

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

Huom! Tämä on rinnakkaistallenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Jokiniemi, S. (2023) Onko kestävydestä kilpailueduksi? Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset MMA blogi, 3.10.2023.

URL: <https://mma.fi/ajankohtaista/blogi/onko-kestavydesta-kilpailueduksi/>

Onko kestävydestä kilpailueduksi?



Kiinnostaisiko sinua tietää, millä kulmalla yrityksenne saisi lisää liikevaihtoa? Entä miten onnistuisi vahvemman taloudellisen hyvinvoinnin rakentaminen, luottamuksen kasvattaminen ja paremman sitkon saaminen asiakaspitoon? Haluaisitko myös vahvistaa yritysmielikuvaa sekä luoda yhä laajempia yhteistyömahdollisuuksia? Colin, Landers ja Itani (2023) kertovat – kattavien tieteellisten tutkimusten pohjalta – vastauksen näihin kaikkiin tavoitteisiin löytyvän kestävydestä.

Kestävyys myyntiorganisaatiossa

Kestävydessä on kyse vastuullisesta ja pitkäjänteisestä ajattelusta, päätöksenteosta ja toiminnasta sekä strategisella että operatiivisella tasolla. Ympäristöministeriön mukaan kestävän toiminnan yhteiskunnallisena päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet.

Kestävyyttä voidaan tarkastella kolmesta ulottuvuudesta käsin. Ensimmäinen ulottuvuus on taloudellisuus, mikä tarkoittaa esimerkiksi pitkän aikavälin kannattavuuden korostumista, vastuullista tuotantoa ja investoimista kestäviin innovaatioihin. Toisena on ekologinen ulottuvuus, johon sisältyvät muun muassa vihreä energiankäyttö, kierrätettävyys, kestävät hankintakäytännöt sekä ympäristösertifikaatit. Työntekijöiden hyvinvointi, monimuotoisuus ja inklusiivisuus sekä osallistaminen ovat esimerkkejä kestävyuden kolmannesta eli sosiaalisesta ulottuvuudesta.

Myynnin ammattilaiset ovat nyt uudenlaisten mahdollisuuksien ja haasteiden edessä. Sekä asiakkaat, sijoittajat että myyntiorganisaation laajempi ekosysteemi peräänkuuluttavat kestäviä tekoja.

Myynnillä on nyt edessään tarkka paikka vakuuttaa asiakkaat ja yhteistyötahot organisaationsa aidosta sitoutumisesta kestävyys edistämiseen (Colin, Landers ja Itani 2023). Miten myyjä onnistuisi vakuuttamaan kuulijansa siitä, että myyntiorganisaation viestimä kestävyys ei ole pintapuolista viherpesua tai tyhjänä kumisevaa markkinapuhetta, joka on rakennettu vain asiakkaiden houkuttelemiseksi? Vakuuttaminen onnistuu, jos myyntipuheiden takana on konkreettisia kestäviä tekoja.

SalesDay2023 sukeltaa kestävyYTEEN

”Kilpailuetuna kestävä myynti – mitä se on?” on tulevan SalesDay-webinaarimme teema. Selvitämme yhdessä, mitä kaikkea kestävyys myynnissä pitää sisällään ja mitä voimme oppia kestävyys edelläkävijöiltä. Maksuton webinaari järjestetään perjantaina 3. marraskuuta 2023 klo 8.30–12.00. Tutustu ohjelmaan ja ilmoittaudu mukaan [tapahtuman nettisivuilla](#).

Tapahtuman panelistit tulevat keskustelemaan aiheista, jotka saavat eniten yleisöäänä webinaarin aikana. Äänestettävät aiheet ovat kiinnostavimpia nostoja ennakkokyselystä, johon pääset vastaamaan [tästä linkistä](#). Teemme tapahtumaa jälleen inspiroivassa yhteistyössä Myynnin ja markkinoinnin ammattilaisten MMA kanssa.

[Vastaa ennakkokyselyyn](#)

Lähde

Colin, G., Landers, V., ja Itani, O. 2023. Sustainability and professional sales: a review and future research agenda. *Journal of Personal Selling & Sales Management*. doi: 10.1080/08853134.2023.2244675.

Sini Jokiniemi työskentelee myynnin lehtorina Tampereen ammattikorkeakoulussa. Sini toimii SalesDay2023-webinaarin tuottajana ja on erityisen kiinnostunut kestävyys sosiaalisesta ulottuvuudesta mielenhyvinvoinnin näkökulmasta.