



TALOUSTUTKA

WHITE PAPER: Dataohjautuva prospektointi B2B-myynnissä

Opas myynnin tuottavuuden parantamiseen
ja sokean hakuammunnan lopettamiseen

Kirjoittaja: Terho Laakso
Toimitusjohtaja

Julkaisija: Taloustutka



www.taloustutka.fi

WHITE PAPER: Dataohjautuva prospektointi B2B-myynnissä

Opas myynnin tuottavuuden parantamiseen ja sokean hakuammunnan lopettamiseen

Julkaisija: Taloustutka

Kirjoittaja: Terho Laakso, Toimitusjohtaja

1. Johdanto: Myynnin uusi todellisuus

B2B-myynnin perinteiset menetelmät ovat rikki. Digitalisaatio on siirtänyt vallan ostajalle: nykyään valtaosa ostoprosessista on ohi ennen kuin myyjä edes tietää tarpeesta. Tämä muutos vaatii myyntijohdolta uudenlaista otetta. Tässä oppaassa käymme läpi, miten dataohjautuva prospektointi muuttaa myynnin arpapelistä ennustettavaksi kasvuksi.

2. Miksi perinteinen prospektointi epäonnistuu?

Suurin osa yrityksistä kärsii tiedon siiloutumisesta. Myyjät käyttävät merkittävän osan työajastaan yritysten taustojen selvittämiseen ja manuaaliseen CRM-kirjaamiseen. Touhua on paljon, mutta euroja vähän.

Myyntityön yleisimmät sudenkuopat:

- **Sokea hakuammunta:** Soitetaan kaikille, joiden puhelinnumero löytyy, välittämättä siitä, onko yrityksellä edes edellytyksiä ostaa.
- **Vanhentunut tieto:** Käytetään listoja, joiden tiedot ovat kuukausia vanhoja. Markkina muuttuu päivissä, ei vuosissa.
- **Sokeus riskeille:** Myyntiputkeen otetaan yrityksiä, joiden maksukyky ei kestä yhteistyötä. Tämä johtaa turhaan työhön ja luottotappioihin.

3. Dataohjautuva prospektointi käytännössä

Dataohjautuvuus tarkoittaa sitä, että automaatio hoitaa mekaanisen taustatyön, jotta myyjä voi keskittyä klousaamiseen.

- **ICP (ideaalinen asiakasprofiili):** Data etsii markkinasta identtisiä yrityksiä parhaiden nykyisten asiakkaidesi perusteella (liikevaihto, kasvu, kannattavuus).
- **Signaalit ja ajoitus:** Tunnistetaan muutokset markkinassa (rekrytoinnit, uudet päättäjät, investoinnit) juuri kun tarve on suurin.

4. CRM: Myynnin hermokeskus

Data on arvotonta, jos se makaa erillisessä siilossa. Nykyaikainen prospektointi vaatii saumattoman integraation CRM-järjestelmään (kuten HubSpot, Pipedrive tai Salesforce). Automaattinen tiedon rikastaminen poistaa myyjiltä “salapoliisin työn” ja antaa heille valmiiksi validoidut kohteet.

5. Mittarit, joilla on merkitystä

Lopeta soittojen määrän tuijottaminen. Seuraa laatua:

1. **Konversioaste:** Kuinka moni kontaktoitu yritys etenee tarjousvaiheeseen?
2. **Asiakashankinnan kustannus (CAC):** Kuinka paljon rahaa kuluu yhteen kauppaan?
3. **Myyntisyklin pituus:** Nopeutuuko kauppa, kun kohderyhmä on valmiiksi validoitu?

6. Yhteenveto

Myynti on liian kallista harrastukseksi. Yritykset, jotka hyödyntävät tuoretta yritystietoa, eivät ainoastaan myy enemmän – he myyvät viisaammin. **Haluatko nähdä, miten Taloustutka tekee tästä totta?**

Kokeile Taloustutkan yritystietopalvelua 14 päivää maksutta ja ilman sitoutumista:

[Taloustutkan 14 päivän ilmainen koekäyttö.](#)

Tai varaa 30 minuutin palveluesittely – keskustellaan juuri yrityksellesi parhaasta ratkaisusta!

[Varaa 30 minuutin Taloustutka-esittely.](#)