

Please note! This is a self-archived version of the original article.

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

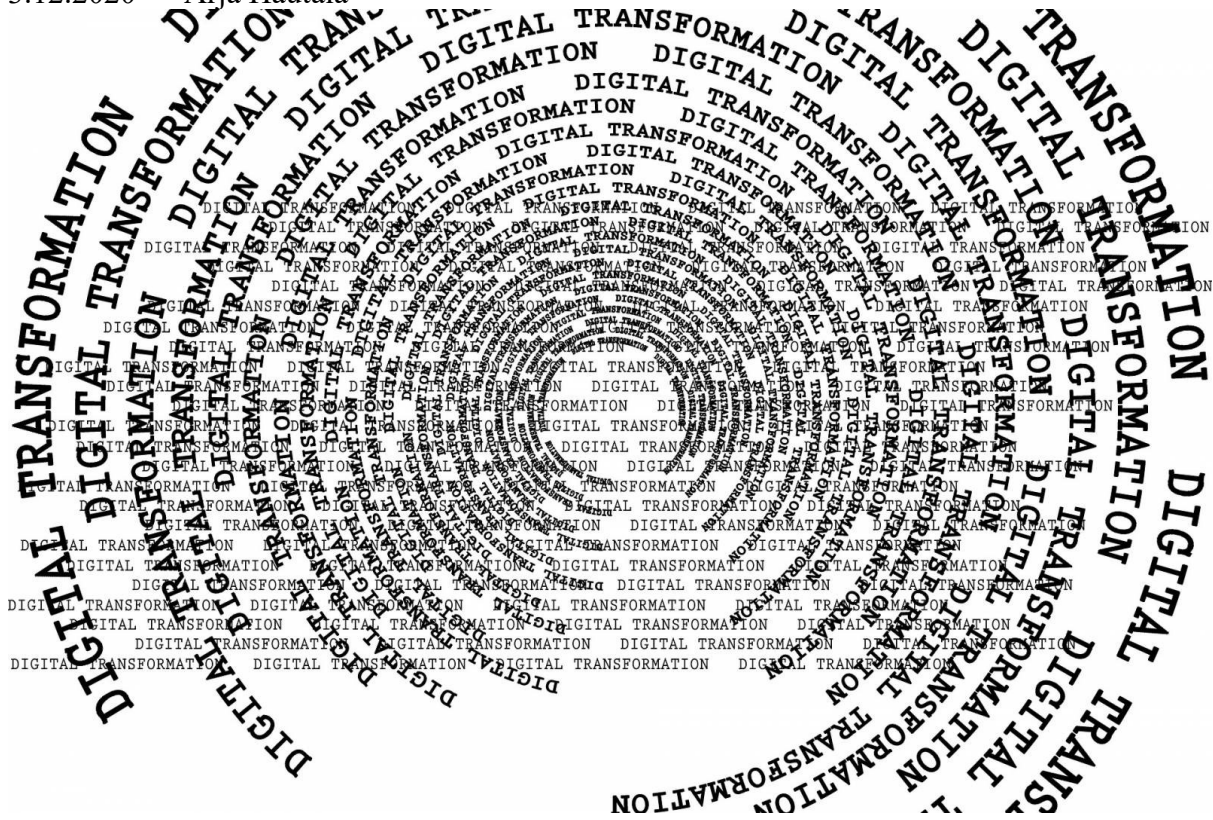
To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Hautamäki, P. & Nieminen, J. (2020) Riittääkö myyjien digiosaaminen suomalaisissa pk-yrityksissä? TAMK-blogi, 3.12.2020.

URL: <https://blogs.tuni.fi/tamkblogi/myynti/riittaako-myyjien-digiosaaminen-suomalaisissa-pk-yrityksissa/>

# Riittääkö myyjien digiosaaminen suomalaisissa pk-yrityksissä?

3.12.2020 — Arja Hautala



B2B-myyntissä teknologian hyödyntäminen on yksi menestystekijä suomalaisissa kansainvälistä kasvua tekevissä pk-yrityksissä. Asiakkaiden ostaminen on koronan myötä ottanut isoja harppauksia kohti entistä digitaalisempia tapoja ostaa. McKinseyn (2020) selvityksen mukaan lähes 27 % yrityspäätäjistä ovat valmiita ostamaan 500 000 dollarin suuruisia hankintoja etänä tai itseavusteisesti verkosta. Miten teillä siis myydään? Pohjautuuko ostoprosessinne vielä täysin kasvokkain tapahtuviin tapaamisiin?

Tämä blogikirjoitus pohjautuu [YAMK-opinnäytetyöhön](#), jossa tutkittiin millainen valmius ja osaaminen myyjillä on digitaalisten työkalujen ja teknologian hyödyntämiseen B2B-myyntissä. Opinnäytetyössä mallinnettiin käytännönläheinen ohjeistus, infograafi myyjien digitaalisten työkalujen ja teknologian hyödyntämiseen myyntissä.

## Myynnin rooli ja tärkeys

[Asiakkaiden vaatimukset ja tarpeet ovat erilaisia ja paljon laajempia kuin koskaan ennen.](#) Tästä syystä yritykset ovat joutuneet tilanteeseen, jossa [on tarve kehittää myös asiantuntijoiden myynnillistä osaamista. Ja kuka olisikaan parempi henkilö kartoittamaan asiakkaan tarvetta, kuin myytävän aihealueen asiantuntija ja syväosaaja.](#) Huolimatta siitä, kuka myyntissä toimii, asiantuntijoista ja myyjistä koostuva tiimi tai myyntitiimi, tulee tiimillä olla ratkaisuosaimisen ja asiakkaiden ongelmien kartoitustaitojen lisäksi [kokonaisvaltaista ymmärrystä asiakkaan tarpeesta, toimintaympäristöstä ja liiketoiminnasta.](#)

[Myyntitaitoja tarvitsee ihan jokainen.](#) On kuitenkin tärkeää ymmärtää, että myyntiä voi tehdä etänä ja digimyynti ei ole nuorillekaan asia, joka on vain synnynnäisesti omaksuttu. Aivan kuten myyntiä tulee opiskella, myös tavat tehdä myyntiä digitaalisuutta hyödyntäen vaatii oppimista ja useita ketteriä kokeiluita. [On kuitenkin selvää, että muutoksia myyntitapoihin tulee tehdä viimeistään nyt. Asiakasta on palveltava ostopolulla oikeassa kohtaamispaikassa oikeaan aikaan ja siten, kuin asiakas odottaa. Opinnäytetyössä nousi vahvasti esille, ettei digitaalisuus ole itsetarkoitus, vaan esimerkiksi teknologiaa hyödyntämällä helpotetaan yrityksen onnistumista myynnissä, markkinoinnissa ja viestinnässä.](#) Digitaalisen tekemisen on tuotettava arvoa asiakkaalle sekä myyjälle.

## **Myyjän digitaalinen osaaminen ja taidot**

[Opinnäytetyössä](#) nousi esille, että digitaalisten työkalujen ja teknologioiden hyödyntäminen vaatii uudenlaisia osaamisia ja uusia taitoja asiakaspolkua mukailevan myyntiprosessin eri vaiheissa. Opinnäytetyössä haastateltujen yritysten mukaan myyjän on osattava käyttää ja hyödyntää digitaalisia työkaluja ja teknologiaa sujuvasti kaikissa myyntiprosessin eri vaiheissa.

[Opinnäytetyön mukaan](#) myyjän digitaalista osaamista on verkostoituminen ja toiminta sosiaalisen median kanavissa, vaikuttava kommunikointi, sekä vuorovaikutus oikeissa kanavissa asiakkaan kanssa. Digitaalista osaamista tarvitaan myös asiakkaan kohtaamispaikan tunnistamiseen ja oikea-aikaiseen tavoitettavuuteen. Markkinoinnin tehtävänä on toimia myyjän tukena ja apuna näissä tilanteissa.

## **Opi hyödyntämään digitaalisia työkaluja**

[Opinnäytetyön](#) tulokset osoittavat, että yrityksen on tärkeää auttaa myyjää uudistumisessa. Yrityksen on myös tuettava myyjää ajankäytössä uuden oppimiseen liittyen. Yrityksen johdon tehtävänä on viime kädessä valittava hyödyllisimmät työkalut käyttöön, jotka ovat tarkoituksenmukaisia ja tukevat kyseisen yrityksen toimintaan. Yrityksen on myös huolehdittava, että työkalut ja järjestelmät ovat yhteensopivia ja integroitavissa muuhun yrityksen teknologiseen ympäristöön.



Kuva 1. Myyjän infograafi (Nieminen 2020)

Opinnäytetyön konkreettisenä tuotoksena laadittiin käytännönläheinen visuaalinen infograafi (Kuva 1). Infograafi tukee ja auttaa myyjää työssään, sekä yritystä siinä, minkälaisia digitaalisia työkaluja ja teknologiaa voi hyödyntää myyntiprosessin eri vaiheissa.

No riittääkö suomalaisten pk-yritysten digiosaaminen? Parhaimpiin tuloksiin päästään, kun muutokseen osallistetaan koko organisaatio. Lisäksi jokaisen henkilökohtaistakin vastuuta on uudistaa omaa osaamista. Palkkaisitko sinä itsesi tänään kyseiseen työtehtävään?

### Kirjoittajat:

Pia Hautamäki, myynnin johtamisen yliopettaja, Tampereen ammattikorkeakoulu, pia.hautamaki@tuni.fi

Johanna\* Nieminen, tradenomi YAMK, Johtaminen ja palveluliiketoiminta

Asiakkuuspäällikkö, Wakio Oy, johanna.nieminen@wakio.fi, puh. 050 5722 523

\*) Yhteydenotot opinnäytetyöhön liittyen

Kuva: Pixabay