

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

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Jokiniemi, S. & Lehto, L. (2022) Inhimillisen taajuuden luominen etänä. Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset -blogi, 7.12.2022.

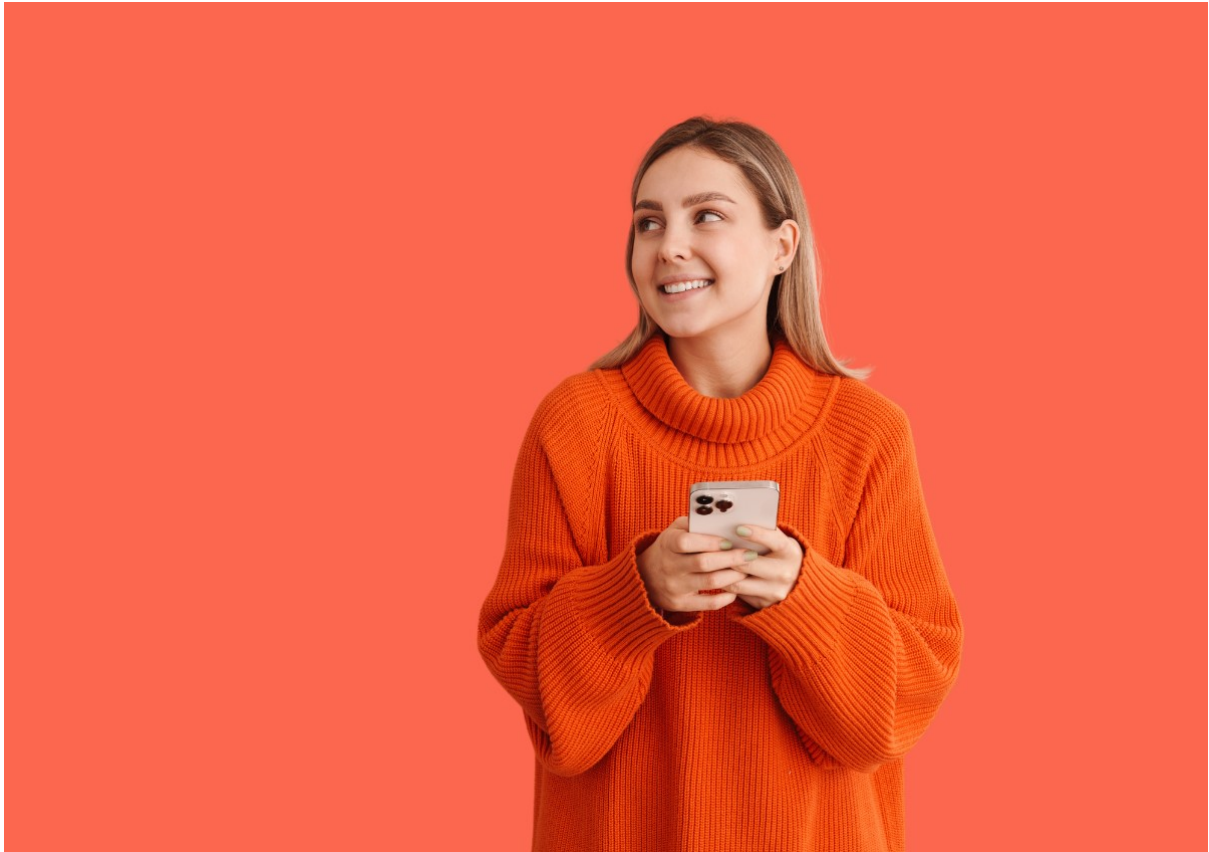
URL: <https://mma.fi/ajankohtaista/blogi/inhimillisen-taajuuden-luominen-etana/>

7.12.2022

Kirjoittaja

Laura Lehto & Sini Jokiniemi

Inhimillisen taajuuden luominen etänä



Kuulostaako tutulta: päivän kuudes Teams-palaveri potentiaalisen asiakkaan kanssa on pian alkamassa, edellinen palaveri päättyi juuri ja sähköpostiin on kilkahdellut kiireellisiksi otsikoituja viestejä.

Miten ihmeessä myyjä pystyy vielä orientoitumaan päivän viimeiseen tapaamiseen tällaisessa hässäkässä ja rakentamaan perustaa hyvälle asiakassuhteelle?

Myyjän taidot etätapaamisissa

Myyntimaisteriksi (YAMK, Liiketalous) Tampereen ammattikorkeakoulusta juuri valmistunut Laura Lehto syventyi opinnäytetyössään B2B-myyjien tunnetaitoihin etätapaamisissa. Etätapaamiset ovat heittäneet myyjille vaatimuksen uudenlaisesta tehokkuudesta. Etänä pidetyt tapaamiset ovat lähitapaamisia lyhyempiä, tiukemmin aikataulutettuja ja saattavat näistä syistä johtaa asiakkeskeiseen faktatykytykseen. Tapaamisesta voi muodostua yhdensuuntainen myyjämonologi, ja seuraava tapaaminen jää sopimatta. Asiakas ei välttämättä koe tullessa nähdyksi tai kuulluksi. Minne katosi vuorovaikutuksen inhimillinen ulottuvuus?

Digi- ja etäaika on tullut myyntiin jäädäkseen. Siitä huolimatta opinnäytetyössä haastatellut myynnin ammattilaiset korostivat itsetuntemusta ja -tietoisuutta, läsnäoloa ja kuuntelemista myyjän tärkeimpinä taitoina etämyyntitapaamisissa. Nämä samat tutut taidot tunnistamme jo lähitapaamisten puolelta. Myyjän tärkeät taidot eivät siis ole kanavariippuvaisia vaan keskeisiä sekä lähi- että etämyyntitilanteissa. Onnistuneen vuorovaikutuksen ytimessä on saman taitopohjan soveltaminen eri kanavissa.

Vuorovaikutus on vuorovaikutusta myös etänä

Jos asiakas on kiinnostunut ostamaan tavanomaista monimutkaisemman, innovatiivisemman ja kalliimman palvelutuotteen, hän konsultoi mielusti ihmistä täysin automatisoidun itsepalvelun sijaan. Kun asiakas ja myyjä – tai asiakas- ja myyjätiimit – ovat tekemisissä toistensa kanssa, puhutaan vuorovaikutuksesta, johon liittyy aina tunteita. Tunteet ohjaavat vahvasti ihmisen käyttäytymistä, ja hyvä myyjä osaakin toimia tunnetaitavasti sekä omien että asiakkaiden tunteiden suhteen.

Parhaimmillaan myyjä käyttää tunnetaitojaan myönteisen ilmapiirin rakentamiseksi. Se ilmenee rentoutumisena; on syntynyt yhteisesti mukautunut viestintätyyli sekä tarttumapintaa vaikkapa yhteisten kiinnostuksen kohteiden kautta. Myyjän aito kiinnostus asiakasta ja hänen liiketoimintaansa kohtaan välittyvät myös etänä. Positiivinen uteliaisuus ja läsnäolo välittyvät kyllä ruudunkin takaa.

Kiinnostusta asiakasta kohtaan voi viestiä esimerkiksi puhumalla myös muistakin asioista kuin myytävästä ratkaisusta ja kysymällä sellaisista seikoista, jotka valottavat asiakkaan tekemistä laajemminkin.

Kohti vahvempia etätaajuuksia

Tutuilta on mukava ostaa, tämänhän me tiedämme. Etätapaamisien tehokkuuden vaatimus ja faktoilla vakuuttaminen ovat kuitenkin ristiriidassa tutuksi tulemisen kanssa. Etäyhteys aiheuttaa myös kognitiivista kuormaa, joka vaikeuttaa läsnäoloa. Koemmeko vartin PowerPoint-esityksen aikana yhteyttä toisiimme? Voisiko sen sijaan keskittyä vuorovaikutukseen ja oikeasti kuulemaan, mitä asiakkaalla on sanottavanaan?

Jos sinulla on siis vartti aikaa asiakkaan kanssa, muista nämä:

- Keskity asiakkaaseen ja ole läsnä, sulje muut häiriötekijät.
- Muodosta yhteys tarttumalla asiakkaan aloitteisiin, löydä yhteisiä sanoja, arvoja ja ajatuksia.
- Osoita keskittyneisyyttäsi kuuntelemiseen esimerkiksi nyökkäilemällä tai tekemällä muistiinpanoja.
- Osoita empatiaa eli pyrkimystäsi ymmärtää asiakkaan lähtökohtia.
- Osoita kiinnostusta, ymmärrystä ja arvostusta.
- Jaa henkilökohtaisia asioita.
- Sanallista tunteitasi ja kysy asiakkaalta niistä, sillä etänä sanatonta viestintää on vaikeampi lukea.

- Mieti tukeeko käyttämäsi tekniikka vuorovaikutusta ja herättääkö se positiivisia tunteita.

Blogin kirjoittajat

Sini on myynnin vuorovaikutuksen yliopettaja ja Laura H2H-myyntin ammattilainen Tampereen ammattikorkeakoulusta.



[Sini Jokiniemi](#)



[Laura Lehto](#)