



# Huono jälleenmyyjäkokemus kasvun jarruna

WEBINAARI 26.11.2020

[» KATSO TALLENNE](#)

**BERMUDA**

PARNER-STRATEGIA

# Sopiva kumppani?

**BERMUDA**

# Sopiva kumppani

## Strategia selväksi

- Millainen osa myynnistä halutaan jälleenmyyjäverkostolle?
  - Numeeriset tavoitteet
  - Segmentointi ja suhde in-house-myyntiin: päällekkäisyydet pois
- Sopivan jälleenmyyjän profiilin määrittely ja aukikirjoitus

## Erilaisuuden ymmärtäminen

- Eksklusiivisesti sitoutunut edustaja vai osaksi isoa portfolioita?
- Tuki ja hoiva sitoutumisen tason mukaan
- Pelikirja-ajattelu: jälleenmyyjäryityksen sisällä ihmiset ovat erilaisia
  - mikä on yhteinen perusta, jonka päällä voi soveltaa?

## Sopivuus on kaksisuuntainen tie

- Samaan aikaan, kun mitataan jälleenmyyjän soveltuvuutta, mitataan omaa soveltuvuuttasi jälleenmyyjälle

**Ymmärrys  
päämiehen brändistä**

**Oma myyntiosaaminen ja  
ammattilypeys**

**Ymmärrys  
asiakkaan tarpeista**

**Päämiehen  
myynnin tuki**

**B2B-PARTNER**



**Tuotetieto, kyky  
konsultoida ratkaisuista**

**Materiaalit  
ja myynnin työkalut**

**Paikallinen kilpailutilanne,  
valikoima/portfolio**

**JÄLLEENMYYJÄ**

**Markkinointiapu,  
co-marketing**

**Sitoutuminen ja  
aktiivisuus**

**Omat resurssit ja aika**

YHTEINEN TAVOITE

**Myynnin helppous!**

**Tilanneanalyysi?**

**BERMUDA**

# Haastattelututkimuksemme perusteella

- Lähtökohtainen haaste on löytää sopivat jälleenmyyjät, joihin panostaa
- Jälleenmyyjästrategian määrittämisen tasossa on suurta vaihtelua
- Jos strategia on, sen toteuttamiseen ei aina näytetä panostavan samassa suhteessa, kuin mikä on jälleenmyyjäverkoston tavoiteltu myyntiosuus
- Jälleenmyyjissä on suuria eroja, mutta heille tarjottava tuki ei mukaudu aivan samassa suhteessa
- Jälleenmyyjät tuntuvat yleisesti ulkoiselta toimijalta, vaikka ovat varsin suuressa vastuussa myynnin ja brändinhallinnan kannalta
- Jälleenmyyjien tuen panos-tuotos-suhde turhauttaa – tehdyt panostukset eivät vie maaliin halutusti
- Jälleenmyyjäiä tukevia kanavia ja työkaluja on otettu käyttöön jonkin verran, mutta sijaa kehitykselle on vielä huomattavasti
- Jälleenmyyjät kaipaavat perinteisesti lähinnä ajantasaista materiaalia (tuotetieto, referenssit)

# Haastattelututkimuksen kehityshavainto 1

## Tunne kumppanisi



# Tunne kumppanisi

- **Kumppaneiden erot** – koko, portfolio, sitoutuminen, ymmärrys, osaamisen taso
- **Mukaudu** – mieti "miten perehdytän" enemmän kuin "miten toivon jälleenmyyjän perehtyvän"
- **Paikallistuntemus** – sama kärkiviesti tai ilme ei toimi kaikkialla
- **Ymmärrys loppuasiakkaasta** – tiedosta missä jälleenmyyjä tuntee loppuasiakkaan itseäsi paremmin: kysy, kunnioita ja opi
- **Kausiymmärrys** – onko paras kampanja-aika sinulle paras aika jälleenmyyjälle?
- **Kokonaiskilpailukyky** – resurssit, investointikyky- ja halu, asema markkinoilla

## Haastattelututkimuksen kehityshavainto 2

**Auta hyödyntämään brändiäsi**

# Auta hyödyntämään brändiäsi

- **Brändi on työkalu** – sen käyttöohjeiden sisäistämiseen jälleenmyyjällä on rajallinen huomioaika
  - "Less is more" – yksinkertaista
  - Motivoi – kerro miten viestisi/materiaalisi voi myyntiä auttaa ja on auttanut muualla
- **Auta pyytämään apua** – jälleenmyyjä tietää tilanteensa itseäsi paremmin
- **Jälleenmyyjän brändi** – miten tuotteesi sitä palvelee ja voisi palvella entistä paremmin?
- **Toimialanäkemys ja vetovoima** – ajatusjohtajuutta ja ohjausta kumppaneille, yhteinen ymmärrys liiketoiminnan suunnasta ja trendeistä, tarjoa tietoa ja inspiraatiota

## Haastattelututkimuksen kehityshavainto 3

**Luo yhteiset tavoitteet:  
seuraa, tue, todista**

# Luo yhteiset tavoitteet: seuraa, tue, todista

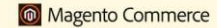
- **Onboarding** – mitä opittavaa jälleenmyyjien mukaan saattamisella olisi uuden työntekijän perehdyttämisestä?
- **Koulutuslupat** – sisältö helposti sisäistettävään yksinkertaiseen muotoon & sisäistämisen osoittaminen (testit) ja palkinto (sertifiointi?)
- **Perehdytyksen jatko** – partnerin saattaminen tavoitetasolle: avainlukujen määrittäminen, yhteinen seuranta ja aktiivinen tuki
- **Todista yhteisen työn teho** – tulosten osoittaminen myös jälleenmyyjälle

## ESIMERKKEJÄ B2B-PARTNER-MARKKINOINNISTA:

Magento Commerce on Adoben suosittu verkkokauppa-alusta, jolla partnereita ja käyttäjiä maailmanlaajuisesti. Nostona tässä kaksi kampanjaa, joissa hyvällä tavalla tuotu päämiehen keräämiä ja tuottamia näkemyksiä, parhaita käytäntöjä ja kampanjamalleja kumppanien käyttöön.

**”Who killed Mr Profit”** –kampanjassa tarjottiin keinoja verkkokaupan asiakaskokemuksen ja konversioidien optimointiin pyrkien nostamaan partnerien osaamisen tasoa. Sisältö on luotu yhdessä 16 Adoben/Magenton ekosysteemiäpartnerin kanssa.

**”The Journey of a gift”** – kampanja toi eväitä ottamaan paras hyöty vuoden kiireisimmästä sesongista. Kukin tekemisessä mukana ollut kumppani sai omat kustomoidut versiot materiaaleista itse eteenpäin jaettavaksi ja liidien generoinnin avuksi.



## THE MYSTERY OF WHO KILLED MR. PROFITS

Investigate the Seven Suspects Squeezing Mid-Market  
and Enterprise Merchants Today



## Who Killed Mr. Profits?

### Seven Suspects, Twelve Industry Experts, One Murder at Sea

There's a good chance you spend a lot of time investigating potential profit-killing features on your eCommerce site.

Download this guide to join us on a clue-gathering mission to identify the guilty party in the most recent murder of Mr. Profits. Set against the backdrop of Magento's Annual Cruise, Detective Magento will help you investigate seven of the usual profit-killing suspects.

Along the way you'll:

- ✓ Find useful clues to watch out for on your own eCommerce site
- ✓ Hear from other merchants who have successfully jailed their profit-killers
- ✓ Discover useful best practices to keep your own profits alive and well

Detective Magento was supported at each stage of the investigation by a team of eCommerce experts: Affirm, Bolt, Braintree, Klarna, McFadyen Digital, PayPal, Redstage, Signifyd, Square, Stripe, TaxJar, Authorize.Net | A Visa Solution, Worldpay.

### Download Now

FIRST NAME

LAST NAME

WORK EMAIL

PHONE NUMBER

COUNTRY

United States

JOB ROLE

Select...



- eBook
- Landing Page
- Infographics
- Partner Webinar Presentation
- Social Media Content (Adobe | Magento & Partners)
- Emails (Adobe | Magento & Partners)
- Partner Campaign Guide

Lähde:

<https://totalproductmarketing.com/b2b-partner-marketing-campaigns/>



© 2020 Adobe | Magento Commerce

## The Journey of a Gift - 2019 Holiday Guide

For merchants, the holiday season is the most wonderful - and profitable - time of the year, accounting for half of all annual sales. During this demanding, high-traffic period, you have the opportunity to outshine your competitors by delighting customers at every step along the buyer's journey.

Maximize your online sales with *The Journey of a Gift*, a guide to optimizing your customers' eCommerce experiences for the 2019 holiday season. Magento partners offer their insights for creating memorable, magical shopping experiences, including:

- ✓ Stand out from the holiday crowd with personalized, experiential shopping
- ✓ Alleviate shopper stress with express checkout and payment processing
- ✓ Banish the cyber grinch by identifying and stopping fraudulent sales traffic
- ✓ Grow holiday conversions by giving the gift of seamless shipping and delivery

Join us on *The Journey of a Gift* and learn how Magento's ecosystem is helping merchants create unforgettable digital retail experiences.

Very special thanks go to the Magento partners who generously contributed to this guide: Algolia, Cybersource | A Visa solution, DHL, dailigital, Happy Returns, Nosto, NSR, PayPal, and Zondack.

### Download Now

FIRST NAME

LAST NAME

WORK EMAIL

PHONE NUMBER

COUNTRY

United States

JOB ROLE

Select...

I agree that the Adobe family of companies, our business units and divisions will use the Adobe | Magento Commerce technology and content herein for marketing purposes.

By registering for certain Adobe services, you authorize Adobe to contact you via pre-approved communication channels about Adobe products and services. You may unsubscribe from these communications at any time.

Download Now



# Keinot ja kanavat

- Jälleenmyyjät ovat kiinteä osa arvoketjua, joten lähtökohtaisesti on syytä tarkastella mitä olemassaolevia keinoja ja kanavia voisi valjastaa heidän myyntinsä helpottamiseksi.
- Koska tavoitteena on tehdä jälleenmyyjistä entistä läheisempi toimija, etsimme nimenomaan synergiaetuja esim. inhouse-myyntin johtamisesta ja HR-toiminnoista jälleenmyyjäkentän suuntaan.
- Listasimme jälleenmyyjäyhteistyön kehittämisen elementtejä, joilla on jo tehostettu jälleenmyyjien toimintaa tai joista on tullut kehityksen seuraavan vaiheen toiveita.



## Keinoja ja kanavia

Extranetit ja verkkokaupat (tilaustyökalut) kumppaneille

Säännölliset uutiskirjeet ja muu viestintä

Oppimisalustat, koulutukset, ”sertifiointit”

Webinaarit, yhteiset (verkostoitumis-) tapahtumat

Yhteiset kampanjat ja myynticaset

Kumppanit mukaan tuotekehitykseen

Asiakasymmärryksen yhteinen syventäminen

Näkemyksen tarjoaminen ja sisältöapu

Jo olemassa olevien ratkaisujen soveltaminen kumppani-kontekstissa!

## Keinoja ja kanavia

Ideapankki: yhteisiä  
markkinointiaihtioita,  
best practices

Ilmaisia  
online-kursseja  
partner-etuna

Markkinointi-  
suunnitelmapohja  
partnerin käyttöön

Yhteinen liidien  
generointi online

Erlaiset  
partner-päivät

Palkitsemiset  
ja arvostus

Markkinointi-  
ja myynnintuki-  
palvelu

Partnerin maailman  
ja tilanteen  
tuntemuksen  
syventäminen

Resurssit huomioiden, kumppaneita osallistaen.

# Menestymisen edellytykset

- 1) Luottamuksen rakentaminen
- 2) Yhteiset tavoitteet ja yhteinen roadmap
- 3) Yhteinen hyvä ymmärrys markkinasta ja asiakkaista
- 4) Hyvä tuki ja ajantasaiset materiaalit
- 5) Yhteiset liidien tuottomallit
- 6) Jatkuva vuorovaikutus ja kommunikaatio

# KIITOS!

WEBINAARIN TALLENNE:

<https://bermuda.fi/huono-jalleenmyyjakokemus-kasvun-jarruna/>

**Jarkko Caven**

Toimitusjohtaja

[jarkko.caven@bermuda.fi](mailto:jarkko.caven@bermuda.fi)

050 5274 849

**Mika Kihlakaski**

Strategiajohtaja

[mika.kihlakaski@bermuda.fi](mailto:mika.kihlakaski@bermuda.fi)

040 7710 204

**BERMUDA**