

VIERKO 2

Asiakkaat ja sidosryhmät

Yritystoiminnan suunnittelu, 15 osp

Sisältö

1. Asiakas
2. Asiakkaiden segmentointi
3. Asiakasprofiili
4. Sidosryhmät
5. Lähteet



1. Asiakas



Asiakas on tärkein!

- Asiakas ostaa yrityksen tuotteita tai palveluita.
- Asiakas on ihminen tai toinen yritys eli firma.
- Sinun yrityksesi menestyy, kun asiakkaat ostavat yrityksen tuotetta tai palvelua.



Asiakasymmärrys. Tiedät:

- Mikä on asiakkaalle tärkeää?
- Mitä asiakas tarvitsee?
- Mitä ongelmia asiakkaalla on?
 - Sinun yritykselläsi on niihin ratkaisu. Mikä se on?
 - Asiakas ostaa sinun tuotetta tai palvelua.
- Miksi asiakas ostaisi tuotteen tai palvelun **juuri sinulta**?



Asiakkaaseen vaikuttavat

Muiden palautteet ja mielipiteet

Kokemukset tuotteesta tai palvelusta

Tieto tuotteesta tai palvelusta



Mihin asiakas on tottunut? Mikä on hänelle tärkeää?

Ajan käyttö

Arvot ja tärkeät asiat



Asiakas: luonne, persoona

Uskomukset: asiat, joihin hän uskoo.

Haluaako hän kokeilla uutta?



Asiakas haluaa sitä, mikä on hänelle tärkeää: arvo, hyöty ja hinta

Arvo

Asia on asiakkaalle tärkeä.

Hyöty

Asiakas ajattelee, että hän tarvitsee tuotteen tai palvelun, sillä hän hyötyy siitä.

Hinta

Asiakas ostaa tuotteen. Hän haluaa uhrata eli käyttää rahaa tuotteeseen tai palveluun.



Esimerkki

- **Palvelu:** yrittäjä myy koirien trimmausta
- **Arvo:** Asiakas saa siistin koiran.
- **Hyöty:** Koira on yrityksen palvelun jälkeen siisti ja kaunis.
- **Hyöty:** Asiakas säästää aikaa ja vaivaa, kun ei tee trimmausta itse.
- **Hinta:** Asiakas käyttää aikaa ja vaivaa, kun liikkuu koiran kanssa eri paikkaan (uhraus), mutta haluaa maksaa hyvästä palvelusta ja työstä.

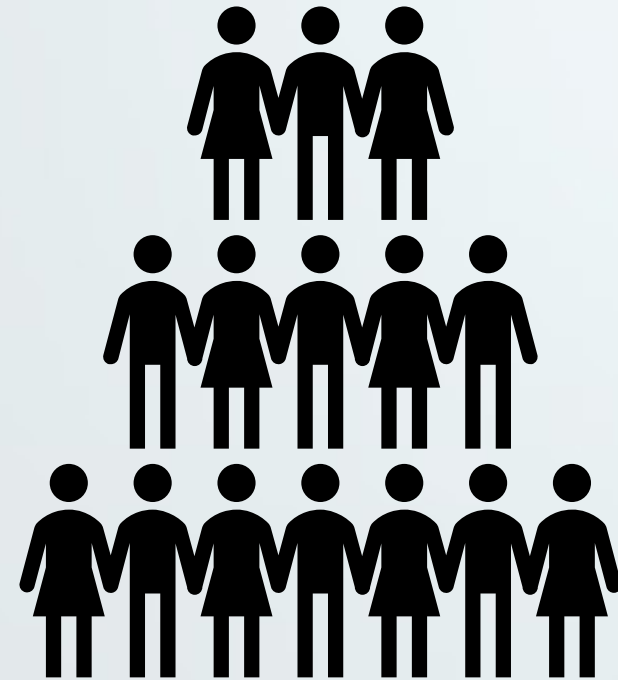


2. Asiakkaiden segmentointi



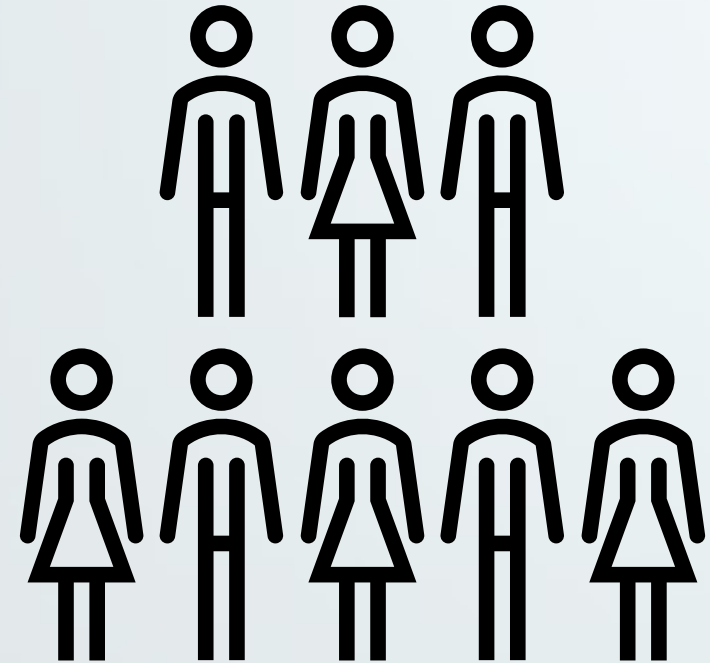
Asiakkaiden segmentointi

- Yrittäjä jakaa asiakkaita ryhmiin.
- Asiakkaita yhdistää tietyt asiat.



Miksi yrittäjä jakaa asiakkaita ryhmiin (segmentoi)?

- Yrittäjä tietää, kenelle hän myy ja markkinoi.
- Yrittäjä kohdentaa myynnin ja markkinoinnin tietyille kohderyhmälle eli asiakasryhmälle.



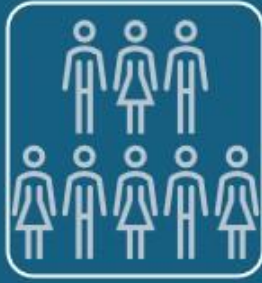
Ryhmittely =
ryhmiin
jakaminen =
segmentointi

Löydät
yrityksellesi
sopivimmat
asiakasryhmät!



Ympäristö, maantiede

- Mikä kansa, maa, alue, kaupunki, kaupungin osat?
- sijainti: Missä yrityksesi on - missä asiakkaat ovat?
- liikenne, liikenneyhteydet: Miten helposti yrityksesi pääsee?



Väestö eli asiat, jotka yhdistävät ihmisiä

- ikä
- sukupuoli
- kieli, rotu, uskonto
- tulot: Kuinka paljon asiakas voi maksaa tuotteesta?
- koulutus
- ikä
- perhe (asuu yksin, pieni perhe, iso perhe)



Tuotteen tai palvelun käyttö

- käytön määrä
- käytön tiheys: Kuinka usein asiakas käyttää tuotetta?
- käytön tarkoitus: Mihin ja miksi asiakas käyttää tuotetta?
- tuoteuskollisuus: Haluaako asiakas aina ostaa vain sinun tuotettasi?



Sopivimmat asiakasryhmät sinulle

- Asiakasryhmä haluaa ostaa sinun tuotteesi tai palvelun.
 - Myyt heille.
 - Markkinoit heille.
- Saat asiakassuhteita: he haluavat ostaa sinulta uudestaan.
- Asiakassuhteet ovat sellaisia, että
 - yrityksesi on kannattava.
 - Saat rahaa enemmän kuin kulutat.
 - yrityksesi on tuottava eli saat tuottoa ja voittoa.
 - Saat rahaa enemmän kuin kulutat.

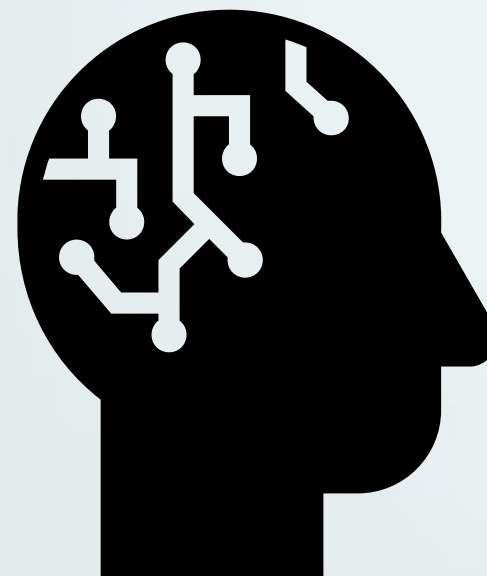


3. Asiakasprofiilit



Asiakasprofiili

- Kuvittele asiakas, joka ostaa tuotteesi tai palvelusi.
- **Asiakasprofiili:** kuvittele asiakkaan
 - ikä ja tilanne
 - tavoite ja tarve ostaa
 - yrityksesi ratkaisu asiakkaan tarpeeseen.



Asiakasprofiili, osa 1

- nimi
- ikä
- sukupuoli
- Missä hän asuu?
- Mikä koulutus hänellä on?
- Mikä on hänen ammattinsa?
- Mitä arvoja hänellä on (tärkeät asiat)?
- Mikä on hänen elämäntilanteensa?
- Mihin hän käyttää aikaa?
- Mitkä asiat kiinnostavat häntä?



Asiakasprofiili, osa 2 ja 3

- **Mitä hän haluaa?**
 - Mitä tavoitteita hänellä on?
 - Mitä vaikeuksia tai ongelmia hänellä on?
- **Mikä estää häntä?**
 - Mikä estää sen, että asiakkaan tavoite toteutuu?



Asiakasprofiili, osa 4

- **Miten sinä voit auttaa?**
- Miten yrityksesi tuote tai palvelu tekee asiakkaan elämästä helpompaa tai parempaa?



Harjoitus: tee asiakasprofiili

- Kuvittele oma asiakas!
- Kirjoita asiakkaasta asiat, jotka ovat dioilla 15–17.



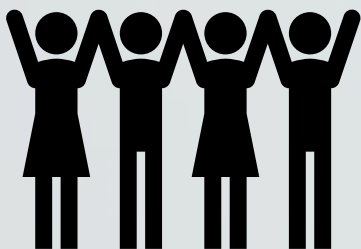
4. Sidosryhmät



Mitä tarkoittavat?

Verkostot

- Ihmiset, jotka ovat sinulle tuttuja.



Sidosryhmät

- Kaikki, joiden kanssa teet yhteistyötä:
 - ihmiset
 - yritykset.



Mitä hyötyä sinulle on sidosryhmistä?

- Saat tietoa yrittäjän työstä ja yrittäjyydestä.
- Saat tietoa yrittäjän hyvinvoinnista.
- Kehität uusia tuotteita ja palveluita muiden kanssa.
- Saat uusia ideoita ja voit parantaa toimintaasi, esimerkiksi
 - yrityksen toiminta
 - markkinointi
 - rahoitus.
- Jaat osaamista muiden kanssa.
- Saat uusia tuttuja ja virkistyt.



Sisäiset sidosryhmät

- Yrityksen
 - omistajat
 - johtajat
 - työntekijät.



Ulkoiset sidosryhmät

- asiakkaat
- tavaran toimittajat
- alihankkijat
- kilpailijat:
muut yritykset samalta alalta
- rahoittajat
- kirjanpitäjä, tilitoimisto
- vakuutusyhtiö
- yrittäjien järjestöt ja muut järjestöt,
joiden kanssa teet yhteistyötä
- viranomaiset
- kunta
- ihmiset sinun lähelläsi:
perhe, ystävät, tutut harrastuksista ja
muusta elämästä.



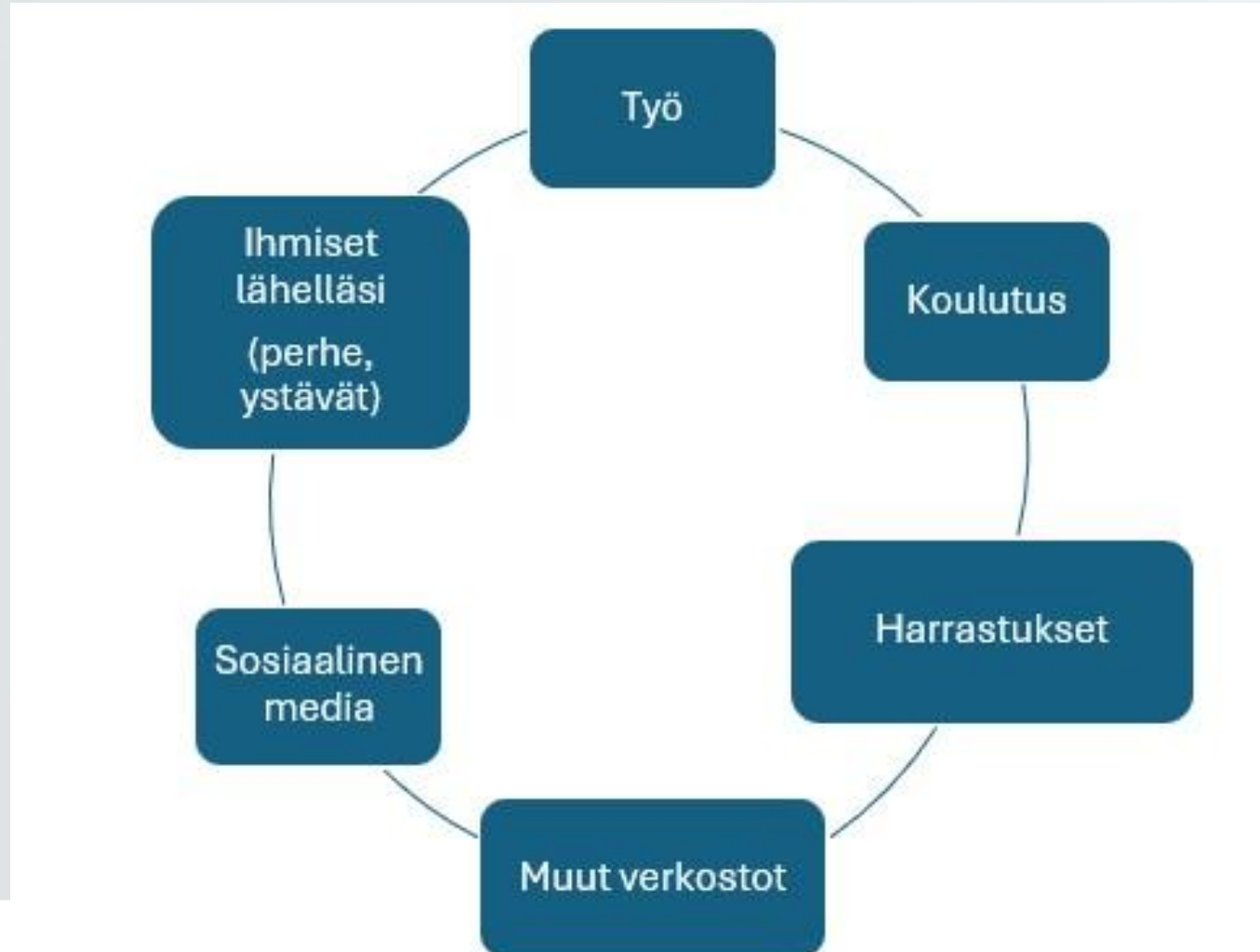
Joskus voi tulla ongelmia

- Tee selkeät sopimukset.
- Kirjoita sopimukset sidosryhmän kanssa,
koska pelkkä puhe (suullinen sopimus) voi unohtua.
- Selvitä ongelmat.
- Mieti, miten voit parantaa yhteistyötä.
- Yhteistyö voi loppua.



Tee oma **sidosryhmäkartta**.

Kirjoita siihen ihmiset, yritykset ja muut, joiden kanssa teet yhteistyötä tai joita tapaat!



5. Lähteet



Lähteet

- Alikoski R., Hakonen M., & Viitasalo, J. 2018. Yritystoiminnan taitajaksi. 9. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2018. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16.–
- 18. painos. Helsinki: Edita.
- Kurkinen-Koskensalmi, E. 2025. Yritystoiminnan suunnittelu sote-alalla. Opetusmateriaali. Stadin Ammattiopisto.
- Patja, P. 2022. Yrittäjyyden perusteet -opintojakso. Verkkomateriaali. Jyväskylän yliopisto.
- Yrittäjäksi Lappiin 2023. Ideasta liikeideaksi: Miten omia asiakkaita ja käyttäjiä voi tunnistaa? Katsottavissa: https://www.youtube.com/watch?v=fzf9nXytR_M. Viitattu 23.12.2025.
- Yrittäjäksi Lappiin 2023. Ideasta liikeideaksi: Käyttäjäpersoona - tunnistatko kohderyhmääsi kuuluvat? Katsottavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=byTGJcTmbG4>. Viitattu 23.12.2025.

Tekijä

- Selkomukautus Tuija Takala, 2025



Tämä materiaali on tuotettu VIERKO 2 -hankkeessa vuosina 2025–2027.

VIERKO on toteutettu Opetus- ja kulttuuriministeriön vuonna 2024 myöntämällä ammatillisen koulutuksen strategiarahoituksella.

VIERKO on seitsemänkymmenen (71) koulutuksen järjestäjän yhteisponnistus. Osatoteuttajat on listattu tämän esityksen viimeisellä dialla.

Työtä on koordinoanut Keski-Uudenmaan koulutuskuntayhtymä Keuda.

Hankkeessa on kehitetty vieraskielisen koulutuksen laatua ja kotimaisten kielten opetuksen tarjontaa ammatillisessa koulutuksessa.

Lisätietoa:

<https://www.keuda.fi/keuda/hankkeet/vierko-2/>



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>