

Ennakoivan johtamisen ja asiakakokemuksen koostaja on Sinisen Meren navigaattori



- 1. Mikä Business Intelligence ja ennakointi**
- 2. Ennakoi ja integroi**
- 3. Luo kilpailusta profiili**
- 4. Erottaudu joukosta**
- 5. Etene asiakkaittesi kanssa**

ForeC Advisors

Asko.horttanainen@forebi.com

Puh. 0400-855657

www.forebi.com

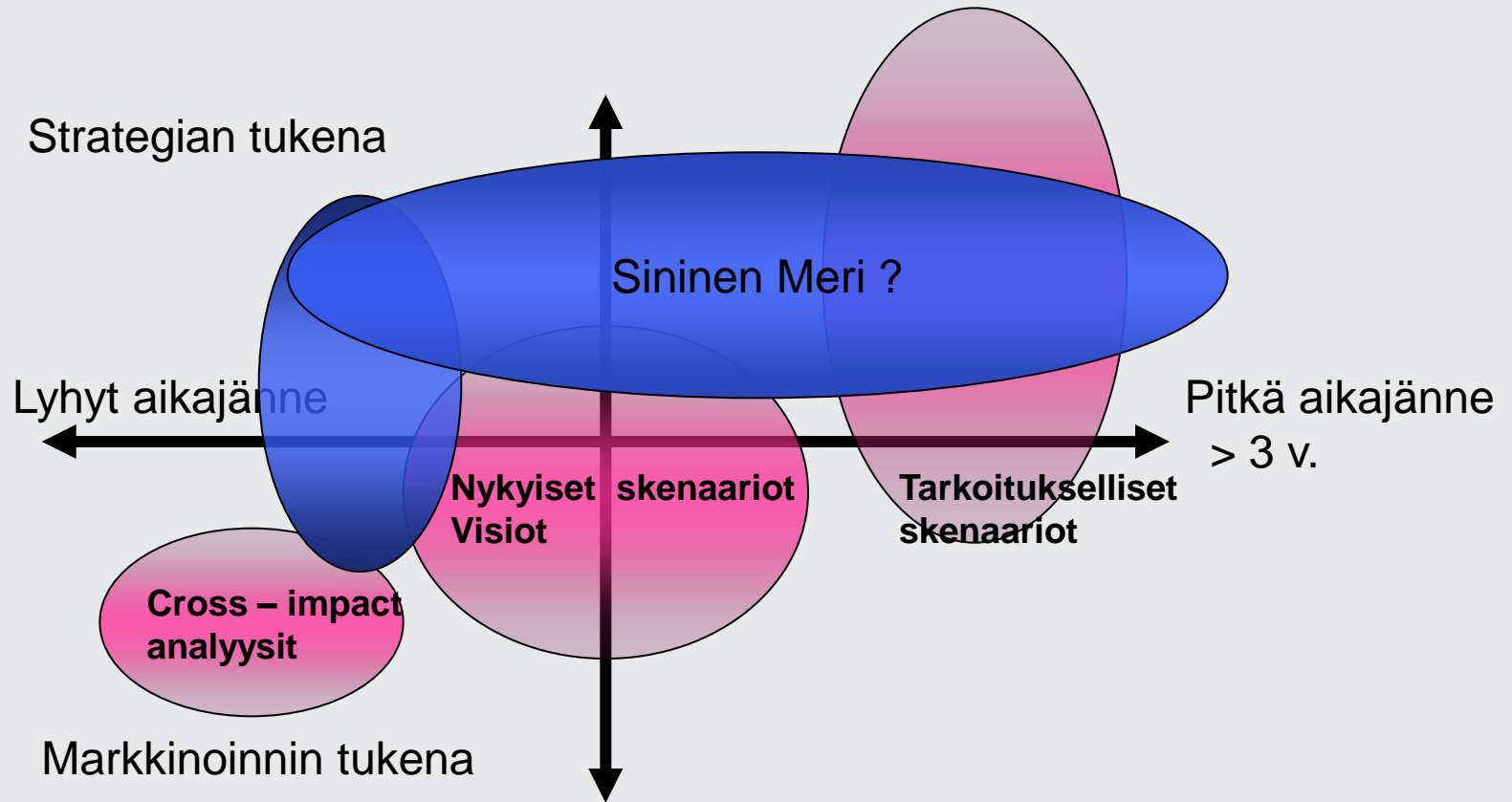
Business Intelligence ja ForeC Advisors

“There is no reason for an individual to have a computer at home.” (Ken Olsen, Digital Equipment Corporation, 1978)

A weak signal is a factor for **change hardly perceptible at present**, but which will **constitute a strong trend in the future** (Codet 1994).

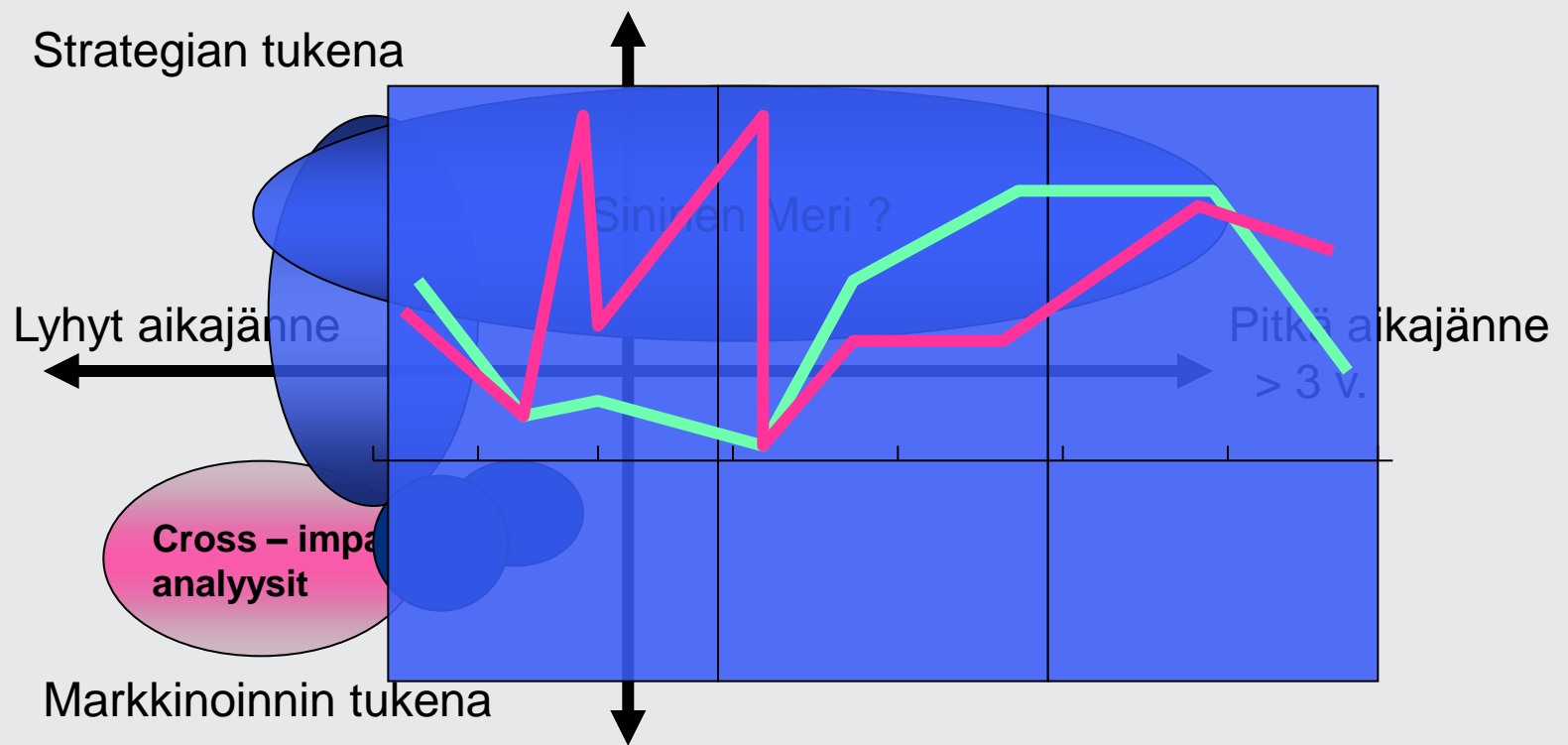
- Ero menestyjien ja häviäjien välillä syntyy **kyvystä ymmärtää muutoksia** ja kyvystä pystyä **toteuttamaan muutoksia** yrityksen omassa toiminnassa.
- Strateginen ketteryys perustuu tietoon ja osaamiseen, kykyyn hyödyntää tietoa, **luoda tiedolla lisäarvoa ja parantaa suorituskykyä**
- Tietopääoma ei luo pelkällä olemassaolollaan menestystä. Voittajia eivät välttämättä ole ne joilla on eniten tietoa.
- Kilpailuetua syntyy kun tiedosta **jalostuu oivalluksia, oppimista, osaamista, uusia näkökulmia, oikeansuuntaisia reaktioita kilpailussa markkinoista sekä kykyä luoda uusia markkinoita ja toimintaa.**

ForeC Advisoras tukee asiakkaitaan yllä olevien kilpailutekijöiden kehittämiseksi niiden operatiivisessa ja strategisessa toiminnassa. Joillekin se tarkoittaa asiakastoiminnan kehittämistä, joillekin se on Business Intelligence –projekti ja jotkut haluavat ennakoita asiakastarpeiden muutoksia.

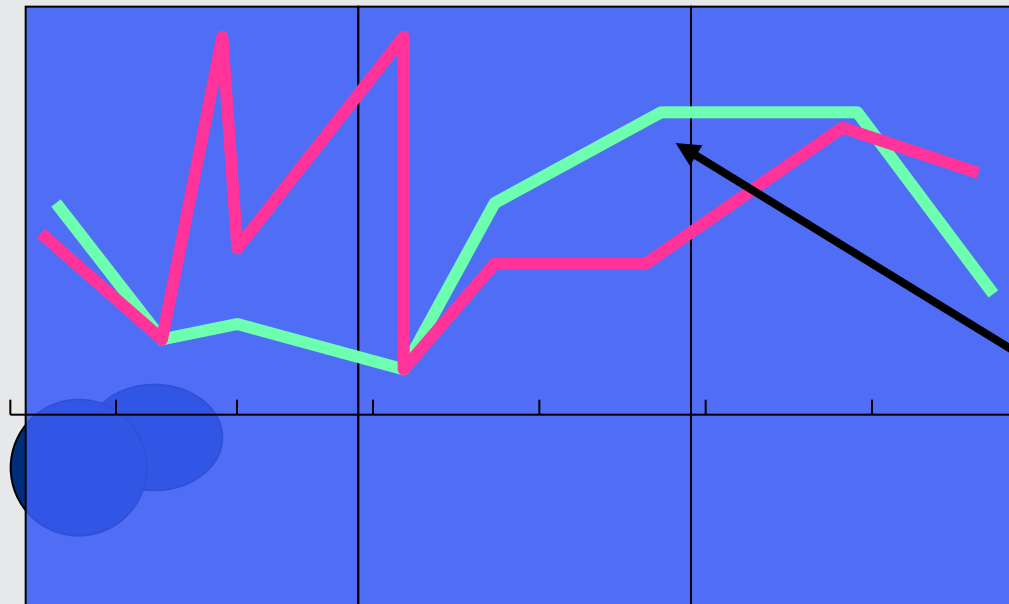


Sininen meri

Reitillä nykyisestä tulevaan tarvitaan työvälineitä



Etene asiakkaitten suunnassa



Tee ja koosta:
Oleelliset tekijät
profiilin toteutuksessa

Seuraa:
Vertaa asiakkailta ja
Ota mukaan kilpailijat

Tietotyövälineet ovat apuna edelleenkin

- *Markkina-analyysi, heikkojen signaalien koostaminen,*
- *Kilpailijaprofiilit*
- *Yrityskuva-analyysi*
- *Brandimittarit ja imagon perusta*

- *”Älä ulkoista silmiäsi”*
 - *Tiedon keräämiseen*
 - *Asiakasrajapinnassa oma organisaatio*
 - *Käytä syvähaastatteluja*
 - *Käytä verkkohaastatteluja*
 - *Luo kehitysyhteisö*
 - *Kehitä toiminnalle jatkuvuus*
 - *Samalla lisäät asiakasaktiivisuutta, toistuvuutta ja tehokkuutta.*

Etene silti asiakkaittesi ymmärykseen

- Vertaa toimintaasi kilpailijoihin. Mitä ja miten olet kerännyt tietoa. Miten eroat joukosta
 - Luo profiili ja vertaile
- Tutki asiakkaitasi / markkinoita tarkemmin
 - Käytä liiketoiminnan tarpeita lähtökohtina
- Luo ”uusi” kilpailuprofiili
- Kommunikoi ja etene sekä ota käyttöön osana arkipäivää
- Pyydä ja hanki lisää vastauksia asiakkailtasi

- *ForeC Sinisen meren pilotointiprojektin vetäjänä*
 - *Kokemus Sinisen meren osa-alueista ja ns. uusyrittäjien strategian suuntaamisesta Siniselle merelle.*
 - *Kokemus ennakoivan johtamisen projekteista. Uuden teorian luonti ja käytäntöön kytkentä heikkojen signaalien alueilla*
 - *Integraattorina työvälaineiden, yritysjohton ja asiakastarpeiden välillä. Yritys/tuotestrategian painopisteen haku, muutos ja uuden koostaminen*
- *ForeCtuki asiakastiedon keräämiselle*
 - *Imagotarkistus, tuoteominaisuus ja palvelumuutos tarpeitten havainnointi*
 - *Asiakaslupausten täyttyminen osana muutostarvetta*
 - *Asiakasrajapinnan toiminnan muutostarpeiden koostaminen käytäntöön*
 - *Toimialan ulkoinen ja sisäinen tarkastelu, ostajaryhmien tarkastelu*
 - *Trendien ja heikkojen signaalien yhdistäminen osaksi muutosraportointia ja uutta profiilia*
 - *Kilpailija ja asiakasprofilointi osana markkina-analyysiä*
- *ForeC Advisors ja partnerit takaavat laajemman osaamisen*
 - *Myynnin koulutus ja kehitys, verkkohaastattelujen toteuttaminen, tiedon keräämisen aputyövälineet integroituvat liiketoiminnan profiilien tueksi.*

ForeC Advisors on jo kiertänyt Sinisiä Meriä

**Ennakoivan johtamisen ja asiakakokemuksen
koostaja on Sinisen Meren navigaattori**



ForeC Advisors

Asko.horttanainen@forebi.com

Puh. 050-5146167

www.forebi.com