

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

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Uusitalo, K. & Hautamäki, P. (2021) Mistä tämän päivän myynnin johtamisessa onkaan kysymys? TAMK-blogi, 26.4.2021.

URL: <https://blogs.tuni.fi/tamkblogi/myynti/mista-taman-paivan-myyntin-johtamisessa-onkaan-kysymys/>

Mistä tämän päivän myynnin johtamisessa onkaan kysymys?

26.4.2021 — Arja Hautala



Myynti on murroksessa ja tähän murrokseen ovat vaikuttaneet useat eri tekijät. Myyntihenkilöstöltä vaaditaan entistä parempaa osaamista, jotta he pystyvät arjessaan vastaamaan eri puolilta tuleviin odotuksiin muuttuneissa olosuhteissa.

[Myyntihenkilöstön on osattava johtaa kokonaisuuksia, tehdä yhteistyötä sekä kommunikoida tehokkaasti, jotta he pystyvät vastaamaan asiakkaiden kasvaneisiin vaatimuksiin. Myyjien on myös osattava hyödyntää teknologioita ja ottaa asiantuntijat mukaan myyntiin](#), sillä yksin on haastavaa onnistua tämän päivän palvelumyynnissä. Nämä tekijät vaikuttavat paljon siihen, miten myyntiä tulisi tänä päivänä johtaa.

Tämä blogi pohjautuu myynnin johtamisesta tehtyyn YAMK-opinnäytetyöhön, jossa selvitetään, mitä asioita myynnin johtamisessa tulisi tänä päivänä huomioida. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, miten myyntiä tulisi johtaa huomioiden työntekijöiden odotukset ja modernin myynnin tekijät sekä teknologioiden tarjoamat mahdollisuudet. Työn tarkoituksena tehtiin malli modernin myynnin johtamiseen pohjautuen myynnin tekijöihin, erilaisten johtamistyylien hyödyntämiseen, myyjien motivoimiseen sekä heidän työnsä helpottamiseen inbound-markkinoinnin ja myynnin teknologioiden avulla.

Myynti tänä päivänä

[Modernia myyntiä kuvaa kolme trendiä, joita ovat asiakkaiden muuttuneet ostotavat ja kasvaneet vaatimukset, teknologioiden kehittyminen sekä globalisaatio ja kilpailun kiristyminen.](#) Modernin myynnin voidaan näin ollen sanoa olevan asiakkaan kasvaneisiin

odotuksiin vastaamista ja arvon tuottamista kiristyneessä kilpailutilanteessa teknologioita tehokkaasti hyödyntämällä.

[Tänä päivänä ostajat vaativat arvoa tuotteen ja palvelun lisäksi myös asiakassuhteilta.](#) Tiedon saatavuus on lisännyt läpinäkyvyyttä ja asiakkaat hyödyntävät laajempaa tuote- ja palvelutietoisuuttaan. Asiakkaat myös odottavat konkreettisia esimerkkejä arvon luomisesta heidän liiketoiminnalleen. Teknologiat puolestaan mahdollistavat uudet tavat toimia avaten uusia mahdollisuuksia, mutta tuovat myös haasteita myynnin asiantuntijoille. Tietojenkäsittelyjärjestelmät mahdollistavat asiakastietojen hankkimisen, yhdistelemisen sekä analysoinnin tarjoten erilaisia tietoja asiakkaasta. Näiden lisäksi markkinat ovat muuttuneet globaaleiksi ja maailman eri talousalueet yhdistyvät kovaa vauhtia.

[Opinnäytetyön tuloksiin pohjaten modernissa myynnissä asiakas tulee laittaa kaiken tekemisen keskiöön,](#) jotta kasvaneisiin odotuksiin pystytään vastaamaan myyjien monipuolisen osaamisen, sisäisen ja ulkoisen yhteistyön sekä erilaisten työkalujen tukemana.

Teknologioista apua arvon tuottamiseen

Digitaaliset teknologiat kehittyvät kovaa vauhtia ja vaikuttavat niin myynnin käytäntöihin kuin teoriaankin. [Tutkimus osoittaa, että digitaaliset ja tekoälyä sisältävät myynnin teknologiat tulevat muuttamaan myyntiä enemmän kuin mikään muu aikaisempi teknologia. Nämä teknologiat muuttavat myös myynnin asemaa arvon luomisessa asiakkaalle. On osoitettu,](#) että tekoälyä myynnissä hyödyntävät yritykset ovat onnistuneet lisäämään liidien ja tapaamisten määrää yli 50 % sekä vähentäneet kuluja 40-60 % ja puheluihin käytettyä aikaa 60-70 %. Tämän lisäksi tekoälyn tuomaa arvoa nostaa se, että myyjät voivat käyttää enemmän aikaa vuorovaikutukseen asiakkaidensa kanssa.

[Myynnin käytössä olevat teknologiat on kuitenkin usein suunniteltu myynnin johdon, eikä myynnin tarpeita ajatellen. Opinnäytetyössä löydettiin muutamia tärkeitä painopistealueita, joihin on hyvä kiinnittää huomiota myyntiä digitalisoidessa:](#) Teknologioita valittaessa yrityksen tulisi pohtia mihin tarpeeseen teknologiaa tarvitaan ja minkä ongelman se ratkaisee, jotta teknologioista olisi aidosti hyötyä ja myyjät myös sitoutuisivat käyttämään niitä. Valinnassa kannattaisi myös pohtia, miten valittava työkalu sopii yhteen muiden työkalujen kanssa ja tukeeko sen käyttötarkoitus yrityksen strategiaa. Työkalun tulisi tuottaa aidosti arvoa myynnille ja myyjien tulisi kokea se tarpeelliseksi, jotta he sitoutuisivat sen käyttämiseen. Käyttöön otossa olisi lisäksi tärkeää huolehtia riittävästä koulutuksesta sekä käytön ja saatujen hyötyjen seurannasta. (Uusitalo 2020.)

Myynnin johtaminen vaatii uudenlaisia taitoja

Myynnin muuttunut ympäristö on muuttanut myös sitä, miten myyntiä tulisi tänä päivänä johtaa. [Modernia myyntiä johdetaan tekemällä yhteistyötä, valmentamalla, antamalla vastuuta, jakamalla tietoa sekä kohtelemalla ihmisiä yksilöllisesti.](#) Jotta yritys pystyisi aidosti vastaamaan asiakkaiden toiveisiin, tulisi johdon ja myynnin välisen kommunikaation toimia hyvin. [Opinnäytetyön pohjalta voidaan sanoa,](#) että on myynnin tehtävä tuoda asiakasrajapinnasta tietoa yrityksen johdolle asiakkaiden toiveista, jotta yrityksen tarjoomaa voidaan kehittää asiakkaiden tarpeita vastaavaksi. Johdon tehtävä puolestaan on varmistaa, että yrityksessä ymmärretään myynnin merkitys yrityksen menestymiselle ja pitää huolta

siitä, että osastojen välinen yhteistyö toimii mutkattomasti. Lisäksi myyjien monimutkaista osaamisen tarvetta tulisi tukea teknologioilla, jotka helpottaisivat myyjien työtä ja mahdollistavat enemmän aikaa käytettäväksi asiakkaiden kanssa.

[Opinnäytetyön pohjalta suositamme](#), että myynnin johtamisessa tulisi tänä päivänä ottaa enemmän huomioon muuttuneet olosuhteet ja sen vaikutukset myyntiin. Johtamisessa tulisi pyrkiä mahdollistamaan tarvittavan tuen saaminen sekä huolehtia, että myynnillä on oikeanlaiset ja heidän työtään tukevat teknologiat käytössä. [Myyjien työ on muuttunut ekosysteemiseksi, monimutkaisten kokonaisuuksien ja laajojen ihmisryhmittymien johtamiseksi, johon tarvitaan yhteistyötä ja tehokasta kommunikointia](#). On myynnin johdon vastuulla huolehtia, että myynnillä on riittävät resurssit työssä suoriutumiseen sekä varmistaa, että kaikki tekijät ovat tasapainossa ja asiakas tekemisen keskiössä.

Kirjoittajat: Krista Uusitalo, Tradenomi YAMK, Kansainvälinen myynti ja myynnin johtaminen, krista_uusitalo@outlook.com, 040 509 6117

Pia Hautamäki, KTT, Liiketoiminta, TAMK, pia.hautamaki@tuni.fi, Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala, Yliopettaja

Kuva: Unsplash, Kraken Images