

Asiakasprofiili

B2B

Asiakasprofiilien luomisen tavoitteena on tunnistaa asiakkaat, jotka ovat yrityksellenne arvokkaita ja tavoittelemisen arvoisia eli kannattavia ja pitkäaikaisia.

Aloita asiakasprofiilien luominen tärkeimmästä asiakassegmentistä.

Pyri tunnistamaan **tärkeimmät yhdistävät tekijät** saman tyyppisissä asiakkaissa ja kokoa tiedot oheiseen taulukkoon. Asiakkaistanne jo kertyneen datan lisäksi syvempää tietoa profilointiin saat haastattelemalla yritysasiakkaidenne avainhenkilöitä.

Tämä ideaaliasiakasprofiilin pohja on mukailtu Kati Huusko-Vikilän teoksesta **Monikanavaisen myynnin johtaminen: Näin johdat kaikkia tulovirtoja**. (2024. Kauppakamari. s. 60-76)

Määrittävä tekijä	Tarkempi kuvaus
Toimiala	
Liikevaihto	
Henkilöstömäärä	
Sijainti	
Muu määrittävä tekijä Nämä tekijät määrittelet oman yrityksenne ja tuotteenne/palvelunne mukaan. Tällaisia tekijöitä asiakasyrityksissä voisivat olla esim. kasvava yritys, käyttää ohjelmistoa x, budjetti kehittämiseen x, panostaa tuotekehitykseen jne.	
Triggeri Mikä saa asiakkaanne tekemään hankinnan? Esimerkkejä: Muutokset henkilöstössä, uusien toimipisteiden avaaminen, uusien kulkuneuvojen rekisteröinti, tietyn roolin rekrytointi jne.	