

KASVA JA KANSAINVÄLISTY

Matkailualan B2B-myyntin tehopäivä

AIKA 15.9.2026 klo 9-16	PAIKKA Golden Resort, Tahko	TAVOITE Oma B2B-roadmap
-----------------------------------	---------------------------------------	-----------------------------------

Tämän työkirjan omistaa

Nimi

Yritys ja rooli

1 Startti: missä olen nyt?

Mitä myymme B2B-asiakkaille juuri nyt?

Kirjoita yhdellä lauseella niin, että ulkopuolinen ymmärtää.

Mihin kysymykseen haluan saada tänään vastauksen?

Päivän lopussa haluan lähteä kotiin niin, että...

☐ asiakkaat ovat selkeämmät ☐ tuote on kirkkaampi ☐ myynti tuntuu varmemmalta

☐ kumppanit ovat näkyvissä ☐ tavoite ja mittarit ovat valittu ☐ seuraava askel on päätetty

Käytä näin: kuuntele, kirjoita vain olennainen ja tee jokaisen osion lopussa yksi valinta.

Klo 10.15–10.50

1 Startti > **2 Asiakkaat** > 3 Tuote > 4 Myynti > 5 Verkostot > 6 Mittarit > 7 Klinikka > 8 Päätös

2

B2B-asiakkaat ja markkinat

Greta Tanskanen

Tavoite: rajaa, kenelle myyt ja mihin markkinaan panostat. Hyvä valinta kertoo myös, kenelle et juuri nyt myy.

Millainen asiakas tuottaa meille eniten arvoa - ja saa meiltä eniten arvoa?

Asiakas / ostajatyyppe	Tarve tai tavoite	Miksi valitsisi meidät?	Prioriteetti 1-3

Ensisijainen asiakas seuraavaksi

Valitse yksi. Mikä konkreettinen havainto tai tieto tukee valintaa?

Markkina, johon panostamme

Mitä jätämme nyt tietoisesti sivuun?

Yksi asiakasymmärrystä lisäävä teko seuraavan 14 päivän aikana

Esimerkiksi keskustelu, haastattelu, tarjousdatan tarkistus tai kumppanilta saatava tieto.

Klo 11.00–11.25

1 Startti > 2 Asiakkaat > **3 Tuote** > 4 Myynti > 5 Verkostot > 6 Mittarit > 7 Klinikka > 8 Päättös

3

Elämys- ja ohjelmapalveluiden B2B-myynti

Suvi Ahola

Tavoite: tunnista tuotteesi vahvuudet ja USP-tekijät, kiteytä ne selkeäksi B2B-esittelyksi ja varmista, että ostaja saa tarvitsemansa ydintiedot.

Vahvuutemme ja USP-tekijämme kansainvälisessä myynnissä

Kirjaa alle 3–5 yrityksesi tai tuotteesi vahvuutta tai jo tunnistettua USP-tekijää kansainvälisen asiakkaan ja B2B-ostajan näkökulmasta.

Mieti erityisesti: mikä tekee tuotteestanne kiinnostavan, erityisen tai erottuvan kansainvälisillä markkinoilla?

-
-
-
-
-

Jos USP:t eivät ole vielä määriteltynä, aloita vahvuuksista. Jos ne ovat jo kunnossa, kirjaa tähän tärkeimmät myyntiargumenttisi.

Mitä sanoisin juuri nyt?

Kuvittele, että potentiaalinen kansainvälinen matkanjärjestäjä kysyy sinulta: “Mitä te myytte?”

Kirjoita 1–3 lauseen ensimmäinen luonnos.

Hyödynnä edellä tunnistamiasi USP-tekijöitä. Kerro olennaisin – kaikkea ei tarvitse sanoa.

Vinkki: Hissipuheen sisältöä kannattaa muokata tilanteen ja kuulijan mukaan. Harjoittele muutama erilainen versio valmiiksi.

Ostajan pikakoe

Löytyvätkö B2B-materiaaleistasi vastaukset näihin?

- ☐ Kenelle tuote sopii?
- ☐ Mikä tekee siitä kiinnostavan tai erottuvan?
- ☐ Mitä tuotteeseen kuuluu?
- ☐ Milloin sitä on saatavilla ja kuinka monelle?
- ☐ Mitä se maksaa?
- ☐ Miten sen voi ostaa?

Yksi asia, jonka haluan tehdä ostajalle selkeämmäksi:

Klo 11.25–12.00

1 Startti > 2 Asiakkaat > 3 Tuote > **4 Myynti** > 5 Verkostot > 6 Mittarit > 7 Klinikka > 8 Päättös

4

B2B-myyntin taidot

Suvi Ahola

Tavoite: tunnista, mitä voit tehdä B2B-ostajatapaamisessa paremmin ennen tapaamista, sen aikana ja sen jälkeen

B2B-tapaaminen – ennen, aikana, jälkeen

Kirjaa yksi asia, jonka haluat tehdä jatkossa paremmin tai eri tavalla:

ENNEN

Mitä teen paremmin valmistautumisessa?

AIKANA

Mitä teen paremmin itse tapaamisessa?

JÄLKEEN

Mitä teen paremmin jälkihoidossa?

Kysymys, jolla pääsen ostajan todelliseen tarpeeseen

klo12-13

Lounaan verkostoitumistehtävä

Tapaa kaksi ihmistä, joita et vielä tunne. Selvitä, mitä he kehittävät ja missä voisitte auttaa toisianne.

Nimi / yritys	Yhteinen mahdollisuus	Sovittu seuraava askel

Klo 13.00–13.25

1 Startti > 2 Asiakkaat > 3 Tuote > 4 Myynti > **5 Verkostot** > 6 Mittarit > 7 Klinikka > 8 Päättös

5

Verkostot ja yhteistyö

Greta Tanskanen

Tavoite: tunnista kumppanit, joiden kanssa pääsette pidemmälle - ja sanoita, mitä tuot yhteistyöhön.

Miten yhteistyö näkyy jo nyt teidän alueella? Miten se voisi näkyä entistä vahvemmin ja konkreettisemmin?

Mihin omaan tavoitteeseen tarvitsemme kumppaneita?

NYKYISET KUMPPANIT	POTENTIAALISET KUMPPANIT	PUUTTUVA ROOLI
Ketkä jo auttavat?	Kenen kanssa kannattaa keskustella?	Mitä osaamista tai kanavaa tarvitsemme?

Mitä konkreettista arvoa tuomme kumppanille?

Mitä odotamme kumppanilta?

Yksi yhteistyöavaus, jonka teen seuraavan seitsemän päivän aikana

90 päivän valinta

Vastaa neljään kysymykseen. Saat yhden tavoitteen, tekemisen, mittarin ja rajauksen.

1. Suunta

Mikä yksi asia olisi 14.12. totta ja helpottaisi sen jälkeen kaikkea muuta?

2. Tekeminen

Mitä teet tämän tavoitteen eteen joka viikko, vaikka olisi kiire?

Markkinoinnissa – miten rakennat oikeiden kumppaneiden huomiota ja luottamusta?

Myynnissä – miten viet kiinnostusta kohti keskustelua ja päätöstä?

3. Mittari

Mikä yksi konkreettinen merkki kertoo, että etenet?

Seuraan: _____

Nyt: _____ **Tavoite 14.12.:** _____

Tarkistan seuraavan kerran: _____

4. Raja

Mikä hyvä idea saa siihen asti odottaa?

Klo 13.45-15.30

1 Startti > 2 Asiakkaat > 3 Tuote > 4 Myynti > 5 Verkostot > 6 Mittarit > **7 Klinikka** > 8 Päättös

7

Klinikkatyöskentely

Mieti jokaiseen klinikan näkökulmaan yksi kysymys omasta yrityksestäsi, josta haluat keskustella.

1. Asiakkaat, markkinat ja verkostot

Kysymykseni:

2. B2B-myynti ja myyntiviesti

Kysymykseni:

3. Tavoitteet ja mittarit

Kysymykseni:

Vertaiselta saamani tärkein palaute

Klinikan lopuksi valitsemani ratkaisu

Klo 15.30–16.00

1 Startti > 2 Asiakkaat > 3 Tuote > 4 Myynti > 5 Verkostot > 6 Mittarit > 7 Klinikka > **8 Päätös**

8

Päivän koonti ja yhteinen päätös

Roadmap ei ole valmis, kun se on täytetty. Se on valmis, kun ensimmäinen teko on kalenterissa.

Tärkein päätökseni tältä päivältä

Milloin?	Teko	Vastuuhenkilö	Määräpäivä	Valmis kun...
7 päivää				
30 päivää				
90 päivää				

ALOITAN	LOPETAN	JATKAN

Ensimmäinen yhteydenotto, jonka teen

Päivä, jolloin palaan tähän roadmapiin

MINUN SITOUUMUKSENI: Seuraava konkreettinen tekoni on _____ ja teen sen viimeistään ____ / ____ / 2026.

Säilytä roadmap näkyvillä seuraavat 90 päivää.

JATKA TÄSTÄ

NordicMarketing auttaa matkailuyrityksiä ja alueita kehittämään kansainvälistä myyntiä, markkinointia, tuotteita ja osaamista. Tarjoamme matkailun tekijöille avoimia koulutuksia, maksuttomia webinaareja, käytännön työpajoja ja organisaatioille räätälöityjä valmennuksia.

Katso avoimet koulutukset ja ajankohtaiset sisällöt



<https://linktr.ee/NordicMarketingAcademy>

Asiantuntijat

Tehopäivän asiantuntijat

Greta Tanskanen
Suvi Ahola
Liisa Tuokko

Kysy koulutuksista ja valmennuksista

kouluttaja@nordicmarketing.fi

+358 40 162 4466

Yhteystiedot löytyvät myös NordicMarketingin viralliselta koulutussivulta. [NordicMarketing Academy](#)