

3.0, AI-AIKAAN PÄIVITETTY

Antti Leijala

ULTRA LEAN SALES^{3.0}

Tiedätkö miksi asiakkaasi ostavat juuri sinulta - tai miksi ei?

Tee ostokäyttäytymisdatasta kilpailuetu. B2B-myyntiin, kilpailukyvyyn ja jatkuvan oppimisen käytännön käsikirja.

UltraLeanSales 3.0

Johda kilpailukykyä asiakkaiden päätöksistä
syntyvällä datalla

Myynnin, kasvun ja jatkuvan oppimisen
käsikirja AI-aikaan

UltraLeanSales 3.0

**Johda kilpailukykyä asiakkaiden päätöksistä
syntyvällä datalla**

Asiakaskäyttäytymisdata kilpailueduksi

Antti Leijala

2026

Kolmas painos (v. 3.0)

© 2026, Antti Leijala

Kirjoittaja: Antti Leijala, kohderyhmien sekä niiden ostoprosessien ja -kriteerien asiantuntija, yrittäjä, kouluttaja ja konsultti.

UltraLeanSales® on UltraLeanBusiness Oy Ltd:n rekisteröity tavaramerkki.

Lisätietoa: www.ultraleansales.com

YouTube: www.ultraleanbusiness.com/youtube

Verkostoidu: <https://www.linkedin.com/in/anttileijala/>

ISBN: 978-952-80-8833-2

Kustantaja: BoD · Books on Demand, Mannerheimintie 12 B,
00100 Helsinki, bod@bod.fi

Kirjapaino: Libri Plureos GmbH, Friedensallee 273, 22763
Hampuri, Saksa



Asiakkaan päätös on yrityksen tärkein kilpailukyky-signaali

Asiakkaan ostopäätös kertoo, mikä yrityksessä todella vaikuttaa kilpailukykyyn. Jokainen voitettu tai hävitty tarjous, muuttunut ostokriteeri, kilpailijavertailu ja asiakkaan antama perustelu sisältää tietoa siitä, mitä asiakkaat arvostavat ja missä yrityksen pitää kehittyä.

UltraLeanSales 3.0 tuo tämän tiedon AI-aikakauteen. Menetelmä yhdistää ostokäyttäytymisdatan, CRM-datan, analytiikan, AI-avusteisen valmistelun ja yrityksen kehitystoimet jatkuvaksi oppimissilmukaksi.

Tavoitteena ei ole käyttää enemmän dataa tai tekoälyä. Tavoitteena on tehdä parempia ja kohdennettuja päätöksiä asiakkaan päätösnäytön perusteella:

- Mitä asiakas arvostaa eniten
- Missä kilpailukyky vahvistuu tai heikkenee
- Mikä avoin mahdollisuus tarvitsee seuraavaksi
- Mihin kehitysaloitteeseen kannattaa investoida
- Miten markkinointi-investointien toteuma ja ROI näkyvät
- Miten kilpailijoiden peliliikkeet havaitaan ennen kuin ne ovat julkisia
- Kuinka luotettava myynti- ja liikevaihtoennuste on.



*UltraLeanSales 3.0 ei korvaa myyjän,
asiantuntijan tai johdon harkintaa. Se tekee
asiakkaasta syntyvän tiedon näkyväksi,
yhdistää sen yrityksen päätöksiin ja auttaa
muuttamaan havainnot toimeksi.*

Ultra Lean Sales

"Antti rakensi, ohjasi ja johti Nokian LeanSalesin maailmanlaajuista koulutusta, hyödyntämistä ja käyttöönottoa vuosina 2015-18. Hän ohjasi 30+ koulutettavaa, jotka keskittyivät Lean (Six Sigma) menetelmien hyödyntämiseen myyntiympäristössä ja toimi muutosagenttina sekä myynti-että laatuorganisaatioissa. Hän johti Nokian LeanSales-projektia, jossa keskityttiin tarjousten voittotodennäköisyyden parantamiseen hyödyntäen etenkin voitettujen ja hävittyjen tarjousten juurisyiden analyysiä ja massatietoon pohjautuvaa analytiikkaa. Voin lämpimästi suositella Anttia ja hänen koulutuksiaan", Hannu Järvelin, Nokia Networks



Sisällys

Asiakkaan päätös on yrityksen tärkein kilpailukykyksignaali...	5
Kommentteja kirjan lukijoilta.....	9
Tehdään kilpailukyvyistä mitattava.....	11
Kirjan tavoite	13
Mitä on UltraLeanSales, taustoja ja tulevaisuus.....	15
UltraLeanSalesin määritelmä.....	18
UltraLeanSales ≠ tuotannon Lean.....	22
Vaihe 1: Määrittele.....	25
Vaihe 2: Mittaa	38
Vaihe 3: Analysoi kilpailukykyä ja juurisyitä	51
Vaihe 4: Paranna kilpailukykyä kehitysalotteilla.....	73
Vaihe 5: Ohjaa ja optimoi kilpailukykyä	85
Vaihe 6: Opi jatkuvasti ja rakenna kehitysmuisti	100
Lopuksi: Asiakkaan päätökset ovat kilpailukyvyyn testi	114
Lisämateriaalit ja yhteystiedot.....	117
Tekijä	118



Kommentteja kirjan lukijoilta

*"Minua UltraLeanSalesissa ja HeyKarossa innostaa se, että ne yhdistävät kaksi asiaa, joihin PK-yrityksillä on harvoin aikaa: asiakkaiden osto- tai myyntipäätöksenteko-ongelmien ymmärtämisen ja toimimisen tämän tiedon pohjalta. UltraLeanSales tarjoaa kurinalaisen tavan oppia asiakkaiden päätöksistä; HeyKaro muuttaa nämä löydökset kohdennetuksi suunnitelmaksi, käytännönläheisiksi materiaaleiksi ja selkeiksi jatkotoimiksi. **Tämä tekee tästä enemmän kuin yhden uuden myyntihallintapaneelin tai tekoälytyökalun: se auttaa koko liiketoimintaa parantamaan asiakkaiden arvostamia asioita.** PK-yritysten ei tarvitse odottaa täydellistä dataa tai suurta muutosohjelmaa. Ne voivat aloittaa yhdestä asiakasryhmästä, testata yhtä merkityksellistä muutosta ja oppia tuloksesta." Jörg Erlemeier, Nokian entinen operatiivinen johtaja (COO) ja QUCOXXin/HeyKaron perustajajäsen.*

*"Antti Leijala jalostaa ainutlaatuista UltraLeanSales-konseptiaan eteenpäin ja ottaa käyttöön tekoäly-työkalun, joka tehostaa merkittävästi erityisesti myyntiprosessin loppupään vaiheiden suorituskyä eli tekee kehitystoimenpiteiden valinnasta ja toteutuksesta helpompaa ja nopeampaa sekä samalla **vähentää merkittävästi kehitysoaamisen hankinnan tarvetta yrityksille.** Suosittelen kirjaa kaikille, jotka haluavat parantaa liiketoiminnan tuloksia*



*faktapohjaisesti ja käytännöllisesti.”, Hannu Järvelin, hpi,
Business Excellence Finland Oy.*

*”Kuva 1 kertoo, mistä bisneksessä on kyse. Jos seuraat tätä
prosessia, et voi mennä metsään. Kannattaa lukea tämä kirja
oikein ajatuksella, sillä vain sanakirjassa menestys tulee ennen
työntekoa. Suosittelen”, Kimmo Koivu, johdon neuvonantaja,
KKoivu Advisory & Consulting.*

*”UltraLeanSales herätti minussa ajatuksen, että **kyse ei lopulta
ole pelkästään myynnin kehittämisestä. Kyse on koko
organisaation kyvystä oppia asiakkaidensa päätöksistä....**
Kirjan vahvuus on mun mielestä asiakkaan päätösten,
ostokriteerien ja jatkuvan oppimisen nostaminen kehittämisen
lähtökohdaksi. Tekoäly nähdään työkaluna, joka nopeuttaa
analyysiä ja oppimista, mutta vastuu tulkinnoista ja
päätöksistä säilyy ihmisillä. Mulle kirjan tärkein viesti on
yksinkertainen: organisaatio, joka oppii asiakkaistaan
kilpailijoitaan nopeammin, rakentaa itselleen kestävää
kilpailuetua.”, Timo Mustikkamaa, yrittäjä/valmentaja,
Blueberry Solutions Oy.*

ASIAKASPÄÄTÖKSISTÄ SYNTYVÄ TIETO ON KILPAILUKYKYTIETOA.

Useimmat B2B-yritykset seuraavat myyntiä, mutta harvempi tietää järjestelmällisesti, millä perusteilla asiakkaat todella valitsevat toimittajan. Kun tieto jää hajalleen, ennuste perustuu oletuksiin, kehitystyö kohdistuu väärin asioihin ja samat voitto- tai häviösyöt toistuvat.

UltraLeanSales 3.0 auttaa tekemään asiakkaiden päätöksistä yhteistä kilpailukykytietoa. Se yhdistää kohderyhmät, ostoprosessit, ostokriteerit, CRM-datan, kehitysdiaagnoosit, kaupallisen johtamisrytmin ja jatkuvan oppimisen yhdeksi käytännön malliksi.

Kirjan avulla voit:

- tunnistaa asiakkaan tärkeimmät ostokriteerit ja päätösnäytön
- parantaa tarjousmahdollisuuksien voittamisen edellytyksiä ja ennusteen luotettavuutta
- muuttaa voitot, häviöt, ennustepoikkeamat ja kilpailijasignaalit kehitysaloitteiksi
- rakentaa kehitysmuistin, joka parantaa seuraavaa asiakaspäätöstä.

Tekoäly nopeuttaa analyysia, valmistelua ja oppimista. Vastuu tiedon laadusta, priorisoinnista ja päätöksistä säilyy ihmisillä.

UltraLeanSales 3.0
Antti Leijala
www.ultraleansales.com

OVH: 59€

