

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. (2022) Tunneälykäs myyntijohtaja mahdollistamassa myyntituloksia – etämyynti haastaa yritysten tuloksellisuutta. Bonfire, 22.2.2022.

URL: <https://www.bonfire.fi/tunnealykas-myyntijohtaja-mahdollistamassa-myyntituloksia-etamyynti-haastaa-yritysten-tuloksellisuutta/>

Tunneälykäs myyntijohtaja mahdollistamassa myyntituloksia – etämyynti haastaa yritysten tuloksellisuutta

[Pia Hautamäki](#)
[Myynti ja markkinointi](#)

22. helmikuuta



Etätyö ja myynti lienee tuttu yhtälö, onhan myyntiä tehty jo vuosikaudet siellä missä asiakaskin on. Mutta nyt myyntihenkilöstön piipahtaessa toimistolla, siellä ei näy ketään. Tämä on uusi ilmiö, joka etätyösuositusten päättymisen jälkeen lienee meidän uusi koronan jälkeinen normaali. Mikäli amerikkalaisten toimintatapoihin ja niiden jalkautumiseen Suomeen on uskominen, niin kutsuttu etätyö on työelämän jatkuva trendi. Amerikkalaisen Pew tutkimuskeskuksen uusimman selvityksen mukaan 61 % asiantuntijoista tulevat valitsemaan etätyön jatkossakin, kun luku vuonna 2020 oli 36% (Parker, Horowitz, ja Minkin, 2022).

Käytännön tasolla useat myyntihenkilöt ovat koronan aikana raportoineet hankaluuksistaan saada rakennettua inhimillisen tason yhteys asiakkaan kanssa. Pääsy asiakkaan todellisiin tarpeisiin on raportoitu olevan haastavaa. Myös syvemmät asiakaskeskustelut tulevaisuuden liiketoimintayhteistyön kehittämisestä ovat jääneet etätyön vuoksi pitämättä. *Monessa myyntiorganisaatiossa saattaa lähitulevaisuus olla hahmottomaton. Näin ollen on entistä vaikeampaa ymmärtää, millaista ja minkä suuruista kauppaa eri kumppaneiden kautta tulevaisuus tuo tullessaan.* Tämä hankaloittaa suuresti myös myyntijohtajan työtä sekä yrityksen johdon näkyvyyttä tulevaisuuden liiketoimintatilanteista. Haastavat ajat eivät siis jääneet taakse, vaan kamppailu kannattavan kasvun aikaansaamiseksi etäympäristöissä haastavat yritysten toimintatapoja.

Minulla oli mahdollisuus osallistua puhujana Tunneälysummit 2022 -tapahtumaan. Omalla myyntiurallani, ajalla ennen korkeakoulu-uraani toimin myyntijohtajana. Huomasin Tunneälysummit -tapahtuman myötä palaavani entistä useammin omiin kokemuksiini myyntijohtajana. Olen aina kokenut olevani osaava toisen ihmisen kohtaaja ja kuulija, mutta tapahtuman jälkeen jäin tarkemmin pohtimaan kokemuksiani. Miten monta kertaa olinkaan myyntihenkilöltä kuullut ”valituksia” myyntialueen huonoudesta, tai siitä miten myynti ei ole asiantuntijan juttu. Jäin ajattelemaan syvemmällä tasolla näitä tilanteita ja omaa myyntijohtajuuttani ja huomasin valmistautumiseni ja osallistumiseni tapahtumaan herättäneen uusia oivaltavia tunteita tunneälykkyyden todellisesta olevaisuudesta. Tunneälyn on tutkittu olevan kyvykkyyttä tunnistaa omia ja toisten tunteita ja tunnetiloja, säädellä niitä sekä hyödyntää tietoutta tunteista ja tunnetiloista oman ajattelun edistämiseen (Mayer ja Salovey, 1997).

Nyt jälkikäteen pohtiessani tunneälyn määrittelyä huomaan, että johtajana tekemiseni liittyen siihen, miten hyödynnän tietoutta tunteista toisen ajattelun edistämiseen, on ollut ohutta. Jäin tarkastelemaan, olenko ottanut tarpeeksi aikaa myyntihenkilön kanssa liittyen hänen kokemuksiinsa myyntialueen huonoudesta. Olenko halunnut aidosti ymmärtää henkilön tunnetiloja, uskomuksia ja hänen kokemuksiaan aiheeseen liittyen? Olenko pyrkinyt auttamaan henkilöä edistämään omaa ajatteluun myyntialueestaan ja olemmeko löytäneet uusia ratkaisuita, joiden kautta henkilö voisi uudistaa omaa ajatteluaan?. No en ole, rehellisesti sanottuna! Tässä voikin aidosti kysyä, että mitä olympiakultamitaliin joukkueensa valmentanut Jukka Jalonen oikeasti tarkoittaa sanomalla, että kenellekään ei saisi tulla kokemusta jäämisestä yksin tai siitä, että tulisi yksin ratkaista tilanne.

Useat tutkimukset ovat osoittaneet tunneälyn yhteyden parempiin tuloksiin myynnissä (mm. Boyatzis ym., 2012; Lassk, ja Shepherd, 2013). On myös osoitettu, että tunneälykkäät henkilöt ovat joustavia muutostilanteissa ja he pääsevät myös digitaalisissa kohtaamisissa emotionaaliselle tasolle toisen osapuolen kanssa (Whisker ja Poulis, 2015). Voi siis reilusti kysyä, että miten suuri merkitys tunnetaitavalla johtajalla onkaan myyntiorganisaation menestykseen jatkuvalla etätyöskentelyn aikakaudella.

Tänä päivänä monta kokemusta viisaampana esihenkilönä ottaisin keskusteluihin myyntialueen huonommuudesta mukaan kysymyksiä, joiden kautta voisin paremmin ymmärtää henkilön tunteita ja tunnetiloja. Tällaisia kysymyksiä voisivat olla esimerkiksi: Millaisia kokemuksesi ovat olleet, joiden kautta olet alkanut kokemaan tuntemuksia myyntialueen huonommuudesta? Millaisia keskustelutilanteet ovat olleet asiakkaan kanssa? Millaisista asiakaskeskusteluista nämä tunnetilat liittyen myyntialueen heikkouteen ovat heränneet? Millaisia tunteita nämä tilanteet ovat sinussa herättäneet? Millaisia tunnesäätelyn keinoja olet näissä tilanteissa hyödyntänyt? Millaiset toimenpiteet voisivat edistää asiakastilanteissa edistymistä näistä tunnetiloista huolimatta?

Tunneälykäs johtajuus vaatii tahtoa toimia esihenkilönä ja halua auttaa toista kehittymään omassa ajattelussaan. Tunneälykkään johtajan arki on läsnä olemista ja ajattelua, ei asioiden rutiiniomaista toimeenpanoa ja suorittamista sekä etäkokouksesta seuraavaan hyppimistä. Millaisia toimenpiteitä sinä aiot tehdä johtajuuteesi etätyöaikakauden piirityessä pysyväksi osaksi kohti tulevaisuuden työelämää ja myyntiä?

Kirjoittaja KTT Pia Hautamäki toimii Tampereen ammattikorkeakoulussa myynnin johtamisen yliopettajana ja tutkijana, myynnin tutkimusryhmän jäsenenä sekä ROBINS-tutkimushankkeen johtajana. Pia vastaa myös kansainvälisen myynnin ja myynnin johtamisen maisteritasoisesta tutkinto-ohjelmasta, jossa valmennetaan tulevaisuuteen kasvujohtajia toimimaan myynnin digitaalisissa toimintaympäristöissä, hyödyntämään teknologioita ja tekoälyä myynnissä sekä johtamaan kannattavaa kansainvälistä kasvua. Jos haluat opiskelijaksi tähän tutkinto-ohjelmaan syksyllä alkavaan ohjelmaan, lue lisää [täältä](#).



Pia Hautamäki

Tampereen korkeakouluyhteisö, TAMK

Myynnin johtamisen yliopettaja, tutkija, KTT

KTT Pia Hautamäki toimii myynnin tutkijana ja yliopettajana Tampereen korkeakouluyhteisössä TAMKissa. Pia johtaa myyntiin, tekoälyyn ja robotiikkaan keskittyvää ROBINS-tutkimushanketta ja toimii vastuuyliopettajana kansainvälisen myynnin ja myynnin johtamisen maisteritutkinnossa. Pia on intohimoinen myyntiosaamisen edistäjä ja Suomessa tapahtuvan myyntiosaamisen edistämisen lisäksi, hän toimii kansainvälisen Global Sales and Science Institutun johtoryhmän jäsenenä tavoitteenaan lisätä myynnin koulutusta ja tutkimusta maailmanlaajuisesti. Tätä myyntiosaamisen edistämisen työtä Pia tekee päivittäin työssään Tampereen ammattikorkeakoulussa niin valmentajana kuin tutkijanakin. Pian arkeen kuuluu oleellisesti tutkimustyön ohella jalkauttaa uutta tietoa sosiaalisen median tukemana kuten myös kansantajuisia artikkeleita ja blogeja kirjoittaen. Pia on poikkeuksellinen akateemikko, sillä hän on ennen akateemista uraansa työskennellyt lähes 20 vuotta B2B-myyntin ja johtamisen tehtävissä suomalaisissa yrityksissä. Pian työuralle on aina läheisesti liittynyt myyntityö ja valmentaminen. Vapaa-ajallaan Pia on intohimoinen hiihtäjä, pyöräilijä

ja juoksija, kahden lapsen äiti ja sivutoiminen yrittäjä. Pian työelämän missiona on saada
#suomikasvuunmyynnillä