KASVURAIDE –

liikkuva kiihdyttämö yritysten vastuulliseen kasvuun
1.1.2026-31.12.2027

Ilmajoki – Isojoki – Karijoki – Kauhajoki – Kurikka - Teuva

Euroopan unionin osarahoittama

SEAMK Seinäjoen ammattikorkeakoulu Seinäjoki University of Applied Sciences

Ilmajoki

KURIKKA

ISOJOKI

Kauhajoki

Teuva

KARIJOKI

Lisäpotkua bisnekseen
Verkkovalmennukset ja sparrauspajat

Upeat asiakkaani - verkkovalmennus

18.8.2026 klo 18-19

Asiakaslähtöisyys ja asiakkaan ymmärtäminen ovat myynnin perusta. Näiden avulla voit lisätä myyntiä.

Sparrauspajat
24.8.2026 klo 17.30-19.30
25.8.2026 klo 17.30-19.30

Kannattavuus syyniin- verkkovalmennus

8.9.2026 klo 18-19

Onko hinnoittelusi kohdillaan? Hinnoittelun hallinnalla parempaa kannattavuutta.

Sparrauspajat
14.9.2026 klo 17.30-19.30
15.9.2026 klo 17.30-19.30

SEAMK

Lisäpotkua bisnekseen
Verkkovalmennukset ja sparrauspajat

***Uusia oivalluksia bisnekseen*-verkkovalmennus**
20.10.2026 klo 18-19

Uudella palvelulla/tuotteella tai toimintatavalla lisää myyntiä? Uusia tapoja tehdä bisnestä, kestävästi toimiminen tuo etua ja rahaa.

Sparrauspajat
26.10.2026 klo 17.30-19.30
27.10.2026 klo 17.30-19.30

***Toimivaa markkinointia* - verkkovalmennus**
17.11.2026 klo 18-19

Miten saisit markkinoinnilla lisää asiakkaita ja myyntiä? Mistä kanavista tavoitat asiakkaasi ja mitä pitäisi huomioida?

Sparrauspajat
23.11.2026 klo 17.30-19.30
24.11.2026 klo 17.30-19.30

SEAMK





Webinaarin puhuja
Taina Rautakoski
SEAMK

Upeat asiakkaani!

Verkkoluento 18.8.2026 klo 18-19 – tervetuloa!

1. Webinaariosuus 50 min.
2. Kysymyksiä, keskustelua 10 min. Avaa mikrofonisi tai kirjoita viestisi chat-kenttään!

Euroopan unionin osarahoittama

SEAMK Seinäjoen ammattikorkeakoulu Seinäjoki University of Applied Sciences

Ilmajoki

KURIKKA

ISOJOKI

Kauhajoki

Teuva

KARIJOKI

Mistä tänään puhutaan ja keskustellaan?
Ymmärrys asiakkaista lisää myyntiäsi

- Klo 18-19, 10 minuuttia lopusta varattu keskusteluun

- Oma tavoite, haave ja unelma määräävät yrityksesi suunnan
- Maailma muuttuu. Asiakastarpeet ja –käyttäytyminen muuttuvat
- Asiakasymmärrys ja asiakasprofiili
- Asiakaslähtöisyyden kehittäminen

- Suosittelen, että kirjaat webinaarin aikana tulleita ideoitasi ylös! Muistat ne vielä jatkossakin ja jos tulet sparrauspajaan, sinulla on ideat tallessa kehittämistä varten!



SEAMK

Kohti haaveita, unelmia ja tavoitteita!

Tämä on hyvä sanoittaa ja kirjata ylös!

- **Millaisen yrityksen haluat kolmen vuoden päästä?**

- Missä olisit erityisen menestynyt?
- Millaisia tuotteita/palveluita myisit? Uusia lisäpalveluita?
- Yhteistyökumppanit?
- Mikä olisi paremmin?
- Missä olisit vahvoilla – kilpailuetusi/millä erottaudut?
- Asiakkaat – samoja ja/tai uusia?



Unelmasi ja tavoitteesi ohjaavat sinua tekemään valintoja, jotka vievät niitä kohti

SEAMK

Maailma muuttuu - uusia asiakastarpeita? Miten vaikuttaa omaan yritykseen?

Miten asiakkaideni ikä muuttaa sitä, mitä he arvostavat?

Ihmiset ja kulttuuri: Suomessa pian enemmän ikääntyneitä ja vähemmän nuoria

- **Esim. ikääntyvien arkea helpottavat palvelut:** esim. digiapu, kodin palvelut, liikkuminen, harrastukset, hyvinvointi, tapahtumat ja matkailu
- **Esim. palvelut saavutettaviksi eri-ikäisille:** verkkokaupat, ajanvaraukset netissä, palveluprosessit asiakkaan mukaisesti (erottautuminen: palvelu on poikkeuksellisen helppo ostaa ja käyttää: kun näkö/kuulo/digitaidot heikkenevät)

Mistä asiakkaani ovat epävarmoja – voisinko lisätä turvallisuuden tunnetta?

Valta ja politiikka: Maailmanjärjestyksen murros mittaa demokratian voiman

- **Paikallisuuden ja luotettavuuden arvon kasvu**: lähellä tuotettu, korjattavissa oleva ja helposti saatava muuttuu arvokkaammaksi >
- **Yritykset tarvitsevat apua varautumiseen** mm. pienetkin yritykset: kyberturvallisuus, toimitusketjun toimivuus, tietosuoja ja liiketoiminnan jatkuvuus: IT-, koulutus-, viestintä- ja konsultointiyrityksille mahdollisuuksia? Esim. ” *2 h varautumiskartoitus pienyrittäjälle*.”

Missä asiakkaani tuhlaavat rahaa, energiaa, materiaalia tai aikaa – voinko auttaa vähentämään?

Luonto ja resurssit: ympäristökriisi pakottaa sopeutumaan ja uudistumaan

- **Kaikkea ei tarvitse ostaa uutena:** korjaaminen, kunnostaminen, huoltaminen, vuokraaminen ja käytettyjen tuotteiden kauppa > mahdollisuuksia
- **Turhan vähentäminen**:rahan käyttäminen palveluihin, ravintola voi vähentää hävikkiä, taloyhtiö/omakotitalo säästää energiaa, yritys vähentää materiaalinkulutustaan > yrittäjä voi ratkaista ongelman > bisnesidea?

Miten asiakkaideni ikä muuttaa sitä, mitä he arvostavat?

Teknologia ja talous: tekoäly mullistaa yhteiskunnan perustaa

- **Tekoälyn käyttöönotto:** yrittäjä voi auttaa esim. matkailuyrittäjää automatisoimaan asiakasviestintää, kauppaa tuotekuvausten tekemisessä tai asiantuntijayritystä tarjousprosessin nopeuttamisessa
- Ihmisen tarjoama palvelu entistä arvokkaampaa: edelliselle vastatrendi, tekoälyn tuottamalle henkilökohtaisen palvelun merkitys voi korostua esim. yritys voi rakentaa kilpailukykynsä tämän ympärille

Lähde: Sitran megatrendit 2026, https://www.sitra.fi/julkaisut/megatrendit-2026/

Miten asiakaskäyttäytyminen muuttuu? Miten huomioit?

1. Asiakkaat käyttävät uusia tapoja tiedon etsimiseen mm. tekoälyä

2. Asiakkaalle sopiva tuote ja palvelu > tunnetko asiakkaasi?

3. Somen rooli kasvanut > vaikuttaa voimakkaasti ostopäätöksiin.

4. Vastuullisuus osana ostopäätöksiä. Esim. ympäristöystävällisyys, ihmisistä huolehtiminen ja eettisyys, arvot

1. Oletko siellä, mistä asiakkaasi etsivät palvelujasi/tuotteitasi?

2. Mitä asiakas tarvitsee? Mikä tuo onnistumista? Mikä ärsyttää?

3. Missä kanavassa asiakkaasi ovat? Ole sinäkin siellä

4. Kerro, mitä teet ympäristön ja ihmisten hyväksi. Mitä voisit vielä tehdä?

Asiakasymmärrys

Asiakasymmärrys: Ketkä ovat asiakkaitasi? Tee asiakasprofiilit - esimerkkinä matkailualan yritys



Tausta: Eetu, 40 v., Tampere, 2 lasta ja puoliso, hyvätuloinen, matkustaa kotimaassa 2-4 krt. vuodessa
Tavoitteet: laadukas aika perheen kanssa, kokea luonto helposti ja turvallisesti, löytää valmiiksi suunniteltuja elämyksiä
Haasteet: Ajan puute suunnittelun, vaikea arvioida palvelujen laatua etukäteen, lasten huomioiminen matkailupalveluissa
Arvostaa: helppoutta, selkeitä verkkosivuja, paketoituja palveluita, hyviä asiakasarvioita, vastuullisuutta
Ostopäätökseen vaikuttaa: varaamisen helppous, kuvien ja videoiden laatu, asiakaskokemukset

Miten voidaan tehdä asiakkaan matkan suunnittelusta ja ostamisesta mahdollisimman helppoa?

Asiakasymmärrys: Ketkä ovat asiakkaitasi? Tee asiakasprofiilit - esimerkkinä konepaja



Tausta: Marika, vastaa tuotannon sujuvuudesta ja toimitusvarmuudesta
Tavoitteet: osat oikeaan aikaan, oikeanlaatuisina ja ilman yllätyksiä
Haasteet: Kiire, toimitusviiveet, laatupoikkeamat ja muutokset
Arvostaa: luotettavuutta, nopeaa reagointia, teknistä osaamista ja aktiivista viestintää/tavoitettavuutta
Ostopäätökseen vaikuttaa: toimitusvarmuus, laatu, hinta, yhteistyön helppous

Miten voidaan tehdä asiakkaan ongelman ratkaisusta kiireen keskellä mahdollisimman helppoa?

Asiakaslähtöisyys

Asiakaslähtöisyys
Tarpeiden ymmärtäminen > lisää myyntiä!

Asiakas/ maksaja eri?



Tausta: Eetu, 40 v., Tampere, 2 lasta ja puoliso, hyvätuloinen, matkustaa kotimaassa 2-4 krt. vuodessa
Tavoitteet: laadukas aika perheen kanssa, kokea luonto helposti ja turvallisesti, löytää valmiiksi suunniteltuja elämyksiä
Haasteet: Ajan puute suunnittelun, vaikea arvioida palvelujen laatua etukäteen, lasten huomioiminen matkailupalveluissa
Arvostaa: helppoutta, selkeitä verkkosivuja, paketoituja palveluita, hyviä asiakasarvioita, vastuullisuutta
Ostopäätökseen vaikuttaa: varaamisen helppous, kuvien ja videoiden laatu, asiakaskokemukset

Minkä ongelman hän haluaa ratkaista? Löytää helposti koko perheelle sopivan, laadukkaan ja turvallisen loman ilman aikaa vievää suunnittelua > valmis viikonloppupaketti koko perheelle?
Onko vielä sanoittamattomia ongelmia? Kaipaa varmuutta kaikkien viihtymisestä, palvelu vastaa odotuksia ja loma tuntuu käytetyn ajan ja rahan arvoiselta > tekemistä lapsille ja aikuisille?
Mikä on hänelle arvokasta? Helppous, yhteinen aika, onnistuneet elämykset, turvallisuus ja tunne siitä, että joku on miettinyt kokonaisuutta hänen puolestaan > majoitus ja aktiviteetit samalla varauksella?
Mikä häntä eniten turhauttaa? Epäselvä tieto, palvelujen vertailun vaikeus, monimutkainen varaaminen ja epävarmuus palvelun sopivuudesta koko perheelle > esim. netissä ei ole tietoa, sopiiko retki lapsille.

SEAMK

Asiakaslähtöisyys
Yksilöllisyys

Esimerkki:
Pakastin



Tausta: Eetu, 40 v., Tampere, 2 lasta ja puoliso, hyvätuloinen, matkustaa kotimaassa 2-4 krt. vuodessa
Tavoitteet: laadukas aika perheen kanssa, kokea luonto helposti ja turvallisesti, löytää valmiiksi suunniteltuja elämyksiä
Haasteet: Ajan puute suunnittelun, vaikea arvioida palvelujen laatua etukäteen, lasten huomioiminen matkailupalveluissa
Arvostaa: helppoutta, selkeitä verkkosivuja, paketoituja palveluita, hyviä asiakasarvioita, vastuullisuutta
Ostopäätökseen vaikuttaa: varaamisen helppous, kuvien ja videoiden laatu, asiakaskokemukset

Miten huomioida hänen tilanteensa? Esim. vaihtoehtoja lasten iän ja kiinnostuksen mukaan
Miten antaa valinnanvaraa? Esim. aktiviteetin voi vaihtaa toiseen
Miten osoittaa, että tunnemme asiakkaan? Esim. seuraavalla kerralla ehdotetaan aiempien valintojen perusteella sopivaa palvelua

Asiakaslähtöisyys
Lisäarvo – enemmän kuin ostettu palvelu

Esimerkki:
Pakastin



Tausta: Eetu, 40 v., Tampere, 2 lasta ja puoliso, hyvätuloinen, matkustaa kotimaassa 2-4 krt. vuodessa
Tavoitteet: laadukas aika perheen kanssa, kokea luonto helposti ja turvallisesti, löytää valmiiksi suunniteltuja elämyksiä
Haasteet: Ajan puute suunnittelun, vaikea arvioida palvelujen laatua etukäteen, lasten huomioiminen matkailupalveluissa
Arvostaa: helppoutta, selkeitä verkkosivuja, paketoituja palveluita, hyviä asiakasarvioita, vastuullisuutta
Ostopäätökseen vaikuttaa: varaamisen helppous, kuvien ja videoiden laatu, asiakaskokemukset

Mikä helpottaa hänen elämäänsä? Esim. valmis pakkauslista ennen matkaa huomioiden varattu aktiviteetti esim. luontoretkelle mukaan sopivat jalkineet, retkieväät, tulitikut yms.
Mikä tekee kokemuksesta paremman? Esim. paikalliset vinkit lapsiperheen parhaisiin kohteisiin
Mikä saa hänet palaamaan? Esim. matkan jälkeen henkilökohtainen ehdotus seuraavasta perhelomasta

Asiakaslähtöisyyden kehittäminen
Palvelu ja sujuvuus

Esimerkki:
Kampaaja

Henkilökohtaista palvelua

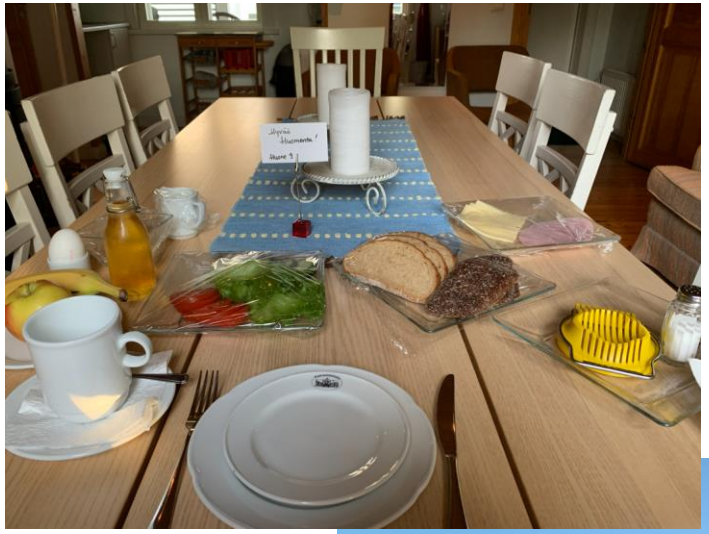
- Osoittaa arvostusta asiakkaalle
- B2B: asiakkaan liiketoimintaan perehdytty > ”kotiläksyt” tehty hyvin
- Verkkokauppa: ostopäätöksiin pohjautuvia personoituja suosituksia, henkilökohtaisen palvelun yhdistäminen verkossa toimimiseen yms.

Helppoa ja sujuvaa

- Onko yhteydenotto helppoa?
- Asiakkaan ostopolku alusta loppuun: sujuvatko kaikki vaiheet hyvin?
- Puhutko asiakkaan kielellä?

Esimerkkejä asiakaslähtöisyydestä

- Majoitus Pyhtäällä Stockforsin Patruunantalo – enemmän, mitä odotettiin > lisäarvoa!
- Uusien tarpeiden huomioiminen: permanenttien kysyntä – myös miesasiakkaille
- Fysioterapeutilta ohjeita omatoimiseen kuntoutukseen – mitä lopulta sain?
- Intohimona käsityöt tai askartelut – onko asiakaskin kiinnostunut?





SEAMK

Kehittäminen asiakkaan kanssa

Kysytkö asiakkaaltasi kehittämisehdotuksia? Hyviä keinoja?



SEAMK

Asiakaslähtöisyyden kehittäminen
Kehitä yhdessä asiakkaasi kanssa!

- Kuuntele ja hanki kehittämisehdotuksia ja **tee** parannuksia
- Tee tätä säännöllisesti ja suunnitellusti esim. kerran vuodessa
- Vain muutama kysymys: kaksikin saattaa riittää. Mieti ennakkoon.
- Kehitä yhdessä asiakkaan kanssa > asiakas on ”otettu”
- Kannusta antamaan **nimenomaan kehittämisehdotuksia** > usein tuttu asiakas ei kehtaa sanoa, mitä pitäisi korjata
- Kehutkin ovat erittäin mukavia, mutta niistä ei saa apua kehittämiseen



SEAMK

Asiakaslähtöisyyden kehittäminen Keinoja!

Esimerkki: asiakasraati Teamsissa

- **Keinoja:**
  - Kysy kohdatessasi asiakkaan esim. viikon ajan kerran vuodessa
  - Soita muutamalle asiakkaalle 10 min. puhelu 3-5 asiakkaan kanssa
  - Some: kysymys, äänestys tai kaksi vaihtoehtoista ideaa asiakkaiden kommentoitavaksi
  - Lyhyt palautekysely
  - 1 kysymyksen viesti: Jos saisit muuttaa yhden asian toiminnassamme, mikä se olisi?
  - Testauta idea ennen toteutusta muutamalle asiakkaalle
  - Kutsu vakioasiakkaat kahville: epämuodollinen asiakasraati

- **Keinoja B2B:**
  - Asiakastapaamisen yhteydessä esim. 10 min.
  - Kehityskeskustelu avainasiakkaiden kanssa. Miten voisimme parantaa toimintaamme ja yhteistyötämme?
  - Käy läpi reklamaatiot ja poikkeamat > kehitysideoita
  - Kysy menetetyistä kaupoista: miksi asiakas valitsi toisen toimittajan?
  - Asiakasraati: 3-5 avainasiakasta keskustelemaan tulevista tarpeista
  - Kehitä asiakkaan kanssa: ota asiakas mukaan uuden palvelun tai ratkaisun suunnitteluun
  - Pilotoi ennen uutta ratkaisua asiakkaan kanssa

Jos et ole vielä ilmoittautunut muihin valmennuksiin/sparrauspajoihin, käy ilmoittautumassa!

Tervetuloa!

Sparrauspajat aiheesta Upeat asiakkaani!

- Sparrauspaja teemasta 24.8. klo 17.30-19.30 Kurikassa
- Yrityspalvelupiste Formu, Keskuspuistikko 14, KURIKKA,
- Kauhajoen sparraus peruutettu osallistujien puutteen vuoksi.

- Tehtävä: Yksi asia, jonka pohdin valmiiksi liittyen asiakkaan näkökulmaan seuraavan viikon aikana ja tuon sen sparrauspajaan.

- Sparrauspajassa pohditaan osallistujien tehtäviä yksin ja yhdessä, voit tuoda esille ne seikat, mitä haluat, yrityssalaisuuksia ei tarvitse tuoda esille.
- Voit saada vertaistukea muilta osallistujilta ja meiltä vetäjiltä ideoita ja ajatuksia, miten voisit lähteä asiaasi edistämään. Tervetuloa mukaan!

KASVURAIDE –

liikkuva kiihdyttämö yritysten vastuulliseen kasvuun

Kiitos kun olit mukana!

https://projektit.seamk.fi/yrittajyys-ja-kasvu/kasvuraide/

Euroopan unionin osarahoittama

SEAMK Seinäjoen ammattikorkeakoulu Seinäjoki University of Applied Sciences

Ilmajoki

KURIKKA

ISOJOKI

Kauhajoki

Teuva

KARIJOKI

Lähteet

Dufva, M., Kiiski-Kataja, E. & Lähdemäki-Pekkinen, J. *Megatrendit 2026*. (1.1.2026). https://www.sitra.fi/julkaisut/megatrendit-2026/

https://sdm.fi/blogi/asiakaskayttaytymisen-muutoksiin-reagoiminen/

https://www.dialok.fi/artikkelit/mita-asiakaslahtoisyys-tarkoittaa/

Naiset innovaatio- ja kasvupolulla, Työkirja yrittäjyyden matkalle, https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/914967/Tyokirja_yrittajyyden_matkalle.pdf?sequence=1&isAllowed=y