



ABM Lead -valmennus

Mavenfirst

Sertifiointivalmennukset 2024

Osallistuneet suosittelevat valmennusta complex sale
-ympäristössä toimiville markkinoinnin asiantuntijoille

4,4/5

Valmennuksen sisältö oli mielestäni **erittäin** hyödyllinen.

4,8/5

Suosittelen valmennusta muille complex sale -ympäristössä toimiville markkinoinnin asiantuntijoille.

5/5

Arvio valmentajien asiantuntemuksesta ja käytännöllisyydestä.

ABM Lead -valmennus on ylittänyt osallistujien odotukset

“Hyvä setti! Suurin hyöty itselle tuli käytännön harjoituksista. Ne pisti miettimään, sain avoimesti palloiteltua ajatuksia ja sain heti palautetta.”

“Oikein hyvä valmennus. Avasi silmiä ABM:n kokonaisuudesta ja sen vaatimasta työstä toiminnan käyntiin saamiseksi.”

“Todella antoisa valmennus, joka ylitti odotukset. Valmennus sopii hyvin ABM:n parissa aloittelevalle, ja herätti minussa monia ideoita, kuinka oppeja voidaan omassa yrityksessä viedä käytäntöön.”

“Suosittelisin ehdottomasti ja varsinkin juurikin niille organisaatioille, jotka eivät vielä ole käynnistäneet ABM-hankkeita. Hyvää duunia!”

Mavenfirst on markkinoinnin kaupallisen vaikuttavuuden kehittämisen edelläkävijä complex sale -ympäristössä.

Autamme markkinoinnin ylintä johtoa ja kunnianhimoisia markkinointitiimejä markkinoinnin kaupallisen vaikuttavuuden kehittämisessä ja matkalla kohti profit centeriä.

Tunnetun complex sale -ympäristön

Yli kymmenen
vuoden kokemus
complex sale
-ympäristöstä

Vuosittaiset tutkimukset
markkinoinnista complex sale
-ympäristössä

Yli 100 vuosittaista
keskustelua markkinoinnin
ylimmän johdon kanssa

Yli 130 tuloksekasta
markkinoinnin
kaupallisen
vaikuttavuuden
kehitysohjelmaa
asiakkaillemme

Yli 12 kehitettyä
toimintamallia markkinoinnin
tyypillisimpien haasteiden
ratkaisemiseksi complex sale
-ympäristössä

Konsulttimme
käyttävät keskimäärin
153 tuntia
tutkimukseen ja
kehittämiseen
vuosittain

Tervetuloa Mavenfirstin ABM Lead -valmennukseen

ABM Lead -valmennuskokonaisuus antaa osallistujalle kyvykkyydet johtaa strategista account based -markkinointia omassa organisaatiossaan suunnittelusta toteutukseen ja ABM:n vaikuttavuuden raportointiin.

Pääset myös vaihtamaan ajatuksia ja käymään keskustelua ABM:stä muiden complex sale -ympäristössä toimivien markkinoinnin asiantuntijoiden kanssa.

Valmennus koostuu kolmesta (3) lähipäivästä, on-demand -valmennussisällöistä, itsenäisesti ja pienryhmissä tehtävistä käytännön tehtävistä sekä asiantuntijamme kanssa pidettävistä vuoroviikoittaisista yrityskohtaisista sparraushetkistä.

Lisäksi kokonaisuuteen kuuluu viisi (5) erikoisluentoa ABM:ään sekä markkinoinnin kaupalliseen vaikuttavuuteen liittyvistä teemoista.

Kokonaiskesto valmennukselle on 90 päivää.



ABM Lead -valmennuksen oppimistavoitteet

Valmennuksen käytyäsi:

- ymmärrät, mitä ABM vaatii markkinoinnilta ja eri sidosryhmiltä
- ymmärrät asiakasvalinnan merkityksen ja osaat ratkaista siihen liittyviä tyypillisimpiä haasteita
- tunnistat oikean ABM-toteutusmallin organisaatiollesi
- ymmärrät eri ABM-mallien erot ja näet käytännön esimerkkejä eri suunnitelmista
- osaat arvioida, rakentaa ja perustella ABM-hankkeen omassa organisaatiossasi
- pystyt rakentamaan ja viemään käytäntöön tyypillisimmät ABM-suunnitelmat
- osaat tukea muita ABM:ssä onnistumisessa
- ymmärrät erilaiset myynnin ja markkinoinnin yhteistyömallit ABM:ssä
- osaat raportoida ja analysoida ABM:n vaikuttavuutta.

Valmennuksen sisältö

ABM Lead -kokonaisuuden sisältö

- Kolme lähipäivää käytännön harjoitusten tekemiseen
- On-demand -materiaalit ja niihin liittyvät tehtävät ABM-teorian opiskeluun sekä erikoisluennot tiettyihin aihealueisiin
- Vuoroviikoittainen Q&A-osio ja sparraus yrityskohtaisesti
- Sertifikaattikoe
- Tuki ja sparraus valmennuksen aikana

Valmennuskokonaisuuden kesto on 90 päivää.



Lähipäivinä keskitytään käytännön harjoitusten tekemiseen – formaatteina roolileikit sekä yksin, pareittain ja pienryhmissä tehtävät case-harjoitukset

Lähipäivä 1.

ABM-perusteet, -strategia, business case ja asiakasvalinta

- Ennakkotehtävän purku
- Alustus aiheeseen
- Roolileikit: Strategisen ABM:n esittely ja business casen rakentaminen
- Harjoitukset: ABM-tavoitteen muodostaminen ja asiakasvalinta

Valmistautuminen:
on-demand -materiaali +
ennakkokysymykset

Lähipäivä 2.

ABM-toteutusmalli ja suunnitelman rakentaminen

- Ennakkotehtävän purku
- Alustus aiheeseen
- Harjoitukset: Suunnitelman rakentaminen ja toimenpiteiden valinta

Valmistautuminen:
on-demand -materiaali +
ennakkokysymykset

Lähipäivä 3.

ABM:n kehittäminen ja johtaminen

- Ennakkotehtävän purku
- Alustus aiheeseen
- Harjoitukset: ABM:n toimintamallit, johtaminen ja raportointi
- Q&A

Valmistautuminen:
on-demand -materiaali +
ennakkokysymykset

On-demand -materiaaleissa syvennyttään ABM:n ja markkinoinnin arvon kommunikoinnin parhaisiin käytänteisiin ja perusteisiin

01 On-demand -materiaalin teemat ennen 1. lähipäivää:

- ABM-perusteet
- ABM-strategian luominen
- Business casen rakentaminen

02 On-demand -materiaalin teemat ennen 2. lähipäivää:

- ABM-asiakasvalinta
- Sopivimman toteutusmallin tunnistaminen
- ABM-suunnitteluvaiheen käynnistäminen

03 On-demand -materiaalin teemat ennen 3. lähipäivää:

- ABM-viestiarkkitehtuuri ja -arvolupaus
- Vaikuttavimpien toimenpiteiden valinta
- Strategisen ABM:n johtaminen
 - toimintamallit
 - myynnin ja markkinoinnin yhteistyö
 - ABM:n vaikuttavuuden kommunikointi

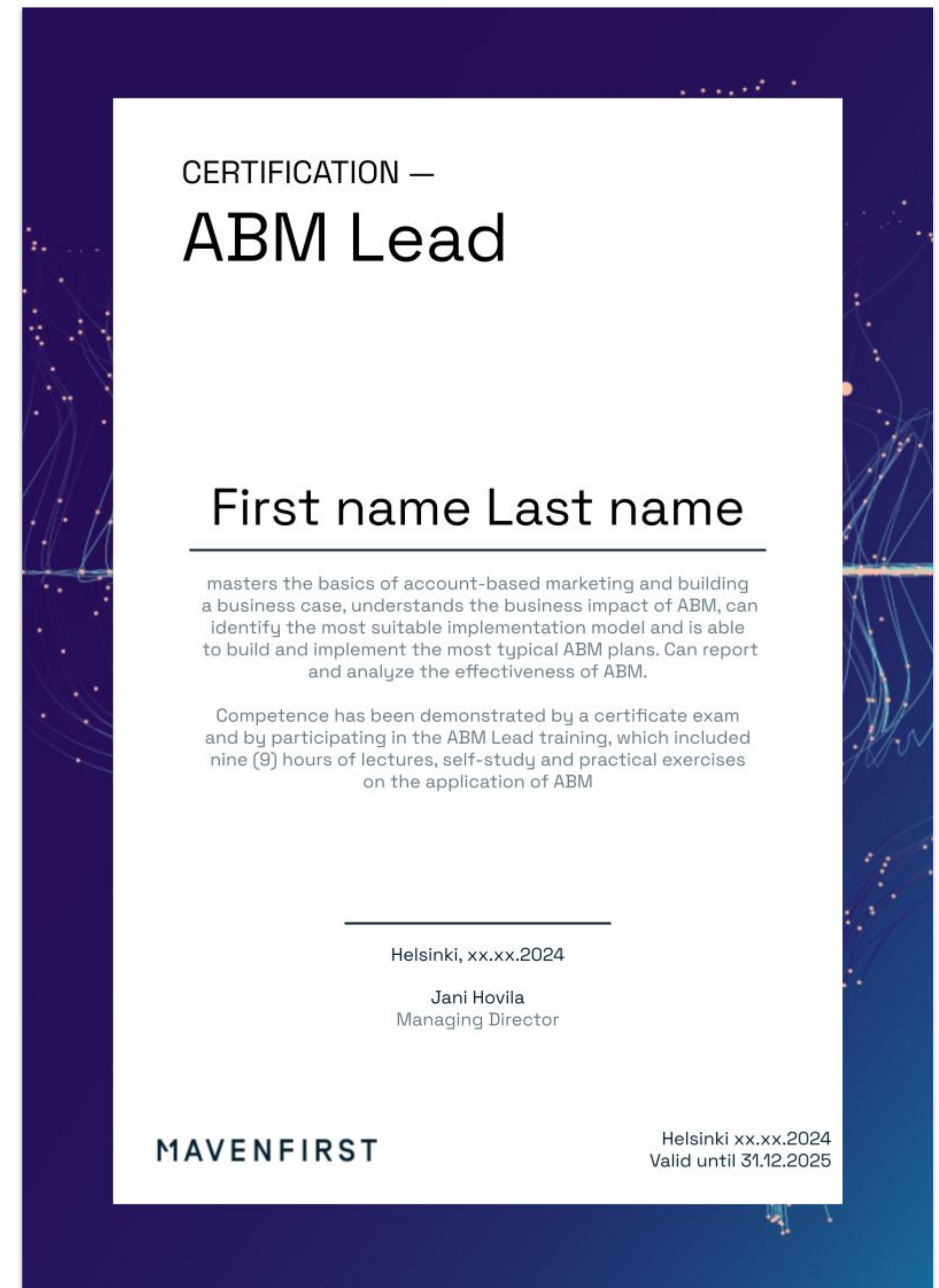
Erikoisluennot —

- Asiakasesimerkki 1:1
- Asiakasesimerkki 1:Few
- Asiakasesimerkki 1:Many
- ABM:n organisoiminen isossa organisaatiossa
- Markkinoinnin ja myynnin yhteistyö ABM:ssä

ABM Lead -valmennus päättyy sertifikaattikokeeseen, jonka hyväksytyn suorittamisen jälkeen toimitamme osallistujalle ABM Lead -sertifikaatin

Kolmen lähiopiskelupäivän ja on-demand -materiaalien ja niihin
liittyvien tehtävien suorittamisen jälkeen ABM Lead
-valmennettavat tekevät sertifikaattikokeen.

ABM Lead -sertifikaatti toimii virallisena todistuksena ja
osoituksena osaamisesta ABM:n perusteisiin, business casen
rakentamiseen, suunnittelun ja toteutuksen johtamiseen ja
vaikuttavuuden raportointiin.



Käytännön asioita ABM Lead -valmennuksesta

Käytännön asioita ABM Lead -valmennuksesta

SIJAINTI —

Valmennuksen lähipäivät järjestetään Helsingissä hyvien kulkuyhteyksien varrella. Pääset paikalle omalla autolla tai julkisilla kulkuneuvoilla. Lopullinen sijainti ilmoitetaan osallistujille erikseen.

AIKATAULU —

Seuraavan ABM Lead -valmennuksemme alkaa torstaina 29.8.2024 yhteisellä kick-offilla. Lähipäivät kalenteroidaan osallistujien kesken erikseen.

HINTA —

ABM Lead -valmennuskokonaisuuden kustannus on 4 900 € (alv 0%). Hinta sisältää valmennuspäivät, ennakotehtävät sekä tuen ja sparrauksen valmennuksen aikana ja jälkeen.

Valmennuksen asiantuntijat

Valmennuksen asiantuntijat



Jani Hovila

Managing Director
jani.hovila@mavenfirst.com
+358 50 581 8770

Jani on Mavenfirstin Managing Director, jolla on yli 12 vuoden kokemus complex sale -ympäristössä toimivien organisaatioiden markkinoinnin kaupallisen vaikuttavuuden kehittämisestä ja osaamisen kasvattamisesta. Ensimmäisen ABM-kehitysprojektin Jani on ollut viemässä maaliin asiakkaallemme jo vuonna 2016 – samana vuonna iPhone 7 ja Pokemon Go olivat uusia juttuja.

Jani on alun perin tutustunut ABM:ään vuosia takaperin kansainvälisissä markkinointikonferensseissa ja hän on ollut osaltaan vaikuttamassa toimintamallin suosion kasvuun ja kipinän sytyttämiseen markkinoinnin ammattilaisten keskuudessa myös Suomessa. Janin erikoisosaamista on etenkin asiakkaidemme ABM-strategioiden ja laajojen ABM-siirtymien rakentaminen complex sale -ympäristössä.



Joonas Hakkarainen

Marketing Consultant
joonas.hakkarainen@mavenfirst.com
+358 50 308 7677

Yli 3 vuotta Mavenfirstilla toiminut Joonas vastaa konsultin roolissaan asiakkaidemme kehitysprojektien johtamisesta – 80 % Joonaksen tähänhetkisistä projekteista on ABM:n parissa. Kymmenet ABM-kehitysprojektit ovat luoneet Joonakselle vankan osaamisen siihen, kuinka ABM viedään strategiavaiheesta suunnitteluun, käytäntöön ja skaalaamiseen.

Joonas on toiminut asiantuntijana sekä yrityskohtaisissa että laajemmissa ABM-valmennuksissa vuosien varrella. Joonaksen näkökulmasta mielenkiintoisinta ABM:ssä on, että se yhdistää markkinointia keskusteluihin ja yhteistyöhön myynnin ja liiketoiminnan kanssa ja vaatii markkinoinnin asiantuntemuksen lisäksi vahvaa kaupallista ymmärrystä.

