

VINKKEJÄ POWERPOINT- TARJOUSPOHJAN KÄYTTÖÖN

ja hyvän tarjouksen tekemiseksi



OSUM

Yleistä

Nämä vinkit olisi voinut kirjoittaa myös suoraan PowerPoint-pohjan "Notes"-osioon, mutta joskus PowerPointin kanssa tuppaa käymään sellainen juttu, että PowerPoint lähetetään sellaisenaan eteenpäin kommentteineen päivineen.

Ja jos lukija on riittävän tarkka, saa hän helposti muistiinpanot näkyviin, mikä taas ei ole valmiin tarjouspohjan tarkoitus.

Siksi vinkit kirjoitettiin tähän erilliseen dokumenttiin, välttääksemme mahdollisia noloja tilanteita.

Lähdetään liikkeelle!

T: Marko

TEKIJÄNOIKEUDET

Ilman Auvo Paanasen tai Marko Ikosen lupaa teosta ei saa levittää. Oikeuden rikkominen johtaa oikeudellisiin toimiin.

Huom! Jos haluat jakaa opasta myös kollegoillesi tai kavereillesi, voit neuvoa heidät osoitteeseen www.osumo.fi ja liittymään sähköpostilistallemme, jonka jälkeen lähetämme oppaan myös heille.

VASTUUNRAJOITUSLAUSEKE

Sopimusoikeuden tulkinta ja soveltaminen, sekä tarjoukset ja sopimukset ovat erittäin riskipitoisia virheille. Emme vastaa materiaalin mahdollisista puutteista, virheistä tai tulkintavirheistä, välittömistä tai välillisistä vahingoista. Materiaalin tarkoitus on kiinnittää huomiota mielestämme eräisiin tärkeisiin asioihin. Mikään lista tai asia ei ole tyhjentävästi esitetty. Tarkistuta tarjouksesi ja sopimuksesi aina alan juristilla.



Milloin PowerPoint on hyvä formaatti tarjoukselle?

PowerPoint-tarjous *erottuu* Wordilla tehdyistä tarjouksista.

Ja koska tehtäväsi on erottua kilpailijoistasi tavalla tai toisella, on erottuva tarjousmuoto erinomainen syy käyttää PowerPoint-pohjaa tarjouksissa.

PowerPoint on hyvä formaatti tarjoukselle silloin, kun sisältö halutaan pitää yksinkertaisena ja helposti ymmärrettävänä. PowerPoint ”pakottaa” pitämään informaation per sivu minimissään, mikä palvelee hyvin tämän päivän kiireisiä ihmisiä.

PowerPoint-tarjouksen läpikäynti asiakkaan kanssa on myös selkeämpää, koska asiat tulevat helposti esille per sivu. Word-tarjouksen kohdalla tarjouksen esittelyyn tehdään usein erillinen PowerPoint-esitys, joten tekemällä tarjouksesi suoraan PowerPoint-muotoon välttyt tältä työvaiheelta.

Wordilla tehdään tietenkin ”virallisempia” tarjouksia kuin PowerPointillä, mutta PowerPoint mahdollistaa asioiden helpomman ja graafisemman esityksen. Ja PowerPoint-tarjouksen liitteisiin voit kirjoittaa tarvittavia asioita auki niin laajalti kuin haluat.

Eli lyhyesti – jos haluat erottua markkinassa positiivisesti tekemällä yksinkertaisia ja kuvaavia tarjouksia, käytä PowerPointia.

Jos haluat tehdä ”virallisen” tarjous, käytä Wordia.

Muotoile pohjasta itsellesi sopiva

PowerPoint-pohjaa on helppo muotoilla, joten siihen kannattaa nähdä vähän vaivaa. Tämä tarjouspohja on tehty PowerPointin perusasetuksilla, jotta oman tarjouksesi muovaaminen on mahdollisimman helppoa.

Jos haluat apuamme täysin valmiin tarjouspohjan tekemiseksi logoineen, väreineen, asetteluineen päivineen, voit lähettää meille sähköpostia osoitteeseen info@osumo.fi ja kirjoittaa viestin otsikoksi ”Apua tarjouksiin”. Palaamme sinulle mahdollisimman pikaisesti ja käymme tilanteesi läpi (lue lisää tämän dokumentin viimeiseltä sivulta).

Vaihda sivujen järjestystä jos haluat

Voit vaihtaa sivujen järjestystä ja lisätä tai poistaa sivuja tarpeesi mukaan. On olemassa monia koulukuntia siitä missä järjestyksessä esim. hyödyt ja ”Miksi Yritys” kannattaa esittää, mutta jos sinulla on vahva tunne ”oikeasta” järjestyksestä, mene sen mukaan. Ja muista testata eri järjestyksiä, jotta löydät sen kaavan joka tuottaa eniten kauppaa.

Tärkeää on, että PowerPoint-pohjan perussivut kuitenkin olisivat tarjouksessasi mukana. Silloin mitään oleellista ei ainakaan unohdu, on sivujen järjestys sitten mikä tahansa.

Sivu sivulta

Käydään seuraavaksi läpi PowerPoint-pohjan jokainen sivu, jotta tiedät, mikä kunkin sivun merkitys tarjouksessasi on.

Etusivu

Otsikko on muotoa ”Tarjous X:n parantamiseksi”. Pidän itse siitä, että jo otsikossa tuodaan esille miksi tarjous on tehty ja mitä hyötyä tarjouksen kohteesta asiakkaalle on. Sanan ”parantamiseksi” tilalle voi laittaa minkä tahansa hyötyä kuvaavan sanan, esim. ”korjaamiseksi”, ”nopeuttamiseksi”, jne.

Toinen vaihtoehto on lisätä jo otsikkoon se, kenelle tarjous on osoitettu: ”Tarjous Keinäsen perheelle unelmatalon rakentamiseksi”.

Alaotsikkoon nimesi, yrityksesi ja tarjouksen päivämäärä.

Y-ratkaisun hyödyt (Keinäsen perheelle)

Usein tarjoukset keskittyvät faktoihin ja yksityiskohtiin ja hyödyt jäävät ”unohduksiin”. Mutta ei sinun kohdallasi!

Hyödyt ovat niitä asioita, jotka saavat ihmiset tekemään päätöksiä. Siksi ne on hyvä tuoda selkeästi esille.

Olisi hyvä löytää vähintään kolme ratkaisusi päähyötyä, jotka voit kiteyttää tälle sivulle alahyötyineen. Päähyötyjä voi olla enemmänkin, mutta silloin kannattaa miettiä toisen hyöty-sivun tekemistä. Varo ettei päähyötyjä tule liikaa, se saattaa sekoittaa ostajan ajatukset!

Yleisellä tasolla ihminen kuin ihminen hakee kahta asiaa:

1. Hän haluaa eroon kivuista, ongelmista, peloista ja epävarmuuksista.
2. Hän haluaa kohti unelmia, nautintoa ja intohimoja.



- ➔ Miten sinun tuotteesi / palvelusi auttaa asiakastasi kauemmaksi kivusta / ongelmasta?
- ➔ Miten sinun tuotteesi / palvelusi auttaa asiakastasi lähemmäksi unelmia / nautintoa?
- ➔ Kerro näistä tarjouksessasi!

Ratkaisun kuvaus / pääkohdat

Tässä on sivu ratkaisun yleiselle kuvaukselle ja pääkohdille.

Tarkka seloste sisällöstä erillisenä liitteenä, varsinkin jos paljon nippeleitä ja nappeleita.

Ratkaisun yksityiskohtia

On myös mahdollista, että haluat nostaa jotkin ratkaisusi yksityiskohdat esille. Nämä voivat olla ”speksejä”, joilla erotut markkinassasi.

Muista – ei liikaa tekstiä yhdelle sivulle ja muista käyttää kuvia, jotka kertovat speksin parhaiden selkeämmin, kuin pelkkä teksti.

Miksi yritys?

Tällä sivulla kerrot miksi yrityksesi on paras vaihtoehto ostajalle. Miten erotut muista alan toimijoista? Miksi olisi hullua valita mikä tahansa muu vaihtoehto?

Tyytyväisiä asiakkaitamme

Referenssit myyvät. Siksi niitä kannattaa käyttää. Käytä kuvia ja asiakkaidesi kommentteja.

Ratkaisun aikataulu

On hyvä kertoa milloin mitäkin tapahtuu. Ainakin pääpiirteet on hyvä esittää myös yksinkertaisella grafiikalla, joka on helppo ymmärtää.

Tarkemman aikataulun voit esittää omalla sivullaan, tai tarjouksen liitteenä.

Ratkaisun hinta ja maksuaikataulu

Kerro hinta ja mahdollinen maksuaikataulu niin selkeästi kuin mahdollista. Kerro myös mitä hinta sisältää ja mitä se ei sisällä.

Tarjouksen ehdot

Tämä on tärkeä sivu, koska tässä kerrot millä ehdoilla tarjous on voimassa.

Puhdas ”kyllä” vastaus tarjoukseen muodostaa sitovan sopimuksen ja tämän sivun viimeinen lause ohjaa asiakasta tekemään tilauksensa kirjallisesti.

Tarjouksen liitteet

On hyvä kirjata ylös yhdelle sivulle mistä liitteistä kokonaistarjouksesi koostuu.

Ota myös huomioon, että itse tarjouksen tehtävä on esitellä ratkaisusi kohokohdat helposti ymmärrettävällä tavalla.



Tarjouksen liitteillä sitten tarkennat ja kerrot laajemmin asioista kuin itse tarjouksessa.

Tarjouksen yhteyshenkilö

Tämä lienee aika selkeä, mutta muista aina kirjata yhteistietosi näkyville. Asiakkaasi ei kuitenkaan muista nimeäsi saatikka puhelinnumeroasi.

Viimeinen sivu

Tälle sivulle on hyvä laittaa yrityksesi nimi ja logo / yritystunnus, joka ”päättää” tarjouksen.

Hyvänä mausteena on lisätä tälle sivulle yrityksesi USP (Unique Selling Proposition – ainutlaatuinen myyntiväittäjä), tai muu ytimekäs lause, joka edesauttaa ostajan positiivista tunnelmaa.

Esim. Osumon USP on *”Turvallisin ja tehokkain tapa kestävään menestykseen on kasvattaa myyntiä ja samalla poistaa riskejä”*, joka kiteyttää sen miksi Osumo kannattaa valita yrityksesi kumppaniksi.

Muista vielä...

Muista muuttaa PowerPoint-tarjouksesi aina PDF-muotoon ennen lähettämistä. Näin tarjouksesi pysyy muuttumattomana.

Ja muista pitää PowerPointisi simppelinä ja käyttää kuvia, värejä ja grafiikkaa, jotta erotut kilpailijoistasi ja saat asiakkaasi ostamaan.

Haluatko apua tarjouksiisi? Lue lisää seuraavalta sivulta.



Haluatko myydä enemmän, nopeammin ja helpommin?

Autamme yrittäjiä ja yritysten avainhenkilöitä tekemään parempia tarjouksia, jotka auttavat myymään enemmän, nopeammin ja helpommin.

Käytännössä voimme auttaa sinua mm. seuraavissa asioissa:

- Nykyisen tarjousmateriaalisi läpikäyminen ja kommentointi
- Nykyisen tarjousmateriaalisi selkiyttäminen ja muuttaminen ”myyvedemmäksi”
- Tarjouspohjien tekeminen (mukaan lukien logot, värit, asettelut...)
- Tarjouksen sisällön tekeminen (mikä saa asiakkaan ostamaan nopeammin, hyödyt, faktat, USP...)
- Tarjouksesi ehtojen tekeminen
- Yksittäisissä tarjoukskeikoissa valmentaminen ja konsultointi
 - Esim. merkittävät ja suuret kaupungit

Toimi näin:

1. Lähetä meille sähköpostia osoitteeseen info@osumo.fi ja kirjoita otsikkokenttään ”Apua tarjoukseen”. Kuvaile tilanteesi lyhyesti ja kerro yhteystietosi mukaan lukien puhelinnumerosi. Viestin lähettäminen ei sido sinua mihinkään.
2. Palaamme sinulle mahdollisimman pikaisesti.
3. Keskustelemme kanssasi puhelimitse, mietimme yhdessä vaihtoehtoisia etenemistapoja ja päätämme mahdollisesta yhteistyöstä ja veloitusmallista.
4. Jos sait tarvittavan avun jo puhelimitse, apumme ei maksa sinulle mitään.
5. Jos päätät palkata meidät auttamaan sinua tilanteessasi, lähdemme työstämään asiaa yhteisen suunnitelmamme mukaisesti.

