

# SISÄLLYS

<b>1. Johdanto</b> .....	11
<b>2. Palvelustrategia kirkastaa kilpailuetusi</b> .....	17
Peruuta tulevaisuudesta nykyisyyteen .....	22
Miksi yritykset maksavat science-fictionista? .....	25
Pilkuntarkkaa strategiatyötä vai edullisia epäonnistumisia? .....	28
Miljonääriksi kirpputorikokeilulla.....	34
Puilla on kaksi kasvustrategiaa.....	35
Kilpailuetu on hittipalvelun ponnahtuslauta .....	38
<b>3. Strategian 10 rakennuspalikkaa</b> .....	47
1. Ansaintamalli .....	51
2. Asiantuntemus .....	55
3. Verkosto.....	58
4. Formaatti.....	60
5. Tehokkuus .....	64
6. Paketointi .....	67
7. Palvelumalli.....	71
8. Kanava.....	76
9. Brändi.....	78
10. Asiakaskokemus.....	81
Tuotteistajan tarkistuslista: Palvelustrategia .....	85
Mitä seuraavaksi?.....	87

<b>4. Ratkaise asiakkaasi polttava ongelma</b> .....	91
Asiakas haluaa maksaa tuloksista.....	93
Tunnista tyypilliset hyödyt.....	100
<b>5. Rakenna palveluformaatti</b> .....	107
Milloin palvelu kannattaa paketoida?.....	112
Vertailukohta ohjaa valintaa.....	119
Mikä on palvelun tiekartta? .....	123
<b>6. Anna törkeä lupaus</b> .....	129
Konkretisoi palvelusi hyödyt.....	132
Myyntipuhe tiivistää päätöksenteon perusteet .....	136
Tuhdin lihaisa lupaus .....	141
<b>7. Dollarisoi asiakkaasi hyödyt</b> .....	145
Muutosvastarintaa vai järkevää riskinhallintaa? .....	151
Voiko rahalla ostaa onnellisuutta? .....	153
Miten dollarisoi?.....	155
<b>8. Hinnoittele kannattavasti</b> .....	163
Vetovoimaa ankkuroinnista.....	166
Selvitä asiakkaasi arvokäsitys .....	178
Bisnesostaja maksaa riskien ulkoistamisesta .....	180
Palvelumalli koukuttaa .....	187
Adoben kahden vuoden piina .....	189
Viisi askelta palvelun hinnoitteluun.....	191
Alennuspaniikki tavaratalossa .....	196
<b>9. Koemyy ajoissa</b> .....	203
Yllätä asiakkaasi iloisesti .....	207
Myy ensin edelläkävijöille.....	212
Tunnin myyntipalaveri .....	213

<b>10. Paljasta asiakkaasi ongelma</b> .....	227
Mittaus vähentää epävarmuutta .....	228
Asiakkaasi päätöksentekokiintiö on rajallinen .....	236
Kuiluanalyysi paljastaa nykytilan ja tavoitteen välisen eron.....	239
Tuunaa kartoituksen tuloksista rahapuhe päättäjille.....	244
<b>11. Pilotoi pienellä riskillä</b> .....	249
Todista palvelusi elinkelpoisuus.....	253
Lyhyt ja ytimekäs pilotti.....	257
Moni idea tarvitsee aikaa.....	263
Iskuryhmäsi on muutoksen etujoukko .....	264
<b>12. Aseta palvelullesi tavoitteet ja avaintulokset</b> .....	271
Aseta asiantuntijoillesi innostava tavoite ja salli vastaväitteet .....	275
Jätä tilaa riskeille ja ongelmien ratkaisulle .....	279
Valmistaudu mittaukseen ja vastuuta .....	286
Seuraa palvelukehitystä kaikissa vaiheissa .....	288
<b>13. Monista menestystä</b> .....	293
Palvelukehittäjän 6 sudenkuoppaa.....	299
Myynti ja markkinointi ovat hittipalvelun parhaat kaverit .....	305
Hio ja kehitä hittipalveluasi väsymättä .....	309
<b>14. Ideasta palveluksi: Esimerkkejä palvelukehityksestä</b> .....	315
BilotGo.ai: Bisnestä tekoälystä .....	316
Lantmännen Feed: Mansikin maha täyteen – älykkäästi.....	323
Kone: Keinoälyä ja datan murskausta myynnissä .....	329
<b>Lähteet</b> .....	353