

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

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Boedeker, M. (2021) Myynnillisen asiantuntijan tuntemukset työyhteisössään. Myynnin & Markkinoinnin Ammattilaiset -blogi, 19.1.2021.

URL: <https://mma.fi/ajankohtaista/blogi/myynnillisen-asiantuntijan-tuntemukset-tyoyhteisossaan/>

Myynnillisen asiantuntijan tuntemukset työyhteisössään



Asiakastyö ja -kohtaukset herättävät monenlaisia tuntemuksia, puolin ja toisin. Mutta myös myyvän organisaation sisällä tapahtuu monenlaista, mihin reagoidaan emotionaalisesti. Tässä kirjoituksessa johdattelen lyhyesti näihin ”sisäpelin” tuntemuksiin muutostilanteessa.

Kirjoitus pohjautuu Tampereen ammattikorkeakoulun [tutkimusryhmän](#) keräämän tutkimusaineiston alustavaan analyysiin ja [podcastiin](#), jossa aiheesta kanssani puhumassa olivat kehityspäällikkö Noora Niemi Lähtäpiolasta ja Adeptus Partnersin johtaja Mikko Parikka.

Yksilön tuntemuksilla on syynsä ja seurauksensa

Myynnillisempään rooliin siirtyminen aiheuttaa asiantuntijalle monenlaisia ja eri vahvuisia tuntemuksia. Syntyvät ”ajatuskuplat” siitä, mitä pitäisi osata ja kuinka valmis pitäisi heti olla uudessa roolissa, voivat pahimmillaan aiheuttaa jopa pelkotiloja. Eräs haastateltavamme kertoo tähän tapaan:

”Niin no on se alun vahva vastahankaisuus väistynyt ja jossain kohtaa mä sanoin kyllä [esihenkilön nimi], että iski semmonen kiitollisuus, että kiitos kun luotit minuun, kun en itse, et jos olis käynyt niin päin että olis tarjottu, että otatko tästä tämän irtisanomuspaperin vai tästä tämän myyntineuvottelijapestin, niin mä en olisi uskaltanut ottaa sitä myyntineuvottelijan pestiä.”

Sama haastateltava kertoo myöhemmin, kuinka on käytännössä huomannut, ettei se entinen tekeminen aivan hirveästi sitten lopulta muuttunutkaan.

”Eihän tässä huonosti käyny, että kyllä sillä tavalla viihdyn edelleen työssäni.”

Alun epätietoisuudesta johtuva vastahankaisuus ja pelko kääntyvät lopulta kiittolisuuteen, helputukseen ja työssä (edelleen) viihtymiseen. Kupla on saatu sopivasti puhkaistua, mutta olisiko myyntiä tai myynnillisyyttä ollut hyvä sanottaa yhdessä jo aiemmin?

Esimerkki kuvaa hyvin aineistossamme toistuvia asiantuntijan työn kuvan muutokseen liittyviä yleisimpiä negatiivisia tuntemuksia. Näiden pelon perheen tuntemusten taustalla on usein epätietoisuus uuden roolin vaatimuksista. Pahimmillaan seurauksena voi olla irtisanoutuminen. Toisaalta sopivalla johtamisella ja esihenkilötyöllä tällaisista niin sanotuista affektiivisista tapahtumista voidaan muotoilla positiivisia tuntemuksia herättäviä tilanteita muine myönteisine seurauksineen.

Ja kuten jo ylläkin näkyy, kaikki aineistossamme ilmenevät tuntemukset eivät suinkaan ole negatiivisia. Tyypillisesti uudessa mukana oleminen, uuden oppiminen ja onnistumiset ovat tuoneet mukanaan mm. mielihyvää, varmuutta ja tyytyväisyyttä, kuten eräs haastateltava kertoo:

”No kyl mä ihan tykkäsin, ei siinä mitään. Ihan ok, et aina sit aattelee, että uutta on aina kiva oppia kuitenkin ja olla mukana.”

Mites teillä työpaikalla?

Voiko yksilön tuntemuksia tai organisaation tunneilmapiiriä säädellä tai johtaa? Onko teillä työntekijöillä ajatuskuplia? Pitääkö myynti sanottaa? Saako teidän työpaikallanne olla kivaa? Kehutaanko teillä selän takana? Mikä on onnistumisista täyttyvä lasipurkki? Käy kuuntelemassa Nooran ja Mikon ajatuksia näistä ja paljosta muusta [podcastissamme!](#)

Tämä kirjoitus ja siihen liittyvä podcast on toteutettu osana [Tutkitun tiedon teemavuotta 2021](#), joka on opetus- ja kulttuuriministeriön, Suomen Akatemian ja Tieteellisten seurain valtuuskunnan yhteinen hanke. Teemavuoden tavoitteena on tehdä tutkitusta tiedosta entistä näkyvämpää ja saavutettavampaa sekä tiivistää tutkitun tiedon parissa toimivien yhteistyötä.

19.11.2021



Yliopettaja ja myynnin tutkimusryhmän tutkija

Mika Boedeker

Tampereen ammattikorkeakoulu