

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. (2023) Myynti tekee menestyjäyritysten tuloksen. Bonfire Media, 19.6.2023.

URL: <https://bonfire.fi/myynti-tekee-menestyjayritysten-tuloksen/>

## Myynti tekee menestyjäyritysten tuloksen

Pia Hautamäki



Tutkijan työssä on huikea mahdollisuus päästä ihmettelemään tutkimaansa aihealuetta eri kulttuureista käsin. Kesäkuussa pääsin tutustumaan läheisesti kahden amerikkalaisen yrityksen myynnin tekemiseen, yritysten nimeltään Google ja Dell Technology. Molemmissa yrityksissä johto toi vahvasti esille myynnin merkityksen yrityksen kasvussa. Ilman myyntiä menestystä ei olisi saatu aikaan. Miksi kuitenkin näin yleisesti ottaen myymisestä puhuminen kuitenkin on niin vaikeaa?

Minulla oli mahdollisuus osallistua Dell Technology:n tapahtumaan, joka järjestettiin vuoden 2022 parhaiden myynnintekijöiden palkitsemiseksi. Yrityksen johto korosti, miten kiitollisia he ovat itsensä ylittämistä, likoon laittamisesta ja kovasta työstä myyjien kesken. Korostettiin sitä tosiasiaa, että mitään ei olla saatu ilmaiseksi – se on tehty. Keskustelin tilaisuudessa myös yrityksen perustajan Michael Dellin kanssa. Hän toimii edelleen yrityksessä sekä hallituksen puheenjohtajana että toimitusjohtajana.

*”Michael Dell ei ymmärtänyt kysymystäni siitä, että olisi olemassa yrityksiä, joissa myyntiä ei arvostettaisi. Hänen mielestään menestystä ei tule ilman myyntiä.”*

Dellillä yrityksen myyntikoneisto on viimeisen päälle hiottu ja myyntiprosessin eri vaiheissa ei ole mahdollisuuksia oikoa. Myyntiväki myös puhui osaavasti eri myyntimalleista sekä jäi fiilis, että tässä yrityksessä saa olla ylpeänä toimiessaan yrityksessä myyjänä. Epäselväksi ei jäänyt myöskään se, miten tärkeää laajojen ratkaisukokonaisuuksien myynnissä on ihmisten välinen vuorovaikutus ja luottamuksen rakentaminen. Ilman luottamusta, ei ole bisnestäkään – ja arvostusta, luottamusta ja kannustusta yrityksen johto jakoi myyjilleen runsaslukuisasti koko viikon tapahtuman aikana.

Googleen sain perehtyä puheenvuoron kautta. Lähinnä omakohtaisesti ainoastaan kuluttajana Googlen palveluiden käyttäjänä en ollut ymmärtänyt, että myös heillä suuren kasvun takana on systemaattiseksi hiottu myyntikoneisto.

*”Googlen myyntikoneisto pohjautuu myyntijohtajuuden kolmeen elementtiin: ihminen, teknologia ja prosessit.”*

Puheenvuoron aikana useamman kerran korostettiin aktiivisen myynnin olevan huikean kasvun takana. Jim Lecinski kertoi puheenvuorossa Googlen näkökulmasta, miksi yrityksissä epäonnistutaan myynnin johtajuudessa. Hänen mukaansa nämä kolme elementtiä pitää saada yhdistettyä, ja elementtejä ei voida kehittää erillään vaan toiminnan tulee olla integroitua. Lisäksi mikään näistä elementeistä ei saa korostua, jokaisen elementin tulee näkyä toiminnassa aivan yhtä voimakkaana. Tästä syystä Lecinski painotti, että on tärkeää tunnistaa omat vahvuudet ja heikkoudet johtajana sekä valita erilaisia ihmistyyppisiä eri rooleihin – jolloin tuloksena syntyy erilaista ajattelua, uusia innovaatioita ja uudenlaista kasvua.

Myyntijohtajuuden kolmen elementin jalkauttamiseen Lecinski jakoi useita käytännön keinoja. Hän toi esiin, miten Googella näiden kolmen myyntijohtajuuden elementin integrointiin tehdään säännöllisiä katsauksia ja pohditaan yhdessä keinoja esimerkiksi elementtien integroinnin parantamiseksi. Myöskään Google ei ollut säästynyt siltä, ettei myynti olisi ihan aina niitä lempijuttuja henkilöstön kesken. Googella työskentely ei kuitenkaan onnistu, ellei suhtaudu myönteisesti hiotun myyntikoneiston mukaiseen tekemiseen ja aidosti halun tehdä yhdessä tiiminä.

Ehdottaisin suomalaisille yrityksille lämpimästi myyntiprosessin kuvaamista. Jo vuosia sitten tehdyn kansainvälisen tutkimuksen mukaan hyvin pienessä osassa yrityksiä myyntiprosessi on kuvattu, vaikkakin myyntiprosessin kuvaamisen ja systemaattisen tekemisen kautta on mahdollisuus onnistua myös tuloksellisesti paremmin – myyntijohtamisesta ja teknologioiden jalkauttamisesta puhumattakaan.

*Kirjoittaja KTT Pia Hautamäki toimii Tampereen ammattikorkeakoulussa myynnin johtamisen tutkijana ja yliopettajana. Hän toimii #myyntimaisteri -ohjelman vetäjänä ja useissa myyntiä koskehtavissa hankkeissa tutkimusjohtajan tehtävässä. Pian työelämän missiona on saada Suomi kasvuun myynnillä.*



**Pia Hautamäki**

Tampereen korkeakoulu yhteisö, TAMK

Myynnin johtamisen yliopettaja, tutkija, KTT

KTT Pia Hautamäki toimii myynnin tutkijana ja yliopettajana Tampereen korkeakoulu yhteisössä TAMKissa. Pia johtaa myyntiä, tekoälyä ja robotiikkaa.

keskittävää 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