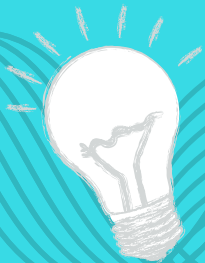




PK-YRITTÄJÄN HELPOIMMAT MITTARIT





NÄIN HYÖDYNNÄT MAKSUTONTA MITTARITYÖKALUA PK-YRITTÄJÄNÄ

Onnittelut,
olet ottanut askeleen kohti selkeämpää ja
tehokkaampaa yrittäjyyttä!

Tämä työkalu on suunniteltu erityisesti pk-
yrittäjille, jotka haluavat pysyä kärryillä
tavoitteistaan.

Ilman excel-ahdistusta tai epäselviä lukuja.

 Mitä tämä työkalu sisältää?

- Esimerkkimittareita ja täyttöohjeita
- Helppokäyttöisen pohjan tavoitteiden seurantaan
- Tilaa omille huomioille ja viikkotarkastelulle





MITEN PÄÄSET ALKUUN



1. Avaa työkalu (PDF -muodossa)

Vinkki: Tulosta se tai tallenna koneellesi helposti löydettävään paikkaan.

2. Määrittele 1–3 päätavoitetta

Esim. "Haluan lisää asiakkaita" → "Lisään 5 tarjousta viikossa"

3. Valitse mittarit jokaiselle tavoitteelle


Mittarin tulisi olla konkreettinen ja mitattava (kts. esimerkit)

4. Aloita täyttö heti

Merkitse viikoittaiset tai kuukausittaiset tulokset
Tarkastele, missä olet nyt ja mihin olet menossa

5. Hyödynnä säännöllisesti

Varaa kalenteristasi 15 min / viikko mittareiden tarkasteluun
Päivitä mittarit ja tavoitteet tarvittaessa






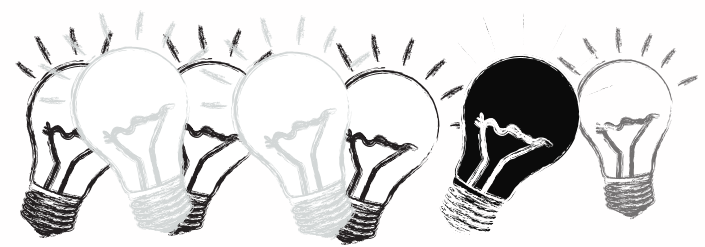
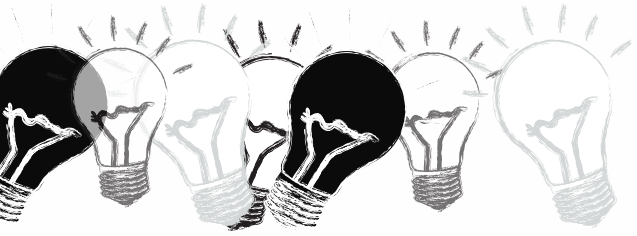
ESIMERKKEJÄ MITTAREISTA



Alta löydät muutamia helppoja ja tehokkaita mittareita, joita voit käyttää avuksesi, esimerkkejä löytyy myös jokaisen kategorian alta.

- Uudet asiakaskontaktit viikossa
 - Lähetettyjen tarjousten määrä
 - Verkkosivun kävijämäärä
 - Sosiaalisen median julkaisut ja niiden tavoittavuus
 - Saadut asiakaspalautteet tai suosittelut
- 





PÄÄTAVOITTEET

Esim. Lähetettyjen tarjousten määrä

1.

2.

3.



MYNNIN JA KIINNOSTUKSEN MITTARIT ESIMERKKEJÄ

- Tarjouspyynnöt viikossa/kuukaudessa
– kuinka moni kysyy tuotteistasi/palveluistasi?
- Toteutuneet kaupat vs. tarjouspyynnöt
– montako tarjousta johtaa kauppaan?
- Uudet asiakkaat / toistuvat asiakkaat
– kumpaa tulee enemmän?





MYNNIN JA KIINNOSTUKSEN MITTARIT

- Omat muistiinpanot





VERKKONÄKYVYYDEN MITTARIT ESIMERKKEJÄ

- Verkkosivukävijät kuukaudessa (Google Analytics / Search Console)
- Somes seuraajien kasvu viikossa/kuukaudessa
- Somen reagoinnit (tykkäykset, kommentit, tallennukset) – mikä sisältö toimii parhaiten?





VERKKONÄKYVYYDEN MITTARIT

- Omat muistiinpanot





ASIAKASSUHTEEN MITTARIT ESIMERKKEJÄ

- Asiakaspalautteiden määrä ja laatu (esim. Google-arviot, sähköpostipalautteet)
- Kuinka moni suosittelisi sinua?
(Voit kysyä asiakkailta: suosittelisitko meitä 1–10 asteikolla?)





ASIAKASSUHTEEN MITTARIT

- Omat muistiinpanot





TEHOKKUUDEN MITTARIT ESIMERKKEJÄ

- Kuinka monta tuntia viikossa käytät myyntiin vs. hallinnollisiin töihin?

(Jos hallinto vie yli 30 %, kannattaa miettiä ulkoistamista tai automaatiota.)

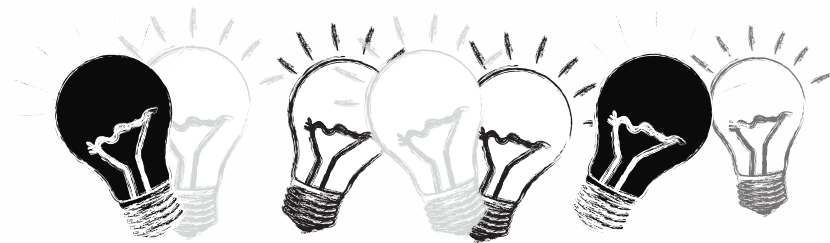
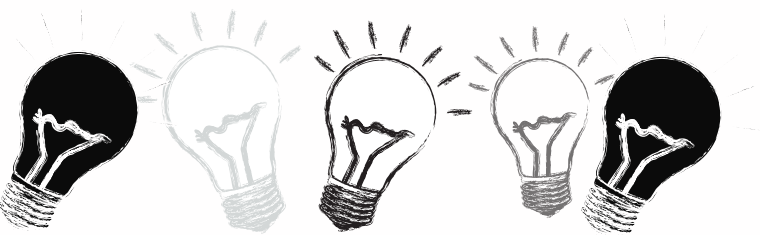




TEHOKKUUDEN MITTARIT

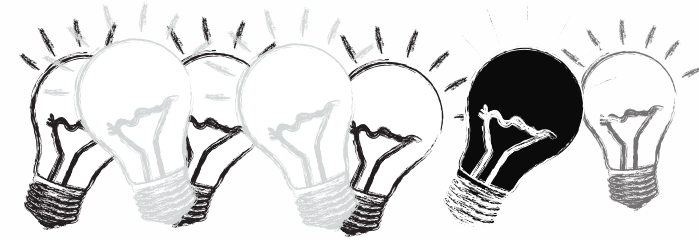
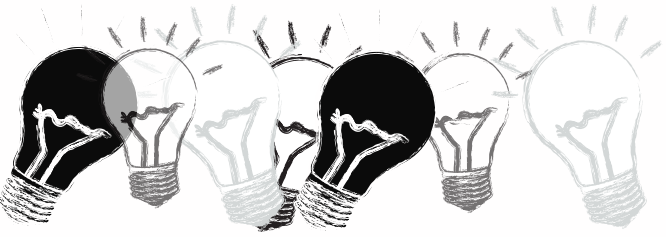
- Omat muistiinpanot





VIKKO/KUUKAUSI SEURANTA

Mittari	vk 1	vk 2	vk 3	vk 4
Esim: Tarjouspyynnöt	Tavoite vs toteutunut	Tavoite 5 Toteutunut 3	Tavoite 10 Toteutunut 5	Tavoite 5 Toteutunut 7



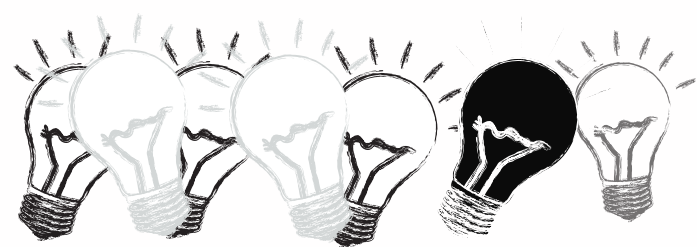
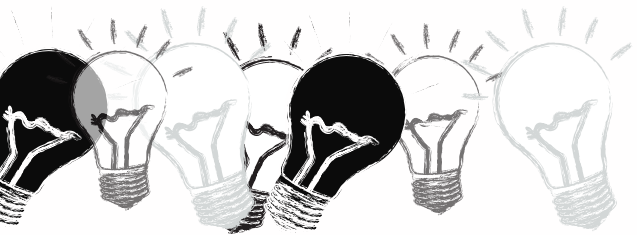
🔍 Miksi mittarit ovat yrittäjälle tärkeitä?

Mieti hetki:

Kun haluat kohottaa kuntoasi, seuraat ehkä painoa,
sykettä tai treenimääriä.

Sama logiikka toimii myös yrittäjyydessä.

Mittarit ovat kuin yrityksesi “verenpaine”. Ne
kertovat, missä kunnossa olet ja mihin suuntaan
olet menossa.



Mitä mittarit oikeasti kertovat?

Jos tavoitteesi on lisätä myyntiä, mutta lähetettyjen tarjousten määrä ei kasva → ehkä markkinointi ei tavoita oikeita ihmisiä tai tarjouspyyntöihin ei reagoida nopeasti.

- 🔄 Mittari: "Lähetettyjen tarjousten määrä / viikko"
- 📈 Päättely: Jos luku kasvaa → olet aktiivinen. Jos ei, pitää ehkä tehostaa prosessia.