



Lions Clubs International

MD 107 Finland

Lions –puheen tekeminen

F-piirin Viestintäkoulutus

2.10.2021

Tapio Seppä-Lassila

PITCHAUS-PUHE



PITCH

SYÖTTÖ

KENTTÄ

TASO

KALLISTUS

NOUSU

JAKO

PIHKA

SÄVELKORKEUS

MYYN TIPUHE

HEITTÄÄ

- Hyvin harjoiteltu
- Tietty rakenne
- Rytmi ja järjestys
- Minimoidaan satunnaisuus

MILLOIN PITCHAUSTA TARVITAAN?

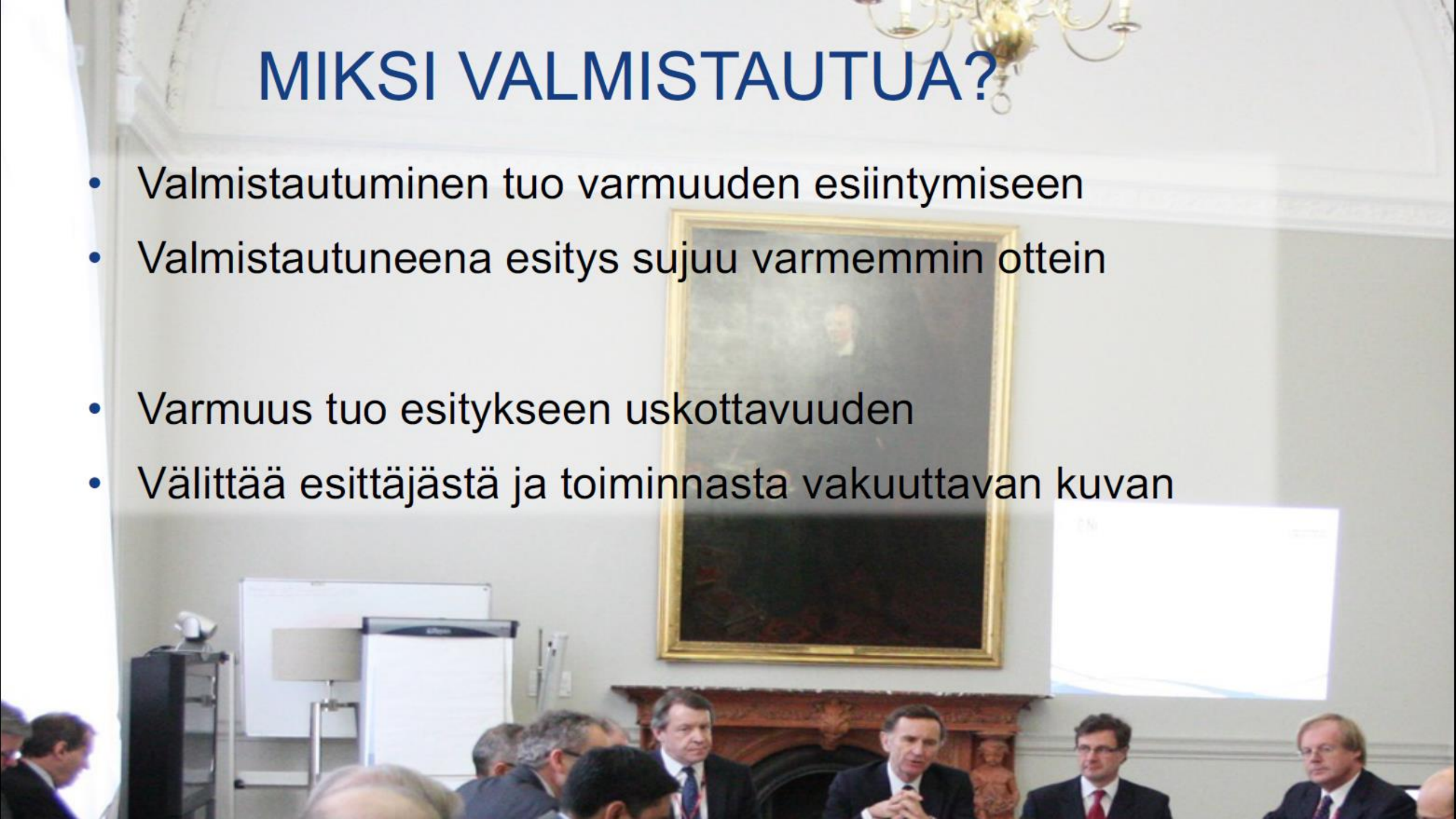
- Asiakastapaamisissa
- Rahoittajien tapaamisessa
- Esittelyt yrityksen vieraille
- Messuilla yleisölle
- Yhteistyökumppanihakinnassa
- Uusien työntekijöiden haastattelussa
- Omien työntekijöiden motivoinnissa
- Vanhojen asiakkaiden sidoksen vahvistamisessa
- Mediayhteistyössä
- Seminaareissa yms. tilaisuuksissa puheenvuoron osana

TARVITSEEKO LION MYYNTIPUHETTA?

- Esittelyissä potentiaalisille jäsenille
- Kampanjoissa yleisölle
- Sponsorihankinnassa
- Muussa yhteistyökumppanihankinnassa
- Tuoreiden jäsenten motivoinnissa
- Vanhojen jäsenten tsemppaamisessa
- Mediayhteistyössä
- Avustuksen kohteille kerrottaessa

MIKSI VALMISTAUTUA?

- Valmistautuminen tuo varmuuden esiintymiseen
- Valmistautuneena esitys sujuu varmemmin ottein
- Varmuus tuo esitykseen uskottavuuden
- Välittää esittäjästä ja toiminnasta vakuuttavan kuvan



IDEAN MYYMINEN

- Kuulijana on aina henkilö
- Yksi henkilö tai henkilöiden ryhmä tekee päätökset – myös klubissa
- Viestillä pitää olla vaikutus yksittäiseen ihmiseen

Mitkä tuotteet menestyvät?

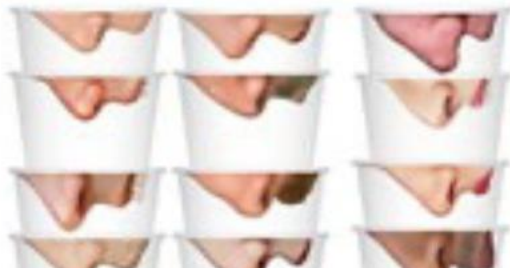
Ei ole täsmällistä tapaa ennustaa menestystä.

Jotkin tuotteet ovat vain kiinnostavia – joissain tuotteissa on muita arvoja.





Ei välttämätöntä mutta hauskaa?



NOKIA valmisti ensimmäisen tabletin jo vuonna 2001!

1000 laitetta valmistettiin ja projekti päätettiin. Yhtään ei tuotu myyntiin.

2007 Nokia oli maailman #1 mobiililaitteissa
40 % markkinaosuudellaan.

2012 Applen tuotto oli suurempi kuin Nokian koko liikevaihto.

56 US \$ miljardia vs. 40 US \$ mrd.

TARINAN VOIMA

- Edelleen – henkilö on aina asiakas
- Hyvä tarina toimii kaikkialla
- Terve järki ei voita tarinaa





Liikaa yksityiskohtia liian lyhyessä ajassa.

Viesti pitää muotoilla niin, jotta kuulijaa ymmärtää tärkeimmät kohdat.

MYYNTIPUHEEN PERUSONGELMA

A fluffy yellow cat is sitting on a red brick patio. To its left is a large, empty terracotta pot. In the background, there are some green plants and a coiled black hose on a wall.

KIINNOSTUKSEN HERÄTTÄMINEN

Ensimmäiseen esittelypuheeseen
ei saa ladata liikaa odotuksia.

Kun kiinnostus herää – asiakas
kyllä kysyy lisää ja silloin on
tilaisuus vakuuttaa.

Ihmisten motivaatiot vaihtelevat

- Jotain motivoi yhteisöllisyys
- Joku motivoituu hyvän tekemisestä yleisesti
- Joku saattaa kiinnostua nimenomaan tietystä kampanjasta
- Alueellinen toiminta kiinnostaa joitain erityisesti
- Joku haluaa nimenomaan olla kansainvälisen organisaation toimija
- jne



Lions –toiminnan motivaattoreita

Lions-toiminnan kautta avautuu monia mahdollisuuksia, joihin voi osallistua oman kiinnostuksen mukaan.

- Puutteenalaisten auttaminen
- Paikkakunnalla vaikuttaminen
- Vaikuttaa ihmisten elämään kaikkialla maailmassa
- Johtamistaitojen kehittäminen
- Kommunikointitaitojen parantaminen
- Suunnittelu- ja organisaatiokykyjen käyttäminen
- Käytännön työ paikkakunnan parantamiseksi
- Olla osa kansainvälistä organisaatiota
- Olla paikkakunnalla hyvässä seurassa
- Uusien ihmisten tapaaminen
- Verkostoitumismahdollisuudet
- Matkustamismahdollisuudet
- Omien ideoiden toteuttaminen
- Näkyvän jäljen jättäminen
- Esimerkkinä oleminen

Menestyvän toiminnan viestintä klubissa

Presidentti tai vastuhenkilö tuo uuden toiminta-ajatuksen klubiin

- Idean pohjustaminen ja taustojen valottaminen
- Idean esittely
- Operaation hyötyjen kertaaminen

Osallistujia kannattaa motivoida pitkin matkaa

- Suunniteluvaiheessa
- Valmisteluissa
- Ennen toteutusta
- Tekemisen aikana
- +
- Tekemisen jälkeen



2 minuutin
klubiesittely

2 minuutin esittelypuhe

- 25 sek Mistä on kyse?
- 30 sek Mikä on asiakastarve
- 40 sek Lionien tuoma ratkaisu
- 15 sek Mikä on toiminnan laajuus
- 10 sek Mikä on seuraava tavoite

[Ei otsikkoa]

25 sek Mistä on kyse?

2 minuutin puheenvuoro aloitetaan kertomalla 25 sekunnissa

- Oma nimi + klubi
- Mikä on oma virka ja kauanko olet ollut jäsen
- Lionit ovat palvelutehtävässä
- Jokin mielenkiintoinen yksityiskohta klubista

Aika tuntuu aluksi lyhyeltä, mutta harjoittelemalla ja kokeilemalla saa riittävästi asioita mukaan.

30 sek Mikä on asiakastarve?

30 seuraavaa sekuntia käytetään kuvaamaan **asiakastarvetta**, eli miksi lion-klubeja ylipäättään tarvitaan

- Minkälaiset asiat jäävät vähälle huomiolle yhteiskunnassa, kaupungissa, ..
- Ketkä ovat pääasiallinen avustuskohderyhmä
- Miksi muut menetelmät [valtion, kuntien, YK, Unicef, ..] eivät riitä aina

Asiakastarpeen ymmärtäminen on menestyksellisen toiminnan lähtökohta.

40 sek Lionien tuoma ratkaisu?

Peräti 40 sekuntia on aikaa kertoa

- Mikä on teidän ratkaisunne tarpeeseen?
- Mitä teillä tehdään?
- Miten asiat käytännössä hoidetaan?
- Miksi se on hyvä tapa hoitaa asiaa?
- Miksi kumppanit haluavat olla yhteistyössä kanssanne?
- Miksi teidän kanssanne asiat sujuvat?

Tämä kohta sujuu kaikilta niin hyvin, että 40 sekuntia menee hujauksessa. Niin menisi myös 15 minuuttia. Nyt pitää valita , mikä oleellista ja puristaa 40 sekuntiin tärkeimmät kohdat.

15 sek Toiminnan laajuus

15 sekunnissa ehtii hyvin kertomaan

- Toimitteko koko kunnan/kaupungin alueella?
- Kerro paljonko osallistujia, tapahtumia, tms. on vuosittain tai joku muu euromääräisen tai lukumääräinen asia
- Paljonko klubinne hankkii varoja vuosittain?

Tämäkin on kohtuullisen helppo kohta ja 15 sekunnissa ehtii kertoa hyvin ehkä 1-2 kohtaa, kaikkia ei tarvitse avata yhdellä kertaa.

10 sek Mikä on seuraava tavoite?

10 viimeistä sekuntia käytetään kertomiseen

- Mikä on toiminnassanne seuraava tavoite / välitavoite?
- Mitä aiotte yrittää?
- Millä aikataululla se voisi toteutua?

Lyhyt maininta yrityksen seuraavista askelista ja puheen lopettaminen.

Kiitätte yleisöä mielenkiinnosta ja päätätte puheenvuoronne 2 minuutin aikataulun puitteissa.

TÄHTÄÄMÄLLÄ OSUU PAREMMIN



Photo: Rick Dikeman

Menestyksellinen lions-viestintä edellyttää valmistautumista

- 1. Kohteen valinta, vaikutuksen ja kiinnostuksen arviointi*
- 2. Puheen valmistelu, harjoittelu ja esittäminen*
- 3. Jatkotoimenpiteen ehdottaminen*

Onnistunut viestintä on perusta
vaikuttavalle toiminnalle!

