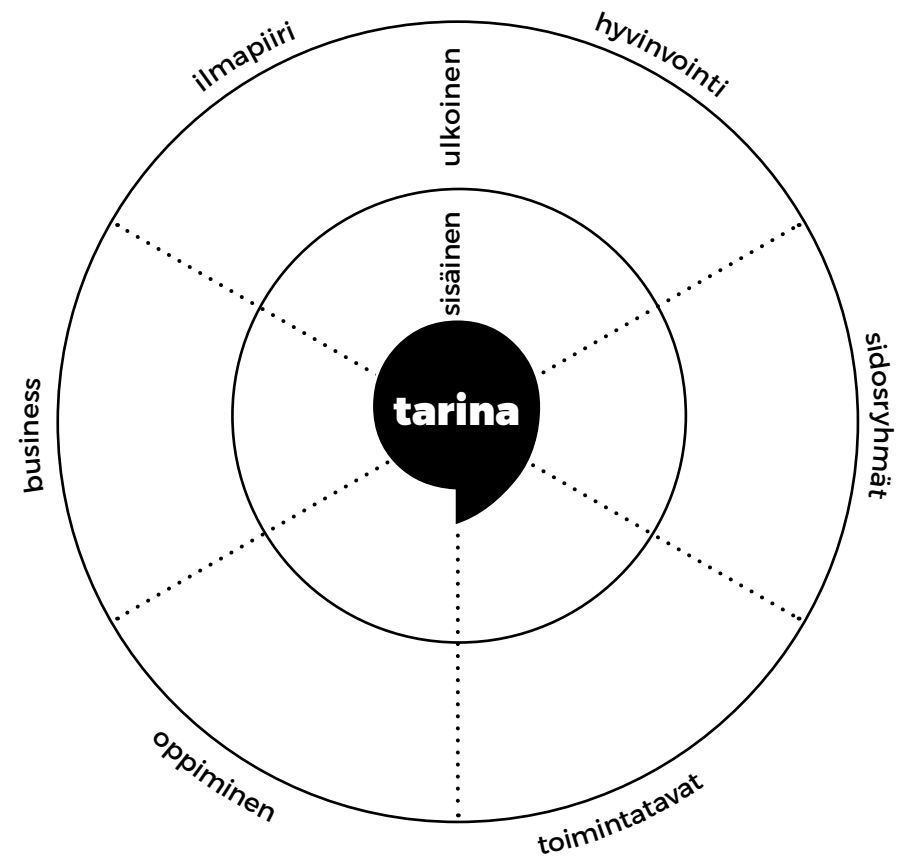
# Sweet-spot

**MAKEIN KOHTAAMINEN** tapahtuu alueella, jossa yrityksellä on tarjota asiakkaalleen eniten asiantuntijuutta, auktoriteettiä, innostusta ja hyötyä.

What we have. What we love. What they want.

# Kohtaamisen kulttuuri

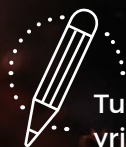
**TARINOIDEN AITO YDIN** syntyy yrityskulttuurista, jota yritys vaalii sisäisesti ja viestii ulospäin. Kohtaamispinnat koskettavat ja sitovat yhteen bisneksen, tekemisen, henkisen ja fyysisen tunnelman, kehityksen ja sosiaaliset suhteet.



**KIRJAA** yrityskulttuurisi kannalta merkittävät seikat ympyrälle. Menestystarinat kehittävät sisäistä suorituskykyä ja rakentavat asiakkuuksista aitoja suhteita.

# Tarinoiden lähteet

Palveluihin ja kohtaamisiin  
käsikirjoitetut ainutlaatuiset tarinat  
ammentavat todellisuudesta  
personallisuuden piirteet.



Tutkaile, mistä teemoista  
yrityksesi oma tarinat löytyvät.

.....  
mikä on meidän **missio**

.....  
**näkökulmamme** yhteiskuntaan

.....  
historiamme **merkkipaalat**

.....  
sankarimme

.....  
tekemämme **ihmeet**

.....  
asiakkaidemme **tarinat**

.....  
**ainutlaatuisuutemme** ydin

.....  
**perintömme** maailmalle

# Lupaus

Hyvä kiteytys on konkreettinen ja se erottaa yrityksen muista ylivertaisesti.



Kirjoita asiakaslupauksesi.



.....  
brändin nimi

on yritys / tuote / palvelu / .....  
joku muu

joka tarjoaa / valmistaa

.....  
kohderyhmä, kenelle tätä myydään

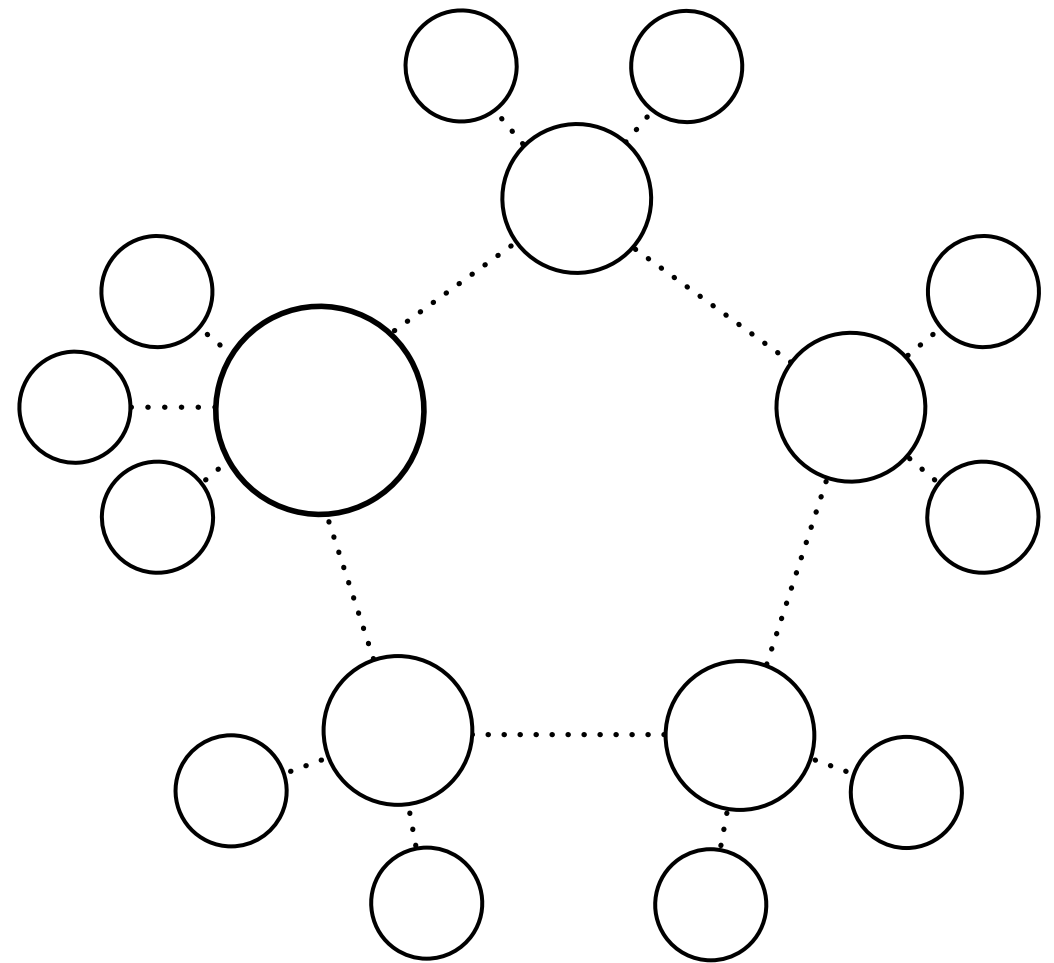
.....  
asiakkaan hyöty

.....  
mikä siinä on erityistä



# Yleisöllä töissä

**YLEISÖ ON VAATIVAA** ja sen palveleminen on yleisön kunnioitusta. Asiakkaat, seuraajat, suosittelijat ja muut kohderyhmät ansaitsevat viihtyäkseen ja rakastaakseen erinomaista sisältöä, inspiroivia tarinoita ja tunnelmia heidän tarpeisiinsa.



Nimeä asiakkaasi ja  
asiakkaasi asiakkaat.

# Työkalut päivittäisiin kohtaamisiin



Kuvaile kohderyhmäsi, heidän haasteensa sekä ratkaisusi niihin, perusteluja unohtamatta. Näin luot kätevän kiteytyksen yritysidentiteetin aineksista. Voit palata tähän aina, kun kaivataan muistutusta siitä, mitä ja kenelle ollaan viestimässä.

kohderyhmä(t)

markkinarako

asiakkaan ongelma / haaste

kilpailuetu

meidän ratkaisumme

syy uskoa



# Tarinakartta



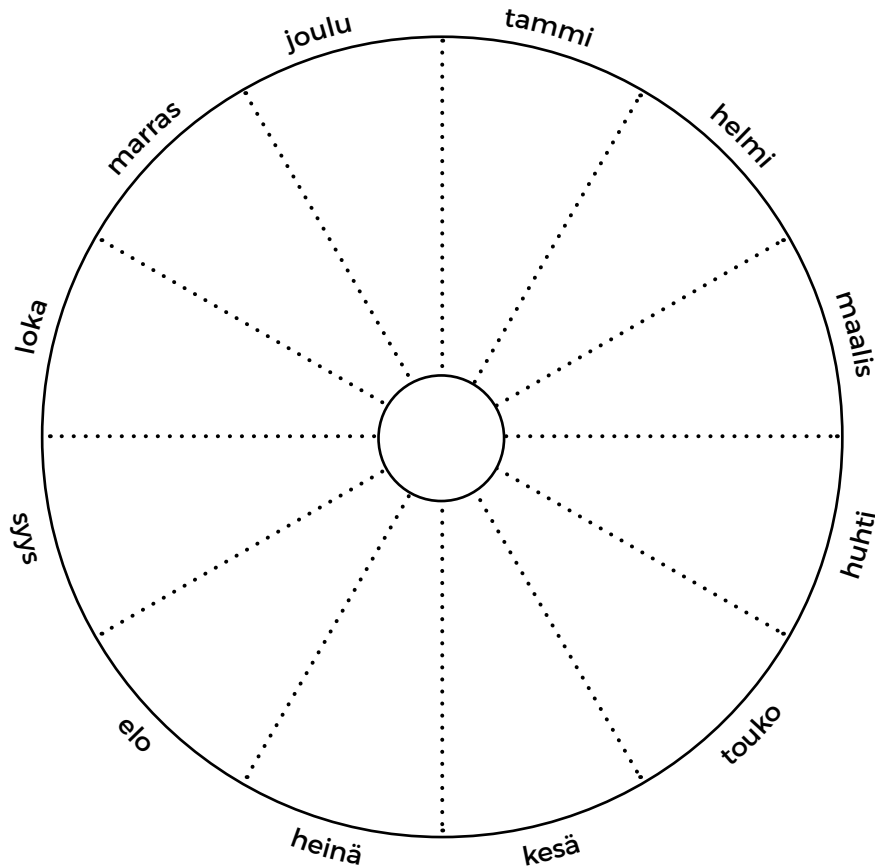
Huolehdi, että keskeiset tarinan ainekset ja sen visuaaliset elementit kulkevat mukana markkinoinnissa ja aina palvelun käyttöön asti.

tarina	elementit	asiakaskokemus
tuotteen nimi	logo slogan copy	houkuttelu
lupaus	symbolit fontit värit	myynti
hyöty / vähenevä haitta	kuvat tunnukset sävelet	palvelun / tuotteen toimitus

# Vuosikello



Luo sisältö- / kampanjasuunnitelma vuosikellon avulla. Merkitse sekä sisäisiä että ulkoisia toimenpiteitä.



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

# Aikataulu- muistiinpanoja

# Mittaaminen



Mihin keskityt ja mitä  
mittaat, siinä kehityt.

mitattava asia	alkutilanne	tavoite 1	toteuma 1	tavoite 2	toteuma 2
<b>arvostelut</b> (tähdet ja suosittelut)					
<b>käynnit</b> (toimitiloissa / verkkosivuilla)					
<b>pyynnöt</b> (tarjoukset / puheenvuorot / lisätiedot)					

Viestintään laitettu panos tuottaa tulosta  
vain silloin, kun todella tunnet asiakkaasi.  
Tavoitteen on oltava kirkkona mielessä  
jo ennen aloitusta.

Pohditaan yhdessä, miten teidän  
takinastanne tulee totta.

Terveisin

Pia Hirvonen

johtava asiantuntija, partnerei

[pia.hirvonen@kumppania.fi](mailto:pia.hirvonen@kumppania.fi) | [kumppania.fi/ota-yhteytta](https://kumppania.fi/ota-yhteytta)



# KOHTAAMISIA

OPPAASI TARINOIDEN LUOMISEEN

KUMPPANIA

[www.kumppania.fi](http://www.kumppania.fi)

© Kumppania 2019