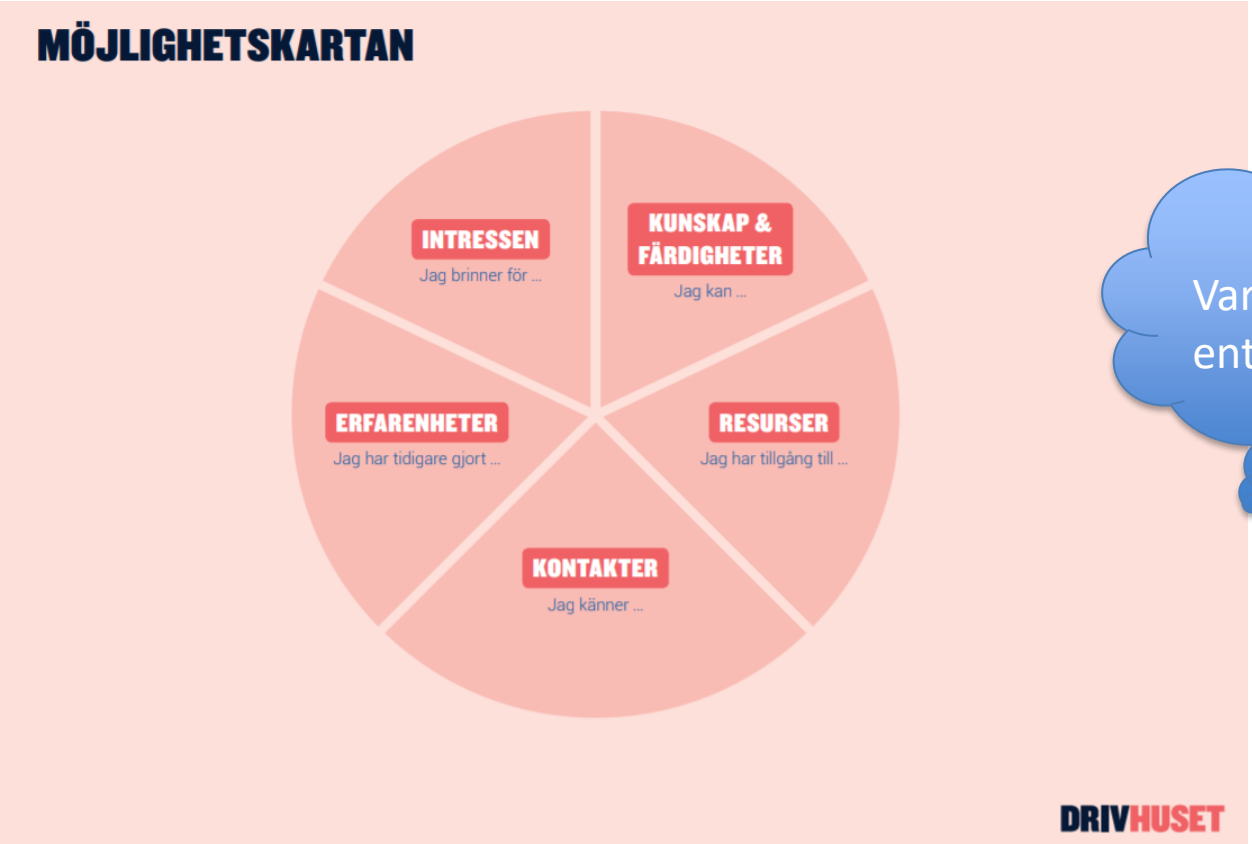
JAKOBSTADSREGIONEN
PIETARSAAREN SEUTU

Österbottens förbund
Pohjanmaan liitto

YRKESHÖGSKOLAN
NOVIA

Ett kundfokuserat värdeerbjudande.

ETT FÖRETAG UPPSTÅR OFTA PÅ BASIS AV…



Varför blev du entreprenör?

ETT KUNDFOKUSERAT ERBJUDANDE UPPSTÅR ALLTID PÅ BASIS AV…

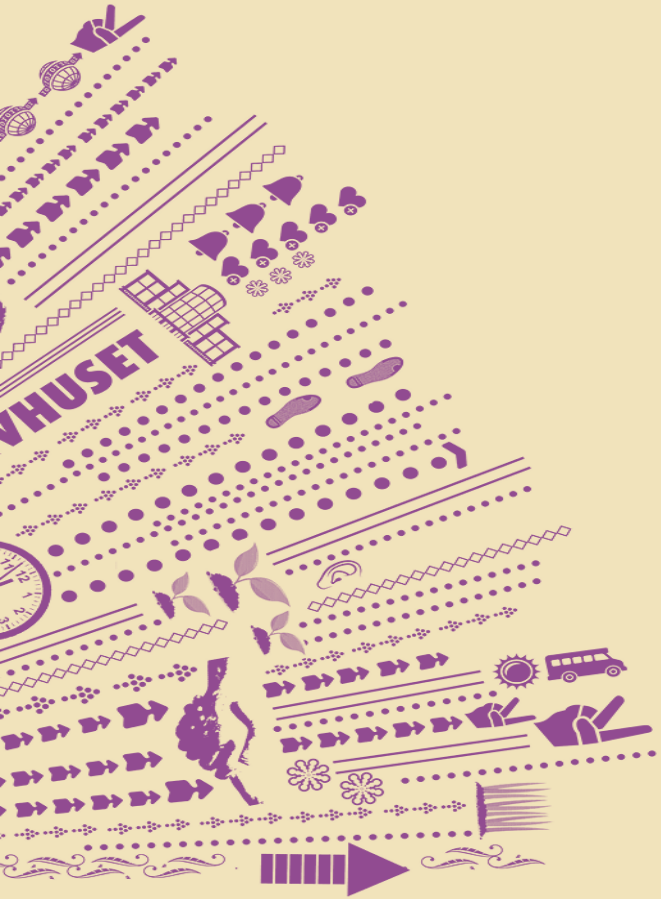
KUNDEN

YRKESHÖGSKOLAN NOVIA

ETT KUNDFOKUSERAT VÄRDEERBJUDANDE

- Hjälper dig visa hur behov blir tillfredsställda eller hur problem blir lösta för din målgrupp
- Hjälper dig säkerställa kopplingen mellan ditt erbjudande och din målgrupps behov
- Hjälper dig flytta fokus från pris till kundnytta

YRKESHÖGSKOLAN NOVIA



VAD ÄR KUNDNYTTA?

Den vinst eller de fördelar en kund får av en viss produkt eller tjänst.

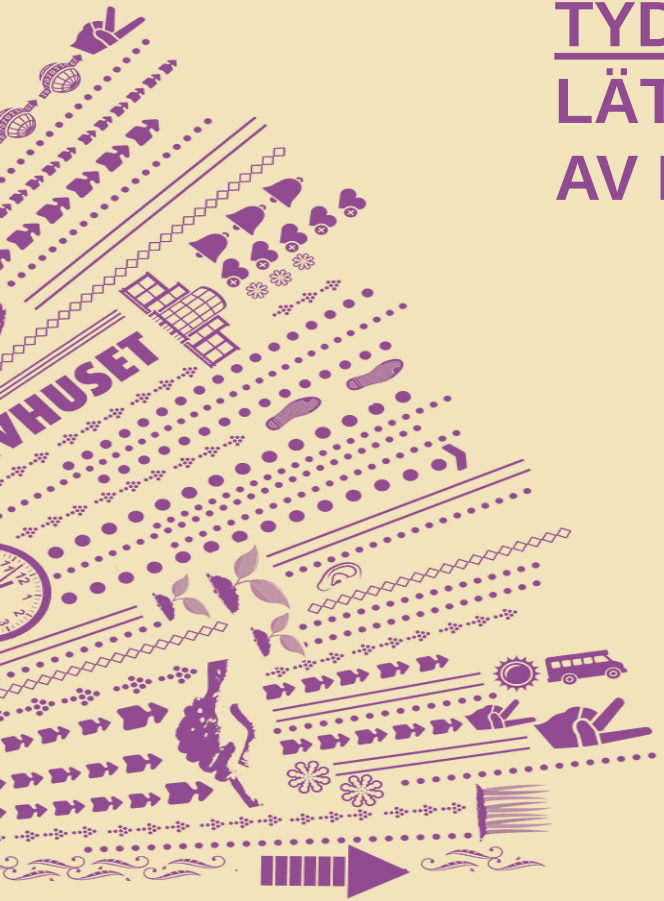
Ju högre upplevd nytta, desto mer kan kunden tänka sig betala för tjänsten/produkten

Nyttan med en tjänst eller produkt skall matchas mot marknadens primära behov / viktigaste problem för att skapa ett så högt kundvärde som möjligt.

Carlson & Wilmot, Innovation – The five disciplines for creating what cusomers want, 70-71

DRIVHUSET

I SAMARBETE MED CHALMERS SCHOOL OF ENTREPRENEURSHIP

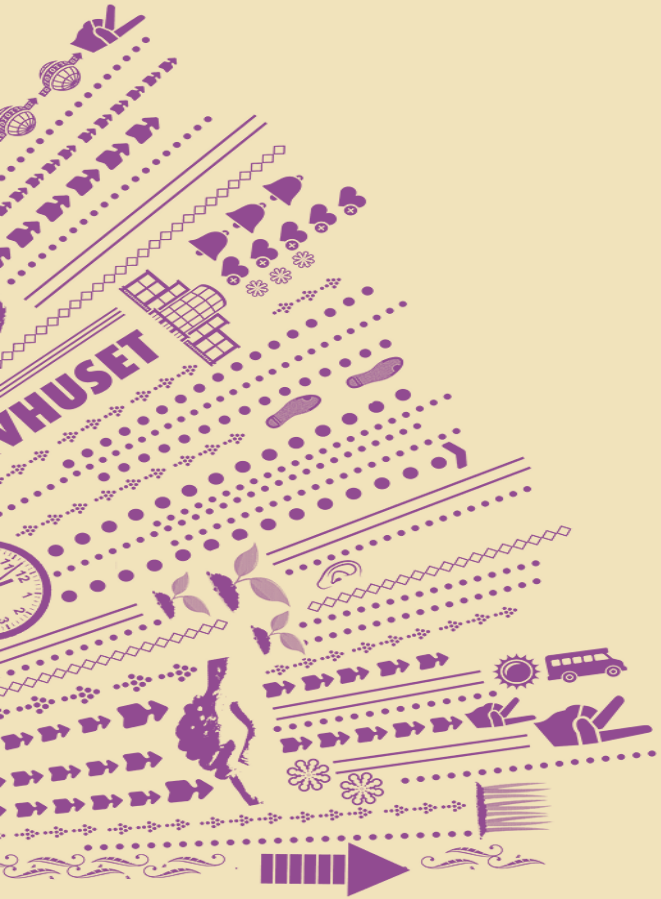


TYDLIGGÖR NYTTAN FÖR ATT LÄTTARE SÄTTA PRIS PÅ VÄRDET AV DIN TJÄNST/PRODUKT!

Inte…	**Snarare…**
Färre inköp	Sänker inköpskostnader med 20% varje år
Sparar tid	Varje säljprocess blir 30 min kortare
ROI är utmärkt	Vår tjänst sänker kostnaderna med 50% vilket innebär ett ökat ROI med 50% årligen.
Ökad lönsamhet	Ökad lönsamhet eftersom tjänsten/produkten innebär att ni kan höja era priser mot kund med 15%

DRIVHUSET

I SAMARBETE MED CHALMERS SCHOOL OF ENTREPRENEURSHIP



VAD ÄR KUNDVÄRDE?

Kundnytta / kostnad = kundvärde

Kundvärdet omfattar även kundens upplevelse av att använda en tjänst/produkt, inte enbart produktens/tjänstens fysiska funktioner.

Kostnaden innefattar inte bara priset utan också kostnader för att införa produkten/tjänsten i termer av utbildning, underhåll och nya investeringar.

Carlson & Wilmot, Innovation – The five disciplines for creating what cusomers want, 70-71, 74-79

DRIVHUSET

I SAMARBETE MED CHALMERS SCHOOL OF ENTREPRENEURSHIP

BÖRJA ALLTID MED MÅLGRUPPENS BEHOV!

YRKESHÖGSKOLAN NOVIA

Högersidan: Behov

För att illustrera verktyget använder vi oss av nedanstående exempel:

Målgrupp: Småbarnsmammor som ska laga mat till sin familj.

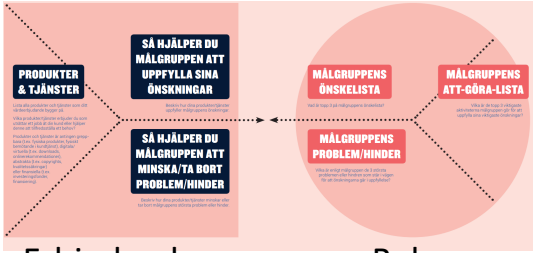
Vår idé: Vi ska erbjuda en nätbaserad tjänst för hemkörning av matkassar med tillhörande veckomenyer och recept.

Vilka jobb vill din kund få uträttade?

Här beskriver du vad kunden gör för att uppnå sina arbetsuppgifter och mål. Vad är det kunden försöker få gjort, vilka aktiviteter genomför hon för att uppnå ett visst syfte?

- Arbetar
- Hämtar och lämnar på dagis/skola
- Skjutsar till fritidsaktiviteter
- Städar
- Söker inspiration för nya recept
- Planerar veckans middagar

- Håller reda på erbjudanden
- Handlar varor
- Spenderar pengar på mat
- Lagar mat till familjen



Erbjudande Behov

Värde. Vad vill kunden uppnå genom ovanstående aktiviteter?

- Mer tid när hon kommer hem från jobbet
- Kostnadseffektiva matinköp
- En frisk och hälsosam familj
- Matlagningsglädje
- Egentid

Problem. Vad är det för problem förknippat med det kunden gör?

- Tidsbrist. Hon hinner inte åka och storhandla, så hon köper det nödvändigaste i närbutiken…
- … vilket resulterar i höga matkostnader och begränsat utbud
- Hon hinner inte planera vad de ska äta…
- … vilket resulterar i att familjen äter halvfabrikat fem dagar i veckan
- När hon väl kommer till affären är det brist på parkeringsplatser…
- … och långa köer till kassan
- Det är tungt att bära hem alla varor
- Stress och dåligt samvete

YRKESHÖGSKOLAN NOVIA

Vänstersidan: Värdeerbjudande

För att förklara beståndsdelarna använder vi samma exempel som sist:

Målgrupp: Småbarnsmammor som ska laga mat till sin familj.
Vår idé: Vi ska erbjuda en nätbaserad tjänst för hemkörning av matkassar med tillhörande veckomenyer och recept.

Produkter & tjänster

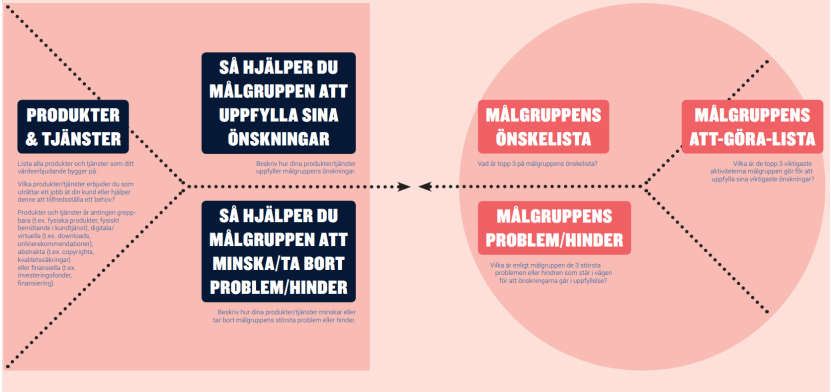
- En webbutik där du kan köpa matvaror
- Hemkörning av varor
- Färdiga matkassar med veckomenyer och recept

Skapar värde. Koppla direkt till de fördelar kunden försöker uppnå.

- Du sparar tid eftersom varor och recept finns hemma när du kommer hem från jobbet.
- Du äter hälsosam mat tack vare att veckomenyerna planerats av dietister.
- Det skapar glädje och möjlighet att prova nya spännande recept.

Löser problem. Koppla direkt till de problem som kunden upplever.

- Du sparar tid eftersom du varken behöver planera, åka och handla eller stå i kö.
- Du slipper laga till och servera halvfabrikat eftersom en dietist planerar måltiderna från grunden och råvarorna körs hem till dörren.
- Du undviker onödiga extrainköp och sparar därmed pengar.
- Du slipper åka till butiken, parkera och köa för att betala dina varor eftersom de körs hem till dig.



YRKESHÖGSKOLAN NOVIA

ÖVNING 1.2

UTGÅ IFRÅN ERT ERBJUDANDE

1. Vad är era produkter & tjänster?
2. Så hjälper ni målgruppen att uppfylla deras önskningar?
3. Så hjälper ni målgruppen att minska/ta bort problem/hinder?

YRKESHÖGSKOLAN NOVIA

ÖVNING 1.3

LOOPA MED ER MÅLGRUPP

1. Vad är topp 3 på deras <u>önskelista</u>
2. Vilka är deras 3 största <u>problem/hinder</u> för att deras önskningar ska gå i uppfyllelse?
3. Vilka är deras topp 3 <u>viktigaste aktiviteter</u> för att uppfylla sina önskningar

- Utifrån svaren, hittar du en stark koppling mellan ditt erbjudande och din målgrupps behov?

YRKESHÖGSKOLAN NOVIA

LÄR KÄNNA DIN KUND

Om jag hade frågat mina kunder vad de ville ha, skulle svaret blivit ”en snabbare häst”.
/Henry Ford

YRKESHÖGSKOLAN NOVIA

ETT KUNDFOKUSERAT VÄRDEERBJUDANDE...

... är mycket mer än själva tjänsten eller produkten. Att paketera ett erbjudande innehåller en kombination av många olika saker som exempelvis kanaler, relationer, leveranssätt och partnerskap.

Men mer om det på nästa kunskapsverkstad!

YRKESHÖGSKOLAN NOVIA

Boosting Digimarketing in Jakobstad Region.

www.jakobstadsregionen.fi
www.pietarsaarenseutu.fi

#världensbästaplats #maailmanparaspaikka #thebestplaceintheworld

JAKOBSTADSREGIONEN
PIETARSAAREN SEUTU

Österbottens förbund
Pohjanmaan liitto

YRKESHÖGSKOLAN
NOVIA