

TEKNINEN MYYJÄ IT-YRITYKSESSÄ

Opinnäytetyöpäiväkirja

LAB-AMMATTIKORKEAKOULU
Tradenomi (AMK)
Tietojenkäsittely
Syksy 2020
Leo Roponen

Tiivistelmä

Tekijä(t) Roponen, Leo	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 56	Valmistumisaika Syksy 2020
Työn nimi Tekninen myyjä IT-yrityksessä Opinnäytetyöpäiväkirja		
Tutkinto Tradenomi (AMK), tietojenkäsittelyn koulutus		
<p>Tekninen IT-myynti ei ole samanlaista kuin tuotteiden myynti. Se vaatii myyjältä tietynlaisia ominaisuuksia ja on tasapainoilua tekniikan, teknisen myynnin ja opittujen myyntikäytäntöjen väliltä.</p> <p>Digitalisaatio on tuonut mahdollisuuden uudentyyppisillä järjestelmillä ja sovelluksilla liiketoiminnan kehittämisen. Teknisen myyjän toimenkuva on asiakkaiden ongelmien ja liiketoiminnan kehityskohteiden löytäminen ja niiden pohjalta konseptoitujen projektien myyminen.</p> <p>Myyjä ei selviä nykyajan IT-myyntissä vain myynnin perusteilla vaan hänen on omaksuttava paljon enemmänkin tietoja ja taitoja. Asiakkaat odottavat ostavansa heidän liiketoimintaansa kehittäviä ratkaisuja. Myyjän on osattava ammattitaitoisesti löytää ja kehittää asiakkaille heidän liiketoimintaansa liittyviä projekteja.</p> <p>Opinnäytetyössä kuvaillaan kymmenen viikon päivittäistä teknisen myyjän työtä. Jokaisesta viikon päivästä on tavoitteellinen kuvaus ja päiväkirjan jokaista kokonaista viikkoa sekä myyjän kehittymistä analysoidaan viikon työtehtävissä.</p> <p>Päiväkirjan jälkeen pohditaan työpäiväkirjamuotoista opinnäytetyötä ja kehittymistä koko opinnäytetyöprosessin aikana. Lisäksi yritetään ymmärtää myyjältä tarvittavia ominaisuuksia ja miten myyjä on selvinnyt tästä kokonaisuudesta.</p> <p>Nykyajan IT-myyntissä myyjältä oletetaan taitoja palvella asiakasta. Teknisen myyjän ominaisuuksiin kuuluu hyvien myyntikäytäntöjen käyttäminen ja teknisen tiedon tunteminen.</p>		
Asiasanat Tekninen myynti, IT-myynti, Myynnin elinkaari		

Abstract

Author(s) Roponen, Leo	Type of publication Bachelor's thesis	Published Autumn 2020
	Number of pages 56	
Title of publication Technical Sales Engineer Dairy formed study		
Name of Degree Bachelor of Business Administration		
Abstract <p>Technical IT sales are not the same as product sales. It requires certain qualities from the salesperson and is a balance between technology, technical sales, and learned sales practices.</p> <p>Digitalization has brought with it the opportunity for new types of systems and applications for business development. The job description of a technical salesperson is to find customers' problems, areas for development and to sell projects based on them.</p> <p>In today's IT sales, the salesperson cannot succeed with the basics of sales alone, therefore they must acquire the relevant knowledge and skills. Customers expect to buy solutions that develop their business. The salesperson must be able to professionally find and develop projects related to their business for customers.</p> <p>The thesis describes the daily work of a technical salesman for ten weeks. Each day of the week has a goal-oriented description, and each full week of the diary is analyzed, as well as the salesperson's development in the week's work assignments.</p> <p>After the diary, the thesis and development during the whole thesis process is discussed. In addition, an attempt is made to understand from the seller the necessary characteristics of how the seller has survived this entity.</p> <p>At present, in IT sales, the salesperson is assumed to have the skills to serve the customer. The characteristics of a technical salesperson include the use of good sales practices and knowledge of technical information.</p>		
Keywords Technical sales, IT-sales, Sales life cycle		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Tradenomiopinnoista tekniseksi myyjäksi	1
1.2	Päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö	1
2	TEKNISEN MYYJÄN TOIMENKUVA	4
3	NYKYTILANTEEN KUVAUS	10
3.1	Oman nykyisen työn analysointi	10
3.1.1	Tekniseltä myyjältä tarvittavat tiedot ja taidot	11
3.1.2	Oman työn arviointi	12
3.1.3	Kehittyminen töissä	13
3.2	Sidosryhmät työpaikalla	13
3.3	Vuorovaikutustaidot työpaikalla	14
4	PÄIVÄKIRJARAPORTOINTI	16
4.1	Viikko 1	16
4.2	Viikko 2	21
4.3	Viikko 3	25
4.4	Viikko 4	27
4.5	Viikko 5	31
4.6	Viikko 6	33
4.7	Viikko 7	37
4.8	Viikko 8	41
4.9	Viikko 9	44
4.10	Viikko 10	48
5	POHDINTA	52
6	YHTEENVETO	54
	LÄHTEET	56

KÄSITTEET

CRM-järjestelmä: Asiakkuudenhallinta ohjelmisto

Pipedrive = Myynnin CRM-järjestelmä

Kylmäkontakti = Kontaktoimaton asiakas

Projekti/kehitysprojekti = Uudelta tai vanhalta asiakkaalta tullut hanke heidän liiketoimintansa kehittämiseen

Liidi = Mahdollinen ostava asiakas

Liidilista = Asiakkaiden puhelinnumeroita sisältävä taulukko

Kumppaniasiakas = On jo ostanut tai ostaa yritykseltä jatkuvasti palveluita

1 JOHDANTO

1.1 Tradenomiopinnoista tekniseksi myyjäksi

Päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö käsittelee eräässä ohjelmistoalan yrityksessä työskentelevän myyntipäällikön työtä. Työpäiväkirja on kerätty yrityksessä keväältä ja syksyltä 2019.

Yritys on perustettu keväällä 2016 ja on kolmessa vuodessa opinnäytetyöni ajankohdan kohdalle kasvanut noin 20 henkeä työllistäväksi ohjelmistoalan yritykseksi. Startup vaihe on jäänyt jo pois ja yritys on kannattavalla pohjalla ohjelmistokehityksessä. Liiketoiminta on projektiliiketoimintaa. Yrityksessä on 10 ohjelmistokehittäjää, sovellusarkkitehti, graafisen osaamisen-, projekti-, myynti- ja johtotiimit.

Kun aloitin yrityksessä työt, IT-tradenomi opintoni olivat kesken ja enemmän itse ajattelin olevani projektihallintaan liittyvä työntekijä. Opinnoissa painotetaan jo alussa, että on mahdollisuus tehdä laajasti erilaisia IT-alan töitä. Työtehtäviä voisivat olla projektinhallintaan, ohjelmistokehitykseen tai tekniseen myyntiin liittyvä työ.

Myyntiä ei harjoiteta pääasiallisesti koulussa, mutta jokainen kenellä pysyy puhelin kädessä ja tapaamisissa käyminen ei tuota ongelmia, on mahdollisuus olla myyjä. Myyntiin pystyy IT-tradenomin kouluttamaan. Alalle hakee yleensä ihmisiä, jotka tietävät jotain tietotekniikasta jo valmiiksi. Tietotekninen tuntemus on teknisen myyjän yksi tärkeimmistä ominaisuuksista. On hyvä tietää erilaisista tietojärjestelmistä ja ohjelmoinnin perusteista.

Projektihallintaan koulutetaan hyvin teoria- ja käytäntöpohjalta monen kurssin aikana, jolloin jonkinlainen IT-projektien kokonaisuus hahmottuu. Nämä ovat asioita mitä teknisen myyjän pitää hallita. Näen tämän itse niin, että myyjän ei tarvitse kuitenkaan hallita ohjelmistokehitystä voidakseen toimia teknisenä myyjänä. Koulussa opetellaan kuitenkin ohjelmistokehityksen perusteet. Kokonaisuutena koulutus tarjoaa hyviä työmahdollisuuksia laajalti tietoteknisten yrityksen tarpeiden mukaan.

1.2 Päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö

Päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö on vaihtoehto perinteiselle opinnäytetyölle. Opinnäytetyö tehdään työpaikalla oikeiden töiden ohella opintoihin liittyvissä käytännön asiantuntija-tehtävissä.

Tässä opinnäytetyössä on tavoitteena tarkoitus analysoida ja kuvata ohjelmistoalan teknisen myyjän työtä ja myyjältä vaadittavia ominaisuuksia. Opinnäytetyössä on tarkoitus itse ymmärtää ja havainnoida omaa työtä, niin että osaa viestiä sen muille. Keinoina käytin

itsereflektiota. Päiväkirja sisältää omakohtaista viikoittaista työskentelyäni. Reflektoin jokaista viikkoa arvostelemalla kyseisestä viikkoa sen päätteeksi. Ohjeistus opinnäytetyön tekemiseen oli melko yksinkertainen ja uskon, että jokainen päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö on kirjoittajansa näköinen. Opinnäytetyö sisältää myynnin arkea työpaikalla.

Päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö poikkeaa tavanomaisesta myös rakenteensa osalta. Tämän työn alussa on johdanto, jossa kuvataan hieman sitä, mistä opinnäytetyön sisältävä työpäiväkirja on kerätty, mistä tässä opinnot päättävässä opinnäytetyössä on oikein kysymys ja millaisia asioita se sisältää. Lisäksi selvitetään miten IT-tradenomin koulutus voi liittyä teknisen myyjän työhön.

Luvussa kaksi esitellään teknisen myyjän työtä ammattikirjallisuuden kautta. Työhön liittyvä kirja mikä kuvaa teknisen myyjän ominaisuuksia ja työkuva. Kirjasta esitellään myyntiin liittyvä myynnin elinkaari. Myynnin elinkaari on ohjeistus teknisen myyjän päivittäiseen työhön.

Luvussa kolme kuvataan työtä ja työpaikkaa. Ensin kuvaillaan omaa työtä ja työtehtäviä - mitä konkreettisesti teen. Opinnäytetyössä tuodaan esille, miten osaamiseni näkyy työssä ja miten se on kehittynyt. Lukijalle selvitetään millaista osaamista tarvitaan ja mitä tietoja tarvitsee ymmärtää, jotta työstä selviää. Työhön ja työpaikkaan liittyvistä asioista on tehty myös itsearvio. Työpaikan ja päivittäisen työn lisäksi tähän työhön liittyy myös muita asioita, kuten sidosryhmät ja vuorovaikutustaidot muita kohtaan. Luvun lopussa kuvataan millaisia vuorovaikutustaitoja tarvitaan työn tekemiseen sidosryhmätyöskentelyssä.

Luvussa neljä on kymmenen viikon työpäiväkirja. Aineisto on kerätty töiden ohella työtehtävistä. Kirjattuna on mitä tavoitteita olen asettanut päivälle. Päivän päätteeksi on aina lyhyt kuvaus siitä, miten asetetut tavoitteet ja käytäntö kohtasivat. On myös kirjoitettu osaamisen kehittymisestä päivän aikana työtehtäviin liittyen. Onko pitänyt selvittää jotain tai onko ollut ongelmia. Lisäksi selvitetään, miten ongelmat on ratkaistu. Viikon päätteeksi on aina koko viikkoa koskeva pohdinta, jossa arvioidaan viikon aikana kehittyneitä osaamista. Pohdinnassa myös verrataan viikon kokemuksia kirjallisiin lähteisiin.

Luvussa viisi käydään läpi koko opinnäytetyöprosessiin liittyvä pohdinta. Pohdinnassa analysoidaan tehtyä päiväkirjaa, sen päivittäisiä tavoitteita ja miten niistä on suoriuduttu kokonaisuudessaan tämän päiväkirjan keräys prosessin aikana. Se sisältää myös erilaisia asioita, joita olen pistänyt merkille tämän prosessin aikana myyntityöhön liittyen. Työhön liittyvä kehittyminen on myös esitelty. Lisäksi kerrotaan, minkälaisia havaintoja työstä on löydetty ja miten ne ovat mahdollisesti jatkokehiteltävissä.

Luvussa kuusi on yhteenveto ja havainnot kokemuksista tämän opinnäytetyön aikana. Lisäksi on tehty myös arvio oman työn tekemisen laadusta. Lisäksi luvussa kerrotaan yleisesti tästä päiväkirjamuotoisesta opinnäytetyöstä. Ammatillisia hyötyjä pohditaan, sekä selvitetään mitä niistä voi tämän opinnäytetyön kirjoittaja tai lukija saada irti. Lopuksi pohditaan mitä mahdollisesti tekisin toisin, jos työn voisi aloittaa uudelleen.

2 TEKNISEN MYYJÄN TOIMENKUVA

Tässä luvussa avataan teknisen myyjän toimenkuvaa. Luvun sisältö perustuu John Caren ja Aron Bohligin teokseen *Mastering Technical Sales: The Sales Engineers Handbook* (2008). Se pitää sisällään näkemyksen siitä, mitä teknisen myyjän toimenkuvaan kuuluu ja miten teknisen myynnin myyntiprosessi menee. Prosessin kuvaus kirjassa on *Sales Life Cycle* – myynnin elinkaari ja se pitää sisällään myynnin oppeja, taitoja ja tekniikoita. Kirjassa on kattavasti avattu myös muita asioita myynnin maailmasta, mutta tässä työssä keskitytään myynnin elinkaareen, se on eräänlainen kuvaus teknisen myyjän toimenkuvasta ja toiminnoista. Mitä oppeja ja taitoja on syytä käyttää ja minkälaisia tekniikoita hyödyntäen saadaan vakuutettua asiakas ostamaan.

Tekninen myynti on muutakin, kuin satavuotta sitten keksityt myyntitekniikat. Huippu myyntitekniikoille on oma paikkansa ja jokaisen myyjän on hyvä omaksua taitoja ja tietoja, joista huippumyyjät puhuvat tai myyntitekniikoita, joilla saada asiakas ostamaan. Myynnissä normaalistikin on hyvä käyttää monia hyväksi todettuja käytäntöjä ja tekniikoita, mutta se ei riitä nykypäivän teknisessä myynnissä. Teknisessä myynnissä tarvitaan syvä ymmärrys myös ohjelmistokehityksestä, sovellusarkkitehtuurista ja järjestelmistä. Hyvä IT-myyjä tasapainoilee hyvien käytäntöjen, taidon ja teknisen osaamisen kanssa. (Care & Bohlig 2008, 2.)

Seuraavaksi esitetty kuva kuvaa myynnissä tarvittavia askelia, jotta myyjä selviytyy koko myyntiputken läpi toimivilla myyntimetoodeilla. Jokainen kohta on elintärkeä, jolla luodaan asiakkaalle ammattitaitoinen kuva myyjän toiminnasta. Teknisen myyjän on helppo seurata askelia ja toimia niiden mukaan.

Step	New Product Introduction	Chapter
1	Market definition	
2	Marketing campaign	
Sales Process		
3	Lead qualification	3
4	Request for proposal (RFP) (optional)	4
5	Needs analysis, discovery, and customer engagement	5,6
6	Presentation, demonstration, and proposal	7–10
7	Evaluation (optional)	11
8	Negotiation and closing	12
Postsales Support		
9	Account management and add-on sales	13

Kuva 1. Myynnin elinkaari. (Care & Bohlig 2008, 8)

Kuvassa 1 kuvataan myynnin elinkaarta. Se kartoittaa kaikki myyntiin tarvittavat askeleet asiakkaiden löytämisestä, tapaamisten pitämisestä, tarjousten esittelyistä myynnin jälkeisiin vaiheisiin. Näiden oppien avulla myynti johtaa tavoitteellisiin tuloksiin.

Step 1: Market Definition - Markkinoiden tunnistaminen

Ensiksi myynnissä lähdetään liikkeelle markkinoiden tutkimisella. Markkinoinnin osastolla on yleensä yksi tai useampi kohdeasiakasprofiili, jotka määrittelevät asiakaskunnan, joihin myyntitiimi soittaa. Yrityksissä, joissa ei ole markkinointitiimiä tämän tekee vastaava johtaja, joka linjaa myyjille aina tarvittavin väliajoin kenelle myydään ja suuntaa antavasti mitä. Myyjä sitten itse luo oman segmenttinsä tarkemmin ja kokoaa soittoa varten myyntipuheen, joka sopii myytävään asiaan. Jokaisella on siis hieman erilainen myyntitekniikka. (Care & Bohlig 2008, 8.)

Step 2: Marketing Campaign – Markkinointikampanjat

Markkinointikampanjat ovat nykyään miltei aina erilaisia sosiaaliseen mediaan ja Google mainontaan nojaavia. Ne yrityksissä yleensä tekee markkinointiin liittyvät henkilöt tai myyntijohtaja. Näihin ei yleensä myyjätiimillä ole vaikutusta, vaan ne linjataan yrityksen toimintaan liittyen johtotasolta.

Step 3: Lead Qualification – Asiakkain tarpeiden löytäminen ja tulkinta

Asiakastarpeiden tutkiminen ja tulkinta on tarkoitettu vahvistamaan myyjän tietoja asiakkaasta. On tärkeää yrittää tunnistaa asiakkaan mahdollinen budjetti ja ostotodennäköisyys sekä avainhenkilöstö, joihin myyntitiimin tulisi ottaa yhteyttä. Myyjä itse ottaa selvää

tehdystä liidilistasta ja tutkii erilaisia tunnuslukuja. Jos esimerkiksi yritys on tehnyt voittoa tai on liiketoiminnallisesti kannattava, he yleensä ovat avoimempia uusien kehitysprojektien kuulemiseen ja ostamiseen. Aina on selvitettävä, onko yrityksellä mahdollisesti kehityspäällikköä, joka on erilaisista kehitysprojekteista vastuussa. Hän olisi myyjän ensisijainen kontakti. Monesti kuitenkin tällaista henkilöä ei löydy ja on soitettava suoraan toimitusjohtajalle. On myös hyvä tutkia yrityksen mahdollisia sosiaalisen median kanavia ja löytää sieltä asioita, joilla voi avata keskustelua. (Care & Bohlig 2008, 10.)

Step 5 – Needs Analysis, Discovery, Engagement and First Customer. - Tarveanalyysi, löytäminen, sitouttaminen ja ensimmäinen asiakas

Kun asiakkaan tarpeet on tunnistettu, tulee niitä tutkia tarkemmin. Tämän analysointivaiheen ensisijaisena tavoitteena on vahvistaa ymmärrystä asiakkaan tarpeista ja ongelmista. Sen ohella tässä vaiheessa tulisi pyrkiä rakentamaan henkilökohtaisia suhteita asiakkaan edustajiin sekä lisäämään heidän luottamustaan myyjäosapuoleen. Ensinnäkin on kerättävä tietoja asiakkaasta, jotta asiakas on tyytyväinen, kun heille tarjotaan jokin heidän liiketoimintaansa kehittävä ratkaisu. Tapaaminen tai jo puhelu ovat aina paikkoja missä suoritetaan tarveanalyysiä. Ensimmäisessä tapaamisessa tärkeitä asioita tulee aina esille. Puhelusta kuitenkin voi löytää jo asioita, jotka ovat asiakkaan liiketoiminnan kannalta tärkeitä ja niihin on hyvä muistaa palata, kun pidetään ensimmäinen tapaaminen. (Care & Bohlig 2008, 43, 62.)

Tietojen kerääminen itsessään on tärkein vaihe projektityyppisessä myynnissä. Tässä vaiheessa on oltava erittäin tarkka ja osattava johdatella asiakasta kertomaan mahdollisista kehityskohteista tai liiketoiminnallisista ongelmistaan. Myyjä yhdessä asiakkaan kanssa käytyjen kertomusten perusteella ideoi mahdollisia kehitysprojekteja, kuten ratkaisua heidän liiketoimintansa tueksi. Samalla myös rakennetaan luottamusta myyjän ja asiakkaan välille.

Tapaamisissa käytetään esimerkiksi S.P.I.N-kysymyksiä, joilla asiakkaalta saadaan tietoa mitä heille kannattaa myydä. Kirjassa myös kuvataan muutamia hyviä esimerkki kysymyksiä, joita usein käytetään.

- Kuinka paljon tämä säästäisi työntekijöidenne aikaa kuukaudessa?
- Onko teillä laskelmaa tästä säästöstä?
- Aiotteko laskuttaa asiakkaitanne tämän uuden projektin pohjalta?
- Kuinka paljon lisää puheluita tai eritoimintoja voitte tehdä joka päivä?
- Kuinka paljon käytätte tähän päivittäin?

- Kuinka monta työntekijää tekee tätä tiettyä toimintoa?
- Voiko parannettu tehokkuus luoda lisää liikevaihtoa tai vähentää kustannuksia?

(Care & Bohlig 2008, 58 Suomennos tekijän)

Kysymyksiin saadessa vastauksia niitä voi heti peilata tulevan projektin hyötyihin. Myyjän täytyy tapaamisen aikana osata tunnistaa asioita. Kun asiakas kertoo ongelmistaan, hän huomaamattaan myy mahdollista projektia itselleen. Myyjä toimii järjestelmäintegraattorina joka yhdistää löydetyt asiat ja luo niistä ehdotuksen kehitysprojekteiksi, jotka liittyvät asiakkaan liiketoiminnan kehittämiseen. Lopputulos on dokumentti, missä on kuvattu yrityksen tilannetta, tulevaisuutta ja kehityskohteita. Näistä syntyy mahdollinen tarjous kehitysprojekteista. (Care & Bohlig 2008, 45, 60.)

Kirjassa on maininta siitä, että jos yrityksestä löytyy joku niin sanottu "coach", jonka kanssa toimitaan yhteisen päämäärään vuoksi. Myyjän yritys saa projektin ja tämä kyseinen henkilö saa yrityksessään hyvän maineen, koska on kehittänyt yrityksen liiketoimintaa paremmaksi. Tällaisen henkilön avulla on helpompi saada kehitysprojekti ja lopullinen tarjous läpi.

Alla on esimerkkejä, missä asioissa hän voi auttaa asiakasyrityksen sisältä käsin. Näitä asioita ovat

- pääsy asiakkaan myynnillisiin materiaaleihin
- mahdollisuus saada tietoja, jotka liittyvät liiketoimintaan, jotka eivät ole yleisesti saatavilla
- saada teknistä informaatiota mitä ei muuten olisi mahdollista saada
- tietää tarkkaan mitä oikeasti heidän liiketoimintansa parantamiseen pitäisi tehdä
- auttaa tilanteissa, jotka voivat eskaloitua
- saada tietoa, miten yrityksesi tarjous pärjää asiakkaalla.

(Care & Bohlig 2008, 70 Suomennos tekijän)

Step 6: Presentation, demonstration, and proposal – Esittely, demonstrointi ja ehdotus

Kun tapaaminen on pidetty, jossa tietoja kerätään, myyjän tehtävä on tehdä esitys löydettyistä havainnoista. Nämä esitykset ovat vastaus asiakkaan tarkkoihin toivomuksiin erilaisista ratkaisuista. Myyjän tulee olla valmiina käyttämään erilaisia myyntiargumentteja, joita löytyy tapaamisista käydyistä keskusteluista. (Care & Bohlig 2008, 11.)

Tässä myynnin vaiheessa yleensä ensimmäinen tapaaminen on pidetty ja seuraavaksi myyjä tekee esittelyn mahdollisesta tai mahdollisista kehityskohteista. Avuksi on hyvä käyttää esimerkiksi kuvaa tai jopa jonkinlaisista prototyyppejä löydetyistä asioista kehityskohteiden pohjalta auttamaan asiakasta hahmottamaan esiteltävää projektia.

Esittely tapaaminen löydettyjen ja opittujen asioiden pohjalta tehdystä kehityskohteiden esittelystä on tärkeää. Myyjän on vakuutettava asiakkaan henkilöstö siitä, että ratkaisu täyttää heidän odotuksensa. Ratkaisu tulee parantamaan asiakkaan liiketoimintaa ja se pitää osata myös viestiä oikein. Myyjän täytyy hoitaa asia hyvin, jotta asiakas ei mieli muita mahdollisia kilpailijoiden ratkaisuja. Täydellinen myyntipuhe tai esittely on monen tunnin kovan työn tulos. (Care & Bohlig 2008, 73.)

Yleensä yrityksestä tarjouksen alustavaan esittelyyn liittyy 1–5 henkilöä eri osastoilta, kaikki kenen toimenkuvaan mahdollinen projekti vaikuttaa. On tärkeää, että esittely sujuu luontevasti ja mikään asia mitä aikaisemmin heidän liiketoimintaansa peilaten on löydetty ei unohdu. Tällöin asiakkaalle tulee vaikutelma, että myyjä tuntee yrityksen ja on innolla valmis tekemään yrityksen kanssa yhteistyötä. Kirjassa Care ja Bohlig kertoo erilaisista mahdollisista kysymyksistä, joihin myyjän on oltava valmiina vastaamaan.

- Mikä on asiakkaan ongelma?
- Mikä on myyjän päämäärä tässä tapaamisessa?
- Mitä pitää esitellä?
- Kuinka paljon myyjällä on aikaa esittelyyn?
- Kuinka paljo myyjä tietää aiheesta?
- Kuinka paljon asiakkaan henkilöstö tietää asiasta?
- Mitkä ideat tulevat tarvitsemaan tukea ja mistä sitä löytää?

(Care & Bohlig 2008, 74 Suomennos tekijän)

Tarjouksen esittely on myyjän vastuulla opittuja tapoja hyödyntäen. Myyjän on hyvä aloittaa käyttäen hyviä palaverikäytäntöjä. Niitä ovat esimerkiksi tapaamisen alussa käyty kierros ketä on paikalla ja paljonko tapaamiseen on varattu aikaa. Näiden avulla hyvä myyjä sovittelee esityksensä tapaamiseen sopivaksi.

Myyjän on tärkeää myös päättää tapaaminen niin, että asiakkaalle jää ammattitaitoinen kuva. Tapaamisen päättäminen esimerkiksi yksinkertaiseen kysymys ja vastaus osioon ei ole kannattavaa. On hyvä lopettaa esitys kevyeen yhteenvetoon koko tapaamisesta. Sen

avulla myyjä varmistaa, että kaikki paikalla olijat ymmärsivät mistä on kysymys ja mitä osapuolten täytyy tehdä seuraavaksi. Yleensä seuraavat toimenpiteet ovat yksilötasolla erilaisten asioiden selvittämistä. Tärkeää on, että projektia koskeva informaatio on osapuolten saatavilla sovitusti, jotta tarjous ja mahdollinen projektiaikataulu ei viivästy niiden takia. (Care & Bohlig 2008, 86.)

Step 8: Negotiation and closing – Neuvottelut ja tarjouksen päättäminen

Myyjän on hyvä muistaa, että kun tarjous on esitelty ei tarvitse välttämättä vastata heti siitä esiin nouseviin kysymyksiin. Usein kysymykset ovat sellaisia, jotka ovat suunnattuja esimerkiksi teknologia painotteisesti tai erilaisiin sopimusteknisiin asioihin liittyen. Myyjän pitää osata viestiä selkeästi, että asiat selvitetään myöhemmin. Nämä ovat tärkeitä kysymyksiä ja ratkaistavissa, mutta myyjän ei kannata yrittää niitä itse selittää. Pahimmassa tapauksessa kauppa kaatuu siihen, kun myyjä epäuskottavasti puhuu esimerkiksi teknologia asioista ja asiakas onkin niistä enemmän tietoinen. Monissa vaikeissa myyntitilanteissa on hyvä olla hiljaa, ellet ole erittäin kokenut myyjä, joka ymmärtää esimerkiksi detaljitason erilaisia yrityksen linjaamia sopimusteknisiä asioita. Myyjän tulisi yksinkertaisesti olla sanomatta mitään mitä ei varmaksi tiedä. (Care & Bohlig 2008, 146.)

Step 9: Account management and add-on sales – Asiakkaan tilinhallinta ja lisämyynti

Myyntin jälkeen alkaa vaihe, jossa asiakkaasta pidetään hyvää huolta, jotta he jatkossakin pienimmästäkin mahdollisesta asiasta ottavat yhteyttä. Näin yleensä tulee lisää projekteja. Asiakkuudesta huolehtiminen on yhtä tärkeää, kuin ensimmäinen kontakti ja suhteen rakentaminen. Usein projekti saatetaan myydä monessa osassa ja on tärkeää huolehtia ensimmäisen projektin jälkeen sen lisäkehityksestä tai uusien ominaisuuksien myymisestä.

3 NYKYTILANTEEN KUVAUS

3.1 Oman nykyisen työn analysointi

Yrityksessä työ on teknisen IT-myyjän työtä. Työtehtäviin kuuluu pääasiassa uusasiakashankinta, tarjousten laskeminen ja myynnin kehittäminen. Päivittäin soitetaan kylmäkontaktiilistoja läpi, lähetään ja vastailaan sähköposteihin, tehdään tarjouksia ja huolehditaan niiden saattamisesta projekteiksi asti. Lisäksi työssä osallistutaan säännöllisesti viikkopalaveriin ja kerran kuukaudessa suunnitellaan yritykselle virkistyspäivän ohjelmaa. Tarvittaessa siivotaan toimistoa ja huolehditaan sen yleisilmeen säilymisestä siistinä ja viihtyisenä.

Työhön liittyy myös ajatus- ja kehitystyöskentelyä. Projekteja täytyy suunnitella ja miettiä kokonaisuuksia asiakkaille sopiviksi. Henkilökohtaista myyntiä seurataan ja kehitetään säännöllisesti. Yhteistyökumppanien kanssa yhteistyötä suunnitellaan ja selvitetään, miten kehitysprojekteja saadaan myytyä tehokkaammin heidän asiakkailleen.

Työni työtehtävät ovat

- myynnin perustyö
- uusasiakashankinta
- kumppanimyynnin kehittäminen ja sen seuranta
- tarjousten laskeminen, lähetys ja seuranta
- asiakasprojektien ratkaisujen konseptointi ja jatkokehityksen mietintä
- toimiston yleisilmeestä huolehtiminen ja huoltomies tyyppiset työt
- henkilöstön virkistystoiminnan suunnittelu.

Myynnin perustyö on isoksi osaksi kylmäkontaktointia. Kontaktointi tehdään puhelimella tai sähköpostilla. Kontaktin tavoitteena on aina pyrkiä järjestämään tapaaminen. Mieluiten tapaaminen pidetään kasvotusten ja tarvittaessa etänä. Tapaamisen on tarkoitus synnyttää tarjous. Joskus kontaktoidaan myös nykyisiä asiakkaita ja teemme lisämyyntiä jo heille tehtyihin projekteihin.

Tapaamisessa selvitetään asiakkaan tarve yrityksen palveluille. On erittäin tehokasta tavata asiakas kasvotusten, jolloin yhdessä suunnitellaan luovemmin ratkaisuja yrityksen liiketoiminnan kehittämiseen. Tapaamisen jälkeen lähetetään aina keskustelusta muistio, jossa yleensä kuvataan lyhyesti mahdollisia tapaamisesta syntyneitä projekteja tai sovel-lusideoita ja sovitaan jatkotoimenpiteistä tarkemmin.

Myyntiprosessi ei edellytä asiakkaalta välttämättä mitään konkreettista ideaa. Tällöin muistiinpanojen pohjalta on myyjän tehtävä konseptoida ratkaisuja, joista voi tulla kehitysprojekteja. Tällöin viestintää jatketaan ja mahdollinen tarjous syntyy vasta myöhemmin.

Tarjousten tekeminen on myyjän työn päämäärä. Tähän yleensä myyjä käyttää apuna sovellusarkkitehtia ja tai projektipäällikköä. Myyjän tehtävä on tarjouksen lähetyksen jälkeen huolehtia sen jatkosta. Yksikään tarjous ei saa unohtua ilman selvää vastausta jatkokoimenpiteistä.

Normaalin myyntityön lisäksi kumppanimyynnistä tulee jatkuvasti erilaisia tarjouspyyntöjä suoraan myyjälle ja myös niihin tarvitaan tarjouksia. Nämä ovat yleensä paljon selkeämpiä, koska kumppanit tietävät yrityksen toimintatavat ja mitä tuotetaan. Tätä yhteistyötä kehitetään erilaisten tapaamisten, workshopien ja pidempiaikaisten strategioiden avulla.

Päivittäin myynnissä tarvitaan proaktiivista asennetta ja hyviä vuorovaikutustaitoja. Myyjistä on moneksi ja joka asiakas on erilainen, jokainen projekti on erilainen, joten on osattava puhutella asiakasta ja tarjota juuri heille sopivia ratkaisuja. Tähän on muutamia erilaisia tapoja ja kyselystrategioita, jolla tieto saadaan asiakkaalta. On tärkeää olla hyvä kommunikoimaan ja osata palaverikäytäntöjä koska ne mahdollistavat tuloksellisen myynnin. Hyvä tapaaminen luo asiakkaalle ostoedellytykset.

3.1.1 Tekniseltä myyjältä tarvittavat tiedot ja taidot.

Luvussa kaksi kuvattu myynnin elinkaari sisältää kaikki tarvittavat tiedot ja taidot, joita myyjän on syytä hyödyntää teknisessä myynnissä. Näiden kuvattujen askelien avulla myyjän oma työ helpottuu ja asiakkaan kokemus myyntiputkesta on ammattimainen.

Tärkeää on ymmärtää hyvin mikä on yritykselle ja teknologiavalinnoilla mahdollista tehdä. Pitää myös ymmärtää miten ohjelmistokehityksessä projektityyppinen myynti toimii. Teknisessä myynnissä ei myydä vain tuotteita vaan palvelua. Palvelu on erilaisten asiakkaan kertomien kehityskohteiden kautta tehtäviä projekteja, jotka liittyvät aina asiakkaan liiketoiminnan kehittämiseen. On hyvä myös osata sovelluskehityksestä kokemuksen kautta tulevaa projektien kokonaisuuden hahmottamista. Myyjä selvittää, onko esimerkiksi järkevää tehdä ensiksi osa ja myöhemmin lisää. Nykyajan tekninen myynti on yleensä tällaisten kehitysprojektien myymistä ja niiden jatkokehityksestä huolehtimista. Teknologiat, joita käytetään yleisesti mahdollistavat ketterien kokonaisuuksien tekemistä. Lisäominaisuuksien lisääminen on elintärkeää tehdyn tuotteen elinkaaren pidentämiseksi. Työ ja työtavat muuttuvat ja niin pitää tehtyjen projektienkin päivittyä niiden mukana.

Myyjän roolista ohjelmistoalalla selviämiseen tarvitaan pitkäjänteistä luonnetta. Myynnissä on oltava järjestelmällinen ja johdonmukainen. Myynti on kuitenkin matematiikkaa ja mitä enemmän ottaa puheluita, sitä todennäköisemmin saa tapaamisen. Täytyy olla täsmällinen ja pitää luvatut asiat. Täsmällisyyteen on apua nykyajan myyntijärjestelmistä, kuten kalenterin hyödyntämisestä ja CRM-järjestelmästä. Näiden avulla sovitut asiat ja koko myyntiputki on helposti nähtävissä ja asiat eivät unohdu.

3.1.2 Oman työn arviointi

Aloitin työt suurin piirtein silloin, kun yritys oli ollut toiminnassa muutaman kuukauden. Yrityksessä työtehtäväni oli aluksi toimia projektipäällikkönä. Kuitenkin hyvin nopeasti yrityksen kasvaessa huomattiin, että tarvitaan myös myyjää. Myyjän työstä itselläni ei ollut kovin paljoa kokemusta, mutta sosiaalinen luonne on yksi myyjän tärkeimpiä edellytyksiä ja minä olen sosiaalinen luonteeltani. Siirryin myyntityöhön yrityksen ensimmäisenä myyjänä. Alussa muistan poteneeni pientä puhelukammaa, mutta se on hyvin yleistä aloittelevalle myyjälle. Kuitenkin myynti rupesi vetämään ja projekteja rupesi kertymään. Nopeasti yrityksemme joutui palkkaamaan lisää henkilöstä, jotta projekteista selvitään.

Myyntityössä olen nyt kolmen vuoden työkokemuksen jälkeen kehittynyt paljon. Osa syytä on tietysti aloittaminen ilman varsinaista myyntikoulutusta ja kokemuksen kertyminen työtä tekemällä. Oikein ja väärin tekeminen kehittää myyjää paljon. Pystyn itsenäiseen myyntityöhön ja osaan kehittää toimintaani. Toimintaani on mitattu euromääräisesti kuukausittain ja tulos on ollut hyvä. Joudun kuitenkin teknisesti kysymään välillä apua siitä syystä, että minulla ei ole riittävää ohjelmistokehityksen koulutusta. Sidosryhmät yrityksessä kuitenkin auttavat minua tarvittaessa päivittäisessä työssäni.

Olen työssäni vähintäänkin taitava suoriutuja. Huomaan, että työtehtävät eivät tuota ongelmia. Pärjään päivittäisessä myyntityössä ja koen että työni on muuttunut rutiinimaiseksi. Kuitenkaan mestari työssäni en vielä ole. Organisaatiossamme on myyntijohtaja, joka tekee isomman linjan strategisia myyntiinliittyviä asioita. Tunnistan, että hänen työtään en pystyisi vielä itsenäisesti tekemään. Kuitenkin johdin itse myyntitiimiä ja se tuotti tulosta. Sain opetettua tiimilleni myynnin perusteet ja he pystyivät tekemään myyntityötä. Opintoni ovat melkein valmiina ja minulla on myynnin työkokemusta jo vuosia. Ammattiosaamiseni on edistynyt koulun, työni ja tämän opinnäytetyön avulla huomattavasti.

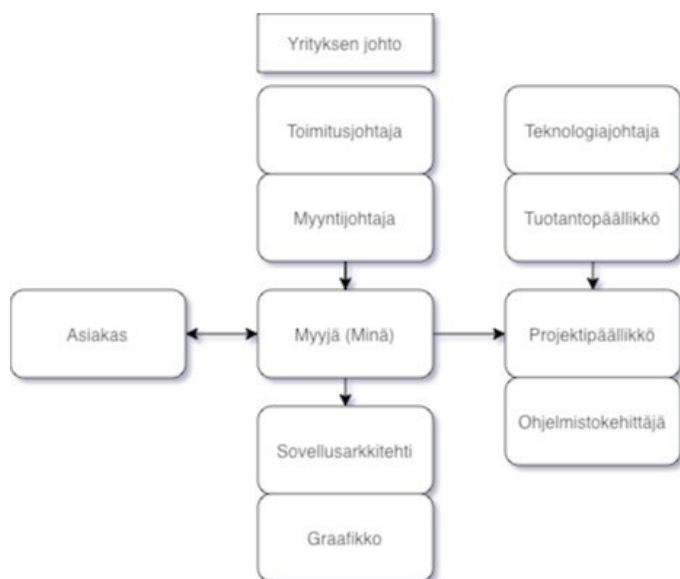
3.1.3 Kehittyminen töissä

Minulta sujuu myyntityö rutiininomaisesti ja toimintani on päämäärähakuista. Olen myös saanut nimen rahantekijä yrityksessämme, koska pystyn helposti konseptoimaan projekteja asiakastapaamisessa saatujen tietojen perusteella. Pystyn tunnistamaan ja löytämään erilaisia asiakkaan liiketoimintaa parantavia asioita, kuten luvussa kaksi on kuvattu hyvän myyjän ominaisuudeksi. Pystyn lähettämään alustavan hinta-arvion mahdollisesta kehitysprojektista parhaassa tapauksessa jo tapaamisen jälkeen samana päivänä. Tällainen toiminta on ammatillisesti hyvin syvää ja vaatii paljon interaktiivista kanssakäymistä tapaamisessa. Pystyn hyödyntämään opittuja kyselytekniikoita ja tehtyjen tuntien pohjalta kykenen itsevarmaan myyntityöhön. Myynnin elinkaari on minulle selkeä.

Jatkossa tulen panostamaan täsmällisyyteen. Luonteeni on aika vilkas, joten minulla on monesti monta asiaa mielessä. Täten muistiinpanojen tekeminen ja sovituista asioista huolehtimiseen on hyvä panostaa. Suoriudun myyntityöstä kuitenkin hyvin, joten mikään kriittinen tekijä tämä ei ole. Tulen myös varmasti opettelemaan enemmän johtamista, sillä myyntitiimin johtaminen tuntui luontevalta. Ihmisten kanssa toimiminen on mielestäni myyntityön tärkein osa ja ymmärrän sen vahvistamisen tuovan minulle ammatillista kompetenssia.

3.2 Sidosryhmät työpaikalla

Myyjänä ulkoiset sidosryhmät työssäni ovat uudet asiakkaat, vanhat asiakkaat ja kumppanit. Sisäisesti sidosryhmiäni ovat kaikki meillä työskentelevät henkilöt. Projektit ovat niin erilaisia, että olen tekemisissä käytännössä kaikkien kanssa. Meillä on töissä ohjelmistokehittäjiä, graafikkoja, sovellusarkkitehti, myyjiä, myyntijohtaja, teknologiajohtaja ja toimitusjohtaja.



Kuva 2. Sidosryhmät työpaikalla

Kuvassa kaksi on esitetty yrityksemme henkilöstörakenne. Yritykseen kuuluu monenlaista henkilöstä ja myyjän suhteet muuhun henkilöstöön on merkitty nuolin.

Sisäisten sidosryhmien keskenään toimiminen on tärkeää työpaikalla. Henkilöstön pitää ymmärtää johtoryhmän määrittämät linjat esimerkiksi mitä teknologioita käytämme. Lisäksi myyjien on välttämätöntä tietää mitä teemme päivittäisessä myyntityössä. Myyntijohtaja määrittää kenelle myydään ja mitä. Myyntistrategia opetetaan myös kaikille yrityksen työntekijöille, jotta myynti tulee kaikille tutuksi ja tärkeäksi. Tuotantopäällikkö, projektipäälliköt ja sovellusarkkitehti määrittävät projektien laajuuden, tekniset kustannukset ja milloin voimme toteuttaa projektin. He toimivat myyjien apuna tarjousten laskemisessa. Graafikko auttaa myyjää myyntimateriaalien, kuten esitysten, projektia havainnollistavien kuvien tai prototyypin ulkoasujen kanssa. Kaikki yrityksessä toimivat osana yhteistä tiimiä. Jokainen työntekijä tietää oman työnsä merkityksen kokonaisuuteen.

3.3 Vuorovaikutustaidot työpaikalla

Vuorovaikutustaidot ovat myyjän työn tärkeimpiä asioita. Yksinkertaisesti myyntihän on vuorovaikutusta myyjän ja asiakkaan välillä. On erittäin tärkeää ymmärtää mitä asiakas yrittää sanoa ja haluaa tapaamisessa. Tietysti on tärkeä myös myyjänä pystyä teknisesti viestimään mikä on mahdollista ja innostaa asiakasta teknologian tuomilla mahdollisuuksilla. Jos tapaaminen ei vuorovaikutustaidoiltaan onnistu, se ei hyödytä kumpaakaan osapuolta. Luvussa kaksi kuvattu myyjän ja asiakkaan välisen luottamuksen vahvistaminen on tärkeää. Se helpottaa myyntiprosessia huomattavasti.

Sisäisesti organisaatiossa myyjän on pystyttävä viestimään mahdollinen asiakasprojekti projektipäällikölle. Lisäksi sama tieto pitää myös muille projektiin liittyville työntekijöille viestiä niin, että kaikki sen ymmärtävät kuten myyjä on sen ymmärtänyt. Myyjän tulee olla tarkka asiakkaan kertomien ongelmien ja löydösten kanssa, että lopulta tarjoukseen päätyvät asiat vastaavat asiakkaan tarpeita. On harmittavan yleistä IT-alalla, että projektin laajuus, vaatimukset tai joku muu kriittinen tekijä on ymmärretty väärin ja tarjousta ei hyväksytä. Selkeä kommunikointi sisäisesti vähentää väärinkäsityksistä johtuvaa ylityötä.

Vuorovaikutustaitoihin työpaikalla käytetään päivittäin pikaviestintä. Se on tehokasta sisäisten sidosryhmien kanssa. Asiakastapaamisissa etätapaamiset eivät kuitenkaan mielestäni ole paras vaihtoehto. Ensimmäinen tapaaminen voidaan tarvittaessa pitää etäohjelmistolla, mutta tarjouksen esittely tai muu projektiin liittyvä syvempi tapaaminen on hyvä olla niin, että kaikki kokoontuvat samaan tilaan. Tämä mahdollistaa laajemman vuorovaikutuksen. Esimerkiksi myyntimateriaalien esittäminen on huomattavasti tehokkaampaa, kun asiakkaan kehon- ja elekieli ovat selkeästi nähtävissä. Etätapaamisen haasteena ovat yleensä pätkivät yhteydet, jolloin aikaa menee säätäessä kaikkea kuntoon. Ääni- tai videokuva voi olla huono. Esitysmateriaali ei välttämättä näy niin kuin pitäisi. Voi olla vaikea tulkitä asiakkaan reaktiota esitettyihin asioihin.

Lisäksi asiakastapaamisten haasteina voi olla erilaisten tarjouksiin tulevien teknologisten ratkaisujen ymmärtäminen ja niiden selittäminen asiakkaalle. Jos esimerkiksi projektiin tulee integraatio joidenkin systeemien välille, on tärkeää osata ymmärtää se sekä pystyä selittämään asiakkaalle, miten se käytännössä toimii. Lisäksi tekniset asiat ja toiminnallisuudet pitää kirjata tarjoukseen tarkasti, jotta ei myydä jotain, mitä ei pystytä toteuttamaan sovitun laisena. Teknisistä määrittämisistä kuitenkin pitää huolta sovellusarkkitehti, joka tekee tekniset määrittäykset tarkemmin tarjoukseen. Myyjän on syytä opetella ne tarkkaan. Helpposti käy niin, että asiakas olettaa järjestelmän toimivan tietynlailla mutta meidän tekemä järjestelmämme toimii eri lailla. Tällainen tilanne on epämiellyttävä kaikkien kannalta. Ketterästi tehdyt ohjelmistoprojektit pystyvät kuitenkin yleensä korjaamaan tilanteen ilman, että kustannuksia syntyy lisää. Kun sisäisesti ja ulkoisesti kommunikaatio on yhtenevää, asiakastapaaminen hoidetaan ammattimaisesti. Näin asiat eivät jää epäselviksi myyjälle, asiakkaalle, ohjelmistokehittäjälle tai kenellekään projektin jäsenelle.

4 PÄIVÄKIRJARAPORTOINTI

4.1 Viikko 1

Maanantai:

Tavoitteeni tälle päivälle on viedä eteenpäin jo tarjottua asiakasprojektia. Tapaamisesta pidetään etätapaaminen iltapäivällä, johon osallistuu asiakas ja meidän projektiarkkitehtiimme.

Maanantiaamut alkavat aina samalla kaavalla. Otetaan selvää, onko tullut sähköposteja ja katsotaan edellisen viikon muistiinpanot. Tarkastetaan myös kalenterista tulevan viikon ohjelma ja varsinkin tapaamiset. Jos tapaamisia on etänä, varmistetaan, ketä paikalle tarvitaan ja kutsutaan heidät. Lisäksi varataan työtila, jos tämä ei onnistu on se pidettävä omassa työhuoneessa. Tapaamisen ollessa asiakkaan tiloissa selvitetään missä asiakkaan yritys sijaitsee ja miten sinne pääsee. Sen jälkeen päätetään kulkeminen asiakkaalle joko omalla autolla tai vaihtoehtoisesti julkisilla, kuten junalla. On tärkeää varmistaa aikataulu, että julkisilla ehtii paikalle sovitusti ja ostetaan liput valmiiksi. Jos tapaaminen on Helsingissä, kuljen sinne pääsääntöisesti junalla.

Osallistun maanantaisin myös aina tuotantopalaveriin, jossa käydään tuotannon toimihenkilöiden kanssa läpi viikon ohjelma. Palaverissa käydään läpi, miten projektit edistyvät. Näin pystyn vastamaan viikon aikana asiakkailta tuleviin mahdollisiin projekti kohtaisiin kysymyksiin, esimerkiksi toimitusaikoihin liittyen.

Asiakastapaaminen pidettiin iltapäivällä ja se meni odotetusti. Olin etätapaamisen vetäjä ja johdin sen läpi opittuja palaverikäytäntöjä hyödyntäen. Tapaamisessa päästiin eteenpäin ja lopputulos oli tyydyttävä. Projektin määrytykset päivittyivät asiakkaan kommenttien pohjalta ja laskemme toteutuksen teknisen kustannusarvion uudelleen, josta muodostan myöhemmin tarjouksen. Tapaamisen jälkeen tein kirjaukset CRM-järjestelmään, joka meillä on Pipedrive. Asetin sinne deadlineen kustannusarviolle, tarjoukselle ja seuraavalle kontaktille asiakkaan suuntaan. Näin asioita ei tarvitse erikseen muistella ja ne pysyvät yhdessä paikassa. Muut työpaikan sidosryhmät näkevät myös ilmoitukset, jos olen heidät niihin merkinnyt. Tällöin tarjoukseen liittyvät henkilöt tietävät milloin asiat pitää olla valmiina, jotta saan vietyä tarjousta eteenpäin.

Iltapäivällä soitin puheluita liidilistani mukaan ja myös tarkkailin mahdollisia tulevia yhteydenottoja sähköpostista.

Päivä sujui odotetusti ja asiat menivät eteenpäin niin projektin, kuin myynnin perustehtävien osalta. On tärkeää muistaa tehdä työtehtävät organisaation ohjeiden mukaan

esimerkiksi Pipedrive-kirjauksien suhteen. Pipedrive huolehtii siitä, että mikään asia ei unohdu. Sinne on aina ohjeiden mukaan asetettava deadline jokaiselle myynnin elinkaarren toiminnolle. Näin ollen se muistuttaa myyjää ja muuta projektia koskevaa henkilöstä siitä, kun asia pitäisi viimeistään hoitaa.

Myyntissä on erittäin tärkeää olla johdonmukainen ja tarkka. Huomaan kehittyneeni myyntissä, sillä osasin tehdä kaikki tapaamisen jälkeen tehtävät asiat. Tiesin mitä kirjauksia ja myynnin toimintojen deadlineja minun piti asettaa.

Tiistai:

Tavoitteena tälle päivälle on hoitaa tiedonsiirto asiakasprojektista projektitiimille niin, että projekti voidaan tuotannollisesti aloittaa.

Aamulla pidin tapaamisen myyntijohtajan kanssa, jossa kävimme minun henkilökohtaisen myyntitavoitteiden saavuttamisen läpi. Selvitimme miten asiakaskontaktointi sujuu, onko minulla tarpeeksi liidejä soitettavaksi, onko kontaktoinnissa ollut ongelmia ja tarvinko minä jossain asiakkuudessa tai tarjouksen laskemisessa apua. Tapaaminen sujui hyvin ja ongelmia ei ilmennyt ja pääsin aloittamaan päivän työt.

Myyjällä on aina tavoitteet, jotka määritetään myyntijohtajan kanssa. Niiden avulla on helppoa seurata myyntiä. Jos tavoitteet eivät täyty voidaan ruveta selvittämään mistä niiden saavuttaminen kiikastaa. Tavoitteiksi määritetään usein puheluiden määrä, tapaamisten määrä ja niistä konvertoituva euromäärä tarjouksista. Voidaan pelkästään myös mitata tietysti tapaamisista seuraavia tarjouksia ja niiden hyväksymistä, mutta se ei välttämättä ole tarpeellista riippuen toimialasta. Tästä voidaan määritellä erilaisia laskukaavoja mistä myyjän tekemä tulos koostuu.

Päivän työt aloitin tarkistamalla sähköpostin ja lukemalla mahdollisesti tulleet viestit asiakailta. Tämän jälkeen suoritin asiakaskontaktointia.

Aloitin tapaamisen tiimin kanssa keskipäivällä projektin tiedonsiirtoon liittyen. Siihen osallistui minun lisäksi projektipäällikkö, jolle siirsin projektiin liittyen kaikki tiedot, kuten mitä on myyty ja muut huomionarvoiset asiat. Tärkeää on varmistaa, että projektinvetäjä eli projektipäällikkö ymmärtää projektin samanlailla, kun se on luvattu asiakkaalle ja lukee tarjouksessa. Muuten voi tulla virheitä toteutuksessa, joista asiakas ei ole tyytyväinen.

Illtapäivällä suoritin myynnin toimintoja ja asiakaskontaktointia.

Päivän tavoite oli siirtää projekti ja siinä onnistuttiin hyvin. Tapaamisessa projektipäälliköllä ei ollut paljoa kysyttävää, joten ilmeisen hyvin osasin viestiä ja jakaa projektia

koskevat tiedot. Tarjous oli kuulemma selkeä ja se oli hyvin laadittu. Voidaan sanoa, että osaamiseni tarjouksien laatimisessa on kehittyntä.

Keskiviikko: Valtakunnallinen vapaapäivä, vappu

Torstai:

Tälle päivälle ei ollut merkitty kalenteriin mitään, joka tarkoittaa että, päivän tavoitteena on tehdä asiakaskontaktointia ja hoitaa juoksevia asioita. Juoksevia asioita ovat esimerkiksi sähköpostiin reagoiminen, tarjousten tekeminen ja muiden asioiden hoitaminen.

Aamupäivällä ja iltapäivällä soitin puheluita, vastailin tulleisiin sähköposteihin ja tein muutamaa tarjousta eteenpäin. Lisäksi normaalisti teen myös muita myynnin tehtäviä, joita on viikon aikana mahdollisesti tullut ja niitä ei muuten ole keritty hoitaa tai ne eivät ole olleet kiireellisiä.

Päivän aikana suoritin myynnin perustehtävää, eli tavoitteellisella asiakaskontaktointia. Sillä tarkoitetaan kylmäyhteydenottojen ottamista aamulla, aamupäivällä ja iltapäivällä. Välineinä on pääasiassa puhelin ja sähköposti. Koko päivä soitetaan puhelujä liidilistan mukaan, joka on muodostettu jostain kohderyhmästä. Listat sisältävät viidestäkymmenestä numerosta tuhanteen kontakteja. Lista laaditaan aina yhdessä myyntijohtajan kanssa. Myyjä tutkii listan yritysten tunnuslukuja, joista muodostetaan tarkemmat asiakassegmentit.

Tavoitteet päivälle otettujen puheluiden, eli kontaktien suhteen täyttyivät ja kerkesin vastata kaikkiin saapuneisiin sähköposteihin. Erityistä kehitystä myynnin perustehtävien osalta en huomannut.

Perjantai:

Päivän tavoitteena on viettää päivä myyntitoimistollamme Helsingissä ja osallistua iltapäivällä yrityksen myynnin kehitykseen liittyvään S.P.I.N-workshopiin.

Aamu alkoi junassa kannettavalta tietokoneelta asioiden läpikäymisellä. Tarkastin viestit sähköpostista ja sisäisen viestinnän sovelluksesta. Olin sopinut yhden puhelinalaverin asiakkaan kanssa junamatkalle, mutta se siirtyikin iltapäivälle, kun otin asiakkaaseen yhteyttä.

Helsingissä konttorilla tein asiakaskontaktointia, kunnes keskipäivällä aloitimme S.P.I.N-workshopin. Sen tavoitteena oli muiden myyjien kanssa yhdessä käydä läpi S.P.I.N-toimintamallia, joka liittyy tapaamisten vetämiseen. Jokainen vuorollaan harjoitteli S.P.I.N-kysymysten esittämistä ja niiden pohjalta erilaisten kysymysten muodostamista.

Iltapäivällä, ennen junalla kotikaupunkiin siirtymistä, pidin aamulla siirtyneen puhelinpalaverin asiakkaan kanssa. Sen aikana kävimme läpi hänen kanssaan tulevan projektin. Palaveri sujui odotetusti ja puhelussa päästiin yhteisymmärrykseen tulevan projektin määrittämisestä.

Päivä meni tavoitteiden puolesta hyvin ja workshop oli onnistunut. Opin ymmärtämään S.P.I.N-kysymyksiä ja käyttämään niitä tehokkaammin tapaamisissa ja oletan pääseväni parempiin lopputuloksiin asiakastapaamisissa. Oli myös hyvä, että aamupäivällä siirtynyt puhelu asiakkaan kanssa onnistui iltapäivällä, jotta projektia voidaan viedä tarjouksen muodossa eteenpäin.

Viikon analyysi: S.P.I.N-kysymykset

Kehitystä koko viikon aikana on tullut asiakastapaamisiin liittyvistä asioista. Tarjouksen läpikäyminen oli opettavainen kokemus. Lisäksi olen kehittynyt S.P.I.N-kysymysten hyödyntämisessä.

Viikko alkoi heti tositilanteella myyntiin liittyen, koska oli asiakastapaaminen, jossa puhuttiin laajasta kehitysprojektista. Siihen on saatava tehtyä tarjous mahdollisimman pian. Tapaaminen ei onnistunut haluamallani tavalla. Projektissa ei päästy vielä yhteisymmärrykseen ja lopullinen tarjous vaatii vielä lisää työtä. On hyvä ymmärtää, että monesti projekteissa täytyy pitää monta tapaamista, jotta tiedetään tarkalleen, mitä asiakas haluaa. Väliillä asiakkaan kanssa kommunikointi on epäselvää, eikä asiakkaan tarpeisiin vastaaminen ole helppoa. Jos lähdetään liian nopeasti liikenteeseen eikä tarjousta ole muodostettu perusteellisesti, saattaa syntyä ongelmia projektitoteutuksen ja asiakkaan toiveiden suhteen. Kun asiat on lyöty lukkoon, on työstä ja ongelmallista ratkaista mahdollisia kiistan kohteita. On yritettävä kuitenkin myynnillisesti saada tapaamisista kaikki mahdollinen tieto irti. Tapaamisia ei kannata huvikseen pitää ja on tärkeää käyttää hyväksi koettuja myynnin menetelmiä, jotta lopputulos on mahdollisimman hyvä.

Yksi tapa ottaa tapaamisista kaikki irti on käyttää S.P.I.N-menetelmää, jota kävin läpi loppuviikosta ollessa workshopissa. Se on erittäin tehokas toimintamalli ensitapaamiseen. Se luo edellytykset onnistuneelle tapaamiselle ja on enemmän kuin kohteliasta asiakastakin kohtaan käyttää varattu aika mahdollisimman tehokkaasti. Näin kaikki hyötyvät eikä tapaaminen ole vain keskustelua ilman tavoitetta. S.P.I.N-kysymyksillä saadaan keskustelun kautta luotua edellytykset löytää liiketoimintaa kehitettäviä kohteita, joihin asiakasprojektimme tähtäävät. Tapaamisen on myös tarkoitus luoda luottamusta asiakkaan ja yrityksemme välille. Ammattimaiset myyntimenetelmät luovat tähän edellytykset.

Oskari Arotie on kirjoituksessaan avannut S.P.I.N-termin.

S.P.I.N-termi on lyhenne neljästä sanasta: Situation, Problem, Implication ja Need-Payoff. Suomeksi: Tilanne, Ongelma, Seuraus, Tarve-hyöty.

Situation: Tilanteeseen liittyvät kysymykset ovat tärkeitä. Näillä saadaan tai johdatellaan ostaja ajattelemaan tarpeitaan. Tietenkin kysymykset liittyvät tarjoamaasi palveluun tai tuotteeseen. Esimerkiksi jos myyt työpaikalle kuljettavia lounaspalveluita kysymyksesi voisi kuulua ”kuinka teillä syödään lounasta täällä teidän konttorilla? Kysymyksillä saat asiakkaan itse sanomaan mahdollisen ongelman ääneen, johon sinulla on tarjota palvelu.

Problem: Ongelmien ratkaisu on tietenkin päämääränä. Tämän tarkoituksena on löytää asiakkaan tarpeet. Usein asiakkaat sanovat tarpeet, jotka ovat heillä heti mielessä. Ehkäpä asioita, joita he ovat miettineet, mutta on tärkeää löytää tarpeet mitkä eivät ole asiakkaalle ilmeisiä. Esimerkkinä jos myisit kahvinkeitintä asiakkaalle, hänelle voisi esittää kysymyksen ”onko kahvinkeitinellenne jonoa”? Kysymykselläsi pääset jo lähemmäksi asiakkaan tarvetta ja pystyt syventämään kysymyksiäsi. ”Mikä estää teitä vähentämästä kahvinkeittoon kuluvaan aikaa?” voisi olla hyvä jatko kysymys.

Implication: Seurauskysymykset. Tarkoituksena on löytää, onko ongelma vakava vai ei. ongelma voi aiheuttaa suuria kustannuksia asiakkaalle tai sitten se voi olla hyvinkin pieni ongelma. Myyjä etsii tietenkin isoja ongelmia, koska usein ne tarkoittavat isompia kauppvoja. Kysymykset voisivat olla esimerkiksi ”onko jatkuva kahvinloppuminen vaikuttanut henkilöstötyytyväisyyteenne?

Need-payoff: tarvekysymykset ovat hyviä juurikin sen takia, että asiakas laitetaan sanomaan ääneen heille tuottamasi hyödyn. kysymykset ajavat asiakasta ajattelemaan sitä, jos ongelmat poistuisivat mitä tapahtuisi. Usein jos tarve on suurempi, nämä kysymykset saavat asiakkaan varmistamaan itse itselleen, että hän todella tarvitsee tämän tuotteen tai palvelun. Verraten myyjän ”sä tarviit tällääsen” tuputtamis myyntiin, kysymyksen keinot ovat tehokkaammat. Kysymykset voisivat olla esim. ”kuinka paljon aikaa säästyisi, jos kokoukset alkaisivat aina ajallaan ilman kahvijonottelua alussa? (Avotie O, 2018)

Tiimimme hyödyntää tätä myynnissä ja tulokset ovat olleet hyviä. Yritykset eivät ole valvuneita teknologian tuomiin mahdollisuuksiin ja S.P.I.N-kysymysten avulla saadaan löydettyä kehityskohteita ja mahdollisia liiketoiminnan ongelmia. Näistä syntyvät

onnistuneet asiakkaan liiketoimintaa kehittävät projektit. Onkin tärkeää, että jokainen meistä myyntitiimissä osaa hyödyntää S.P.I.N-kysymyksiä mahdollisimman hyvin. Näin ollen myyntitiimimme suoriutuu asetettujen tavoitteiden mukaisesti ja luodaan jokaiselle edellytykset toimia tehokkaasti tapaamisissa ja tehdä niistä tuottoisia.

4.2 Viikko 2

Maanantai:

Päivän tavoitteena on iltapäivällä pidettävä tapaaminen erittäin merkittävän asiakkaan kanssa. Tapaamisen agendana on mahdollisen sovelluksen tekeminen yritykselle. Olin aikaisemmin sopinut tapaamisen puhelimesta puolittavani kanssa, joka on yrityksessä töissä.

Ennen tapaamista kuitenkin aamuni alkoi normaaleilla maanantain rutiineilla. Sähköposti pitää tarkastaa ja sieltä mahdolliset tulleet asiat priorisoida. Sitten aloitin soittamaan puhe- luita asiakkaille liidilistan mukaan.

Tuotantopalaveriin osallistuminen on joka maanantai. Tapaamisessa kävimme läpi projek- tien tilanteet ja minulta kysyttiin, onko tiedossa jonkun tarjouksen läpivienti. Näin yrityk- semme projektihenkilöstö osaa tehdä toteutusaikataulua ja varata jo mahdollisesti val- miiksi henkilöstöresursseja kyseiselle projektille. Jos asiakkuus on hyvä, asiakas on saat- tanut jo alustavasti hyväksyä tarjouksen ja voidaan olettaa sen alkavan pian.

Iltapäivällä aloitin tapaamiseen valmistautumisen hyvissä ajoin. On tärkeää laittaa kaikki valmiiksi siihen ja esimerkiksi katsoa, että on varmasti uusin versio yrityksemme esitte- lystä. Tapaaminen meni erittäin hyvin, koska olin keskustellut asiasta jo aikaisemmin puo- lituttavani kanssa. Kyseessä oli jo niin sanotusti lämmin asiakas, jolla oli jo projekti mie- lessä. Tapaamisen jälkeen suoritin tutut tehtävät, muistiinpanojen ja deadlinein määrittä- minen kaikille ketä tarvitsen seuraavaan toimenpiteeseen eli alustavan tarjouksen tekemi- seen.

Päivän aikana opin tapaamisessa olevani jo varsin vakuuttava esiintyjä. Sain kehuja yrityk- semme esittelystä asiakkaalta. Huomaan, että tapaamisen vetäminen on minulle rutiinia.

Tiistai:

Päivän tavoitteena on pitää mahdollisimman hedelmällinen yhteistyötapaaminen lounaalla asiakkaan kanssa. Eräs uusi yhteistyökumppani tulee Lahteen ja menemme hänen kans- saan syömään ja pidämme samalla palaverin mahdollisista yhteistyökuvioista.

Päivä alkoi minulle jo tutuilla myynnin tehtävillä, joita jatkoin lounaaseen asti. Lounaalla menin valmiiksi sovittuun ravintolaan odottamaan tapaamiseni toista osapuolta. On kohteliasta olla ajoissa.

Tapaaminen venyi hieman aikataulusta, joka ei kumpaakaan osapuolta kuitenkaan haitannut. On hyvä kysyä jo hyvissä ajoin, ennen tapaamisen loppua kuinka tiukka aikataulu on. Jos aikataulussa on joustamisen varaa, on hyvä puhua asiat kerrasta maaliin. Keskustelimme asiasta ja se sopii molempien päivään. Tapaaminen meni hyvin, vaikka se kesti yli sovitun ajan. Lopputuloksena päätimme, että tapaamme myöhemmin uudestaan ja silloin toimitusjohtajamme on myös tapaamisessa mukana.

Loppupäivä meni myynnin perustehtävien parissa ja yritin sopia mahdollisimman monta tapaamista, jotta kalenterissani olisi tapaamisia tuleville viikoille.

Kehitystä tapahtui tapaamisen aikana. Osasin ottaa kysymykset vastaan ammattitaitoisesti. En yrittänyt itse vastata kaikkiin yhteistyökumppanini kysymyksiin koska ne olivat sen verran haastavia, että en hyvää vastausta olisi saanut itse aikaiseksi. Siksi sovimme venyneen palaverin päätteeksi, että pidämme toisen tapaamisen, jossa myös toimitusjohtajamme on paikalla. Kysymykset oli suunnattu enemmän hänelle. Näin minun ei tarvitse itse yrittää selittää tai sopia asioita, joista en tiedä.

Keskiviikko:

Päivän tavoitteena on tiedonsiirto yhdestä projektista tuotantotiimistä määritellylle projektipäällikölle, joka vie myymäni projektin tuotantoputken läpi.

Päivä alkoi tutuilla toimenpiteillä toimistolla. Kävin myös aamulla kevyesti keskusteluja muiden myyjien kanssa, miten heillä sujuu. Tämä nostaa motivaatiota kaikilla, kun puhumme keskenämme ja tuemme toisiamme arjen myynti haasteissa. Puheluja soitin lounaaseen saakka ja sain muutaman tapaamisen sovittua.

Tapaamisessa tiedonsiirrosta kävimme syvällisesti läpi tulevan projektin rakennetta. Selvitin projektipäällikölle, miten asiakas haluaa projektilta ja miten itse olen muotoillut tarjouksen vastaamaan asiakkaan toiveita. Projektipäälliköltä ei tullut mitään kommentoitavaa ja uskon, että hän ymmärsi asian.

Illtapäivä sujui normaaleja myynnin työn rutiineja noudattaen.

Opin päivän aikana siitä, että lyhyetkin keskustelut kollegojeni kanssa auttavat jaksamaan arjen ja varsinkin myynnin parissa paremmin.

Torstai:

Päivän selkeä tavoite on pitää asiakastapaaminen. Tavoitteena on esitellä tarjous asiakkaalle, jonka olen tehnyt saamieni ennakkotietojen perusteella. En ole tavannut asiakasta ennen.

Aamupäivä meni nopeasti puoleenpäivään myynnin rutiinien parissa. Sain onnistuneesti sovittua liidilistani kautta muutaman tapaamisen. Puoliltapäivin pidin etätapaamisen asiakkaan kanssa ja kävimme meidän hänelle tarjoaman projektin läpi. Olin laatinut tarjouksen ja esittelin sitä.

Tapaaminen ei kuitenkaan tuottanut tulosta niin kuin olisin halunnut, emmekä vielä pääse aloittamaan projektia. Ongelmana oli asiakkaan muuttuneet tarpeet projektia koskien ja tarjousta täytyy vielä muokata. Tätä en osannut ennakoida, koska en ollut jutellut asiakkaan kanssa ennen tapaamista yhtään ja oletuksena oli, että tämä on tarjous, jota hän odottaa. Näin voi käydä, kun saan tarjouksen laskettavaksi ilman että olen ollut asiakkaaseen yhteyksissä. Esimerkiksi pomoni lähettää minulle välillä vain kevyen määritelmän siitä mitä asiakas haluaa. Minun pitää sen pohjalta tehdä sitten kehitysprojektista ehdotus. Tarjous ei valitettavasti vastannut asiakkaan tarkkoja toiveita ja yhdessä päätimme pitää uuden tapaamisen. Varasin aikaa sovellusarkkitehdilta ja asetin hänelle deadlineen CRM-järjestelmään tekniselle kustannusarviolle muutosten kera.

Opin päivän aikana, että ei pidä uskoa, että jokin kauppa olisi suoraan valmis vaan täytyy tehdä pitkäjänteisesti työtä. Kokemukseni perusteella asiakasta pitää tavata keskimäärin kaksi kertaa ennen kuin tarjous hyväksytään. Ohjelmistokehityksessä muutoksiin pitää varautua jo ennen varsinaista ohjelmointityön aloittamista, kuten tänään tarjousvaiheessa olevasta tarjouksesta opin.

Perjantai:

Päivän tavoitteena on hoitaa kaikki viikon aikana esiin tulleet asiat ja suunnitella seuraavaa viikkoa.

Aamupäivä meni normaalin myyntityön parissa. Tämä tarkoittaa liidilistan mukaan puhelujen soittamista joista halutaan mahdollisimman hyviä tuloksia.

Ilmapäivällä lähetin sähköpostia asiakkaille seuraavan viikon tapaamisista ja varmistin, että aikataulut pitävät. Muutenkin varmistelin ja tutkin seuraavaa viikkoa, koska minulla on ainakin yksi työpäivä Helsingissä. Selvitin millaisia muutoksia se normaaleihin päivärutiineihini aiheuttaa. Onko sinä päivänä esimerkiksi jotain deadlineja joita en pysty

välttämättä pitämään tai ne kannattaisi suosiolla siirtää, jotta ei ole liian montaa asiaa hoidettavana.

Päivästä opin sen, että on tärkeää valmistautua ajoissa tulevaan viikkoon. Täytyy muistaa, että ei varaa päiviä liian täyteen ohjelmaa miettien esimerkiksi tulevaa päivää Helsingissä. Kaikki asiat pitää järjestää sopiviin väleihin niin ne tulee hoidettua eikä niitä tarvitse siirtää eteenpäin. Tällainen ennakoiva toiminta vähentää stressiä.

Viikon analyysi: Syyt epäonnistuneisiin projekteihin

Viikon aikana oli monenlaista tapaamista. Yksi tapaaminen oli puhtaasti myyntiä, yksi yhteistyötapaaminen, yksi tiedonsiirto ja yksi tarjouksen esittely. Selvää on tapaamisista analysoidessani, että on tärkeää ymmärtää tapaamisen merkitys - mitä tapaamisella haetaan. On myös varauduttava, että tapaaminen ei välttämättä mene suunnitellusti.

Esimerkiksi pidetty yhteistyötapaaminen ei tuottanut mitään konkreettista tulosta vaan vaatii uuden tapaamisen. Uuteen tapaamiseen joudun vielä ottamaan lisää henkilöitä meiltä, kun itse en teknisesti ymmärrä kaikkea. Toisaalta on normaalia, että kaikkea ei tiedä, eikä pidäkään yrittää tietää. Yrityksen voimavara on monenlainen osaaminen ja kaikkien osaamista kannattaa käyttää tarvittaessa. Tarjouksen esittelyssä ei päästy vielä maaliin vaan tarvitaan uusi tarjous ja uusi tapaaminen. Ei pidä yllättyä siitä, että ennakkotiedot eivät vastaa tapaamista.

IT-projektit eivät usein täytä liiketoiminnan asettamia vaatimuksia. Täten on oltava tarkka siitä mitä tapaamisessa puhutaan, mitä päättyy muistiinpanoihin ja mitä sitten siitä organisaation kautta tarjoukseen. Harmittavan usein käy niin, että joku asia ymmärretään väärin, tästä tehdään tarjous ja tarjouksen esittelyssä todetaan, että toiminto ei vastaa haluttua tai tarjous on liian laaja siihen mihin asiakas on varautunut. Tällaisessa tapauksessa joutuu taas tekemään uudestaan töitä projektin eteen. Toisaalta näin onneksi käy vain osassa projekteja ja näihin osaa varautua aina kun oppii epäonnistuneista tapaamisista ja projekteista.

Niklas Wallenius(2018) on avannut syitä epäonnistuneisiin projekteihin.

- 1. Unohdetaan kysyä riittävän monta kertaa miksi.*
- 2. Liiketoiminnalliset tavoitteet dokumentoidaan epäselvästi*
- 3. Projektisuunnittelussa ja projektin ohjaamisessa ei palata säännöllisesti projektin liiketoiminnallisiin tavoitteisiin.*
- 4. Projektin ja liiketoimintatavoitteiden sekä -strategian välillä ei ole riittävän selkeää kytköstä.*

4.3 Viikko 3

Maanantai:

Päivän tavoitteena on hoitaa kuukausittainen myyntipalaveri kollegoiden kanssa.

Aamupäivä meni normaaleissa rutiineissa. Kello yksitoista aloitin valmistautumisen palaveriin. Palaverissa jokainen myyjä esittelee tilanteensa, menossa olevat asiakas projektit ja jos on saanut kauppoja, kertoo niiden kulusta. Myyntipalaverissa oma esitykseni sujui hyvin. Olin saanut vietyjä kauppoja eteenpäin ja kerroin miten ne sujuivat. Kollegani kertoivat heidän tilanteensa. Yhdessä myös pähkäilemme sitä, jos jollakin kauppa on kariutunut hyvistä ennako-odotuksista riippumatta ja selvitimme miksi näin on. Näin kaikki oppivat asiasta yleensä jotain ja osaavat toimia paremmin.

Iltapäivällä kävimme myyntijohtajan kanssa kahdestaan vielä omaa tilannettani läpi, syväluotaavassa mutta nopeassa tapaamisessa. Tapaamisessa varmistettiin, että henkilökohtainen myyntini sujuu eteenpäin ilman ongelmia.

Päivän aikana opin, että on erittäin tärkeää yhdessä miettiä erinäköisiä ongelmia myynnissä. Näin minä ja muut myyjät opimme lisää ja saamme näkökulmia muilta, jotka näiden asioiden kanssa tekevät töitä.

Tiistai:

Päivän tavoite on käydä vanhalla toimistolla korjaamassa lattiaa ja onnistua siinä niin, ettei koko lattiaa tarvitse lähteä purkamaan ja tehdä uudelleen.

Päiväni alkoi suoraan myynnin workshopilla. Sen tavoite oli harjoitella S.P.I.N-kysymyksiä asiakastapaamisiin ja minkälaisia kysymyksiä sen pohjalta voi tuottaa. Muutama viikko sitten teimme samaa harjoitusta, jossa jokainen oli vuorollaan myyjä ja muut asiakkaita. Näin syntyy monenlaisia näkökulmia ja kysymyksiä, mihin on hyvä valmistautua.

Tämän jälkeen lähdin suoraan hakemaan avaimia vanhalle toimistolle, johon menen iltpäivällä tekemään remonttia. Iltapäivä alkoi tarjouspyyntöjen tarkistus nimisellä palaverilla. Tämä kalenterimerkintä on sellainen mihin jo edellisellä viikolla siirrän yleensä töitä, missä tarvitsen apua ja kutsun jonkun tapaamiseen mukaan. Yleensä se on projektipäällikkö ja katsomme jotain teknisesti haastavampaa kokonaisuutta, josta minä en yksin osaa tehdä tarjousta. Iltapäivällä lähdin tekemään remonttia vanhalle toimistolle. Remontissa menikin sitten iltaan asti.

Päivän aikana opin, että jos on kerran jotain rakennettu, muutostyöt vievät aikaa. Remontti viekin ennakko-odotuksista riippumatta moninkertaisesti enemmän aikaa, kun uuden laminaattilattian rakentaminen. Kyseessä on siis vain pienen kohdan korjaaminen.

Keskiviikko:

Päivän tavoitteena on saada sovittua tapaamisia mahdollisimman monta. Päivälle ei ole varattu mitään tapaamisia.

Aamusta alkaen rupesin heti ottamaan liidilistan mukaisia puheluita. Lounaaseen mennessä olin saanut lähettyä sähköpostia tapaamista muutamalle kiinnostuneelle yritykselle. Yleensä puhelimesta ehdotan tapaamisia. Avaan kiinnostukseni tavata kyseinen yritys ja ehdotan, että lähetän muutaman tapaamisajankohdan. Näistä tapaamisiksi yleensä realisoituu kaksi kolmesta. He ketkä eivät halua tavata osaavat sen jo puhelimesta sanoa. He ketkä eivät vastaa tapaamisviestiin puhelun jälkeen sovituksessa ajassa, yleensä siirtävät tapaamisen syystä tai toisesta myöhemmäksi tai peruvat sen kokonaan.

Iltapäivällä vastailin ja lähetin sähköpostia ja soittelin asiakkaille. Loppupäivän saldona oli neljä mahdollista tapaamista tulossa. Se on hyvä tulos yhdelle päivälle.

Päivän oppina voisi pitää myyntipuheluissa seuraavaa asiaa; mitä enemmän soittaa, sitä enemmän tapaamisia tulee. Näin olen kuullut myös minua paremmilta myyntitykeiltä ja tämä on totta.

Torstai:

Päivän tavoite on ehdottomasti saada remontti loppuun vanhalla toimistolla.

Olen yrittäjänä mukana yrityksessämme ja välillä työtehtäväni on muutakin kuin myyntiä, kuten tässä tapauksessa. Aamupäivän tein normaaleja myynnin tehtäviä, sähköpostin tarkistaminen saapuneiden viestin osalta, niihin reagoiminen ja myyntipuheluiden soittamista. Iltapäivällä lähdin hakemaan rakennustarvikkeita ja palasin vanhalle toimistolle. Toimistolla aloitin laminaattilattian korjaamisen, joka jäi kesken tiistaina. Asia taas kesti pitkälle iltaan.

Opin päivän aikana, että työt, jotka minulla ei liity myyntiin vievät välillä paljon aikaa pois myynnistä.

Perjantai:

Päivän tavoitteena on valmistella kaikki ensiviikkoa varten hyvin.

Tulevalla viikolla on tapaamisia ja tarjousten tekemistä, joten mietin näiden asettamista kalenteriin niin, että niihin on varattu riittävästi aikaa. Päivä piti sisällään yleisesti myyntiin liittyviä toimintoja. Soitin puheluita aamupäivästä ja lähetin sähköpostia niiden välissä.

Iltapäivällä sama ohjelma toistui ja viimeiseksi käytin muutaman tunnin valmistautumiseen seuraavaa viikkoa varten. On tärkeää valmistautua seuraavaan viikkoon ajoissa, koska maanantaina voi tulla kova kiire uuden viikon tuomien asioiden takia. Täten hyvin suunniteltu on myös puoliksi tehty.

Opin päivän aikana varaamaan enemmän aikaa seuraavalle viikolle. Huomasin tällä viikolla, että aika ei riittänyt kaikkeen mitä piti saada valmiiksi. Näin voi käydä kuitenkin hyvästä suunnittelusta riippumatta. Töitä voi kertyä huomaamatta.

Viikon analyysi: Monenlaiset työtehtävät

Viikon oikeastaan pääasiassa sotki kunnolla vanhan toimiston remontti. Olen yrityksessä niin sanotusti joka paikan höylä, ja työkuvaani kuuluu myös tämän tyylliset työtehtävät. Niitä pyritään tekemään aina virkatuntien ulkopuolella mutta tällä asialla oli kiire niin käytin osan viikon työajastani tähän. Se ei riittänyt vaan meni paljon kauemmin.

Yrityksessä välillä on tällaisia yllättäviä tilanteita, joihin ei voi varautua kuten ei tähänkään. Olimme muuttaneet jo helmikuussa uuteen toimistoon. Vanha toimiston piti olla jo luovutuskunnossa mutta vuokraisäntä ei ollutkaan tyytyväinen lattiaan, johon oli tullut laminaation kohta, koska olimme purkaneet sieltä väliseinän. Luvallisesti purimme seinän ja olisi ollut hyvä jo silloin ymmärtää, että lattia pitää korjata siitä kohtaa. Vuokraisäntä kävi tarkastamassa puretun seinän, mutta ei sanonut mitään lattiasta.

Viikon oikeastaan isoin osaamisen kehittyminen nimenomaan liittyy tähän remonttiin. Myyntityöni kärsi, koska jouduin tekemään remonttia työajalla ja sen ulkopuolella. Minulla ei ollut kokemusta jo valmiin lattian korjaamisesta ja oletuksena oli yhden iltapäivän työt, mutta työt venähtivät ja veivät useita tunteja työajastani. Tällaisten yllättävien asioiden takia myyntitavoitteeni eivät täyty.

4.4 Viikko 4

Maanantai:

Päivätavoitteena on viedä eteenpäin jo kesken jääneitä asioita viime viikolta, joita en kehtänyt hoitamaan. Suunnitelmat muuttuivat viimeviikon myyntiin liittymättömien töiden takia.

Aamun aloitin ensimmäiseksi paketoimalla yhden tarjousmateriaalin yhdeksi kokonaisuudeksi ja toimittamalla sen asiakkaalle sekä soittamalla perään. Oli sovittu, että toimin näin koska halusin asiakkaan kanssa heti käydä lähetetyn materiaalin läpi, että se on sellainen minkä asiakas ymmärtää ja voi viedä organisaatiossaan eteenpäin. Tämän jälkeen tein myyntiin liittyviä erilaisia työtehtäviä.

Päivä oli muutenkin täynnä deadlineja erinäisille asioille, joita hoidin eteenpäin. Viime viikon perjantaina suunnittelin työviikkoni niin, että melkein kaikki työtehtävät olivat saman tyyppisiä, jolloin tehokkuus on parhaimmillaan. Näin toimimalla samantyyppiset työtehtävät hoituvat ketjussa, eikä tarvitse tehdä erityyppisiä töitä toistensa perään. Avaamalla kaikki samantyyppiset työt kerralla, saa ne hoidettua läpi ongelmitta.

Päivän aikana opin, että tarjouksen nopea läpikäyminen asiakkaan kanssa helpottaa asiakkaan yhteishenkilön työtä, kun hän tarjouksen esittelee organisaatiossaan muille henkilöille. Tämän henkilön voi varustaa ja tehdä hänestä niin sanotun coachin sinulle tarjouksesi kanssa. Coach on henkilö organisaatiossa, joka haluaa pyrkiä korkeammalle ja haluaa tehostaa yrityksen liiketoimintaa. Juuri onnistuneet projektit ovat hänelle tärkeitä, koska hän saa siitä kiitosta, jos yrityksen liiketoiminta paranee esimerkiksi kehitysprojektilla, joka on ollut hänen ansiotaan. Tämän opinnäytetyön luvussa kaksi kuvaan coachin kanssa yhteistyötä tarkemmin.

Tiistai:

Päivän tavoitteena on keskipäivällä oleva tarjouspyyntöjen tarkistus tapaaminen. Tarkoitukseni on edistää siellä muutamaa tarjousta kollegani kanssa niin, että saan ne iltapäivällä tarjottua asiakkaille.

Aamupäivä sujui normaaleissa rutiineissa. Kahdeltatoista aloitimme tapaamisen, jossa ensin katsottiin tarjouspyyntöjä läpi projektipäällikkö kollegani kanssa. Kasasimme muutamasta haastavammasta projektista teknisen kustannusarvion, josta minä voin koostaa itse virallisen tarjouksen. Heti tämän jälkeen vietin tunnin tuotantopäällikkömme kanssa ja arvioimme yhdessä yhtä isompaa tarjouskokonaisuutta - tarjoammeko sitä vai emme. Välillä on mietittävä, onko järkeä lähteä yksin tai yhdessä yhteistyökumppanin kanssa tarjoamaan jotain isompaa projektia tai kokonaisuutta. Iltapäivä sujui muuten normaalien toimintojen mukaisesti myynnin tehtävissä.

Päivän aikana opin tuotantopäällikkömme kanssa keskustellessani, että ei kannata välttämättä edes lähteä tarjoamaan jokaista mahdollista projektia. Tällaisia tekijöitä voivat olla tiukka aikataulu tai muut teknologiset syyt. On tärkeää tunnistaa projekteista erilaisia asioita, joitten takia sen toimittaminen ei ole kannattavaa. Jo pelkkä tarjouksen tekeminen voi

vaatia niin paljon työtä minulta mutta myös muilta organisaatiossa ja jos projekti ei alun perinkään ole kovin todennäköinen tai haluttava meidän kannaltamme - kannattaa sen tarjoaminen suosiolla jättää väliin.

Keskiviikko:

Päivän tavoitteena on iltapäivällä oleva sisäinen palaveri, jossa mietimme yhden applikaatio projektin pelillistämistä. Tarkoituksena on saada tästä palaverista eväät viedä asiaa eteenpäin ja tarjota asiakkaalle näkemyksemme applikaation pelillistetyistä ominaisuuksista.

Aamu alkoi heti ensimmäisenä Fonecta-kohderyhmäpalvelun koulutuksella. Tämä on Fonecta-kohderyhmäpalveluun liittyvä heidän tarjoama koulutuskokonaisuus. Käytämme palvelua myynnin kohderyhmien etsintään. Palvelusta saamme puhelinnumeroita, joista muodostuu kylmäsoittolista, eli liidilista.

Iltapäivällä osallistuin pelillistämiseen liittyvään palaveriin osittain vetävänä osapuolena, koska minulla on hieman kokemusta tällaisista asioista ja tulen kaikkien kanssa hyvin toimeen. On siis luontevaa, että vedän tapaamista. Tähän tapaamiseen osallistui kahdeksan henkilöä ja se sujui ongelmitta sekä pääsimme yhdessä haluttuun lopputulokseen. Pysymme nyt tarjoamaan projektiin liittyviä pelillistettyjä ominaisuuksia asiakkaalle.

Opin tästä päivästä tapaamiseen liittyen, että jokaisen ideaa ei voi valita ja tehdä projektissa eikä siitä asiasta saa sen enempää henkilökohtaisesti suuttua idean keksijä tai kukaan muukaan. On tärkeää, että ideoita tulee paljon, jotta näkökulmia tarvittavaan asiaan tulee mahdollisimman laajasti. Ideoista yhdessä valitaan paras, joka kuvaa pyydettyä asiaa parhaiten.

Torstai:

Päivän tavoitteena on iltapäivällä saada yksi projekti tarjottua asiakkaalle.

Aamusta iltapäivään suoritin normaaleja myynnin tehtäviä. Tämä oli oikea perinteinen myyntipäivä - puhelujen soittamista, sähköpostien lukemista ja lähettämistä.

Iltapäivällä oli puhelintapaaminen, jossa asiakkaan kanssa käymme päivitetyn tarjouksen läpi. Tästä muutama viikko sitten ei tullut vielä vihreää valoa. Päivitimme tarjousta asiakkaan toiveiden mukaisesti ja tein uuden tarjouksen saamani päivitetyn teknisen kustannusarvion jälkeen. Aikaa oli varattu tunti asiakkaan kanssa tarjouksen läpikäymiseen ja se kuitenkin venyi kaksituntiseksi. Asiassa päästiin eteenpäin, ja sain jätettyä tarjouksen asiakkaalle ilman että sitä enää pitää muokata. Se siis kelpasi asiakkaalle nyt päivitettyinä ja hintaluokka on alustavasti hyväksytty. Seuraavaksi kirjasin tästä deadline itselleni, että

palaan asiaan viikon päästä. Jos tulee vihreää valoa asiakkaan organisaatiolta, projekti voidaan aloittaa. Tarjous on sitten voitettu ja saamme projektin tuotantoon.

Päivästä opin, että on tärkeää varata aikaa asiakkaan kanssa, jos puhutaan tarjouksen läpikäymisestä. Itse kun on tarjousta käsitelty ja pyöritelty paljon ei välttämättä ymmärrä, että sen esitleminen vie huomattavasti enemmän aikaa kuin olettaa. On muistettava, että asiakas näkee tarjouksen mahdollisesti ensimmäisen kerran ja asia ei hänelle ole lähelläkään yhtä selvä kuin asian esittelijälle. Hyvä on varata jatkossa useampi tunti, riippuen tarjouksen laajuudesta, jotta asian käsittelyyn on tarpeeksi aikaa. Täten ei tule kiire ja tarjous voidaan käydä yksityiskohtaisesti läpi.

Perjantai:

Perjantain tavoitteena on pitää hyvä, koko yrityksen laajuinen palaveri. Siellä esitän yhden asiakastarinan missä olen toiminut myyjänä.

Aamupäivän askareet ovat minulle todella tuttuja. Tein aikaisemmin aikataulutettuja asioita, jotka esimerkiksi olivat seuraavanlaisia: tiedusteluja koskien asiakasprojekteja tai projektin vaiheita, tarjouksen hyväksymistä sekä tapaamisten sopimista.

Iltapäivällä oleva koko yrityksen laajuinen palaveri vie iltapäivästä ison osan ja aikaa ei muuhun ole. Ennen firman laajuista tapaamista viistoista minuuttia mietin miten minulta pyydetyn esittelyn teen ja laitoin materiaalit valmiiksi. Osaan yleensä asiakasprojektit hyvin ulkoa, koska niiden kanssa tulee tehtyä paljon töitä. Asiakasprojekteista kertominen on helppoa eikä niiden esittely vaadi paljoa valmistautumista.

Päivän aikana opin, että osaan tehdä hyvin aikatauluja. Iltapäivällä minulla ei ollut mitään kiireellistä, yrityksen tapaamisesta riippumatta. Sain seuraavan viikon suunnittelun hyvin hoidettua jo aamupäivän aikana muiden työtehtävien ohessa. Koko yrityksen laajuinen tapaaminen meni hyvin ja tarjous tuli esiteltyä. Se oli kuukauden isoin tarjous ja olen tästä ylpeä.

Viikon analyysi: Tarjouksen kvalifiointi ja esittely

Viikolla on käsitelty tarjouksia paljon. On erittäin tärkeää käyttää aikaa tarjouksen kvalifiointiin. Jos päädytään tekemään tarjous, on se esiteltävä kattavasti.

Tarjousten kvalifiointi on tärkeää, onko järkeä edes lähteä tarjoamaan. Tarjouspyynnöissä on oltava tarkka siitä mitä asiakas tarvitsee ja onko meillä resursseja toimittaa sitä vastaavaa projektia. On monia tekijöitä, jotka voivat tarjousprosessin aikana tulla ilmi ja joiden takia tarjouksen tekeminen ei kannata. Merkkejä siitä, kannattaako tarjota voivat olla esimerkiksi isot julkishallinnolliset projektit. Nämä organisaatiot tulevat kilpailuttamaan

tarjoukset ja tämä tarkoittaa isoa työtaakkaa tarjousmateriaalin tekemisessä. On vastattava asioihin mihin normaalisti tarjouksissa ei tarvitse ottaa huomiota. Projektiin liittyvät kaikki tekijät pitää olla selvitetty perinpohjaisesti. Olen myös oppinut, että on olemassa erilaisia teknologisia asioita, joista tiedän heti, että ei kannata tarjota. Yleensä ne liittyvät teknologisiin epäyhteensopivuuksiin tai teknologian rajoituksiin esimerkiksi kohdelaitteessa johon projekti tehdään. Harmittavan monesti nämä asiat vaan selviävät vasta tarjouksen esittelyssä, vaikka kuinka hyvin olisi tutustunut materiaaliin ja ensimmäisessä tapaamisissa yrittänyt saada tietoa tulevasta projektista. Tapaamisen on tietysti vetänyt mahdollisimman hyvin ja yrittänyt tiedustella kaikkia mahdollisia skenaarioita mihin projektilla pyritään. Valitettavasti tämä ei aina riitä.

Kun tarjouspyyntöön on tutustuttu ja tarjous kvalifioitu, voidaan projektia tarjota. Jokainen tarjous on syytä tehdä aina mahdollisimman hyvin ja sen esittelyyn valmistautua huolella.

Selkeästi toteutettu tarjous palvelee molempia tarjouksen osapuolia. Tarjous itsessään toimii välineenä omassa organisaatiossa ohjeena mitä tehdään. Asiakkaan yrityksessä sen pitää toimia niin, että asiakas ymmärtää sen kokonaisvaltaisesti ja voi esitellä tarjousta eteenpäin organisaatiossaan. Sitä mahdollisesti verrataan muihin tarjouksiin, jos projekti on kilpailutettu, jolloin on etua tehdä tarjous mahdollisimman selkeästi. Organisaatiossa olevan yhteyshenkilö on tärkeää perehdyttää tarjoukseen sillä hän esittää asiaa yrityksessään muille ja mahdollisesti osallistuu projektipäätökseen tehdystä tarjouksesta.

Hyvin tehty tarjous ja sen huolellinen esittely asiakkaalle nostaa mahdollisuuksia sen läpimenoon. Asiakkaasta saattaa tulla sinulle coach, jonka päämäärä on saada projekti onnistumaan. Tämän viikon maanantaina kuvailin coach toimintaa tarkemmin.

4.5 Viikko 5

Maanantai:

Päivän tavoitteena on sopia tuleville viikoille lisää tapaamisia. Kalenteri oli tyhjä, joten se tarkoittaa, että tapaamisia pitää järjestää. Tapaamisia ei tänään ole, joten voin täysin keskittyä liidilistan yrityksiin ja yhteydenottoihin. Tarkoituksena on soittaa koko päivä.

Aamusta puoleenpäivään soittelin liidilistaltani toistakymmentä puhelua. Menestys tänään ei ollut paras mahdollinen, mutta soittamalla tapaamisia tulee, joten ei auta kuin soittaa.

Iltapäivällä jatkoin tavoitteellista asiakaskontaktointia. Päivän päätteeksi puhelujen saldo ei ollut mieleinen. Tapaamisia sain sovittua vain muutaman vaikka koko päivän yritin niitä järjestää.

Päivän aikana mieleen jäi, että myyntityössä täytyy olla vain pitkäjänteinen. Täytyy muistaa, että välillä myyntityö on itseään toistavaa. Sain kuitenkin lähetettyä tapaamista koskevia sähköposteja muutaman ja se on tyhjää parempi.

Tiistai:

Päivän tavoite on vetää hyvä kahden tunnin tapaaminen asiakkaan kanssa jo aikaisemmin käsittelemästani projektista.

Olen tavannut asiakkaan jo kerran. Tänään pidettävällä uudella tapaamisella haluan saada projektista vihdoin sellaisen, että asiakas ja me olemme samaa mieltä ja voimme tuottaa sitovan tarjouksen. Olin pyytänyt mukaan myös järjestelmäarkkitehtimme, joka tekee meillä vaativimmat tekniset kustannusarviot. Näin minun ei tarvitse myöhemmin kertoa projektista omin sanoin, vaan myös sovellusarkkitehti kysyy omat kysymyksensä. Tämä projekti oli haastava ja en välttämättä osaa yksin kysyä kaikkea tarvittavaa, jolloin lopputulos ei ole niin hyvä, kuin että hän on kanssani tapaamisessa. Kaksi tuntia meni erittäin nopeasti ja lopputuloksena tarjous ei vielä ole pitävä ja tarvitsee hieman lisää työtä. Hyvä, että arkkitehti oli kanssani. Projekti on laaja ja asiakkaalla oli herännyt paljon kysyttävää ja kokonaisuutta tarvitsee suunnitella lisää.

Päivällä katsoimme juoksevia tarjouspyyntöjä viikoittaisessa tarjouspyyntöjen tarkastus palaverissa kollegani kanssa. Edistimme muutamaa tarjousta yhdessä.

Päivän aikana opin, että on hyvä käyttää yrityksemme ammattihenkilöstöä apuna. Tänään valitsin mukaan järjestelmäarkkitehdin koska hänen ammattitaitonsa on erittäin korkea. Hän esimerkiksi osaa konseptoida tapaamisen aikana jo tulevaa projektia niin hyvin, että hän kysyy kysymyksiä mitä minä en varmasti osaisi edes ajatella. Näin ollen tapaaminen onnistuu erittäin hyvin ja varmasti laajan projektin tarjouksen laatiminen onnistuu ilman montaa tapaamista. Ammattitaitoni kasvaa pelkästään kuuntelemalla häntä.

Keskiviikko:

Päivän tavoitteena on pitää motivoiva tapaaminen minun ja myyntijohtajan välillä.

Tämä on tärkeä tapaaminen, koska tapaamisen aikana myyntijohtaja on käytettävissäni kaikenlaisiin kysymyksiin myyntiin liittyen. Voin kysyä häneltä myös pitkin viikkoa asioita, mutta vastaus ei välttämättä tule heti, toisin kuin tässä tapaamisessa. Tapaamisessa sain vastauksia asioihin, kuten esimerkiksi isompiin tarjouskokonaisuuksiin käytettävien resurssien suhteen. Varmistin, että miten ja milloin yrityksemme työntekijöitä saan käyttää. Saan jatkossa kutsua ihmisiä tapaamisiini ja heidän on tultava, jotta saan edistettyä tarjousasioita. Organisaatiossa muidenkin on ymmärrettävä, että muut asiat eivät saa mennä

mahdollisen tulevan kaupan edelle. Tämä myöhemmin linjattiin myös koko yrityksen laajuudessa tapaamisessa uudelleen.

Päivän aikana opin, että on tärkeää keskustella asioista ja yleensä niihin löytyy järkevä näkökulma ja vastaus. Tässä tapauksessa ymmärsin organisaation työntekijöiden ajankäyttöä koskevia asioita ja jatkossa osaan tehokkaammin sopia tapaamisia tieytyjen henkilöiden kanssa ja säästän aikaa.

Torstai: Helatorstai, vapaapäivä

Perjantai: Vapaapäivä

Analyysi: Esimiehen merkitys työpaikalla

Esimiestoiminta työpaikalla on erittäin tärkeää. Esimiehen toiminta näkyy selvästi organisaation sisällä. Jos se tehdään väärin, kasvaa negatiivinen työilmapiiri. Kun se tehdään hyvin, ihmiset nauttivat työstään. Näen, että joskus olen toivottavasti itse esimiehen asemassa. Yrityksessämme olen ollut alusta asti mukana ja nähnyt kun ihmisiä tulee ja menee. Kaikkiin esimiesten päätöksiin en ole ollut tyytyväinen. Luulen, että itse pystyisin tekemään parempia päätöksiä esimerkiksi koko henkilöstä koskevissa asioissa.

Esimiehen merkitys esimerkkinä työntekijöilleen on merkittävä. Esimiehen tehdessä paljon töitä sitoutuu henkilöstökin varmasti tekemään töitä samanlaisella antaumuksella. Tehty työ pitää myös näkyä työntekijöille. On hyvä pitää koko yrityksen henkilöstön laajuisissa palavereissa esittelyä myös siitä mitä johto on tehnyt, ei pelkästään työntekijät. Työntekijöillekin syntyy kuva siitä, minkälaista on yrityksen johtaminen ja erilaisten asioiden linjaaminen. Se ei ole mitään helppoa työtä ja vaatii paljon päätöksentekoa. Tietysti on tärkeää myös nosta esille työntekijöiden tekemiä asioita, koska ne ovat heille päivittäistä tekemistä ja niiden huomioiminen kasvattaa työntekijöiden moraalialia, kun annetaan kiitosta tehdystä työstä.

4.6 Viikko 6

Maanantai:

Työpäivän tavoitteena on pitää asiakastapaaminen heti aamusta, jossa käymme läpi hänen sovelluskehitysideansa.

Aamulla heti ensimmäiseksi oli tapaaminen, joka sujui tutun asiakkaan kanssa hyvin. Palaverissa aika riitti ja sain tehtyä tarvittavat muistiinpanot hänen projektistaan, jotta me voimme tarjota siihen ratkaisua. Tein merkinnät Pipedrive-järjestelmään ja pistin deadlinet kohdilleen. Teknisen kustannusarvion laskennan ohjeistin sovellusarkkitehdille.

Ilmapäivälle meille oli varattu myynnin tiimipalaveri, jossa kävimme porukassa läpi myyntitiimin tilanteen kauppojen, myyntihaasteiden ja -ongelmien suhteen. On tehokasta yhdessä miettiä ja löytää tapoja tehdä asioita paremmin. Kävimme syvällisesti muutaman asiakasprojektin läpi. Asiakastarinat olivat mielenkiintoisia.

Päivän aikana opin myynnin tiimipalaverissa muutaman peruuntuneen projektin syitä ja osaan itse varoa vastaavia ongelmia.

Tiistai:

Työpäivän tavoite on pitää tapaaminen heti aamusta yhteistyökumppanin tiloissa ja viettää tehokas tunnin palaveri koskien montaa eri asiakasprojektia, joita yhdessä teemme.

Tapaaminen oli Lahdessa yhteistyökumppanilla, joten matka ei ollut pitkä ja se alkoi heti aamusta. Yhdessä pääsimme asioissa eteenpäin ja pääsen taas tekemään toimistolle heille tarjouksia muutamaaan projektiin. Toimistolla aamupäivän teinkin heti tarjoukset heille, sillä asiat olivat kiireellisiä aikatauluiltaan. Tarjousten tekemisessä ei tullut ongelmia.

Ilmapäivä alkoi tarjouspyyntöjen tarkastus palaverilla, jossa kävin vielä projektipäällikkö kollegan kanssa juuri tekemäni kustannusarviot läpi, että ne ovat oikeaa luokkaa ja voidaan esittää asiakkaalle. Projektipäällikkö katsoi työmäärät läpi ja huomasi, että miettimäni työmäärät ovat oikein. Tarjouksestani ei tullut kysymyksiä, joten voin lähettää ne asiakkaalle.

Päivän aikana opin, että tekemäni kustannusarviot ovat tarkkoja, eivätkä tarvitse paljoa korjausta, jotta niitä voidaan esittää asiakkaille suoraan. Olen oppinut laskemaan teknisiä kustannusarvioita itse ilman, että tarvitsen siihen apua.

Keskiviikko:

Päivän tavoitteena on edustaa ja johtaa yhteistyökumppanimme vierailupäivä toimistollamme.

Tähän oli varattu suurin osa työpäivästä, siitä syystä, että asiaa on paljon käsiteltävänä ja asiakkaat tulevat toisesta kaupungista. Aluksi aloitimme päivän yhdessä neuvottelutilassa pitkällä muutaman tunnin palaverilla yhteistyökuvioista. Johdin keskustelua meidän yrityksemme puolesta. Käsitellyistä asioista olimme samaa mieltä. Tällaiset tapaamiset ovat yleensä hyvän henkisiä ja etenevät loogisesti. Tietysti on hyvä, että on ennakkoon valmistautunut viestinvaihdolla pääteemoista, joista halutaan keskustella.

Ilmapäivällä olin vielä viimeiseksi varannut tapaamisen sovellusarkkitehdin ja graafikon kanssa. Suunnittelimme yhdessä maanantaina yhteistyökumppanilta saamieni projektien

alustavia ulkoasumalleja kustannusarvion mukana lähetettäväksi myöhemmin. Tapaaminen sujui hyvin ja olen tyytyväinen graafikon työhön. Saan tarjoukset varustettua projektia hyvin kuvaavilla ulkoasuesimerkeillä.

Päivän aikana opittua oli kuinka vetää yhteistyökumppanien kanssa pidettävä tapaaminen. Tapaamisessa ei ollut tarkka aikataulu tai asialista, joten en käyttänyt aikaa tapaamisen valmisteluun etukäteen. Tapaaminen sujui odotetusti ja pääsimme monessa asiassa yhteisymmärrykseen. Joskus tapaamisiin ei tarvitse tehdä liian tarkkaa aikataulua tai muuten siitä stressata. Tässäkin tapaamisessa oli tuttuja yhteistyökumppaneita ja asiat etenivät omassa tahdissaan.

Torstai:

Päivän tavoite on pitää etäpäivä kotona ja soittaa liidilistan mukaista asiakaskontaktointia mahdollisimman hyvin tuloksin.

Suoritin päivää siis kotona ja soitin kymmenittäin puheluja ja sain hyvin asiakkaita kiinni. Kalenteriin ilmestyi useita uusia tapaamisia tuleville viikoille ennen tulevaa kesälomaa. Nyt on viimeisiä hyviä hetkiä varata tapaamisia. Kohta kaikki siirtyvät kesälomille ja tapaamisia ei yleensä pysty järjestämään. Jos pystyy, ne siirtyvät suoraa syksylle. Se ei sinänsä haittaa, koska onhan lomien jälkeen palattava töihin ja on hyvä, että ohjelmaa olisi jo valmiina myyntiputkessa.

Päivän aikana opin, että rupeaa olemaan jo haastava saada tapaamisia ennen kesälomia, koska monessa yrityksessä porukkaa on porrastetusti enää paikalla. Tietysti on hyvä saada tapaamisille vihreää valoa ja on valmiina edes osittain kiinnostuneita yrityksiä syksylle. Muutenkin, vaikka tapaamista ei syntyisi syksylle on hyvä, että ensimmäinen kontakti on pidetty. On helpompi sitten palata syksyllä asiaan ja sanoa, että juttelimme juuri ennen kesälomia sekä referoida käytyä keskustelua.

Perjantai:

Päivän tavoite on tehdä monenlaisia ylläpitäviä töitä. Se tarkoittaa kaikkea mitä viikolla en ole kerennyt tehdä valmiiksi ja lisäksi täytyy suunnitella tulevaa viikkoa.

Päivän aikana tein kylmäkontaktointia liidilistan mukaan, vastailin sähköposteihin ja tein rästissä olevia työtehtäviä. Valmistelin tulevalle viikolle osuvia tapaamisia ja niiden tiimoilta asioita, kuten yrityskohtaisia esityksiä palvelustamme ja tarjouksista kattavampia esityksiä toteutusaikataulujen kanssa.

Päivän aikana opittua tai oikeastaan opitun kertausta on se, että materiaalit on hyvä ajoissa tehdä ja tarkastaa, jotta kiireessä ei tarvitse tehdä mitään. Yleensä päivinä, jolloin

on tapaamisia monestikin siirtymiset ja mahdolliset muut juoksevat asiat hengittävät niskaan. Yksinkertaisesti valmistautumiselle ei välttämättä jää hirveästi aikaa.

Viikon analyysi: Kumppanimyynti

Viikkoon sisältyi paljon normaalia tuttua myyntitoimintaa. Mielestäni kaikista isoin asia oli yhteistyökumppanin kanssa käyty syvälinen yhteistyötä koskeva tapaaminen. Ne ovat erittäin tärkeitä, koska niissä määritetään monia yhteisiä asioita. Oli hienoa, että sain itse toimia sen vetäjänä meidän yrityksemme puolesta. Tällaisista asioista oppii todella paljon. Mitään ongelmia ei ollut vaan kaikki sujui hyvin. Työssäni olen ollut kymmenissä tapaamisissa, joten osaan tapaamiskäytännöt hyvin.

On myös kunnia-asia, kun saa toimitusjohtajalta vihreää valoa järjestää kaikki ja toimia vetäjänä. Mielestäni ainut asia, joka voisi mennä pieleen on joku ristiriita sopimusteknisistä asioista, kuten esimerkiksi projektin toimitusajoista tai tuntihinnoittelusta. Yleensä tällaiset asiat kuitenkin saadaan ratkaistua ilman suurempia ongelmia. Toimin monen vastaavan yrityksen kanssa kumppanimyyntissä ja pystyn itse perustelemaan erilaisia asioita meidän yhteistyösopimusmallissamme kokemuksen pohjalta.

Kirjassa, josta opintyössäni luvussa kaksi on kirjoitettu teknisestä myynnistä, on tarkemmin myös kuvattu kumppanimyyntiä.

Kumppanit ketkä myyvät tuotteitasi tai palveluitasi voivat olla parhaita kaveritasi tai pahimpia vihollisiasi. Kumppanit ovat yksi tehokkaimmista työkaluista myyjän arsenaalissa. He tuovat lisää mahdollisuuksia myyntiputkeesi mutta samalla tuovat pöytään uuden sidosryhmän, jonka tarpeita sinun on tyydytettävä, jos haluat että he auttavat sinua puolestaan. (Care & Bohlig, 2008, 209 Suomennos tekijän)

Kumppaneiden kanssa tapahtuvan myynnin haittapuoli on, että heitä on säännöllisesti koulutettava, tuettava ja heidän tietojään on päivitettävä. Tämä vie epäilemättä paljon aikaa. Vanhoilla myyntiorganisaatioilla on kumppanimyyntiin omat myyjänsä, jotka ovat erikoistuneita siihen ja toimivat yksinomaan kumppaneiden kanssa. Pienemmillä myyntiorganisaatioilla tällaista ei ole tai jos on, niin se on joku yrityksen johtohenkilö, joilla ei ole omia teknisiä resursseja. Tämä lisää raskautta myyjille, koska he ovat sitten vastuussa kaikesta ennakkomyynnistä ja myynnin jälkeisistä toiminnoista kumppaneiden kanssa. (Care & Bohlig, 2008, 213 Suomennos tekijän)

Asia on juuri näin. Parhaassa tapauksessa kumppanit auttavat sinua myymään yrityksesi palveluita. Pahimmassa tapauksessa he myyvät jotain mitä te ette voi toimittaa ja tämä

aiheuttaa ongelmia suhteelle. Itse osallistuin aktiivisesti kumppanimyynnin kehittämiseen ja vedin heille workshoppeja, jotta hekin osaavat myydä palveluitamme tehokkaasti – jopa ilman teknistä tietämystä. Workshopien pitäminen on omiaan suhteen kehittämiseen ja sen lujittamiseen. Kumppanin täytyy tietää ja tuntea tarkkaan mitä ja miten projekteja tehdään ja miten yhteistyökuvio toimii sekä mistä kukakin on vastuussa.

Itse painotin aina kumppaneilleni, että ottavat minut mukaan jokaiseen tapaamiseen, jotta heidän asiakkaillensa jää ammattitaitoinen kuva siitä mitä teknologiset ratkaisut ovat ja mitä niillä on mahdollista tehdä. Näin kumppanin ei tarvitse itse yrittää selittää yhteistyömme tarjoamia mahdollisuuksia. Tekninen myynti eroaa normaalista myynnistä ja sitä on vaikea opettaa kenellekään. Parasta on toimia läheisesti kumppanien kanssa, jotta yhteiset projektit eivät jää vain suunnitteluasteelle.

4.7 Viikko 7

Maanantai:

Kesälomien lähestyessä päivän ja oikeastaan koko viikon tavoitteena on ensinnäkin järjestää tapaamisia. Toisena tavoitteena viikolle on saada valmiiksi jo aloitetut tai menevässä olevat asiakastapaamiset, tarjoukset, projektit ja muut myyntiin liittyvät toiminnot.

Osallistuin heti aamulla myyntitiimin tapaamisen, jossa kävimme läpi myynnin tilanteen ja myyjien viikon ohjelman. On hyvä valmistautua siihen, että ihmisiä lähtee lomalle. On tärkeää viedä loppuun auki olevat asiat ja huolehtia, että mitään ei unohdu. Suoritimme jaon myyntiprojektien suhteen myyjien kesken, jotta kaikilla on kapasiteettia palvella asiakkaita mahdollisimman hyvin. Osa meillä olevista myyjistä jää jo tämän viikon jälkeen lomalle ja on tärkeää, että he hoitavat tiedonsiirron asiakkuuksistaan ja projekteistaan tarkasti. He ilmoittavat asiakkaille kuka asian ottaa meiltä haltuun. Näin asiakkuudet siirtyvät luontevasti toiselle myyjälle eikä yllätyksiä tule kenellekään.

Heti tämän jälkeen pidimmekin tiedonsiirto tapaamisen myyjä kollegaani kanssa ja otin häneltä muutaman liidin hoitaakseni. Tämä hoitui kätevästi yhdessä sovittujen myyntirutiinien ja ohjelmien ansiosta. On tärkeää saada esimerkiksi auki oleviin tarjouksiin kyllä tai ei vastaus ennen lomaa. Ellei vastausta tule, asiakkaalle on ilmoitettava, että tarjous ei pidä, koska deadline tulee vastaan ja jatkamme tästä sitten lomien jälkeen.

Iltapäivällä tutustuin saatuihin projekteihin tarkemmin ja huolehdin, että niissä olevat deadline't ovat huomioitu esimerkiksi teknisten kustannusarvioiden osalta sovellusarkkitehdilta. Jos näin ei ole, emme varmasti kerkeä sitä tekemään ennen lomaa vaan projekti siirtyy sitten syksyyn.

Päivän aika tuli opittua, kuinka kaikki menee hienosti, jos kaikki myyjät tekevät asiat samaan tyyliin samoilla ohjelmilla. Asiakkuuksien siirto tässä tapauksessa tapahtui todella helposti. Käytössämme oleva CRM-järjestelmä Pipedrive tekee asiakkuuksien hallinnasta todella helppoa. Ohjelman käyttäminen helppoa. Yleinen ongelma on kuitenkin se, että myyjällä on jotkut omat muistiinpanot, eikä niitä ole kirjattu Pipedrive-järjestelmään. Tällöin jotain tärkeää tietoa asiakkuudesta, projektista tai muuten asian tiimoilta voi jäädä pimentoon ja pahimmassa tapauksessa olla kohtalokas virhe. Tämän takia pyritään yhtenäisiin käytäntöihin.

Tiistai:

Tavoitteena on lähteä tavoittelemaan päivän aikana mahdollisimman hyvää tulosta asiakaskontaktoinnissa. On tärkeä järjestää tapaamisia jo ennen Suomen pysähtymistä kesälomille, jotka voidaan sitten pitää heti kun ihmiset palaavat töihin.

Aamupäivä meni lounaaseen asti asiakaskontaktoinnissa rutiinien mukaan. Myyntitavoitteet täyttyvät vain tekemällä. Sain mukavasti vietyä asioita eteenpäin.

Iltapäivällä käytin aikaa minulle siirrettyihin myyntiprojekteihin. Sain niitäkin eteenpäin hyödyntämällä sidosryhmien kanssa opeteltuja prosesseja. Oli hieno asia, että aikaisemmin tekemäni tarjous on hyväksytty. Tästä syystä loppupäivän työnä oli esitellä asiakasprojekti projektipäällikölle, joka vie sen tuotantoon.

Päivän aikana opin arvostamaan vielä enemmän opittuja käytäntöjä myynnissä ja meidän yrityksemme henkilöstä. Myyntiin liittyvät asiat ja projektien esittely sujuvat oikein mukavasti työkavereiden kanssa. Yrityksemme sisäinen ilmapiiri on hyvä ja kaikki osaavat erilaisia prosesseja, joilla asiat saadaan sujumaan.

Keskiviikko:

Päivän tavoitteena on suoriutua myynnin rutiineista mahdollisimman hyvin. Myynti ei aina ole vain tarjousten tekemistä tai asiakastapaamisia. On järjestettävä tapaamisia, joista toivottavasti syntyy projekteja yrityksellemme. Suunnitelmana on tehdä todellista myyntityötä.

Aamupäivä meni rutiinien mukaan avaamalla sähköposti, CRM-järjestelmä ja kalenteri. Tein iltapäivään asti meidän yrityksessämme määritettyä myyjän normaalia työtä - paljon soittamista. On tietysti haastavaa sopia tapaamisia näin kesäkuussa, kun monissa yrityksissä pyörii jo kesälomat. Päättäjät tai he ketkä ovat sillä hetkellä lomien takia vastuussa yrityksessä ovat haluttomia sopimaan tapaamisia. Hyvä myyjä kuitenkin osaa perustella tapaamiset ja sopii niitä jo valmiiksi syksyille. Vaikka tapaaminen ei ehkä varmistuisikaan,

asiakkaalle jää kuitenkin positiivinen kuva hyvin hoidetusta napakasta puhelusta. Myyntipuhelussa on selkeä päämäärä ja siitä seuraava toiminto, kuten sähköposti, jossa tapaa-misaikoja tarjotaan, tulee asiallisesti perille välittömästi puhelun jälkeen. Myyjälle hyvä on, että yritykseen on jo tehty niin sanotusti avaus ja syksyllä on helppo lähestyä yritystä ja referoida jo mahdollisesti käytyä keskustelua tapaamisesta ennen lomiam.

Iltapäivällä muistin, että minun pitää selvittää muutama tarjous projektipäällikön kanssa, jotta saan tarjouksia lisää valmisteltua. Onni oli, että kalenterissa ei ole liikaa täytettä, koska tämäkin tapaaminen pidettiin hyvin lyhyellä varotusajalla. Tietysti on tärkeää hallita ajankäyttöä, että on tasapainossa töiden kanssa. Työt voivat kerryttää stressiä kuten tällaisissa tapauksissa voi käydä, varsinkin kun tarjouksista on kyse. Tarjoukset pitää aina ensi tilassa hoitaa eteenpäin mahdollisimman hyvin.

Päivän opetus oikeastaan on aikataulujen kanssa tasapainoileminen. Stressiä kerryttää tiukka aikataulu ja asiat voivat unohtua. Helposti käy niin, että asioita kertyy ja niiden sovittaminen aikatauluun ei onnistu ja se johtaa ylitöihin tai huolimattomaan asioiden hoitamiseen. Kumpikaan näistä ratkaisuista ei ole järkevä. Tällaisessa tilanteessa kannattaa ottaa yhteys myyntijohtajaan ja kertoa rohkeasti ongelmista. Töitä on liikaa, joten myyntijohtaja voi osan niistä jakaa muille myyjille. Ei siinä ole mitään ongelmaa, kunhan vain osaa pyytää apua eikä itse panikoi.

Torstai:

Tavoitteena on jatkaa maanantaina aloitettua myynnin agendaa. Agendana on järjestää tapaamisia syksyille ja hoitaa juoksevia asioita.

Päivä alkoi tutuissa merkeissä myynnin tehtävien parissa. Viikko oli aika vähän tapaamisia sisältävä, joten tärkeää oli sopia niitä lisää. Lounaaseen asti tein rutiininomaisesti myynnin tehtäviä. Lounaan jälkeen valmistauduin pidettävään etätapaamiseen.

Iltapäivälle olin järjestänyt yhden etätapaamisen. Se meni hyvin ja saimme vietyä projektia taas pykälän eteenpäin. Vielä kuitenkin tarjousta ei hyväksytty vaan joudumme täsmen-tämään muutamia tarjouksessa olevia tarkempia määrittelyjä. Uusi tapaaminen on kuitenkin sovittu viimeiselle kesäkuun viikolle, johon mennessä toivottavasti olemme kerenneet tarkentaa teknisiä asioita. Tällainen projektin uudelleen määrittely vie aikaa sovellusarkkitehdilta ja vaikuttaa moneen asiaan. Toivottavasti saan kuitenkin tarjouksen tehtyä ja vihreää valoa ennen lomiam.

Päivän aikana opin, että nämä IT-alan projektit ovat usein hyvin monimutkaisia ja vaikeita toteuttaa. Niiden tarjoamien aina ei ole niin helppoa ja ne vaativat paljon määrittelyä. Myyjän on oltava tarkkana löydösten ja ongelmien kirjaamisen ja niiden esittelyn suhteen.

Välillä tuntuu haastavalta yrittää selittää teknisiä asioita vähemmän niistä tietävälle asiakkaalle. Projektissa voi olla teknisiä rajoitteita, joita ei voi tietää ilman ammattitietämystä. Kuitenkin pitkäjänteisellä asenteella hommat ratkeavat ja eteenpäin päästään.

Perjantai:

Loppuviikon tavoitteena on tietysti saattaa viikko onnistuneesti loppuun. Täytyy huolehtia, että on myyntitehtävien tasalla ja mikään asia ei jää roikkumaan tai ole unohtunut.

Aamupäivä meni hieman rauhallisemmissa merkeissä kuin aiemmin tällä viikolla. Tein kirjallisia töitä ja soittelin vähemmän. Asioiden tarkistaminen ja merkintöjen tekeminen myynnin työkaluihin vie aikaa. Olin kuitenkin tyytyväinen siihen, että asiat vaikuttivat olevan hyvällä mallilla. Muutenkin aamupäivä oli aika rauhallinen, kun kohti kesää siirrytään päivä päivältä.

Iltapäivällä yhdessä myyjien kanssa kävimme läpi töihin liittyviä asioita ja hieman sitä, mitä tapahtuu, kun palataan lomilta. Tämä on tärkeää, jotta kaikki voivat jäädä lomille hyvillä mielin ja palata sieltä. Lomilla ei tarvitse miettiä asiakasprojekteja tai töihin palatessa ei ole yllätyksiä niiden suhteen. Pitää luottaa siihen, että muut myyjät hoitavat heille siirretyt asiakasprojektit loppuun. Töiden jälkeen lähdimme virkistäytymään porukalla anniskeluravintolaan.

Päivän aikana opittua oli taas kerran huomata erilaisten järjestelmien hyödyn. Kaikki tieto meillä myyjillä asiakkaista ja projekteista on yhdessä tai kahdessa paikassa. Sen on kaikki työntekijät hyvin sisäistäneet. Tämä helpottaa lomille lähtöä.

Viikon analyysi: CRM-järjestelmä

CRM-järjestelmä, kuten Pipedrive jota käytämme, on erittäin kätevä. Se kerää kaiken asiakas- ja projektikohtaisen tiedon yhteen paikkaan. CRM-järjestelmiä on paljon tutkittu ja ne ovat nykyään yrityksen myyntitiimin yksi kulmakivistä.

Maria Paavola on opinnäytetyössään kerännyt hyviä käytäntöjä CRM-järjestelmistä. Hän kertoo, että myynnin CRM-järjestelmä automatisoi myyntiprosessia. Esimerkiksi sähköpostia on mahdollista lähettää automaattisesti manuaalisen lähetyksen sijaan. CRM-järjestelmään on mahdollista luoda sähköposteista valmiita pohjia, joita hyödyntää. Järjestelmä varmistaa myös, että samaa asiakasta ei kontaktoida kahta kertaa eri osastoilta. Kaikki näkevät samat asiakkaille tehdyt toimenpiteet. Asiakaspalvelu nopeutuu huomattavasti automatisaatiolla ja esimerkiksi myyjien resursseja palvella asiakkaita on helppo seurata. Saatavilla oleva asiakashistoria luo edellytykset hyvälle asiakaspalvelulle. (Paavola, 2017, 10.)

Työssäni toistuu monesti samat asiat. CRM-järjestelmällä voidaan automatisoida esimerkiksi ensimmäinen sähköposti, missä tapaamisaikoja tarjotaan. Sähköpostiviesti on pohja johon lisäksi nopeasti vain päivämäärät ja muutamia kommentteja käydyn keskustelun pohjalta. Lisäksi voimme seurata lähetettyä sähköpostia siten, että näemme, onko viestiä avattu ja onko esimerkiksi liitetiedostot ladattu koneelle. Siitä voi päätellä, että niitä on katsottu ja kenties esitelty jollekin. Avatut sähköpostit ovat selvä signaali myyjälle asiakkaista ketkä voisivat olla enemmänkin kiinnostuneita tapaamisesta tai yhteistyöstä. Tämä segmentoi asiakastietokantaa ja myyjä tietää tarkemmin keitä kontaktoida.

On erittäin tärkeää, että samaa asiakasta ei vahingossakaan kontaktoida kahta kertaa. Järjestelmästä nähdään asiakkuuksien mukaan tehdyt toimenpiteet jopa yrityksen henkilöstön mukaan. Keneen on otettu yhteyttä, milloin ja minkä takia ja mitä on esimerkiksi lähetetty. Jos järjestelmään yrittää kirjata samaa yritystä tai yhteyshenkilöä uudelleen se ilmoittaa siitä, että se löytyy jo. Näin myyjä huomaa, että asiakkuus onkin jo yrityksen kontaktistalla ja sinne ei kannata toista kertaa ottaa yhteyttä.

CRM-järjestelmä huolehtii, että kaikki meidän asiakaskontaktimme informaatio on yhdessä paikassa. Asiakkuuksien siirto tapahtuu yhdellä napilla myyjältä toiselle. Myös myyntijohtajan on helppo seurata myyjien menossa olevia asiakkuuksia ja niiden tilannetta sekä sen mukaan jakaa töitä. Näin saadaan tasattua työlatausta kaikille. Lisäksi myyjät näkevät esimerkiksi euromääräiset myyntiraportit omista töistään. Tietysti myyntijohtaja saa myös erittäin kattavasti erilaisia raportteja käyttöönsä myyntitiimistä.

4.8 Viikko 8

Maanantai:

Tavoitteena tänä maanantaina on vielä puskea myyntiä täysillä.

Aamu alkoi rutiininomaisesti tuttuja toimintoja suorittaen. Soittolistalla on hyvä määrä kontaktoitavaa, jolloin tästäkin viikosta tulee kiireinen. Tarkoitus kuitenkin on tapaamisia järjestää mahdollisimman paljon syksyille ennen lomia. Lounaaseen mennessä en kuitenkaan ollut kovin hyvin saanut ihmisiä kiinni. Oletan, että yrityksistä ihmisiä on jo lomilla ja kontaktoitavat henkilöt eivät ota puheluita vastaan.

Iltapäivällä tein kirjallisia töitä ja yritin kuitenkin muutama tunti lounasajan jälkeen soitella lisää. Kuitenkaan tämä ei tuottanut tulosta. Tällaista se välillä on. Myyjille on määritetty tietty määrä puheluita viikossa ja ne on soitettava.

Päivän aikana opin selvästi sen, että kyllä kesäkuun puolessavälissä yrityksissä ollaan jo aika paljon lomilla. Yrityksen päättäjät eivät välttämättä ole enää paikalla, jolloin tapaamisiakaan ei kannata pitää tai edes suunnitella ennen lomilta paluuta.

Tiistai:

Tavoitteellisesti on tarkoitus jatkaa tiukkaa puheluiden suorittamista muun myyntitoiminnan ohella.

Tapaamisten määrä on jo omassa kalenterissa ennen kesälomaa niin vähäinen, että tuskin niitä tässä enää taikoo lisää. Kuitenkin myynti on suorittamista ja myynnin rutiinit on hoidettava. Niistä on turha valittaa sillä ne yhdessä myyntijohtajan ja myyntitiimin kanssa määritetään. Tähän me myyjät voimme yhdessä aina ennen tiettyä myyntijaksoa vaikuttaa. Tosin yleensä johdon suunnasta tuleva paine lopulta sen otettavien asiakaskontaktien määrän päättää.

Iltapäivällä olin varannut taas hieman aikaa projektipäälliköltä, graafikolta ja sovellusarkkitehdilta. Esittelin heille yhden projektin, mitä olin valmistellut iltapäivisin muutaman viikon. Tarkoituksena on heidän kanssaan tehdä kattava tarjous, jossa on mukana graafikon tekemä kuva alustavasta ulkoasusta. Tarjoan tätä asiakkaalle ensi viikolla.

Päivän aikana opin tai oikeastaan huomasi olevani oppinut jo rutinoitunut toimimaan osana myyntiorganisaatiota sillä, työtehtävät hoituivat automaattisesti. Aika kuluu nopeasti töitä tekemällä.

Keskiviikko:

Päivän tavoite on pitää onnistunut tapaaminen asiakkaan kanssa. Kyseessä on tarjouksen esittely ja mahdollinen hyväksyntä asiakkaalta tarjoukseen. Olisi loistava päästä lomille tämä tarjous hyväksyttynä.

Aamu meni oikeastaan vain tähän tarjoukseen valmistautuessa, koska kyseessä iso projekti. Näin tarpeelliseksi valmistautua tähän tapaamiseen rauhassa. Tarjous oli tehty jo aikaisemmin, joten kävin sen läpi tarkasti, jotta osaan esitellä sen kokonaisvaltaisesti asiakkaalle. Palautin mieleen projektin käyttötapaukset. Niihin liittyy aina projektin liiketoiminnallinen tavoite ja mitä ongelmaa projektilla yritetään ratkaista. Sykettä nosti tietysti myös fakta, että kyseessä on pörssi-yhtiö. Tapaaminen oli asetettu iltapäivälle alkaen kello kolmetoista. Aikaa oli varattu kaksituntia. Hyvä niin, että aika ei lopu kesken. Olen oppinut varamaan aikaa riittävästi.

Tapaaminen pidettiin ja se meni hyvin. Vihreää valoa ei kuitenkaan tarjoukselle vielä saatu. Saimme kuitenkin tietää, että olemme mukana tarjouskilpailussa, joka on hyvä

merkki, että tarjoamallemme ratkaisulle on tarvetta. Yritys on tosissaan tämän investoinnin kanssa. Toimistolla pidin pikaisen tapaamisen sovellusarkkitehdin kanssa heti perään, jotta tämä saadaan tarjottua ennen ensi viikon perjantaita ja ajatukset tapaamisesta ovat vielä tuoreita. Tiedän, että aikataulusta tulee tiukka. Mielestäni asiaa on hyvä vielä pyörittellä, jotta ratkaisusta saadaan mahdollisimman kustannustehokas asiakkaan budjetille.

Päivän aikana kertosin jo opittua. Tapaamisiin on hyvä valmistautua perinpohjaisesti. Päivän tapaaminen meni hyvin ja olin opetellut ulkoa monta tarjouksessa ollutta pientä asiaa, jolloin pystyin keskustelemaan siitä ilman materiaaliin tukeutumista. Tämä on asiakkaan suuntaan hyvä signaali myyjältä, sillä se tuo tunteen, että myyjä on asiantunteva.

Torstai:

Päivälle ei oikeastaan ole mitään tarkempaa tavoitetta, sillä viikko oli ollut jo aika toiminnallinen. Tärkeintä on taas hoitaa kaikkia juoksevia asioita ja varmistella menossa olevia tarjouksia, tapaamisaikojen ehdotuksia ja muita toimia.

Aamupäivän tutkin, ihmettelin ja mietin juoksevassa olevia asioita. Varmistin, että olen asioiden yläpuolella ja mitään ei ole roikkumassa, muuten hoidettu huonosti tai epäselvästi. Olen jäämässä viikon päästä lomille, enkä halua siitä mitään stressiä. Koko kevään myyntiputki on ollut tarpeeksi stressaava. En toivo yhtäkään yhteydenottoa yrityksettämme, kun olen lomalla. Tästä syystä olen jo muutaman viikon valmistautunut lomille lähtöä ja tehnyt töitä siihen malliin. Joku muu saa epäselvät ja avoimeksi jääneet asiat hoidettavakseen.

Päivän aikana opin, että loma on erittäin tervetullut asia hektisen myynti-ilmapiiirin takia. On tärkeää välillä osata miettiä henkilökohtaista jaksamista eikä vain myyntitavoitteita.

Perjantai: Juhannusaatto, vapaapäivä

Viikon analyysi: Tarjouksen esittely asiakkaalle ja käyttötapaukset

Viikolla eniten painanut ja tärkein asia oli keskiviikon tapaaminen. Tapaamisen jälkeen tehtäväksi jäi nimenomaan käyttötapausten hiominen uudelleen vastaamaan muuttuneita projektin määrityksiä. Lisäksi tuotamme tarjouksen tueksi prototyypin. Kun saan tarjouskonaisuuden valmiiksi, uskon että siitä tulee erittäin kilpailukykyinen.

Opinnäytetyössään Onnistumisen edellytyksiä ICT-projekteissa Tiina Davidsson on ottanut kattavasti selvää miksi ja miten IT-projektit onnistuvat tai eivät onnistu. Käyttötapaukset ovat hänen mielestään yksi tärkeimmistä osa-alueista onnistuneisiin projekteihin. Olen samaa mieltä.

Tiina kirjoittaa, että vaatimukset lopputulokselle on erittäin tärkeä määrittellä tarkkaan. Niin sanotut käyttötapaukset kuvaavat projektista erilaisia tärkeitä asioita, kuten laajuus, sisältö

ja resurssit, niin henkilöinä kuin budjettina. Prototyyppi on myös hänen mielestään järkevä toteuttaa, jotta asiakas saa näkemyksen siitä mitä lopputulos projektista voi olla. Asiakas kannattaa huomioida viestinnällisesti hyvin, sillä asiakas kuuluu projektiin mukaan. Jos viestintä epäonnistuu, voidaan tehdä toiminnallisuuksia väärin. Muutokset pystytään peilaamaan usein käyttötapauksiin. (Davidsson, 2020, 24.)

Käyttötapausten ja prototyyppien tekeminen meidän yrityksessämme on hyvin yleistä. Niitä tehdään tarjouksen tueksi ja ne toimivat tehokkaasti tarjouksen esittelyssä. Ne avaavat keskustelua ja toimivat lopulta ohjeena siihen mitä ruvetaan tekemään. Jos ne eivät syytä tai toisesta vastaa asiakkaan visiota, ne sitten korjataan ja asiaa katsotaan uudelleen. Tämä tehdään niin monesti kuin tarvetta, jotta ollaan asiakkaan kanssa varmasti samalla kartalla siitä mitä projektin on tarkoitus tehdä. Tuotanto käyttää käyttötapauksia ja prototyyppiä kuitenkin lopulta projektin alkaessa ohjenuorina. Hyvässä tarjouksessa on lisäksi budjetti jaoteltuna eri osa-alueisiin, projektinvaiheet ja aikataulu yhdessä. Tätä kokonaisuutta, kun esittelee ja asiakkaan kanssa jokainen osa-alue hyväksytään päästään jo lähelle tarjouksen hyväksymistä. Ketterästi kasattu projektisuunnitelma käyttötapausten kanssa mahdollistaa muutosten tekemisen ilman, että kaikki menevät uusiksi.

4.9 Viikko 9

Maanantai:

Päivän tavoitteena on hoitaa viimeinen viikko ennen lomaa myynnillisesti mahdollisimman hyvin. Toivon sitä, että asiakkailta tulisi vihreää valoa tarjouksiin tai tapaamisiin, jotta ne saataisiin varmistettua joko loppuviikolle tai sitten syksymmälle.

Aamupäivän ohjelma oli selkeä. Yritin hoitaa ja aikatauluttaa kaikki mahdolliset avoimet asiat tälle viikolle. Pidin myyntijohtajan kanssa pikaisen tapaamisen etänä ja sovimme tästä viikosta tarkemmin. Sovimme, että en ota uusia kontakteja vaan pikemminkin yritän hoitaa kaikki auki olevat asiat. Hoidettavaa oli kertynyt viime kuukausina jonkun verran. On kiva jäädä lomalle siten, että asiat ovat hoidossa.

Päivän aikana opittua on huolehtia asiat loppuun asti tai siirtää vastuu niistä muille. Olen itse yrittäjänä mukana tässä yrityksessä, jolloin lomat on vuosien mittaan vietetty töitä tehdessä enemmän tai vähemmän. Tänä vuonna ajattelin olla kesälomalla miettimättä töitä yhtään. Haluan hoitaa asiat niin, että niistä minua ei vaivata. Mielestäni lomalla pitäisi olla stressaamatta töistä, mutta myyjän on vaikea olla ajattelematta asiakkaitaan ja asiakasprojekteja. Myyjä ei lepää, ennen kuin projekti hyväksytään tai hylätään.

Tiistai:

Päivän tavoitteena on saada kiinni omia asiakkaita. Tarkoitus on siis selvittää missä vaiheessa eri projekteissa ja tarjouksissa mennään.

Aamupäivä lähti käyntiin tuttuun tapaan sähköpostia lukemalla ja niihin vastaamalla. Kii-reellisiin asioihin ennätän reagoida tällä viikolla, mutta muuten viestin asiakkaille, että olen jäämässä lomalle. Ja jos asiaa vielä ennen syksyä on tarkoitus edistää, meiltä joku muu myyjä asian ottaa hoidettavakseen. Täytyy unohtaa henkilökohtaiset myyntitavoitteet. Asioiden hoitaminen on tärkeintä, sillä ne eivät saa jäädä roikkumaan kesän ajaksi.

Päivän aikana osaamiseni kehittyi pohdinnalla auki olevista asioista. Kun työasioita tässä vaiheessa vuotta tarkastelee tarkemmin, huomaa sieltä löytyvän paljon puolitiehen jätettyjä asioita ja jos niitä ei viedä kunnolla loppuun ne jäävät vaivaamaan. Tällaista ei saa tapahtua. Jos tuntuu, että kuitenkin asioita kertyy eikä niitä saa itse hoidettua, on parempi jakaa työtehtäviä muille.

Keskiviikko:

Tavoitteena päivälle on saada sisäisesti käsiteltyä muutama asia, jotka vielä ovat selvittämättä.

Heti aamusta rupesin järjestämään sisäistä tapaamista, johon liittyy projektipäällikkö, sovellusarkkitehti ja graafikko. Huomasin eilen, kun selvitin asioita, että yksi tarjous tarvitsee vielä kommentteja kaikilta ja jos hyvin käy, saan sen tarjottua vielä ennen lomaa. Onneksi sain aikaa järjestettyä. Tosin järjestetty aika oli lounasaika. Sovimme, että syömmesamalla lounaan ja keskustelemme asiat läpi.

Tapaaminen heidän kanssaan sujui hyvin ja voimme tarjota projektia niin sanotusti tunnustelemalla asiakkaan budjettia jollakin summalla. Tämä tarkoittaa, että emme vielä tee tarkkaa teknistä kustannusarviota, vaan palaverissa yrityksemme henkilöstön kanssa päädyimme tiettyyn hintaluokkaan, jolla tämän voimme tarjota. Soitin ja varmistin vielä asiakkaalta sopiiko tämä. Asiakkaalle tämä sopi. Hän saa jonkun hinnan tästä kokonaisuudesta ja voi viedä sen eteenpäin organisaatiossaan. Tästä projektista oli tärkeää saada hintaluokka selville, niin asiakas pystyy varautumaan tähän kehitysprojektiin. Tein alustavan tarjouksen ja lähetin sen asiakkaalle heti puhelun jälkeen.

Päivän aikana opin sen, että yrityksemme henkilöstö joustaa tarvittaessa. Koko organisaatiota kiinnosta viedä tarjoukset maaliin asti. Tämä on hyvä merkki, sillä myynti on tärkein osa organisaatiota ja ilman voitettuja tarjouksia ei tule projekteja. On erittäin hieno huomata, että henkilöstö on sitoutunut siirtämään esimerkiksi lounaan sen edestä, että

tarjous saadaan vietyä eteenpäin. Minua selvästi arvostetaan ja kuunnellaan, kun pyydän jotain työkavereilta liittyen asiakasprojekteihini.

Torstai:

Päivän tavoite on hoitaa yksi asia niin hyvin kuin mahdollista. Tänä päivänä esittelen asiakkaalle päivitetyn tarjouksen koskien projektia ja jos saan vihreää valoa, olen täyttänyt kesäkuun myyntitavoitteeni.

Aamupäivä alkoi taas kerran pikaisesti sähköpostin ja muiden myyntikanavien tarkastamisella. Tämän jälkeen alkoi vimmattu valmistautuminen puoliiltapäivän pidettävään etätapaamiseen. Tapaamisen agenda oli tarjouksen läpikäyminen. Tähän pitää varmistautua parhaiten mistään viime viikkojen tapaamisesta sillä tästä vihreän valon saaminen tarkoittaisi henkilökohtaisten myyntitavoitteiden täyttymistä. Tavoitteet eivät aina täyty mutta toisaalta jonain toisena kuukautena saattaa ne ylittyä moninkertaisesti.

Tapaaminen pidettiin ja selvisi, että tarjouskilpailu kyseisessä organisaatiossa menee syksyyn, eikä vihreää valoa ennen lomia ole tiedossa. Tämä harmittaa, mutta näin käy välillä ja tähän on totuttava IT-projekteissa. Varsinkin isoihin organisaatioihin, hyvistä ennako odotuksista riippumatta tarjouksen läpimenossa kestää. Tapaamani kehitystiiminjohtaja ja hänen tiiminsä voi olla valmis etenemään heti, mutta kun papereja pyöritetään ylempänä organisaatiossa, byrokratia lisääntyy ja päätös siirtyy aina eteenpäin. Päätös syntyy riippumatta minusta, yhteyshenkilöstäni tai meidän yhteisestä tavoitteestamme. On tärkeää kuitenkin erottua kilpailijoista tarjouskilpailuissa juuri materiaalin laadun ja laajuuden avulla. Käyttötapaukset, prototyypit ja vastaavat tekijät ovat isoimpia huomattavia eroja yritysten tarjouksissa. Hyvin tehty prototyyppi edesauttaa, että juuri meidän tarjouksemme hyväksytään. Tällä kertaa asia ei edennyt. Merkitsin CRM-järjestelmään, että asiaan on palattava elokuun lopussa.

Päivän aikana opittua on, että ei pidä innostua liikaa projekteista isojen organisaatioiden kanssa. Vaikka kuinka tuntuisi, että tulee hyvin juttuun organisaatiossa tarjouksesta vastaavan henkilön tai henkilöstön kanssa ei se välttämättä tarkoita sitä, että he voisivat nopeuttaa ylempää porrasta. Päätöksissä vaan kestää ja se pitää osata laskelmoida aikaisemmin jo mahdollisiin myyntiennusteisiin. Tällaisen ennustamisen oppii vain kerryttämällä kokemusta myyntityöstä ja eri kokoisista organisaatioista.

Perjantai:

Päivän tavoitteena ei oikeastaan ollut muuta, kuin jäädä lomalle ilman, että seuraavana maanantaina soitetaan ja kysellään jotain tietoja minun asiakasprojekteistani. Tämä voi kuulostaa mitättömältä, mutta heti loman ensimmäisenä maanantaina ei jaksaisi vetää

sisäisiä palavereja ja kertoa asioita uudelleen sen takia, että on unohtanut kirjata CRM-järjestelmään jotakin projektiin liittyviä tietoja.

Yritin aamupäivällä katsoa läpi kaikki asiat toiseen kertaan ja tehdä selkeät merkinnät kaikesta mahdollisesta. Tällöin muut voivat jatkaa projektejani ongelmitta. Lisäksi hyvin tehtyihin muistiinpanoihin on mieleistä palata loman jälkeen eikä tarvitse erikseen muistella, että miten asiat jäivät.

Iltapäivälle oli merkattu yhteistä aikaa yrityksen henkilöstölle, sillä moni jää lomalle tänään. Kävimme lounaalla yhdessä ja iltapäivän pelasimme erilaisia pelejä. Olin myös kassannut virtuaaliodellisuuslaitteet yhteen huoneeseen, jolloin meillä oli monenlaista yhteistä tekemistä. Työpäivän päätteeksi osa työntekijöistä pääsi aloittamaan kesäloman.

Päivän aikana opittua on muistaa olla huolellinen. Huomasin, että olin tehnyt kirjauksia joihinkin asiakasprojekteihin liittyen huolimattomasti. Rutiininomainen kirjauksien tekeminen on tärkeää, jolloin ne ovat asiakasprojektista riippumatta ammattitaidolla tehty.

Viikon analyysi: Myyntistrategian merkitys organisaatiossa

Koko viikko oikeastaan kulminoitui muutamaan kiireellisesti sisäisesti pidettävään palaveriin, jotka olivat todella tärkeitä. Organisaatiomme on rakennettu niin, että myynti tulee aina ensin. Mitä enemmän myyntiä, sitä enemmän organisaatiolle tulee rahaa ja sitä enemmän on töitä. Tämä onnistuu vain siten, että kaikki ymmärtävät ja sisäistävät yhteisen myyntistrategian. Monesti kuitenkin asioita pitää tehdä kiireellisesti ja työajan jälkeen, tästä syystä päivät venyvät niin myyjillä, projektipäälliköillä kuin ohjelmistokehittäjillä.

Miikka Hartikainen käsittelee maisteritason opinnäyttetyössään myyntistrategiaa. Hänen näkemyksensä mukaan se on yksi keskeinen tekijä yrityksen kannattavaan menestykseen. Hän kirjoittaa, että neljästä strategisesta asiasta myyntistrategia syntyy: Markkina-tutkimus, myyntiorganisaatio itsessään, henkilöstö ja sen kehittäminen sekä myynnin prosessien ja järjestelmien hyödyntäminen. Näistä rakentuu yrityksen myyntimenestys suunnitelma eli myyntistrategia. Myyntistrategian on haastava luoda toimivaksi käytännössä. Sen toteuttaminen yrityksessä on erittäin haastavaa, se pitää saada jokapäiväiseen toimintaan tai se unohtuu tai siitä ei ole hyötyä. Erilaisten tavoitteiden ja mittareiden avulla sen onnistumista voidaan seurata ja jalkauttaa tehokkaasti. (Hartikainen, 2019, 18-19.)

Uskon itse, että myyntistrategian pitää näkyä juuri jokapäiväisessä työssä, jotta kaikki siihen voivat täysin sitoutua. Henkilökohtaisesti kaikkia yrityksen työntekijöitä varmasti aina lämmittää projektien voittaminen, sillä se tarkoittaa, että työt eivät lopu kesken. Tämä on selvä mittari kaikille jopa henkilökohtaisella tasolla. Yritys ei pyöri, jos projekteja ei projektiliiketoimintaan erikoistuneella yrityksellä ole. Sisään tulevaa rahaliikennettä omista

tuotteista ei ole. Yrityksen liikevaihto on sidottu asiakasprojekteihin. Näin ollen jokainen meillä oleva työntekijä varmasti ymmärtää projektien merkityksen.

4.10 Viikko 10

Maanantai:

Päivän tavoitteena on palata lomalta töihin. Pitää palauttaa mieleen, mihin työt jäivät ennen kesälomaa.

Päivä alkoi myyntityön tutuissa merkeissä. Avasin pitkästä aikaa kaikki työhöni liittyvät järjestelmät. Mitään erikoista onneksi ei näkynyt missään sillä myyntijohtajamme oli CRM-järjestelmän kautta pystynyt seuraamaan myös minulle tulevia sähköposteja. Hän on tehnyt ratkaisuja ja jakanut sekä vienyt asioitani itse eteenpäin. On mukava palata hommiin, kun saa aloittaa puhtaalta pöydältä ja asiat eivät ole roikkuneet koko kesää. Maanantai menikin sitten suurimmaksi osaksi vain työhön tutustumiseen.

Päivän aikana opittua oli huomata että, muistan miten myyntityötä tehdään. Olen rutinoitunut työhöni vuosien aikana ja siihen palaaminen ei tuota ongelmia.

Tiistai:

Päivän tavoite on osallistua myyntikoulutukseen. Maanantai oli annettu aikaa palauttaa työt mieleen. Tänäpäin on tarkoitus palata jo normaaliin arkeen.

Liityin heti aamusta tapaamiseen toimistollamme missä koko myyntitiimi kokoontui. Näin päästiin heti kartalle siitä mitä kukin lähtee tekemään. Esimerkiksi myyntisegmentit määritettiin myyjille. Tätä kesti puoleenpäivään ja sitten menimme yhdessä lounaalle.

Lounaan jälkeen tuttu järjestelmä Fonecta Caller -kohderyhmäpalvelu auki ja etsimään sieltä aikaisemmin tänään sovittua myyntisegmenttiä. Jokainen saa aina itse vähän vaikuttaa siihen, minne lähtee soittamaan. Tämä on hyvä, koska se luo motivaatiota sitten soittaakin, kun itse vähän ehkä toimialasta jo tietävä.

Päivän aikana opittua on opitun kertaaminen. Myyntisegmenttien tekeminen ei tuota ongelmia. Erilaisten tunnuslukujen avulla pystyin luomaan itselleni liidilistan.

Keskiviikko:

Päivän tavoite on osallistua myyntikoulukseen. Tänäpäin tiedossa on vanhan kertaaminen ja uuden oppiminen. Käymme läpi käyttämämme myyntitekniikat ja mitä uusia tapoja myyntijohtaja haluaa meille opettaa.

Päivä alkoi myyntitapaamisella, kuten tiistai. Tapaamisen agendana oli kerrata myyntistrategioita, kuten asiakaskontaktointiin liittyviä asioita ja S.P.I.N-menetelmää. Jokainen sai vuorollaan harjoitella sitä esittämällä myyjää ja muut olivat asiakkaita. Tuttuja juttuja, jota toistamme aina myyntitiimin kanssa säännöllisesti.

Loppupäivä menikin sitten samaan mitä tiistaina, eli myyntisegmentin tutkimiseen. Tärkeää on tutkia tarkkaan tunnuslukuja yrityksistä, ketkä voisivat olla tunnuslukujen perusteella halukkaita kehittämään liiketoimintaansa. Tämä saattaa olla esimerkiksi juuri vaihtunut toimitusjohtaja. Sellaisella henkilöllä monesti on kunnianhimoinen tavoite kehittää yritystä eteenpäin. Teknologian tuomat liiketoiminnan kehitysprojektit ovat juuri sellaisia. Hän saattaa ratkaista jonkun ongelman, mitä aikaisempi toimitusjohtaja ei ole saanut aikaseksi.

Uusia yrityksiä kirjatessa CRM-järjestelmään, se huolehtii siitä, että mitään yritystä ei vahingossakaan lisätä kahta kertaa. Ei tule noloja tuplasoittoja samasta asiasta samaan yritykseen. Yrityksissä kontaktoimme samoja päättäjiä ja ei ole ammattimaista tarjota aiemmin tarjottua asiaa uudelleen.

Päivän aikana opittua oli muistaa CRM-järjestelmän hyödyt. CRM-järjestelmä sisältää kaikki asiakastiedot ja näin ollen se osaa ilmoittaa yrityksiä lisättäessä, jos yritys löytyy sieltä jo. Näin ollen järjestelmä huolehtii siitä, että samaa asiakasta ei yritetä kontaktoida kahta kertaa. Myyjä näkee selkeästi asiakkaita koskevan informaation.

Torstai:

Päivän tavoite on ruveta täysillä tykittämään kylmäkontaktointia. Kalenteri on tyhjä ja nyt tarvitaan tapaamisia.

Aamulla avasin kaikki järjestelmät. Otin puhelimen kauniiseen käteen ja aloitin soittamaan. Tietysti halusin ensin yrittää soittaa kaikki tutut numerot läpi, kenen kanssa asiat jäivät ennen lomia kesken. Kesken jääneitä asioita ovat esimerkiksi tapaaminen, jota ei kuitenkaan pidetty tai projektin vaiheita koskeva kysely. Tällaisista on hyvä aloittaa, jotta pääsee myynnin rutiineihin tehokkaasti takaisin.

Iltapäivällä rupesin jo soittamaan läpi myyntisegmenttiäni, joiden tunnuslukuja olin jo eilen tutkinut. Näistä yrityksistä aloitin kontaktoimaan tunnusluviltaan parhaita. Tunnusluvuista osa yrityksistä voidaan luokitella sellaisiksi, joille kehitysprojektit voisivat olla mielenkiintoisia. Tiedän, että tällaisiin yrityksiin saa tapaamisia helposti järjestettyä.

Päivän aikana opittua on, että osaan löytää yrityksistä tunnuslukujen perusteella kehitysprojekteihin avoimia yrityksiä. Tiedän, mitkä tekijät vaikuttavat yritysten motivaatioon tavata meidän yrityksemme.

Perjantai:

Päivän tavoitteena on kertoa jotain positiivista viikostani myyntijohtajalle. Aion esimerkiksi esitellä tekemäni myyntisegmentin. Tänään pidämme myös tärkeän myyntiin liittyvän tapaamisen. Tapaamisen agendana on myynnin analytiikka ja tulokset. Myyntijohtaja esittelee meille kevään tuloksia ja myyntiraportteja niistä.

Aamu alkoi heti liittymällä tapaamiseen. Tapaamisessa seurasimme myyntijohtajan esitelmää kevään myyntituloksista. Hän esitteli meille monenlaisia raportteja, diagrammeja ja muita myyntiin liittyviä tunnuslukuja. Näyttäisi siltä, että kevät on mennyt mukavasti. Nimeni oli yhdessä raporteista: Isoin myyntiprojekti. Eli iso projekti, joka jäi hieman kesken ennen lomia, on mennyt läpi. Tämä oli hieno kuulla vaikka lomieni takia en enää ollut siitä myyntivastuussa. Projekti oli siirretty toiselle myyjälle. Samapa tuo, minä sen ensimmäisen kontaktin olin tehnyt ja tapaamiset pitäneet. Tarjouksen pyöritys ja siihen liittyvät tapaamiset ovat vain puolet myynnin kokonaisuudesta. Ensitapaamisen merkitys myynnissä on kriittinen.

Iltapäivällä vietimme myyjien kanssa yhteistä aikaa tutustumalla hieman siihen mihin yrityssegmenttiin he aikovat myydä tulevan syksyn ajan. Kaikilta voi saada hyviä kommentteja liittyen segmentin yrityksiin. Joku myyjistä voi olla ollut töissä tai kesätöissä segmentin yrityksessä. Samalla tutustuimme CRM-järjestelmän uusiin ominaisuuksiin. Myyntijohtaja oli löytänyt uusia automatisaatioon liittyviä lisäosia jotka helpottavat myyjän työtä.

Päivän aikana opittua oli olla ylpeä tekemästään työstä. Myyntiraporttien esittely oli virkistävää ja mieltä lämmitti olla yhden ison projektin ensikontakti. Tällaiset tapaamiset antavat motivaatiota myyntityöhön.

Viikon analyysi: Myyntisegmenttien merkitys

Myyntisegmenttien merkitys meidän organisaatiossamme on merkittävä. Myymme erilaisia kehitysprojekteja lähtökohtaisesti kaikille yrityksille. Asiakkaitamme ovat kaikki pienistä yrityksistä pörssiyrityksiin. Toimiala on tärkeä tuntea, edes erilaisten tunnuslukujen ja löydösten kautta ennen kuin myyntiä voi tehdä tuottoisasti ja asiakkaille tarjota juuri heidän liiketoimintansa kasvattamiseen suunnattuja kehitysprojekteja.

Tarkempi asiakassegmentin selvitys on osa myyjän omaa työtä. Tarveanalyysi, tunnuslukujen tulkinta, ensimmäisen asiakkaan kanssa käydyt keskustelut ja niiden pohjalta tehdyt

löydökset luovat kokonaisuuden mikä toimii myyjän apuna myyntitilanteessa. Ei ole poikkeavaa, että ensimmäinen segmentille mietitty myynnin avauskulma ei tuota tulosta vaan se kehittyy asiakkaiden kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta joksikin toisenlaiseksi. Myyjä muuttaa lähestymistapaa kokemuksen kertyessä. Näin syntyy tilanne, että myytäviä kehityskohteita lopulta löytyy ja asiakkaiden tarpeet kohtaavat niihin.

Myyjän kannattaa hyödyntää kokemuksensa segmentistä asiakaskontaktoinnissa. Jos asiakassegmentistä löytää yrityksiä, joita voisi kiinnostaa samanlaiset kehitysprojektit, kannattaa niitä kontaktoida samalla taktiikalla. Aiemmin tarjottu projekti voi toimia toiselle yritykselle keskustelun avaajana ja realisoitua kehitysprojektiksi. Tämä luo tehokkuutta, kun jokaisen asiakkaan kanssa ei välttämättä tarvitse erikseen käydä keskusteluja kehityskohteiden löytämiseksi. Tämä luo edellytykset järjestää tapaamisia helposti.

5 POHDINTA

Tämä kymmenen viikkoa on mennyt todella nopeasti. Lukiessani tämän opinnäytetyön lukuksia kertoja uudestaan kirjoitusurakan aikana ja varsinkin nyt jälkikäteen päiväkirjassa kuvattu aika meni nopeasti. Huomaan, että päiväkirjamerkinnot ovat hyvin paljon samaa viikoittain, mutta sitä on teknisen myyjän myyntityö. Myyntityön tarkoitus on saada myytyä projekteja. Tavallaan toistetaan jo opittua ja opittua kerrataan. Tunnen, että lukemattomien puheluiden ja tapaamisten jälkeen olen kehittynyt työssäni paljon. Työni on muuttunut hyvin rutiininomaiseksi ja työtehtävistä selviämäinen ei tuota vaikeuksia.

Tunnen kehittyneeni vahvasti erilaisten projektikonaisuuksien realistisessa arvioinnissa. Osaan tarkemmin arvioida projektiin kuuluvia kustannuksia ja pystyn tapaamisessa jo asiakkaan kanssa keskustelemaan erilaisten kehitysprojektien mahdollisesta hintatasoista. Osasyys projektien kustannusten arvioinnin parantumisessa on oman teknillisen ymmärtämisen huomattava paraneminen. Olen oppinut kauanko kestää ohjelmoida tiettyjä projektiin liittyviä osia ja täten pystyn nopeasti laskemaan tarjouksia. Myös erilaisten ratkaisujen suhteen osaan nykyään jo valmiiksi määritellä mikä on mahdollista ja mikä ei teknologisten rajoitteiden puitteissa. Osaan kvalifioida tarjouspyyntöjä ja arvioida projektikonaisuuksien kannattavuutta.

Työtäni tehdessä erilaisten ratkaisumalien tai menetelmien käyttäminen on tullut tutuksi. Olen omaksunut uusia myyntimenetelmiä ja oppinut käyttämään jo opittuja menetelmiä tehokkaammin. Olemme myyntitiimimme kanssa opetelleet ja harjoitelleet erilaisia asiakaskontaktointi- ja tapaamiskäytäntöjä. Niiden hyödyntäminen on ollut tehokasta ja ne ovat tehneet työstä mielekäästä. Tekemäni asiakaskontaktointi on ollut tuloksellista. Kumppanimyynti on luonut yhteistyöllä useita kehitysprojekteja. Yrityksemme toiminnasta osaan kertoa erittäin vakuuttavasti, joten pärjään erilaisissa myyntitilanteissa.

Erilaisten tarjousten tekeminen ja ratkaisuiden konseptointi on nopeutunut huomattavasti. Nopeus on yksi myyjän työn tärkeimpiä osa-alueita hektisessä nykyajan myyntiympäristössä. Pystyn tunnistamaan asiakkaiden tarpeita jo varhaisessa vaiheessa myyntiprosessia. Tarjoukseni ovat realisoituneet asiakkaideni liiketoimintaa kehittäviksi projekteiksi.

Opinnäytetyön tekemisen aikana opin erilaisten rutiinien tunnistamisesta työssäni. Näiden avulla olen pystynyt kehittämään päivittäistä tekemistäni. Hyvien rutiinien omaksuminen myyjän työssä auttaa laskemaan stressiä. CRM-järjestelmästä on myyntityössä huomattava hyöty. Sen avulla asiakkaan kaikki tiedot ovat kirjattu järjestelmään ja on helppo tarkastaa asiakkaan kanssa käyty keskustelut nopeasti. Näin asiakaspalvelu on tehokasta eivätkä asiat unohdu.

Itsestäni opin paljon tämän prosessin aikana. En ole koskaan esimerkiksi pitänyt kovin tarkkoja muistiinpanoja. Olen olettanut muistavani asioita hyvin. Tämän projektin aikana, kun muistiinpanojen tekemisestä on tullut erittäin rutiinimaista kymmenessä viikossa. Nykyään huomaan omaavani kattavampia muistiinpanoja asiakastapaamisista. Muistiinpanoista on ollut selkeästi hyötyä ja tulen varmasti jatkossa panostamaan niihin enemmän. On esimerkiksi kätevää, että muistiinpanoja voi tehdä sanelemalla eri järjestelmiin. Tällöin kaikkea ei tarvitse itse kirjoittaa ylös.

Se mitä haluan tehdä mahdollisesti työkseni tulevaisuudessa, on vielä auki. Olen tehnyt myyntityötä nyt jo muutaman vuoden ja tuntuu siltä, että ehkä olisi aika siirtyä muihin tehtäviin. Esimerkiksi asiakasratkaisuiden konseptointi on minulle helppoa. Löydän ja tunnistan asiakkaiden ongelmia ja osaan tehdä niistä ehdotuksia kehitysprojekteiksi. Muistiinpanoni asiakastapaamisten jälkeen ovat yleensä täynnä asiakkaan liiketoimintaa kehittäviä ratkaisuja.

Analysoidessani tätä opinnäytetyötä ja sen sisältämää työpäiväkirjaa olen havainnut, että pitkäjänteisellä myyntiasenteella tulee tulosta. Erilaisten myyntistrategioiden ja uusien menetelmien oppiminen ja hyödyntäminen päivittäisessä työssä on elintärkeää. Myyjän täytyy osata kehittyä tekemässään työssä, jos hän haluaa menestyä. Mielestäni myynti on kuin matematiikkaa. Mitä enemmän on puheluita, sitä enemmän on tapaamisia. Mitä enemmän tapaamisia, sitä enemmän kauppaa.

6 YHTEENVETO

Päiväkirjamuotoisessa opinnäytetyössä on yleisesti avattu teknisen myyjän toimenkuvaa. Omaa myyntityötä on analysoitu ennen työpäiväkirjaa ja sen jälkeen. Opinnäytetyöprosessin aikana on opeteltu uusia myyntimenetelmiä, myyntistrategioita ja muita tekniseen myyntiin liittyviä asioita. Menetelmien opetteleminen on tapahtunut työpaikalla ja tutustumalla aiheeseen liittyviin tiedekirjallisuuden julkaisuihin.

Yksi tärkeimmistä havainnoista on, että myyjä oppii ja kehittyy tekemällä myyntiä avoimella asenteella ja on valmis omaksumaan uusia myyntimenetelmiä ja käytäntöjä. Teknologisesti inspiroiva ja motivoiva yritys myös lisää myyjän tietoja ja taitoja tietoisesti. Myynninelinkaareen liittyvien oppien sisäistäminen on tärkeää. Teknisen myyjän valmiudet kehittyvät työn tekemisen kautta. Ammattikorkeakoulussa opitaan IT-alan perusteet, joten työpaikalla oikeissa myyntitöissä tekninen myyjä syventää osaamistaan tekniikan osalta. Myyjä oppii työn ohessa melkein huomaamattaan erittäin paljon ohjelmistokehityksestä.

Olen kehittynyt myynnissä paljon, koska olin meidän yrityksemme ensimmäinen myyjä ja ryhdyin tähän työhön käytännössä hyvin pienellä myyntikokemuksella. Oikeastaan voisi kuvata, että olen tällä hetkellä jo mestari myynnissä. Tiedän, miten myyntiä tehdään käytännössä tuloksellisesti. Tässä muutama esimerkki taidoista, jotka olen oppinut työpaikalla ja tämän opinnäytetyön aikana. Tiedän, miten puhelintyöskentelystä saadaan tapaamisia realisoitua. Osaan tunnistaa erilaisia tunnuslukuja mahdollisista asiakkaista ja tehdään niistä toimivan myyntisegmentin. Osaan palvella asiakkaita tehokkaasti ja päämäärä hakisesti. Pystyn tunnistamaan ja löytämään asioita, joista asiakkaiden yritykset hyötyvät. Hyödynnän työssäni opittuja esitystekniikoita ja osaan esimerkiksi esitellä tarjoukset, niin että asiakas ymmärtää mitä on ostamassa.

Päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö antaa tekijälleen dokumentaation siitä, mitä hän työssään tekee tarkasti. Se antaa mahdollisuuden ymmärtää erilaisia rutiininomaisia työtehtäviä mitkä toistuvat päiväkirjan aikana. Rutiinien avulla myyjä oppii ymmärtämään työtänsä ja pystyy sitä kehittämään. Opinnäytetyössä selviää, että myyjäntyo on itseään toistavaa. Tämä päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö on läpileikkaus teknisen myyjän toimenkuvasta.

Opinnäytetyön prosessi oli kohtalaisen helppo teoriassa, mutta käytännössä se vaati enemmän työtä kuin olisi ajatellut. Ensinnäkin ohjeistus on vanha ja sen seuraaminen on ollut haasteellista, koska Lahden Ammattikorkeakoululla ei ole tähän päiväkirjamuotoiseen opinnäytetyöhön omaa ohjeistusta. Ohjeistuksessa olevat määritelmät työn keräyksestä, väliotsikoista ja tekstin määrästä ovat olleet suurin piirtein suuntaviivoja. Esimerkiksi

työpäiväkirjaa koskeva ohjeistus kolmestatoista työviikosta olisi lisännyt sivuja huomattavasti. Ohjeita seuraamalla työ ei täytä ammattikorkeakoulun päättötöiden laatua.

Toisena ongelmana oli, että kielioppini ei ole ollut tarvittavan laadukasta opinnäytetyön laatukriteerien täyttämiseksi. Olen nähnyt paljon vaivaa ja ottanut selvää suomen kielen kielioppisäännöistä. Kuitenkin tekemällä on opittu miten työ saatetaan valmiiksi.

Ohjaavan opettajan kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta on tämä opinnäytetyö saatu tehtyä. Hän on ohjannut tämän työn sisältämän kokonaisuuden olemaan laadukas opinnäytetyö.

Jos prosessin voisi aloittaa uudelleen, keskittyisin mahdollisesti johonkin tiettyyn myyntiin liittyvään asiaan tarkemmin. Nyt keskityin kokonaisuudessaan teknisen myyjän toimenkuvaan, mutta tässä opinnäytetyössä on monta asiaa, joista voisi tehdä kokonaisen opinnäytetyön yksinään. Toisaalta työ on nyt minulle ja lukijalle myynnin perustyöhön pureutuva kokonaisuus. Tästä opinnäytetyöstä näkee mitä teknisen myyjän arki on päivittäin ja miten myyjän pitää toimia sekä millaisia taitoja täytyy oppia ja kehittää tullakseen mestarimyyjäksi.

LÄHTEET

- Arotie, O. 2018. Spin Selling. Pro Akatemia. Viitattu 1.8.2020. Saatavissa <https://essee-pankki.proakatemia.fi/spin-selling/>
- Care, J. & Bohlig, A. 2008. Mastering Technical Sales : The Sales Engineers Handbook, Artech House. ProQuest Ebook Central. Viitattu 15.6.2020. Saatavissa <http://ebookcentral.proquest.com/lib/lab-ebooks/detail.action?docID=456890>.
- Davidsson, T. 2013. Onnistumisen edellytyksiä ICT-projekteissa. Laurea ammattikorkeakoulu 2013. Opinnäytetyö. Viitattu 1.6.2020. Saatavissa <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2013112818752>
- Hartikainen, M. 2019. MITÄ VAATII LAADUKAS MYYNNIN ONNISTUMINEN? Myynnin johtamisen tutkimus. Projekti- ja myyntijohtaminen (YAMK). Opinnäytetyö. Viitattu 1.8.2020. Saatavissa <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2019121125966>
- Paavola, M. 2017. CRM-järjestelmän käytön kehittäminen Yritys X:ssä. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu 2017. Opinnäytetyö. Viitattu 1.8.2020. Saatavissa <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017053011013>
- Wallenius, N. 2018. Näistä neljästä syystä IT-projektit epäonnistuvat. Wallenius Consulting. Viitattu 1.8.2020. Saatavissa <https://niklaswallenius.fi/itjohtaminen/nelja-syyta-miksi-projektit-epaonnistuvat/>