



Suoramyynän tarkistuslista – miten rakentaa palvelu toimivaksi? Marika Auersalmi, Mabion Oy

Suoramyynti on palvelu, jonka menestyksellinen hoitaminen vaatii palvelun rakentamista toimivaksi elämykseksi asiakkaan silmin.

Miksi asiakas

- pysähtyy tienvarressa olevalle myyntikojulle?
- tulee tilamyymälään asti ostoksille?

Parhaan vastauksen saat kysymällä sen suoraan asiakkaaltasi. Vastaus todennäköisesti sisältää jonkun tai useamman seuraavan kaltaisista asioista:

- ajettiin jo pitkään, takapenkin väki alkoi jo hermostua, tarvittiin jotain ohjelmaa.
- tarvittiin vessatauko, mutta samalla oli kiva pitää tauko.
- olemme ajaneet tästä jo monesti, mutta tällä kertaa päätettiin tulla kokeilemaan.
- kesään kuuluvat sesongin tuotteet, parhaat saa suoraan tuottajalta.
- koiralle piti saada jaloittelutauko.
- päivän reititimme ei ole vielä suunniteltu, pysähdyimme miettimään minne jatkamme.
- kiva joskus fiilistellä, meillä oli mummolassa...
- lapset eivät ole koskaan ... (esimerkiksi silittäneet lammasta, nähneet viljapuimuria, poimineet itse mansikoita).
- kävimme täällä viime kesänä ja päätimme tulla uudestaan.

Oleellista on huomata asiakkaan vastauksessa se varsinainen tarve, johon hän hakee vastinetta. Edellinen lista tyydytettävän tarpeen näkökulmasta voisi olla esimerkiksi:

- Lasten aika käy matkustettaessa pitkäksi, aikuiset haluavat hengähdyshetken siihen, ettei koko ajan tarvitse vastata kysymykseen ”joko ollaan perillä”.
- Vessassa voisi käydä tien varressakin, mutta kuski voi olla jo kovin väsynyt ajamiseen. Apukuski on nähnyt tilanteen ja turvallisen matkanteon varmistamiseksi ehdottaa pysähdystä, jossa menee kauemmin kuin nopeassa vessatauossa.
- Uteliaisuus on herännyt, halutaan vastaus kysymykseen, että mikä/millainen paikka tämä on.
- Kesätraditioita ylläpidetään, kesätunnelma ei tule ilman autossa syötyjä mansikoita.
- Matkalla mukana olevasta lemmikistä pidetään huolta.
- Toivotaan kolmannen osapuolen vinkkejä reitin suunnitteluun.
- Omiin muistoihin palaaminen maalaistalon pihassa tai pellon reunassa olevan myyntipisteen ääressä.
- Opettaminen, tiedon ja kokemusten jakaminen vanhemmilta lapsille.
- Edellinen vierailu jätti hyvän muistijäljen, se halutaan kokea uudelleen.



Suoramyynti on palvelu, jolla vastataan moninaiisiin tarpeisiin. Onneksi myyjän näkökulmasta, hyvällä toimintatavalla voi tyydyttää vaikka kaikki erilaiset tarpeet edellisestä listasta. Silloin myyjän on huolehdittava seuraavat kohdat:

- Ennakkotieto – tienvarsi, Facebook, yrityksen sivut, kunnan/kaupungin turistitoimisto
- Hyvät opasteet – pahinta on riitelevä pariskunta joka autosta noustessaan sättii toisiaan ja myyjää siitä, miten vaikeaa tilaa oli löytää.
- Kellonaika – Asiakkaan on voitava luottaa siihen, että perillä kauppa on auki tai tienvarresta löytyy koju, jos kyltti on esillä.
- Tuotevalikoima – kesällä pelkästään mansikat voivat riittää pysähdyksen syyksi, mutta mitä useampi tuote, sitä enemmän mahdollisuuksia myyjälle ja ostajalle.
- Siisteys, hygienia – tästä ei voi tinkiä! Huolehdi erityisesti lämpötilat ja pakkausmateriaalit.
- Personointi – mieti millä erotut!

Näitä kohti voi hoitaa lukuisin eri tavoin. Niiden kehittämiseen ja toteuttamiseen kannattaa muodostaa oma linja, josta jokaisesta tulee hippusia persoonallisuuteen. Siten jokainen toimi rakentaa suoramyyjän omaa tarinaa.

Ennakkotieto ja opasteet

Netti on yhä enemmän tiedonjakamisen valtavirtaa. Kesälomareissuaan talvella suunnitteleva perhe saattaa innostua tilastasi kesken talvipakkasten. Pidä siis netti/facebook-sivusi kunnossa ja muista päivittää esimerkiksi keväällä sadonkorjuun ennakkotiedot – mitä on kylvetty ja milloin ensimmäisiä voi tulla ostamaan.

Erialaisten perusviestintäkanavien lisäksi voi pohtia, olisiko mahdollista jakaa oma esite/infolehtinen/mainos esimerkiksi kaikkien kesäasukkaiden postilaatikkoon. Siihen selkeästi yhteystiedot, kartta, kellonajat ja tuotevalikoima sekä tietysti lämmin tervetuloitus. Sama info esiin myös paikallisen kaupan ilmoitustaululle, kirjastoon, huoltoasemalle ja kaikkiin niihin paikkoihin, joissa ihmisiä liikkuu. Muista kysyä lupa!

Tienvarsimainonta on luvanvaraista. Asemakaava-alueella mainontaan ohjeistaa kunta/kaupunki ja asema-alueen ulkopuolella Pirkanmaan ELY-keskus päättää maantiemainonnan poikkeusluvista koko maassa. Liikennevirasto on tehnyt ohjeistuksen, josta saat hyvää tietoa esimerkiksi siitä kuinka suurella teksti tulisi kirjoittaa, jos kyltti on näkyvillä 20 metrin päästä noin 80 km/h nopeusrajoituksen alueella. Lue lisää:

http://www2.liikennevirasto.fi/julkaisut/pdf3/lo_2010-15_tienvarsimainonta_web.pdf

Olipa ennakkotietosi sitten paperi kyläkaupan ilmoitustaululla tai kaksimetrisen kyltti tienvarressa, huolehdi siitä myös sen jälkeen kuin olet käynyt sen sinne laittamassa. Ehjä, hyväkuntoinen ja tiedoiltaan ajantasainen info on ainoa, mitä saisi olla esillä.



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus





Kellonaika

Ilmoita sellainen aika, jolloin oikeasti olet paikalla. Tämän ajan ulkopuolellakin pihaasi saattaa tulla joku tulla, mutta heille on silloin iloinen yllätys jos voit palvella heitä ”aukioloaikojen ulkopuolella”. Ikävän ja varmasti kaikille kavereille kerrottavan kokemuksen aiheutat sillä, että et ole paikalla aikana, jolloin infon mukaan pitäisi palvelun toimia. Kaikki ymmärtävät toki sairaudet tai muut ennakoimattomat tilanteet. Laita silloinkin tieto poikkeuksellisesta sulkemisesta näkyviin (netti, hae tienvarsikyltti pois, laita iso info oveen). Parasta olisi, että olet sopinut etukäteen jostakin varallajärjestelystä. Tulisiko naapuri apuun tai joku muu?

Tuotevalikoima

Mieti voisitko myydä omien tuotteidesi lisäksi jotain muutakin. Onko kylälläsi toinen yrittäjä, jolla olisi jokin tuote, jota ei saisi joka marketista? Mieti, mitä asiakas tarvitsisi tuotteesi kanssa. Mansikoiden myyjällä voisi olla tarjolla (luomu)sokeria, (luomu)kermaa, (luomu)kananmunia, (luomu)jauhoja. Näillä loihitti jo vaikka kuinka monta erilaista jälkiruokaa. Mieti myös olisiko jotain sellaista, minkä vuoksi asiakas voisi tulla pian uudestaan? Marjatiiloilla ”kalenteri” eri lajikkeiden ja marjojen kypsymisen aikataulusta kertoo, että juuri nyt ovat parhaimmillaan syöntimarjat ja viikon päästä odotamme kypsäksi säilöntämarjoja ja kuukauden päästä...

Tuotteiden lisäksi voit tarjota palveluita. Pystytä asiakkaille piknikpöytä ja tuolit (sateisena aikana torikatos), laita koiralle juoma-astia valmiiksi. Laita lajitteluroskikset niin, että asiakkaasi voi lajitella eväshetkensä roskat suoraan eri roskikiin. Merkitse pieni reitti metsään/pelloille/tilapihalalle, jonka asiakkaasi voivat käydä kävelemässä itsekseen (ja mahdollisesti lemmikkiensä kanssa).

Kerro myös kylästäsi. Kunnan esite tai muiden yrittäjien kanssa yhdessä koottu infolehtinen voi antaa asiakkaallesi lisäyhtiä pysähtyä matkallaan tai hankkia muitakin tuotteita/palveluita. Kalastuslupia myyvän paikan tiedot on hyvä olla tiedossa, jos et itse myy niitä.

Näillä eri tavoilla osoitat asiakkaallesi, että olet miettinyt laajasti, miten voit heitä palvella. Asiakkaallasi ei välttämättä ole itsellään koiraa, mutta hän voi suositella paikkaasi koiraystävällisenä pysähdyspaikkana. Piknik-pöytä ja tuolit saattavat sillä kerralla jäädä käyttämättä, mutta seuraavalla kerralla asiakkaasi tulee juuri sen takia uudestaan, että hän muistaa miellyttävän pysähdyspaikan ”ABC-maailman” ulkopuolella. Ehkä asiakkaasi ei ole huomannut ennen, mitä kaikkea kivaa kylässäsi onkaan...

Siisteys ja hygienia

Puhtaus on puoli ruokaa. Siitä pitää pitää huolta. Kirjoita siis omavalvontasuunnitelma huolellisesti myös huomioiden satunnaiset tienvarsimyyntipäivät tai tilamyymälän osalta. Hyvin suunniteltu kun on jo puoleksi tehty! Huolehdi, että myyntikojusi/tilasi on siisti ja lämpötilat ovat kohdallaan lämpötila-aroissa tuotteissa. Suojaa tuotteet suoralta auringonvalolta tarvittaessa. Käytä puhtaita ottimia, kauhoja ja tarvittaessa muovikäsineitä. Pakkausmateriaaliin kannattaa panostaa. Mieti esimerkiksi, millaista rasiaa on helppo käsitellä auton takapenkillä myös 5 vuotiaan lapsen. Mieti, mitkä tuotteet tarvitsevat suljettavan pussin/rasian.

Huomaa, että pakkausten maailma on nykyään hyvin moninainen. Luomutilalla tulisi jo odotusarvona olla ympäristöystävälliset ympäristömerkityt pakkausmateriaalit tai esimerkiksi palmunlehtiastiit, jotka voi kompostoida/polttaa tai jopa pestä ja käyttää hetken uudelleen. Valikoimaa on, katso vaikka <http://www.mtcy.fi/naturesse/>



Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin





Erotautuminen

Asiakkaasi näkevät tilasi ehkä ensimmäistä kertaa, tienvarsimymälään pysähtyvä ei ehkä viisi minuuttia sitten, edes ajatellut pysähtyvänsä. Heille on kaikki uutta. Osalle ehdit kertoa, jos asiakasta kiinnostaa, tilasi tarinan, mutta varmemmin saat sen mukaan pienen paperilapun muodossa. Kirjoita ja tulosta talven hiljaisina päivinä tilasi tarina pieneen infolappuun. Sujauta se aina asiakkaalle mukaan pussiin/rasiaan/laatikkoon. Lisää loppuun hyvän kesän/matkan toivotus ja toivota tervetulleeksi uudelleen.

Huomioi työvaatteesi. Essu, lippis, t-paita – jollakin tavalla voit tuoda esiin tilaasi. Valitse ns. kaupan vaatteet tilallesi sopivien värien mukaan, esim. päärakennuksen mukaan. Asiakkaalle se kertoo pienestä, ajatellusta yksityiskohdasta.

Laita isännänviiri salkoon. Perinteitä arvostaville ihmiselle viirin näkeminen kertoo juurien arvostamisesta. Saatat saada innostuneen selityksen siitä kuin samainen viiri oli asiakkaasi isän kotona... ja mitä sitten tapahtuikaan.

Kukat, tilaan sopivat koriste-esineet ja muut pienet extrat joilla luot tunnelmaa kertovat kaikki huolenpidosta ja yksilöllisestä tilakaupasta/tienvarsimymälästä. Kukat voivat olla esimerkki luomutilan monimuotoisuudesta, pellonpientareelta kerättyjä, nätisti maljakkoon aseteltuja. Mikäli laitat esille vanhoja työkaluja, laita niihin lappu mukaan selitykseksi. Kuokkakin on eksoottinen väline kaupungissa ikänsä asuneelle lapselle!

Kuuntele! Asiakkaasi kertovat sinulle mistä he pitävät ja mistä ei. He kertovat toiveensa ja huolensa. Onko näissä jotain, mille voit tehdä jotain? Et ehkä heti, mutta ensi vuodeksi. Kerro sitten nettisivuillasi, että kiität sitä asiakasta, jolta sait idean. Tervetuloa katsomaan ensi kesänä, nyt on pihassa keinu ja nuotiopaikka!



Tehtävä	Aikataulu	Huomioitava
Tienvarsiopasteet	Tammihelmikuu	Lupa-anottava, toteutukselle ohjeita
Nettisivut – yleisesittely, historia, kartta, yhteystiedot	Tammikuu	Päivitykset tarpeen mukaan pitkin vuotta
Facebook	Talvella kerran kuukaudessa, keväällä kerran viikossa, kesällä kerran päivässä	Päivitykset kertovat tilan arjesta ja siitä mitä on asiakkaille tarjolla
Omavalvontasuunnitelma	Tammikuu	Hygieniapassikoulutus kesätyöntekijöille ajoissa
Mainokset - infotaulut	Huhtikuu	Luvat, vastavuoroisesti heidän tiedot omille sivuille/esitteet omaan myymälään
Mainokset - postijako	Juhannuksen tienoilla	Persoonallinen, mutta hyvin informatiivinen ja kutsuva
Pakkausmateriaalit	Valikoimaan tutustuminen talvella, tilaukset keväälle	Varustaudu erilaisiin tarpeisiin, tehtävä/teetettävä tarrat tms. joilla tuotteiden nimi tuotteisiin jos tarve
Piha-alue siistiksi	Viimeistään viikkoa ennen avajaisia	Merkitse paikat/alueet, jonne saa mennä, laita pysäköintipaikalle opaste
Sovi työntekijät ja varahenkilöstö	Toukokuu	Uudet henkilöt pitää perehdyttää kunnolla, he edustavat tilaasi kun sinä et ole paikalla!
Työvaatteet, myymälän somistus jne. viimeistelevät toimet	Viimeistään viikkoa ennen avajaisia	Somistusta on hyvä muuttaa kesän aikana, palaavalle asiakkaalle se kertoo aktiivisesta myymälästä

Palvelutilanteessa ihmisen huomiointi ja palveluasenne ratkaisevat!

Myyntitilanteessa pienikin yksilöllinen (tai asiakkaasta yksilölliseltä tuntuva) huomiointi jättää hyvän muiston ja nostaa hymyn asiakkaan silmiin. Silloin on sinunkin helppo hymyillä!