



Projektimyynnin kehittäminen majoitusliiketoiminnassa

Pasi Pajari

Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Projektimyynnin kehittäminen majoitusliiketoiminnassa

Pasi Pajari
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2023

Pasi Pajari

Projektimyynnin kehittäminen majoitusliiketoiminnassa

Vuosi 2023 Sivumäärä 40

Päiväkirjamuotoisen opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää omaa ammatillista osaamista ja kehittää yritykseen luotua uutta projektipäällikön roolia vahvasti kaupallisesta näkökulmasta. Uusia liiketoimintamahdollisuuksia oli tunnistettu ja yksi tärkeimmistä tavoitteista oli hyödyntää majoituspotentiaalia liikevaihdon kasvattamiseksi. Työn tarkoitus oli myös kehittää uuden roolin kautta yrityksen muita prosesseja, kuten sidosryhmille osoitettua markkinointia, projektiasuntojen hankintaa ja hallintaa sekä datan tuottamista projektien tuloksista. Päiväkirja-raportointi koostui päivittäisistä ja viikoittaisista yhteenvedoista. Päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö raportoitiin 10 viikon ajan syksyllä 2023.

Opinnäytetyön ansiosta yritys sai lisää ymmärrystä uudesta toimialasta ja sen tuomista mahdollisuuksista kasvattaa liiketoimintaa Suomessa, mutta myös tuoda kokemuksia ja havaintoja muihin maihin, joissa yrityksellä on toimintaa. Uusien liiketoimintamahdollisuuksien lisäksi yrityksen prosessit, järjestelmät ja yksilötason arkinen työ toi ilmi kokonaisvaltaista kuvaa yrityksen myyntiorganisaation toiminnasta.

Asiasanat: asiakaspalvelu, majoitusala, myynti, tuulivoima, uusiutuva energia

Laurea University of Applied Sciences

Abstract

Bachelor's Degree Programme in Business Management

Bachelor of Business Administration (BBA)

Pasi Pajari

Project Sales Development in the field of Hospitality

Year

2023

Pages

40

The purpose of the thesis in the form of a diary was to develop the author's professional skills and to develop the new project manager position created in the company from the commercial point of view. New business opportunities had been identified and one of the most important goal was to leverage the accommodation potential to increase revenue. The purpose of the work was also to develop the company's other processes through the new role, such as marketing to stakeholders, the acquisition and management of project apartments, and the production of data on the results of projects. The diary reporting consisted of daily and weekly summaries. The thesis in a diary format was reported for 10 weeks in autumn 2023.

As a result of the thesis, the company gained more understanding of the new industry and the opportunities it provides for growing business in Finland but also to bring experiences and observations to other countries where the company operates. In addition to new business opportunities, the company's processes, systems, and everyday work at the individual level revealed a comprehensive picture of the company's sales organization.

Keywords: customer service, hospitality, renewable energy, sales, wind power

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Nykytilanne.....	6
2.1	Nykyinen työ.....	6
2.2	Oman osaamisen arviointi ja kehittyminen.....	7
2.3	Sidosryhmät	7
2.4	Vuorovaikutustaidot	8
2.5	Opinnäytetyön tavoitteet	8
3	Päiväkirja.....	9
3.1	Viikko 1	9
3.2	Viikko 2	12
3.3	Viikko 3	14
3.4	Viikko 4	18
3.5	Viikko 5	21
3.6	Viikko 6	23
3.7	Viikko 7	26
3.8	Viikko 8	28
3.9	Viikko 9	31
3.10	Viikko 10.....	33
4	Yhteenveto ja pohdinta	35
	Lähteet.....	38
	Kuviot	40

1 Johdanto

Tässä päiväkirjamuotoisessa opinnäytetyössä keskityn kehittämään omaa kompetenssiani ja tuomaan yritykselle hyötynäkökulmia majoitusliiketoimintaan projektimyynnin kautta. Tehtävä on yrityksessä uusi ja osa vastuista saattaa päivittyä tämän työn aikana. Uuden roolin ydin on kartoittaa myyntimahdollisuuksia energiateollisuuden investoinneista keskittyen enimmäkseen tuulivoimapuistojen rakennushankkeisiin. Työn tarkoitus on kehittää uuden roolin kautta myös yrityksen muita prosesseja, kuten sidosryhmille osoitettuja markkinointitoimenpiteitä, majoituskapasiteetin hankintaa ja hallintaa ja datan tuottamista projektien tuloksista. Tehtävä on suurelta osin kaupallista, johon kuuluu myyntiä, ostamista, asiakaspalvelua ja potentiaalisten rakennushankkeiden kartoittamista.

Päiväkirjamuotoisessa opinnäytetyössä raportoin omaa työskentelyäni kymmenen viikon ajan päivittäin ajalla 18.9.-24.11.2023. Viikon päätteeksi teen yhteenvedon kuluvasta viikosta oman kehittymisen kautta ja analysoin esiin tulleita asioita teoriaan pohjautuen.

Toimeksiantajana työssä toimii kansainvälinen majoitusalan yritys, joka on keskittynyt tarjoamaan yrityksille erilaisia majoitusratkaisuja ydintuotteenaan kalustetut asunnot. Projektimajoituksessa yritys hankkii majoituksen ja tuottaa majoituksen aikana tarvittavat palvelut asiakkaan tarpeiden ja toiveiden mukaisesti.

2 Nykytilanne

Nykyisessä projektipäällikön tehtävässä olen aloittanut juuri ennen päiväkirjaraportoinnin aloittamista. Raportointi, pohdinta ja havainnot tulevat olemaan uutta, mutta toimintaympäristö ja yrityksen organisaatio ovat tuttua ja luovat hyvän pohjan työlle. Ennen nykyistä rooliani, olen toiminut yrityksessä 10 vuoden ajan monissa eri rooleissa palvelun tuottamisesta toiminnan johtamiseen.

2.1 Nykyinen työ

Uudessa projektipäällikön roolissa vastuulleni kuuluu kaupallisen potentiaalinen selvittäminen ja liikevaihdon kasvattaminen suurista rakennushankkeista, fokusalueena tuulivoimapuistohankkeet. Liikevaihdon kasvattamisen seurauksena tulee majoituskapasiteetin hankinta, hallinta ja projektiliiketoiminnan seurantamallin luominen. Toimintoihin liittyy vahvasti eri prosessien luominen ja läpinäkyvyys organisaatiolle. Prosesseja ovat ainakin markkinointitoimenpiteiden luominen kohderyhmää ajatellen, majoituskapasiteetin hankintaan liittyvät toimet sekä raportointimalli toiminnan mittaamiseen.

Rajapinnat organisaation muihin toimintoihin ovat Suomen liiketoiminnan myyntiorganisaatio, alueorganisaatiot, myynnin kehitystiimi sekä revenue management- tiimi.

Osaamisvaatimuksina työhön on kokemusta ratkaisumyynnistä ja asiakaspalvelusta, englannin kielen taito, majoitusalan tuntemus, talouslukujen ymmärrys sekä kyky tulkita ja hyödyntää käytettävissä olevaa dataa. Järjestelmäosaamisesta on myös suuri hyöty, koska järjestelmiä on useita toiminnanohjausjärjestelmästä datan analysointiin.

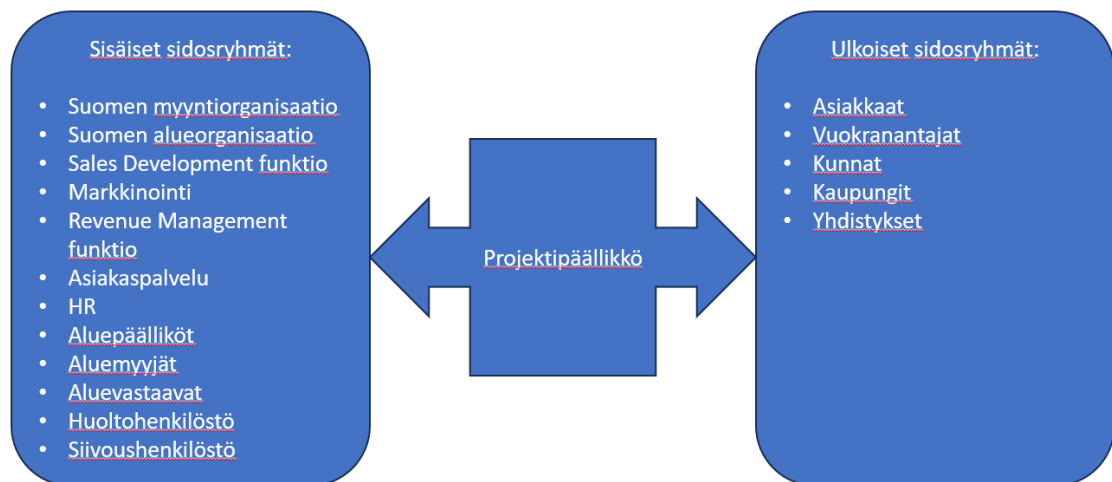
Tehtävän henkilöprofiili on tuloshakuinen tiimipelaaja, joka on omatoiminen ja todella proaktiivinen kartoittamaan myyntimahdollisuuksia. Halu kehittää uutta roolia ja sitä kautta auttaa kanssatyöntekijöitä ja yritystä menestymään. Asiakaslähtöisyys on avainasemassa, eli omaa positiivisen myynti- ja palveluasenteen asiakkaita ja sidosryhmiä kohtaan. Vastuunkanto ja tiimityöskentely näkyvät päivittäisessä toiminnassa ja arjessa tapahtuva päätöksenteko on rohkeaa ja johdonmukaista. Roolissa on tärkeä kykyä hahmottamaan useita kokonaisuuksia samaan aikaan ja yhdistämään kollegoiden tuki samaa päämäärää kohden asiakaslähtöisellä ajattelutavalla.

2.2 Oman osaamisen arviointi ja kehittyminen

Oma osaamiseni on mielestäni linjassa osaamisvaatimusten suhteen, mutta toisaalta olen myös sitä mieltä, että aina pystyy syventymään eri osa-alueisiin kehittyäkseen vielä enemmän. Aiemmassa roolissani aluepäällikkönä toimiessani vaati osaamista monesta asiasta ja se on antanut hyvät valmiudet toimia missä tahansa tehtävässä. Kaupallinen toiminta on aina ollut keskiössä toiminnassani ja nyt saan keskittyä siihen uuden roolin myötä kokoaikaisesti. Mielestäni myynnin maailmassa on monia tärkeitä asioita mitä tarvitaan elämässä muutenkin, kuten vaikka aidot ihmiskohtaukset, ystävällisyys ja kohteliaisuus. Nostan tähän myös itsensä johtamisen, minkä olen huomannut todella tärkeäksi hektisen arjen keskellä. Vailla suuntaa ja systematiikkaa tekeminen menee todella vaikeaksi, joten pyrin priorisoimaan itseni johtamista todella korkealle päivittäisessä tekemisessäni.

2.3 Sidosryhmät

Majoitusliiketoiminnassa sidosryhmiä on useita, joten sidosryhmyön kehittäminen ja johtaminen ovat avainasemassa menestyäkseen. Sidosryhmät koostuvat yleensä yksityisistä henkilöistä, yrityksistä ja yhteisöistä. (Viitala & Jylhä 2013, 311.) Roolissani olen tiiviisti mukana eri sidosryhmien kanssa. Sidosryhmät voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin, kuviossa 1 havainnollistan tärkeät sidosryhmät oman toiminnan näkökulmasta.



Kuvio 1: Sisäiset ja ulkoiset sidosryhmät

2.4 Vuorovaikutustaidot

Roolissani olen päivittäin yhteydessä useaan sisäiseen ja ulkoiseen sidosryhmään, joka on mielestäni hienoa pysyäkseni virkeänä ja luodakseen sosiaalisia tilanteita itsenäisen työskentelyn lisäksi. On ollut silmiä avaavaa huomata, kuinka niitä hetkiä aidosti tarvitsee. Organisaatiosamme viestintä on kasvanut toimitilojen muutoksista johtuen mikä on luonnollista, kun ihmiset eivät työskentele enää samoissa tiloissa. Vuorovaikutustaitojen merkitys siis korostuu mikä on hyvä asia. Yleisimmät työkalut itselleni ovat Teams, puhelin, sähköposti ja livetapaamiset. Kaikki näistä ovat käytössä vähintään viikkotasolla tekemisessäni. Roolissani toimin ainoana henkilönä ja mielestäni sisäisiä sidosryhmiä on paljon suhteessa ulkoisiin sidosryhmiin. Tosin todellisuus on se, että ajankäytöllisesti ulkoisiin sidosryhmiin menee enemmän aikaa niin kuin tehtävässäni pitääkin olla, onhan kyseessä kuitenkin kaupallinen rooli asiakasrajapinnassa.

Sisäisesti aikaa kuluu säännöllisiin ja toistuviin myyntikokouksiin ja puheluihin kollegoiden kanssa koskien eri asiakkaitamme ja heidän tarpeitansa. Ulkoisesti pyrin olemaan aktiivinen asiakkaiden suuntaan kartoittamalla heidän majoitustarpeita ja palvelemalla parhaani mukaan arvojemme mukaisesti. Ajoittain kohtaan myös haastavia tilanteita, joissa mitataan vuorovaikutustaitoja toden teolla. Tällaisia tilanteita ovat esimerkiksi hankala tai pettynyt reklaamoiva asiakas ja eri näkökantojen yhteisymmärryksen löytäminen sisäisissä kokouksissa ja keskusteluissa.

2.5 Opinnäytetyön tavoitteet

Tavoitteeni tämän työn ohella on kehittyä kokonaisvaltaiseksi osaajaksi palveluliiketoiminnan kaupallisessa funktiossa ja oppia havainnoimaan toimintaympäristöä, jonka pohjalta pystyy tunnistamaan mahdollisuuksia kasvattaa liiketoimintaa kannattavasti uudella toimialalla. Haluan myös kehittää vuorovaikutustaitojani ja itseni johtamista. Toimeksiantajan tavoitteena

on työntekijän jatkuva kehittyminen uudessa tehtävässä ja luoda edellytykset majoituspotentiaalin ulosmittaamiseen Suomen tuulipuistoinvestoinneista. Konkreettisemmin tavoitteena on hankkia uutta asiakaskuntaa, kasvattaa majoituskapasiteetin määrää ja lisätä liikevaihtoa uudelta toimialalta projektipäällikön roolissa.

3 Päiväkirja

3.1 Viikko 1

Maanantai 18.9

Viikon aloitus kotitoimistolla valmistautuen päivän ensimmäiseen myynnin kokoukseen, johon minua oli pyydetty valmistelemaan lyhyt tilanpäivitys uuden tuulivoimasegmentin asioista, joita olin edellisellä viikolla edistänyt. Tein materiaalin kokoukseen, joka sisälsi yleisellä tasolla tietoa tuulivoimasta kehittyvänä energianlähteenä Suomessa. Kuulijat Teams- kokouksen linjoilla ovat kollegoitani ja kaikki ovat myynnin parissa tekemisessä tavalla tai toisella. Esi-tyksessä kävin läpi isoimmat käynnissä olevat tuulipuistohankkeet ja mitä myyntimahdollisuuksia olen niistä saanut selville. Yksi lähitulevaisuuden tavoitteistani on saada käynnissä olevista hankkeista kaikki myyntimahdollisuudet selvitettyä. Mielestäni tämän tavoitteen eteen työskentely on lähtenyt hyvin liikkeelle ja odotuksia asian suhteen on itseni lisäksi myös alueyksiköiden vetäjillä, joiden alueilla projektit sijaitsevat. Esittelin myös tulevaisuuden hankkeet ja perspektiiviä niiden osalta, millaisia mahdollisuuksia on odotettavissa.

Kokouksen jälkeen tarkastelin viikonlopun aikana tulleet sähköpostit, joita ei paljoa ollut tullut. Tärkeimpänä näistä raportit edeltävältä viikolta koskien myyntimääriä asiakkuuksittain ja käyttöastetilanteita kohteissamme läpi Suomen. Henkilökohtainen myyntitulokseni on vielä tässä vaiheessa realisoitumatta, joka minua tietysti harmittaa. Uskon ja tiedän kuitenkin systemaattisen ja periksi antamattoman työskentelyn kantavan hedelmää ennemmin tai myöhemmin.

Suuremman osan päivästä käytin hankkeiden avainhenkilöiden kontaktoimiseen ja sainkin arvokasta tietoa hankkeiden tilanteista sekä luotua myyntimahdollisuuksia tuleville kuukausille.

Tiistai 19.9

Päiväni alkoi kotitoimistolla selkeällä agendalla. Eiliseltä jääneet tehtävät piti hoitaa loppuun, jotka olin kirjannut CRM-järjestelmään seuraavalle päivälle suoritettavaksi. Tehtäviin sisältyi usean avainhenkilön kontaktointi, sähköpostien lähettämistä soitetuille henkilöille sekä tuulipuistohankkeiden tilanteiden päivittämistä. Merkittävänä asiana työhöni kuuluu tehdä työni läpinäkyväksi organisaatiossamme. Luon hankkeet CRM-järjestelmäämme ja

päivitan niiden alle kaiken sen tiedon, mitä olemme sopineet niiden sisältävän. Sitä mukaan, kun saan aktiivisella asiakastyöllä selvitettyä hankkeiden tilannetta, lisään tiedot myös muiden nähtäville. Meillä on tarkat ohjeet myynnin prosessista, jossa tietoja kirjataan järjestelmään. Kirjaamme hankkeiden lisäksi myynnin aktiviteetit kuten puhelut ja niiden sisällöt, tapaamiset ja Teams-kokoukset sekä rakennustyömaakäynnit. Joskus olen kuullut organisaatiosamme ja myös muualla ihmetystä siitä, miksi työntekijöiltä halutaan tarkkaa kirjausta aktiviteeteista. Itse en koe tätä negatiivisena asiana lainkaan. Mielestäni myyntijohdon täytyy nähdä ja saada dataa tekemisen määrästä, tasosta ja suunnasta. Myyntiä tekevänä koen myös itselleni suurta apua siitä, että kirjaan tarkasti mitä olen kenenkin kanssa keskustellut ja sopinut. Jos tietoihin tarvitsee joskus palata niin ne löytyvät helposti järjestelmästä. CRM on myyjien ja myyntiä seuraavien ykköstyökalu. (Fonsell M, 2014.)

Keskiviikko 20.9

Päivä alkoi organisaatiomme kuukausittaisella infokokouksella, jossa on mukana myös kaikki Pohjoismaiden työntekijät mukana. Yhteensä siis linjoilla oli satoja ihmisiä kuulemassa menneen kuukauden tärkeimmät asiat ja tulevan jakson fokusalueet. Organisaatiolle tiedotettiin menneen kuun talousluvut joka maasta omina esityksinään sekä valittiin kuukauden työntekijä. Kuukauden työntekijän nimitys on mielestäni hieno ja työntekijöitä huomioiva ele yritykseltä. Varmasti antaa lisävirtaa arkeen, kun kuulet oman nimesi sanottavan.

Koko organisaation tilaisuuden perään meillä oli Suomen oma infotilaisuus. Suomen tilaisuudessa käytiin läpi aiemmin esitetyt luvut laajemmalla katsauksella eri toiminnoittain. Yrityksemme tapana on tietysti ymmärtää lukujen valossa mitä on tehty ja mitä tekemisestä on saatu tulokseksi. Mutta tärkeää on käyttää enemmän aikaa ja varmistaa se, että kaikki ovat tietoisia ja ymmärtävät mitä tulevalle kaudella on oleellista tehdä ja mihin halutaan keskittyä.

Kokousten jälkeen jatkoin selvitystä päivän tehtävälistaan mukaan. Tässä vaiheessa päivä oli jo lähellä lounasaikaa, joten päätin olla kontaktoimatta asiakkaita lounasajan ympärillä. Kokemuksesta tiedän ajankohdan olevan huono puheluihin vastaamisessa. Puheluihin vastattaessa asiat voivat jäädä myös roikkumaan, jos ei olla työpisteellä tai ollaan taukomoodissa muuten. Rakensin soittolistaa iltapäivälle keräämällä valmista listaa nimistä ja numeroista, jotta voin puolen päivä jälkeen jatkaa aktiivista työtä.

Torstai 21.9

Aamuni alkoi sähköpostien lukemisella ja ne luettuani siirryin aiemmin luotujen myyntimahdollisuuksien pariin. Itseni johtamista yhtenä kehityskohdastani, olin tietysti varannut aikaa kalenteristani tähän työhön. Lisäksi olin listannut tärkeimmät asiat, joita tässä halusin saada valmiiksi tai edistettyä. Sain edistettyä tärkeimpiä kohtia ja osalle loin jatkotyöstöön

ajankohdan kalenteriini. Pidän tärkeänä oman työn johtamista ja siitä saamaani selkeyttä, jonka pohjalta minun on helppo saada asioita aikaan ja varmuuden tunnetta siitä, että olen tekemässä oikeita asioita kirjattuani ne ylös merkityksellisinä asioina. Onnistumisen tunne ruokkii minua eteenpäin ja työn tekeminen ei tunnu vain pakolliselta pahalta.

Perjantai 22.9

Viikon viimeiselle päivälle minulla oli listattuna asioita, joita kuluvalle viikolla tuli saada tehtyä ja varmistua osan etenemisestä tulevalle viikolle. Päivän aikana oli helppo todeta, että olen saanut asioita aikaiseksi. Päivään kuului asiakaskontakteja tuulipuistojen kehittäjiin ja omistajiin ja tässä kärkenä oli käynnissä olevien projektien tilanneselvitys ja aikataulujen kartoitus. Perehdyin myös vieraslistaan, ketkä ovat osallistumassa lokakuussa järjestettävään tuulivoima-alan seminaariin Helsingissä. Minun johdollani olemme muutaman kollegan kanssa osallistumassa kyseiseen tapahtumaan, jossa meillä on myös oma brändipiste. Listasin ylös tärkeimpiä osallistujia, joita haluaisin tapahtumassa päästä tapaamaan ja tutustumaan. Työnkuvani on uusi ja tämä tapahtuma on hieno mahdollisuus päästä kuulemaan alan ammattilaisia ja myös valtion edustajia, jotka ajavat Suomen energiateollisuuden asioita kohti vihreämpää Suomea. Tavoitteeni on sopia useita tapaamisia etukäteen, jonka messujärjestäjän tarjoamat digipalvelut mahdollistavat partnereille. Tapaamisten sopimiseen saakka en kuitenkaan päässyt järjestäjän kohtaamista ongelmista johtuen, työ jatkuu siis alkavalla viikolla.

Viikkoanalyysi

Kuluneella viikolla tärkein huomioni liittyy myyntiprosessiin ja asiakkaan kohtaamisiin. Tarvekartoitus, asiakkaan kuunteleminen, kilpailijakentän tunteminen sekä tuotetuntemus ovat oleellisia taitoja hyvällä myyjällä. (Rubanovitsch & Aalto 2013, 18.) Myyntiprosessissa edetään vaiheittain asiakkaan kiinnostuksen herättämisestä aina sopimuksen allekirjoittamiseen. Positiivinen asiakaskokemus ja sen myötä palaava asiakas on yksi myyntiprosessin tavoitteista. Asiakassuhteen ylläpitoon ja sen vaatimat toimenpiteet ovat tärkeää ymmärtää. Yrityksiä ja asiakkaita on erilaisia, joten hyvä asiakkuudenhoitomalli on hyvä sisäistää.

Myynnin tekemiseen liittyvää kirjallisuutta ja oppimisympäristöjä on paljon tarjolla ja itse pitää paljon seurata tiettyjen henkilöiden pitämiä valmennuksia, jotka ovat hyvin käytännön läheisiä ja valmentajista huomaa, että he tietävät asiasta oman kokemuksen kautta. Pyrin itse pitämään mielessä oppimani myynnin kulmakivet lähtien myyntiprosessista ja oman työni johtamisesta myynnin apujärjestelmien avulla. Perusasioiden on hyvä olla kunnossa ja struktuuria noudattaen pääsee hyvin eteenpäin. Välillä tuntuu siltä, että yhteiskunnan eri aloilla luodaan hienoja järjestelmiä ja toimintatapoja, joilla uskomme olevan avain menestykseen. Oman kokemukseni mukaan, viime kädessä myynti on kuitenkin ihminen ihmiselle tapahtuvaa vuorovaikuttamista. Mielestäni aitoa ihmisen kohtaamista ei voi korvata millään apuvälineellä, tämän päälle rakentuu myyntiprosessi ja kaikki muu tekeminen. Viimeiset vuodet ovat

muuttaneet vuorovaikuttamista ja on jouduttu käyttämään tietoteknisiä apuvälineitä monessa toiminnassa. Niiden avulla on selvitty ja varmasti asiat ovat hoituneet, ehkä jopa tehokkaammin mitä ennen pandemiaa. Koen tosi tärkeänä, että asiakkaita kohdataan myös kasvotusten. Luottamuksen rakentaminen ja spontaanit keskustelut ovat sellaisia asioita, joita mielestäni on hankalaa toteuttaa ainoastaan tietotekniikan välityksellä.

3.2 Viikko 2

Maanantai 25.9

Viikko alkoi aamupäivän myyntikokouksiin valmistautuen, sähköpostien lukemisella sekä kulu- neen viikon myynnin raportteihin perehtymällä. Myynnin kokousten osallistujat vaihtelevat kokousfrekvenssin mukaan ja tänään vuorossa oli Pohjois-Suomen asiat. Kävimme kokouksessa henkilöittäin läpi omien asiakkuuksien ja projektien tilanteen. Iltapäivällä pääsin kiinni omaan tekemiseen hankkeiden kartoittamisessa.

Maanantai on monissa organisaatioissa kokouspäivä, tämä hankaloittaa ainakin omalta kohdal- tani uuden viikon aloitusta ja rytmiin pääsemistä. Toki luonnollista on, että heti maanantaina on paras vilkaista menneeseen viikkoon ja sitten kääntää katseet tulevan viikon askareisiin. Usein huomaan sen, että iltapäivän puolella pääsee varsinaiseen työntekoon ja puhelimitse myyntityötä tehden, iltapäivä ei ole kovin hyvä tavoittaakseen ihmisiä. Harjoittelen vielä itse- kin sitä, että päivän tärkeimmät asiat tulisi hoitaa heti aamusta virkeimmillään ja kokemuk- seni mukaan aamut on paras aika tavoittaa ihmisiä. Usein myös seuraavan päivän selkeä teh- tävälista jää vajaaksi hankaloittaen terävää aloitusta päivään.

Edeltävänä viikolla kesken jäänyt messutapahtuman tapaamisten sopiminen ei onnistunut vie- läkään, tapahtumajärjestäjä ilmoitti sovelluksen toimivan 28. päivä. Palaan tähän asiaan vielä erikseen.

Tiistai 26.9

Päivä alkoi kokouksella, jossa olin pyytänyt kahta kollegaani pohtimaan CRM:ään rakennetta- vaa dashboard- näkymää oman vastualueen tehtävistäni. Mietimme millä panostuksilla sai- simme näkymän tehtyä ja muokattua siitä minulle relevantin työkalun arkeeni. Totesimme, että suurelta osin pystymme pienin avuin tämän itse tekemään. Muutamassa kohdassa tarvit- semme järjestelmävastaavan ja IT-osaston apuja saadaksemme raportin haluttuun muotoon. Tähän palaamme, kun asia on ratkaistu ja näkymä on otettu testaukseen.

Iltapäivällä sain kunnian liittyä asiakaspalveluhenkilöstömme viikkopalaveriin kertomaan uu- desta roolistani ja kertoa uuden myynnin segmentin mahdollisuuksista. Asiakaspalveluorgani- saatio on tärkeässä roolissa jokaisessa yrityksessä, ja he ovat etulinjassa vaikuttamassa asia- kaskokemukseen ja yrityksen brändikuvaan. Segmentin vastaavana, toivoin heiltä matalan

kynnyksen keskustelua ja informointia, mikäli asiakaspalveluumme soittaa asiakas, joka voidaan tunnistaa työskentelevän tuulivoimahankkeissa. Asiakkaan tunnistaminen ei toki ole helppoa, varsinkaan jos asia ei tule keskustelussa ilmi tai asiakas ei jostain syystä halua kertoa hanketta, jossa on mukana ja jota tarve koskee. Esittelin heille kasaamaani listaa merkittävimmistä asiakasyrityksistä, jotka hankkeissa työskentelevät. Lisäksi tuulivoimahankkeiden luonteeseen kuuluu haasteellinen sijainti majoituspalvelujen näkökulmasta. Usein hankkeet sijaitsevat pienemmillä paikkakunnilla tai kauempana kaupungeista, tämä signaali antaa viitteitä tuulipuistoprojektista, kun asiakkaan kanssa keskustellaan.

Keskiviikko 27.9

Päivä pyhitettiin täysin soitto- ja selvitystyöhön. Päivän saldo oli useita hyviä keskusteluja asiakkaiden kanssa sekä hankittua ymmärrystä tuulivoimapuistojen kehittäjiltä. Oivalluksia ja oppia sain tuulipuistojen hankekehitysvaiheista, päätöksentekomallista, aikatauluista ja kilpailutuksista. Minulle yksi tärkeä tavoite on ymmärtää vastaamani segmentin kehitysvaiheista ja tavoista toimia, jotta osaan hankkia konkreettista tietoa esittämällä oikeita kysymyksiä alan toimijoilta. Päivä oli hyvä ja sain kartoittaa tietotaitoani onnistuneesti sekä useita tehtäviä työstettäväksi jatkoon.

Torstai 28.9

Tänään pääsin käsiksi maanantaina 25.9 viittaamaani messujärjestäjän sovellukseen. Järjestelmä ei palvellut täysin sitä tarkoitusta, jota olin odottanut. Joka tapauksessa tärkeimmät tiedot oli saatavilla, eli osallistujat messuille yhteystietoineen. Nimiä listassa oli useita satoja. Mielenkiintoni kasvaa mitä lähemmäksi messupäivää mennään, sillä odotettavissa on lukuisia hyviä keskusteluja potentiaalisten asiakkaiden ja alan ammattilaisten kanssa. Sain sovittua muutaman tapaamisen messuille asiakkaiden kanssa, jotka ovat tuttuja aiemmilta työvuosiltani ja vasta viime viikkojen työn kautta tulleita.

Iltapäivä sujui tulevien hankkeiden tilannekartoitusten parissa puhelimitse. Tässä törmään taas jo aiemmin viittaamaani asiaan ihmisten tavoitettavuudesta iltapäivällä, haasteita oli tavoittaa halutut henkilöt iltapäivästä. Oman tekemisen johtamista helpottaa se, että kirjaan suorittamatta jääneet asiat heti seuraavalle päivälle hyödyntäen myynnin CRM-järjestelmää. Voin rauhallisin mielin siirtyä töissäni eteenpäin ilman tunnetta, että joku tehtävä jäisi tekemättä. Tämä sopii minulle erittäin hyvin ja olen omaksunut rutiinin arkeeni.

Perjantai 29.9

Viikon viimeisenä päivän pyrin varmistamaan, että kaikki aiemmin merkityt ja kesken jääneet tehtävät tulevat tehdyksi. Viikon aikana välillä jää monia tehtäviä kesken tai tavoiteltuja henkilöitä jää tavoittamatta. Oma periaatteeni on, että kaikki mitä voit tehdä tänään pitää saada

tehtyä alta pois, jotta seuraavana päivänä voi keskittyä seuraaviin asioihin. Tehtävälistaa sain siistittyä hyvin seuraavaa viikkoa varten.

Saimme kollegan kanssa järjestettyä tulevalle viikolle tärkeän tapaamisen potentiaalisen asiakkuuden kanssa. Kollegani vastaa asiakkuudesta kaikissa maissa, joissa yrityksemme toimii ja itse olen mukana edustamassa Suomea käsittelevissä hankkeissa, joissa asiakas on mukana. Valmistauduin kokoukseen keräämällä keskusteltavia aiheita ja asioita omalta osaltani, joista haluan tietää enemmän auttaakseni asiakasta tulevissa hankkeissa parhaalla mahdollisella tavalla. Alkuvuikosta kollegani lähettää asiakkaalle kokousagendan. Kokemukseni mukaan kokousagenda on hyvä määritellä jo tapaamista sovittaessa ja laitetaan kutsuun mukaan. Tässä tapauksessa poiketaan kaavasta aihealueita täsmennettäessä osallistujien roolienkin mukaisesti. Tapaaminen on Teamsin välityksellä, sillä osanottajia on kaikista Pohjoismaista.

Viikkoanalyysi

Viikkoon sisältyi itsenäisen työn lisäksi kollegoiden kanssa yhdessä tekemistä eri asioiden äärellä. Toimenkuvaani kuuluu paljon selvitystyötä ja päätteen äärellä työskentelyä itsenäisesti. Itsenäinen työskentely sopii minulle hyvin, mutta vuorovaikutus ja yhdessä kollegoiden kanssa asioiden ratkomiset piristää päivää merkittävästi.

Pohtimaamme työkalua minulle CRM:ään saatiin edistettyä ja toivottavasti tulevilla viikoilla saan alustan käyttöni. Käyttökokemukset ja kehitysajatukset työkalusta jaan sen jälkeen, kun olen päässyt alustaa testaamaan. Olennainen osa alustaa tulee olemaan selkeä näkymämyyntimahdollisuuksista. Kun CRM-järjestelmää käytetään oikein, on sinne kirjattu kaikki myyntimahdollisuudet ja niiden vaiheet. Olennaista on myös kirjata asiakkaan kanssa sovittu aikataulu päätöksenteolle tai ainakin ajankohta, milloin asiaan palataan lisätietojen muodossa. CRM-järjestelmää hyödyntämällä myyjä pystyy seuraamaan omia myyntimahdollisuuksiaan ja näkemään mitkä niistä ovat lähestymässä päivää, jona asiakas on päätöksen tekevässä. Olen samaa mieltä siitä, että päätöksentekoaikataulu on helpompi sopia jo tarjousta lähetettäessä. Hankalampaa on aika ajoin kysellä tilannetta ja mahdollisesti jopa suututtaa asiakas. Huonoin tapa ehdottomasti on jäädä odottamaan tai unohtaa asiakkaan päätös tarjouksen hyväksymisestä tai hylkäämisestä. Lähetettyjen tarjousten määrää on tärkeä seurata, mutta tavoite ei suinkaan ole tarjousten määrä. Tavoite on saada asiakkaalta hyväksytty päätös ja odottamisen sijaan yrittää vaikuttaa asiakkaan valintaan tarjouksen jättämisen jälkeen. (Äijö 2015, 107.)

3.3 Viikko 3

Maanantai 2.10

Uusi viikko alkoi myynnin kokouksella, jossa tutustuttiin käynnissä oleviin kehityshankkeisiin ja katsottiin alustavia ohjeita ensi vuoden budjetointiin liittyen. Hankalan talouden suhdanteen vuoksi, vieraaksemme saimme talousosaston henkilöstöä havainnoimaan ja muistuttamaan myyntisaatavien kontrolloimisen tärkeydestä.

Haastavassa suhdanteessa on hyviäkin puolia, se pakottaa meidät miettimään asioita uusilla tavoilla ja tehostaa toimintaa muuttamalla toimintamalleja ja pitämällä tärkeimmät asiat fokusksessa. Minusta on antoisaa olla mukana kehittämässä toimintaa ja miettiä muutostarpeita. Väitän, että muutoksen tulee olla tietyin tavoin jopa pysyvää selvittääkseni yrityksenä nopeasti muuttuvassa toimintaympäristössä. Viimeiset vuodet ovat varmasti opettaneet yrityksiä myös olemaan ketteriä reagoimaan muuttuvaan toimintaympäristöön. Kokemukseni mukaan monelle uudet asiat ja muutokset eivät ole mieluisia. Etenkin, jos muutokset vaikuttavat suoraan henkilön tekemiseen tai toimintaympäristö muuttuu olennaisesti.

Oma osuuteni budjetoinnin osalta tulevalle vuodelle pitää miettiä tarkemmin ja yksilöidä mitattavat tavoitteet seuraavan kahden viikon aikana yhdessä esihenkilöni kanssa. Tavoite on ehdottomasti kasvattaa vastuusegmentin liikevaihtoa ja majoituskapasiteettia, mutta on tärkeä saada tavoitteet myös numeromuotoon.

Talousosastomme havainnollisesti hyvin myyntisaatavien haasteista ja ongelmista, mikäli asiakas maksaa laskut myöhässä tai laskut jätetään kokonaan maksamatta. Saimme myös perspektiiviä maksuehtojen vaikutuksista kassavirtaan, mikäli asiakkailta on pitkiä maksuehtoja. Vallitsevassa suhdanteessa kuulemme toistuvasti huonoja uutisia yrityssaneerauksista ja konkurseista. Kokemukseni mukaan laskujen kierto organisaation koosta riippuen voi vaihdella huomattavasti, mutta silti lisätyötä syntyy helposti laskujen ollessa myöhässä.

Tiistai 3.10

Aamu alkoi kertaamalla vielä viimeiset asiat ennen yhteistä asiakastapaamistamme kollegani kanssa, johon olin pohjatyön tehnyt edellisen viikon päätteeksi. Kokouksemme agenda käsitti mukana olleiden henkilöiden esittelykierron, yritysesittelymme ketä olemme ja mitä teemme, keskustelua ja kysymyksiä meidän ja asiakkaamme toiminnastamme, asiakkaan nykytilanteesta sekä siitä, miten voisimme heitä auttaa parhaalla mahdollisella tavalla. Kokouksen viimeinen ja tärkeä osio oli sopia seuraavista askelmerkeistä. Saimme sovittua konkreettisia ja aikataulutettuja asioita yhteistyön aloittamiseksi ja syventämiseksi. Keskustelua tullaan jatkamaan pienemmällä foorumilla samalla varmistaen, että asiat etenevät sovitusti.

Päivä jatkui oman muistion parissa, johon olin kirjannut edeltävänä päivänä huomaamani uutisen uusista mahdollisuuksista kehittää ja kasvattaa projektimyyntiä. Tutkittuani mahdollisuuksia syvemmin, päätin aloittaa heti potentiaalisesta hankkeesta soittamalla hankkeen projektipäällikölle tiedustellakseni hankkeen yleiskuvasta, aikataulusta ja mahdollisuuksista

tarpeille majoittaa työvoimaa projektin parissa. Joskus voi käydä niin, että nimetty henkilö ei välttämättä tiedä kaikkea mihin vastaus pyritään saamaan. Tässä tapauksessa asia oli näin, mutta muutama puhelu myöhemmin sain haluamani tiedot kasaan ja onnistuin tavoitteessani luoda myyntimahdollisuus projektista. Jatkoselvitykset olen aikataulutannut torstaille, koska seuraavan päivän olen edustamassa Wind Finland 2023 seminaarissa.

Keskiviikko 4.10

Wind Finland seminaaripäivä alkoi messuosastomme viimeistelyllä, johon kuului esitteiden ja muiden oheistarvikkeiden esille laittoa. Olimme hankkineet tapahtumaan oman osaston, jonka rakentamisesta vastasi messujen järjestäjä. Osastolla käytetty markkinointimateriaali oli toimitettu järjestäjälle etukäteen asennettavaksi, joten meidän vastuullemme jäi viimeistelytyö.

Seminaaripäivä oli mielenkiintoinen, agendaan kuului puhujia monesta eri maasta ja aikaa oli hyvin pyhitetty myös verkostoitumiseen. Tapasimme kollegojen kanssa hankekehittäjiä, nykyisiä asiakkaitamme ja paljon muita alalla toimivia tahoja. Monien odottama puhuja tapahtumassa oli Kai Mykkänen Suomen eduskunnasta, joka toimii hallituksessa Ympäristö- ja ilmastoministerinä. Puheenvuorosta odotettiin tilannetietoa ja hallituksen tulevia toimenpiteitä helpottaakseen prosesseja tuulivoimainvestointien hankekehityselinkaassa ja näkemyksiä myös energiatuotannosta Suomessa tulevina vuosina.

Tuulivoima on uusiutuva ja lähes päästötön energiantuotantomuoto. Se on myös suhteellisen edullisesti ja nopeasti tuotettavaa, kansallisesti omavaraista energiaa. Tuulivoiman lisäämisellä on merkittävä rooli Suomen ilmastotavoitteiden saavuttamisessa. Kansallisen ilmasto- ja energiastrategian (2016) mukaisesti alueidenkäytön suunnittelussa varaudutaan hyödyntämään laajasti Suomen tuulivoimapotentiaalia. (Ympäristöministeriö 2023.)

Torstai 5.10

Päivä alkoi sähköpostien lukemisella ja aamupäivälle kalenteriin merkittyjen tehtävien suorittamisella. Aamupäivän aikana oli tarkoitus tehdä myös rästityt keskiviikon osalta. Iltapäivällä siirryin purkamaan muistiinpanoja keskiviikon seminaarista. Olin merkinnyt muistiinpanot kaikista keskusteluistani päivän aikana, josta jäi konkreettisia asioita työstettäväksi. Näihin muistiinpanoihin kuului tapaamisten sopimista, soittoja ja olemassa olevien asiakkuuksien yhteistyön edistämistä. Muita kirjauksia edeltävästä päivästä oli aurinkovoiman mahdollisuudet tulevaisuudessa sekä vetyteollisuuden käynnissä olevat hankkeet. Roolissani vastaan tuulivoimasegmentistä, mutta tulevaisuudessa näen myös näissä energiasektorin aloissa paljon mahdollisuuksia yrityksellemme ja myös itseni kehittämislle.

Perjantai 6.10

Viikon viimeinen päivä on ollut edeltävinä viikkoina tosi kiireinen ja halu varmistua viikon tehtävien suorittamisesta on suuri. Iltapäivän aikana tuli sattumalta tilanne saada selkeä ja ammattimainen myyntimateriaali tehtyä jaettavaksi potentiaalisen asiakkaan ja hankekehittäjäyhteyden käyttöön. Markkinointimateriaalien teko on ollut minulla työlistalla ei kiireisten tehtävien lokerossa, mutta olen kuluviin viikkojen aikana pienillä muokkauksilla hyödyntänyt olemassa olevia materiaaleja. Markkinointiosaston avustuksella sain tehtyä hyvän materiaalin käyttöni tukemaan työtäni. Materiaali on englanniksi, koska monet alalla toimivat ovat kansainvälisiä yrityksiä ja monet loppuasiakkaamme ovat muista maista. Tarkoitus on tehdä vastaava materiaali suomeksi pienin muutoksin.

Olenainen osa viikon viimeistä päivää on myös seuraavan viikon suunnittelu. Valtaosa ajastani kuluu asiakkaiden kontaktoimiseen ja myyntimahdollisuuksien kartoittamiseen. Ohjaan tekemistäni luomalla soittolistaa seuraavalle viikolle, pystyn tässäkin hyödyntämään hyvin CRM-järjestelmää, joka helpottaa ja nopeuttaa soittotyötä. Päivän yhdeksi tehtäväksi olin merkannut budjetoinnin ensi vuodelle, mutta päivän tärkeimmät asiat veivät ajan tältä työltä. Siirsin budjetointiin varatun ajan tulevalle viikolle, koska tavoiteaikataulu mahdollistaa tämän muutoksen.

Viikkoanalyysi

Viikon kohokohta oli ehdottomasti keskiviikon seminaaritapahtuma Wind Finland 2023, josta jäi paljon työstettäviä tehtäviä tuleville viikoille. Tämä on tietysti tärkein asia, koska yrityksemme investoi tapahtumaan merkittävän summan partneripaketin muodossa. Partneripakettiin kuului järjestäjän puolesta messuosaston rakentaminen, näkyvyys tapahtuman aikana videoesittelyllä yrityksemme palveluista, näkyvyys nettisivustolla tapahtumapartnerina, ruokailut jne. Asetin itselleni tavoitteen saada hankittua yrityksen tekemä tapahtumainvestointi takaisin kuluviin kuukauden aikana niiden tehtävien avulla, jotka olin kirjannut muistiooni päivän annista. Tämä on ehdoton minimimitavoite ja tässä onnistuttuani en silti voi pitää sitä erityisen suurena onnistumisena, myyntityössä täytyy mielestäni olla tiettyä kunnianhimoa ja asettaa tavoitteita yhä korkeammalle.

Myyjä hankkii asiakkaat, jotka tuovat liikevaihdon yritykselle. Myyjän tehtävänä on tarjota, esitellä, neuvotella ja pitää huoli siitä, että asiakas pysyy tyytyväisenä. Asiakkaan ollessa tyytyväinen, tilaa hän tällöin myös lisää yrityksen tuotteita ja palveluita. Mielestäni jokainen yrityksen työntekijä toimii myyjänä, vaikka hän olisi oikealta titteliltään toimitusjohtaja, asiakaspalvelija tai markkinointipäällikkö. Ratkaiseva tekijä, joka erottaa menestyvän myyjän keskivertomyyjästä on, että menestyvä myyjä arvostaa työtään ja ammattiaan. (Alanen, Mälkiä & Sell 2005, 16-17.)

Myyntitulokseen voi vaikuttaa erilaiset tekijät, jotka voivat olla myyjästä riippumattomia. Näitä tekijöitä sanotaan ulkoisiksi tekijöiksi, ja niihin ei pysty vaikuttamaan. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi suhdannetilanne, rahan arvon muutokset, ostovoima, lait ja asetukset. Parhaassa tapauksessa ne voivat tukea myyjän työtä, mutta ne voivat tehdä myyjän työstä todella hankalaa. Taitavan myyjän on pakko osata muokata toimintatapojaan muuttuvien tekijöiden mukaan ja välttää negatiiviset tulosvaikutukset. (Alanen, Mälkiä & Sell 2005, 16-17.)

Menestystä myyntityössä mitataan myyntituloksin, jotka esitetään yrityksen liikevaihtona. Myyntituloksia voidaan seurata monella tapaa, esimerkiksi asiakkaiden lukumäärällä, markkinaosuuksilla, asiakasjakaumilla, katteella, myyntimäärällä, euroilla tai kappalemäärillä. (Alanen, Mälkiä & Sell 2005, 16-17.)

Konkreettisten ja myynnillisten toimenpiteiden jatkotyöstämisen lisäksi opin paljon alasta ja tapasin mielenkiintoisia ihmisiä alan huipulta. Sain lisää ymmärrystä alasta ja tätä tietoa pystyn hyödyntämään omissa asiakaskeskusteluissani.

3.4 Viikko 4

Maanantai 9.10

Päivän agendalla oli oman rutiinien lisäksi Pohjois-Suomen myyntikokous ja viime viikolla sovittu asiakastapaaminen. Myyntikokouksessa päivitettiin tilanne Suomen myynnistä kokonaisuutena, asiakkuuksien tilanne ja projektien tilanne. Myyntikokouksen agenda on tehokas ja asiat käytiin aikataulussa läpi, aikaa jäi tietysti myös vitsien kerrontaan ja yleiseen keskusteluun niin kuin asiaan kuuluu. Näissä kokouksissa on hienoa huomata, miten asiat etenevät ja päivitettävää aina on edeltävässä kokouksessa sovituista asioista. Myyntiorganisaatiomme saa mielestäni paljon asioita aikaiseksi.

Asiakastapaaminen sujui hyvin ja saimme edistettyä asioita, jotka olin kirjannut agendalle kokousta sovittaessa. Tapaamisia sovittaessa on ammattimaista liittää kokouksen agenda mukaan. Asiakas pystyy näin myös valmistautumaan itsekin ja tarvittaessa kutsua muita kollegoita mukaan. Kyseinen tapaaminen tuli päiväkirjan viikolla 3 raportoidusta Wind Finland-seminaarista.

Tiistai 10.10

Edeltävältä päivältä jäi kokouksien vuoksi tehtäviä rästiin ja päivä kului näiden parissa sekä omien ydintehtävien parissa puheluita soittaen ja mahdollisuuksia selvittäen.

Minulla oli iltapäivälle muistutus, jonka olin LinkedIn:stä aiemmin huomannut. Muistutus koski rakenteilla olevaa aurinkovoimapuistoa, jota oli tarkoitus selvittää enemmän. Hankkeessa työskentelevä yritys olikin jo asiakkaamme ja myös tähän projektiin majoitukset oli

yrittämme kautta hankittu. Soitin asiakkaalle, miten heillä majoitukset olivat sujuneet ja tarjouduin auttamaan tulevaisuudessa vastaavissa hankkeissa. Hetkeä myöhemmin asiakas soitti takaisin ja kertoi tulevista hankkeista, joissa majoitusratkaisuja varmasti tarvitaan, jos onnistuvat voittamaan kilpailutukset näissä hankkeissa. Kyseiset projektit ovat merkittävän kokoisia ja omaavat suuren potentiaalin. Jatkamme keskustelua tulevina viikkoina asiakkaan kanssa.

Keskiviikko 11.10

Päivä kului merkittävien soittotehtävien parissa koskien juuri käynnistynyttä tuulivoimapuistoa ja aurinkovoimalahankkeisiin tutustumista. Tuulipuistohankkeen pääurakoitsijaksi oli valittu yrityksellemme tuttu urakoitsija, mutta hankkeen projektipäällikkö ei ollut tiedossa. Oikean henkilön selvittäminen oli helppoa, koska tiesin mistä lähdän asiaa selvittämään. Yrittämme on vuosien varrella palvellut tuhansia yritysasiakkaita, joten asiakasrekisteriämme hyödyntäen saan paljon apua työhöni. Kohtaan usein tilanteita, joissa joudun tekemään paljon selvittelytyötä löytääkseni oikean henkilön nimen tai yhteystiedot. Yritysten nettisivuilta ei usein löydä heti oikeaa henkilöä, joka esimerkiksi vastaa tietystä projektista. Koen tosi hyödylliseksi työkaluiksi LinkedIn:stä etsiä avainhenkilöitä, yrityksen julkaisuja ja Fonecta caller-sovellus auttaa numeroiden löytämisessä.

Torstai 12.10

Päivään sisältyi tehtäviä kehitystyöstä asiakastapaamiseen. Viikolla 2 viittaamaani CRM:ään minulle rakennettavalle työpöytä näkymälle saimme tänään viimeiset hienosäädöt tehtyä ja pääsin tutustumaan toiminnallisuuksiin. Työpöydän tiedot auttavat minua hallitsemaan omaa työtäni ja näkemään mitä asioita on tulossa käsiteltäviksi. Tämä myynnin työpöytä käsittää myynnin aktiviteetit kaikista järjestelmästä löytyvistä projekteista ja avoinna olevat myyntimahdollisuudet projekteissa kaupungeittain ja aluetoimistoittain. Lisäksi myyntimahdollisuuksista näkee voitettut ja hävityt erikseen. Mielestäni myyntimahdollisuuksien seurannassa on hyvä tietää myös voitettujen prosentuaalinen osuus, koska seuraamme yrityksenä tämän keskiarvoa ja se auttaa meitä ymmärtämään ja ennustamaan myyntimahdollisuuksista tulevaa liikevaihtoa. Tämän ominaisuuden saamme varmasti helposti lisättyä. Vastuullani on viestiä eteenpäin, mikäli tarvitsen jotain muuta ominaisuutta tukemaan työtäni. Tässä vaiheessa nykyiset tiedot ovat riittäviä ja muokkaamme työpöytä tarpeen vaatiessa.

Perjantai 13.10

Päivän aikana tärkein tehtäväni oli kalenteriin merkityn budjetoinnin ensimmäisen version tekeminen. Ensi viikon yksi kokouksista on budjetointiin liittyvä ja siinä kokouksessa tulee esittää oma näkemys vuodesta 2024. Oma näkemys budjetistani tulee tulevien tuulivoimahankkeiden pohjalta. Kokonaiskuvani vuoden 2024 tuulivoimahankkeista on melko hyvä, mutta en ole

kaikkia mahdollisuuksia ehtinyt budjetointia varten selvittämään. Olen varma, että saamme kuitenkin hyvän ja tavoitteellisen näkemyksen kasattua budjetille yhdessä esihenkilöni kanssa.

Budjetointi on yrityksen ja sen talouden johtamisprosessi, johon kuuluu budjetin suunnittelu, toteutus ja seuranta. Budjettia käytetään liiketoiminnan ohjaamiseen ja sitä pidetään talousjohtamisen keskeisimpänä työkaluna. Budjetoinnin avulla yritys asettaa itselleen tulevan toimintakauden suunnitelmat ja tavoitteet. Niiden lähtökohtana ovat yrityksen pitkän aikavälin tavoitteet, jotka on muutettu tiettyä ajanjaksoa koskeviksi. Budjetointi on tärkeää yrityksen strategian ja tavoitteiden toteutumisen kannalta. Budjetti on tietyn ajanjakson tavoitteellinen ja rahamääräinen toimintasuunnitelma. Yleensä budjetilla tarkoitetaan vuosi- tai tilikausikohtaista taloudellista suunnitelmaa. (Neilimo & Uusi-Rauva 2007, 230; Järvenpää, Länsiluoto, Partanen & Pellinen 2010, 207.)

Minulla on usean vuoden kokemus budjetoinnista aikaisemmassa roolissani liiketoimintayksikön vetäjänä. Mielenkiintoisinta budjetoinnissa oli se, että huomasin kehittyväni siinä vuosi vuodelta ja sain tehtyä edeltävää tarkempaa jälkeä toteutuneiden lukujen näkökulmasta.

Viikkoanalyysi

Olennisimmat havainnot ja pohdinnat viikolta käsittelevät CRM- järjestelmän tärkeyttä myyntityössä sekä budjetoinnin merkitystä liiketoiminnassa. Pidän molempia näistä oleellisena osana omaa työtä ja olen myös työkokemukseni kautta ymmärtänyt niiden merkityksen. CRM-järjestelmä on ollut läsnä työurallani useita vuosia ja nykyinen järjestelmä suurimman osan ajasta. Osaan hyödyntää järjestelmää työssäni kyllä, mutta minulla olisi useampi kehitysidea tai lisätoiminto, jolla siitä saisi vielä enemmän irti loppukäyttäjänä. Asiakaskeskusteluiden automaattinen kirjaaminen ja integrointi eri laitteiden välillä pitäisi olla helpompaa ja nopeampaa. Mielestäni aikaa kuluu liikaa manuaalityöhön jo itsessään ja siinä on riskinä, ettei kaikkea tietoa jakseta järjestelmään lisätä tai ei pidetä oleellisena tallentaa sitä muistiin. Teknologian kyllä pitäisi tänä päivänä taipua tässä tapauksessa sujuvaan asiakkuudenhallintaan ja erilaisia sovelluksia on kokeiltukin, mutta en osaa sanoa syytä apuvälineiden puutokseen.

Asiakkuudenhallinta, jota englanninkielisessä kirjallisuudessa käsitellään nimikkeenä Customer Relationship Management ja sen lyhenteenä CRM. (Uusitalo, I. 2022, viitattu 15.10.2023.) Terminologisesti CRM-käsite on monipuolinen ja tarkoittaa eri asioita, se voi olla esimerkiksi toimintamalli tai tietojärjestelmä, joilla järjestelmällisesti hallitaan asiakkuuksia. Se voi olla myös toimintamalli, jolla hallitaan asiakaskohtauksia markkinoinnissa, myynnissä ja asiakaspalvelussa. CRM on keino asiakkaiden tunnistamiseen, hankkimiseen ja niiden ylläpitämiseen. CRM:n avulla voidaan myös johtaa toimintaa, kuten myyntiorganisaatiota, markkinointia tai

asiakaspalvelua. Isossa viitekehyksessä CRM on liiketoimintastrategia, jolla maksimoidaan asiakkaiden tuotot ja kannattavuus. (Buttle 2009, 4.)

Budjetointiprosessin tärkeimmät työvaiheet ovat budjetin suunnittelu, toteutus ja seuranta. Budjetointi on kerran vuodessa tapahtuva suunnitteluprosessi ja se tapahtuu yleensä yrityksissä kerran vuodessa. Budjetissa määritellään tavoitteet yritykselle ja sen eri tukifunktioille, esimerkiksi myynnille. Budjetoinnin ohella suunnitellut toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi ovat hyvin tärkeitä. Tärkeimmät tehtävät budjetointiprosessissa ovat henkilökohtaiset tavoitteet, menneen toimintakauden arviointi, tulevaisuuden hahmotelma ja tavoitteet. (Neilimo & Uusi-Rauva 2005, 234.)

3.5 Viikko 5

Maanantai 16.10

Päivä alkoi aamupäivän myyntikokoukseen valmistautuen, sähköpostien lukemisella sekä kuluineen viikon myynnin raportteihin perehtymällä. Tämän viikon myynnin kokoukseen osallistui koko Suomen myyntiä tekevät henkilöt ja kokouksen agendalla oli useita asioita. Nostoina kokouksesta uudet myynnin aktiivisuusmääritelmät ja palvelutuotannon laatu prosessi myynnin näkökulmasta. Myyntiaktiivisuus on tosi tärkeä aihe ja yrityksen kulttuuriin kuuluu sen vaaliminen joka päivä. Muutokset tuovat enemmän läpinäkyvyyttä tekemiseen ja auttavat henkilökohtaista itsensä johtamista. Muutokset koskevat aktiviteettien selkeämpää kirjaamista ja mahdollistavat eri viestintämenetelmien käytön.

Tuotteen laatu, palvelun tuottaminen ja niiden kehittäminen on meille tärkeää. Toiminnanohjausjärjestelmän kautta myyntihenkilöt saavat nyt helpommin ja yhtenäisellä toimintatavalla viestittyä asiakkailta saatua palautetta suoraan laadusta vastaaville henkilöille ja järjestelmä tukee palautteiden seurantaa ja kehitettäviä asioita. Asiakastyytyväisyys on yrityksemme kulmakivi.

Tiistai 17.10

Päivän aikana sain hankittua tukea jäljellä olleille asioille koskien budjetointia. Kuluvan vuoden aikana tapahtuneen myyntityön ja ensi vuoden mahdollisuuksien perusteella olen saanut hyvän käsityksen siitä, mitä itse haluan tavoitella. Minulla on huomista budjetin esitystä varten selkeä näkemys oman vastualueeni mahdollisuuksista ja haasteista.

Loppupäivä koostui soittotyöstä asiakkaiden suuntaan ja alueellisten kollegoiden tiedon vaihtoa tulevista mahdollisuuksista heidän alueillaan.

Keskiviikko 18.10

Budjettikokouksessa kävimme läpi myyntihenkilöittäin näkymät tulevalle vuodelle ja yrityksen periaatteet myyntibudjetin tekoon. Suomen liiketoiminnan budjetti tulee tarkentumaan tulevien viikkojen aikana ja myyjien näkemyksellä saadaan varmasti hyvää kokonaiskuvaa siitä miltä markkinassa ja eri toimialoilla tilanne vaikuttaa ensi vuoteen lähdetessä. Koen tosi hyvänä asiana, että budjettia lähdetään rakentamaan kyseisellä tavalla eli asiakasrajapinnan kautta, josta saadaan hyvä lähtökohta kokonaisbudjetille ja osallistetaan työntekijöitä tekemiseen. Suhdannenäkymä tulee varmasti haastamaan yrityksiä edelleen ja on tarpeellista miettiä myös uusia liiketoimintamahdollisuuksia.

Torstai 19.10

Päivän aikana pyrin vahvistamaan näkymää loppuvuoden aikana tapahtuvista vaiheista eri hankkeissa. Haastava markkinatilanne edellyttää aktiivista myyntityötä ja ymmärrystä asiakkaiden toimintakentästä. Yhä useammin on vastaan tullut tilanne, että asiakkaat saavat tietää tarjouskilpailuissa voittamistaan urakoista todella nopealla aikataululla. Tämä haastaa myös meitä majoitusten tarjoajana näkemään ja suunnittelemaan pidemmälle liiketoimintaa.

Majoitusallalla on tärkeä tunnistaa onnistumisen mahdollisuudet talvikuukausia kohti mentäessä. Myynnillistä pohjatyötä tehdään kesän jälkeen ja pitkin syksyä, mutta talvikuukaudet haastavat alaa. Majoituskapasiteetin käyttöaste laskee valtakunnallisesti osittain vapaa-ajan matkustamisen hiljennyttyä ja talviaikaan eri toimialoilla työmäärä vähenee, esimerkiksi inf-rarakentamisessa. Toki paikkakuntakohtaisia eroja on, esimerkiksi Rovaniemellä talvikuukaudet ovat tärkeitä majoituslatoimijoille sekä monille muille yrittäjille ulkomaalaisten saapessa paikkakunnalle.

Perjantai 20.10

Kulunut päivä haastoi minua tavoittamaan haluamani henkilöt, jotka halusin päivän aikana tavoittaa. Olen havainnoinut, että perjantaina etenkin iltapäivällä ihmisiä tavoittaa hyvin. En osaa sanoa johtuuko se siitä, että aamupäivän aikana pidetään kokoukset ja iltapäivällä jo valmistaudutaan seuraavaan viikkoon omien ydintehtävien parissa. Tänään ja ajoittain myös muina päivinä oli kuitenkin eri tilanne, koska koululaisten syyslomaviikko varmasti vaikutti asiaan.

Viikkoanalyysi

Tyytyväiset asiakkaat tulisi mielestäni olla jokaiselle yrityksille yksi kulmakivistä. Jotta asiakkaat olisivat tyytyväisiä, tulee yrityksen tiedostaa, mitkä asiat yrityksen toiminnassa vaikuttavat asiakastytyväisyyteen. Yrityksen tulee olla ajan tasalla koskien asiakkaiden tarpeita ja odotuksia. (Anttila & Iltanen 1998, 52.)

Asiakastyytyväisyyttä tulee vaalia jokaisen työntekijän osalta heidän päivittäisissä tehtävissään. Asiakastyytyväisyys ei ole automaattisesti pysyvä tila, omalla kohdallani pyrin päivittäin palvelemaan asiakkaitani parhaani mukaan ja jättämään ammattimaisen ja positiivisen kuvan yrityksestämme. Asiakastyytyväisyydellä on positiivinen vaikutus yrityksen menestykseen ja koen aiemmin oppimani perusteella, että yrityksellämme on monipuoliset työkalut asiakaskokemuksen seurantaan ja kehittämiseen.

Matkailuala on viime vuodet ollut monien muiden alojen kanssa hankalassa tilanteessa. Syitä löytyy useita, eikä suurempia helpotuksia ole näkyvissä edelleenkään. Suomen matkailuun iso vaikuttava tekijä on turismi ja sen myötä ulkomaisten matkailijoiden merkittävä vähentyminen. Tilannetta vaikeuttavat heikentynyt talous ja Venäjän hyökkäyssodan vaikutukset.

Matkailijoiden saapuminen Suomen matkailulle perinteisesti tärkeiltä alueilta, Venäjältä, Kiinasta ja Japanista, on romahtanut. Suomi kamppailee siten entistä enemmän muiden Pohjoismaiden kanssa esimerkiksi EU-maista ja Yhdysvalloista tulevista matkailijoista. Suomessa ja erityisesti Helsingissä ollaan muita Pohjoismaita jäljessä ulkomaisten matkailuvirtojen palautumisessa. (MaRa ry 2023.)

Moni ei osaa ajatellakaan Suomen Lapin vetovoimaa ulkomaisten, mutta myös kotimaisten matkailijoiden keskuudessa. Yrityksemme pohjoisin aluetoimisto on Rovaniemellä ja pelkääntään Rovaniemellä vierailee vuosittain yli 500 000 matkailijaa, josta 65 % on ulkomaisia matkailijoita. Rovaniemi on Suomen toiseksi kansainvälisin matkailukaupunki Helsingin jälkeen (Business Rovaniemi 2023). Kysynnän laskiessa talvikuukausina, Rovaniemellä saamme hyvää tukea liiketoimintaamme matkailijoista, vaikka vapaa-ajan matkailijat ja lyhyet viipymät eivät kuulu yrityksemme strategiaan. Toimintamme on keskittynyt pidempiin yritysmajoituksiin.

3.6 Viikko 6

Maanantai 23.10

Päivä alkoi sähköpostien lukemisella ja alkaneen viikon tavoitteiden asettamisella. Tavoitteeni viikolle on saada avoinna olevat myyntimahdollisuudet päätökseen ja merkitä tulevien hankkeiden osalta seuraavat tehtävät tuleville viikoille. Potentiaalisia hankkeita on paljon käynnissä ja tulossa, joten minulle on tärkeää ajastaa seuraavat tehtävät pysyväkseni ajan tasalla ja johtaakseni omaa tekemistäni. Luon hankkeisiin kohdistuvia muistutuksia joka päivä sitä mukaa, kun olen asiakkaisiin yhteydessä. Nyt tuntui siltä, että tarvitsen yhteenvedon varmistuakseni kokonaiskuvasta ja tehtävien olevan hallinnassa ja johdonmukaisesti aikataulutettu.

Tiistai 24.10

Edellisen päivän myyntiaktiivisuus jäi vähiin, mutta tänään sain paikattua eilistä hyvin viettämällä koko päivän asiakaskeskustelujen parissa. Päivä oli ehdottomasti hyvä ja tehokas. Tilanteeni on tällä hetkellä hyvä siinä suhteessa, että minulla ei ole sisäisiä kokouksia kovin montaa. Saan rauhassa keskittyä oman tekemiseni suunnitteluun ja toteuttamiseen. Tietysti ajoittain on mukava olla vaikuttamassa asioihin ja kertoa omat ajatukset asioista.

Päivän suurin onnistuminen oli mielestäni se, että sain kartoitettua avaintietoja muutaman valtavan rakennushankkeen etenemisestä. Tiedot koostuivat hankkeiden projektipäälliköistä, jotka vastaavat hankkeiden kehitysvaiheista tai itse toteutusvaiheista. Hankkeiden suunnitellut aikataulut rakennusvaiheista, urakoitsijakilpailutuksissa valittujen yritysten tiedot ja yhteyshenkilöt kuuluivat myös hankittuihin avaintietoihin.

Keskiviikko 25.10

Päivä alkoi yrityksen kuukausittaisella aamiaisinfotilaisuudella, johon osallistui myös kollegat muista maista. Tämä info on koko yrityksen henkilökunnalle tarkoitettu, joten siihen voivat osallistua kaikki roolista riippumatta. Tilaisuudessa käytiin läpi meneillään olevia asioita, tärkeimpiä asioita tuleville viikoille sekä toteutuneita talouslukuja edelliseltä kuukaudelta.

Seuraava kokous oli Suomen maayhtiön oma infotilaisuus, jossa pureuduttiin aiemmassa kokouksessa pintapuolisesti käytyihin asioihin käytännön toimenpiteiden muodossa. Liiketoimintamme hiljenee talvikuukausiin mentäessä ja on olennaista varmistaa viikoittain konkreettiset toimenpiteet tiimeittäin ja sen kautta henkilöittäin.

Loppupäivän keskityin päivälle merkittyjen tehtävien suorittamiseen puheluja soittamalla ja sähköposteja lähettämällä.

Torstai 26.10

Päivään ei ollut merkitty kokouksia, joten sain täysin keskittyä hankkeiden selvitykseen ja oman myyntiputkeni vahvistamiseen. Mielestäni on palkitsevaa löytää myynnin mahdollisuuksia sellaisista hankkeista ja aloilta, jossa yritys ei ole ollut aiemmin mukana majoitusten järjestämisessä.

Viitataan tässä siihen kokonaisuuteen, mikä on yksi päiväkirjamuotoisen opinnäytetyöni tavoitteista. Avata myynnin portteja uusiin segmentteihin, tehdä sidosryhmäyhteistyötä hankehittäjien ja vuokranantajien kanssa kartoittamalla majoituskapasiteettia hankkeen paikkakunnalta sekä kehittää projektimyynnin prosessia. Löysin valtavan mahdollisuuden ja potentiaalın omaavan hankkeen, joka alkaa lähikuukausina. Hankkeen investointiarvo on suuri, kun huomioidaan pieni paikkakunta mihin hanketta kaavaillaan. Olin yhteydessä useaan eri tahoon ja kävin kunnan päättäjien kanssa keskustelua, miten he näkevät hankkeen vaikutukset paikkakunnalle ja miten he kokevat alueen majoituskapasiteetin riittävyyden hankkeeseen.

osallistuvien urakoitsijoiden majoittamiseen. Sovimme, että tulemme käymään vielä vuoropuhelua hankesuunnittelujen edetessä ja tässä kohtaa lähetän sähköpostilla tietoa toiminnastamme ja palveluistamme. Keskustelujen yhteenvedona koen, että kaltaisemme toimijan lähestyminen auttavalla kädellä koettiin todella positiiviseksi. On selvää, että kaltaistamme toimijaa tarvitaan isoissa investoinneissa ympäri Suomen, tämä korostuu erityisesti pääkaupunkiseudun ulkopuolella pienemmillä paikkakunnilla.

Perjantai 27.10

Olin sopinut tälle päivälle sisäisen kokouksen kollegani kanssa, joka työskentelee Norjan maa-yhtiössämme. Hän on ollut yrityksessä vuosia eri rooleissa ja kehittänyt enimmäkseen kaupallista puolta, joten hän tuntee hyvin majoitusala ja eri markkinoita. Kokouksemme agendalla oli jakaa kokemuksia ja kontakteja yrityksellemme uuden segmentin kaupallisista mahdollisuuksista ja toimintatavoista keskiössä tuulivoimarakentaminen. Hän ei ole työskennellyt viime aikoina enää niin tiivisti aiheen parissa, mutta tietää myös muissa maissa asiasta tietäviä kollegoja. On hyödyllistä jakaa tietoa maiden välillä, mutta etenkin yhteisiä keinoja tavoitteiden saavuttamiseen uuden asian äärellä. Huomasimme asioita läpikäydessä, että meidän olisi pitänyt jo aiemmin järjestää kokous. Olemme tehneet osittain samoja asioita ja käyttäneet niiden selvittämiseen paljon aikaa, jotka olisi voinut tehdä yhdessä tai jakaa tehtävissä vastuita oma-aloitteisesti. Toki maiden välillä on eroja monessa mielessä, esimerkiksi lainsäädännölliset asiat ja alaa tukevat yhteisöt. Sovimme lopuksi, että seuraavaksi olen yhteydessä kollegoihin Ruotsissa ja Tanskassa, heillä on kokemusta muistakin uusiutuvan energian aloista tuulivoiman lisäksi.

Viikkoanalyysi

Viikon päätteeksi jäin pohtimaan uutta toimenkuvaani verraten aiempien vuosien rooliini. Suurin muutos on se, että nykyisen tiimini henkilöt istuvat eri puolilla Suomea. Päivittäiset kohtaamiset toimistolla ja kahvipöydässä eivät ole niin vahvasti enää läsnä arjessa.

Etätyö on tuonut vaihtoehtoisia työskentelymalleja, joita pystytään hyödyntämään yritysten toiminnassa. Etätyöllä tarkoitetaan työtä, joka tehdään muualla kuin työlle normaalisti määrättyssä paikassa. Etätyö voi tapahtua kokonaan etänä tai osittain työpaikalla, riippuen organisaatioiden erilaisista käytännöistä ja säännöistä etätyön osalta. Etätyöskentely tapahtuu usein kotona tai paikassa, jossa on saatavilla työhön tarvittavat työvälineet. Eri tietoteknillisten välineiden avulla voidaan olla yhteydessä sisäisiin ja ulkoihin sidosryhmiin (Salli 2012, 95.)

Mielestäni etätyötä tehtäessä on tärkeä, että työntekijän ja työnantajan välillä on sovittu selkeät puitteet työn tekemiseen. Kommunikointi, seuranta ja palautteen anto molempiin suuntiin ovat olennaisia elementtejä. Lisäksi tulee sopia näiden säännöllisyydestä tietyin väliajoin.

Etätöissä on useita hyötyjä työnantajalle ja työntekijälle. Etätöiden tuomia mahdollisuuksia työntekijälle ovat työn tauottaminen ja rytmittäminen vapaammin sekä työajan joustavuus. Nämä mahdollisuudet vaikuttavat etenkin työntekijöihin, jolloin he saavat rytmitettyä omaa työtä haluamallaan tavalla sopimaan vapaa-aikaan. Henkilöstön työtyytyväisyyden kohoaminen voidaan havaita työtehon paranemisena. Työtyytyväisyyden parantuessa työntekijät saattavat tehdä pidempiä työuria ja sairauslomat voivat vastaavasti vähentyä (Työterveyslaitos 2020.)

3.7 Viikko 7

Maanantai 30.10

Viikko alkoi Suomen myynnin kokoukseen valmistautuen. On hyvä, että agendalla on aina asioita, jotka vaativat valmistautumista jokaiselta. Tällä saadaan lisättyä vuoropuhelua ja paljon enemmän aiheista irti, toisin kuin kokouksen koollekutsuja olisi yksin äänessä. Olemme myös sopineet, että jokainen pitää kameran päällä. Nostoina kokouksesta positiiviset muutokset myyntimahdollisuuksien kirjausprosessiin, uusi prosessi luo selkeämmän näkyvyyden myyntimahdollisuuden sisällöstä kaikille myynnin parissa työskenteleville.

Suunnittelemani päivän tavoitteet asiakaskontakteista eivät tänään täyttyneet, ihmisiä oli hankala tänään tavoittaa. Työ jatkuu huomenna aktiivisella otteella, tavoitteena viimeistellä viikon ensimmäinen sopimus asiakkaan kanssa.

Tiistai 31.10

Päivä oli täynnä aktiivista yhteydenpitoa uusiin ja nykyisiin asiakkaisiin. Sain tärkeää tietoa tulevista tuulivoimahankkeista ja havaintoja markkinatilanteesta.

Talvikuukaudet ovat majoitusosalalla selvästi hiljaisempia kuin muut kuukaudet. Inflaatio, korkeat korot ja epävarmuus markkinoilla luovat yrityksille muutenkin epävarmuutta investointeihin. Talvikuukausina vielä korostuu ydinasiakasryhmäni toimialojen luonnollinen haastavuus. Tuulivoimapuistoja ei rakenneta läpi talven, rakentamisessa tulee tiettyjä taukoja jo sään vuoksi. Maanrakennus ja muu infratyö hankaloituu jäätyneen maaperän ja lumen tuomien haasteiden myötä. Työmaatarvikkeiden logistiikka hankaloituu jo valmiiksi hankalissa paikoissa sijaitseville tuulipuistoalueille. Tuulivoimaturbiinien asennustyö ja valtaviin nosturien saanti työmaalle on ongelmallista. Kokemukseni mukaan joitain työvaiheita voidaan edistää talven aikana esimerkiksi voimalinjoja tai rauditus- ja betonitöitä turbiiniperustuksille.

Keskiviikko 1.11

Päivän omien tehtävien lisäksi olin mukana kollegani koolle kutsumassa asiakastapaamisessa. Kokouksen aiheena oli tämän vuoden yhteistyön kokemukset ja palautteen anto, asiakkaan tulevat projektit ensi vuodelle sekä keskustelua asiakkaan organisaatiosta ja toimintamalleista Suomen hankkeissa. Kollegani on vastannut asiakkuuden hoitamisesta pidemmän aikaa ja yhteistyö toimii myös muissa maissa, jossa yrityksellämme on toimintaa. Muutaman kerran olen ollut mukana asioimassa heidän kanssaan muutamaa hanketta koskien. Asiakasyritys on ulkomaalainen iso toimija tuulivoimaturbiinien asentamisessa ja kokouksen tietojen perusteella tulee olemaan sitä myös ensi vuonna. Asiakas on ollut meille tärkeä ja liikevaihdollisesti mitattuna yksi suurimmista tuulivoimasektorin tuomista asiakkaista kuluvana vuonna. Yhteistyöhön olemme olleet molemmin puolin tyytyväisiä ja kehitettäviä asioita ei juurikaan esille noussut.

Kokous oli tietysti tosi tärkeä meille yrityksenä ja myös itselleni Suomen hankkeita ja ennustettavuutta ajatellen. Sovimme, että saamme kokouksen jälkeen vielä asiakkaalta sähköpostilla asiat ja muut tärkeät tiedot hankkeista, aliurakoitsijoista ja kilpailijoista.

Torstai 2.11

Tänään piti alun perin olla livetapaaminen Suomen myynnin henkilöstön kesken, mutta tilaisuus vaihdettiin virtuaaliseksi matkustamishaasteiden vuoksi, koska kokouksen vetäjä oli estynyt saapumaan paikalle Ruotsista. Koulutustilaisuus koski uusien segmenttien esittämistä myynnille ja toimenpiteiden jalkauttamista tulevaan. Segmenteillä ei tarkoiteta tässä yhteydessä asiakkaiden toimialoja tai muuta isompaa erittelyä, vaan sisäisesti asiakkaidemme parempaa ymmärtämistä, tunnistamista sekä ostokäyttäytymistä. Samalla muuttuu moni asia ja myyntityössämme päivittyy asiakkuudenhoitomalli ja kaikki myynti- ja markkinointimateriaalit vastaamaan paremmin muutoksia.

Kokouksen vetäjä työskentelee meillä myynnin kehityksen parissa ja on ollut vastuussa muutoshankkeesta usean kuukauden ajan. Ennen kuin kukaan ehti kysyä, että miksi tällaista tehdään ja mitä hyötyä on investoida kyseiseen projektiin niin hän vastasi vakuuttuneesti yrityksemme hakevan viime kädessä enemmän liikevaihtoa. Tämä oli hyvä ja yksinkertainen vastaus sillä näin asia on ja olen itsekin päässyt aiempina vuosina kokemaan yrityksemme eri projekteja ja tietysti viime kädessä näillä haetaan positiivista vaikutusta yrityksen talouteen.

Perjantai 3.11

Päivän aikana sain tehtyä viikon keskeneräiset asiat valmiiksi ja suunnitella ensi viikon myynnillisiä tehtäviä. Kaikki tekeminen yrityksessä keskittyy nyt vahvasti myynnin kasvattamiseen niin kuin pitääkin. Kysynnän laskiessa laadukas myyntityö on kaiken keskiössä, toki laadukas myyntityö on aina tärkeää. Kokemukseni mukaan ja omien havaintojen perusteella tänä päivänä tehty asiakaskontakti realisoituu liikevaihtona keskimäärin kahden kuukauden kuluttua.

Myyntityö harvoin tuottaa liikevaihtoa heti kontaktin jälkeen, eli nyt teemme tärkeää työtä talvikuukausia ajatellen.

Viikkoanalyysi

Kuluvalla viikolla opin uutta tuulivoiman rakentamisesta ja tuulivoimaloiden tuottamisesta talvella. Yleinen käsitys tuulivoimasta on, että tuuliturbiinit eivät tuota talvella paljoa sähköä, koska talvella ei tuule. Todennäköisesti tämä johtuu siitä, että talvella maan pinnalla ei juurikaan tuule. Totuus on kuitenkin se, että talvella tuulee korkeammalla maan pinnasta ja se on todella tuottavaa, koska tuuliturbiinit ovat keskimäärin 142 metrin korkeudella (Suomen Tuulivoimayhdistys 2020). Havaintojeni mukaan tuuliturbiineja pyritään rakentamaan yhä korkeammalle.

Suomessa tuulen nopeus vaihtelee eri vuodenaikoina. Talvella Suomessa matalapainetoiminta on paljon aktiivisempaa, jonka vuoksi tuulen nopeus on tuuliturbiinien napakorkeudella keskimäärin voimakkaampaa. Tuulivoimalat tuottavat talvella enemmän energiaa johtuen kylmemmästä lämpötilasta ja tiheämmästä ilmantiheydestä. Talvella sähköä myös käytetään kesää enemmän, mikä sopii mainiosti olosuhteisiimme. Vaikka joka vuosi on tuulisuudeltaan erilainen ovat talvikuukaudet merialueilla, rannikolla ja tuntureilla Suomessa selvästi tuulisempia kuin kesäkuukaudet. Aion perehtyä tulevilla viikoilla tarkemmin teknologiaan ja toimintatapoihin, joilla vältetään tuuliturbiinien lapoihin kerääntyvän jään syntymistä. (Suomen Tuulivoimayhdistys 2023.)

Suomessa kantaverkkoyhtiö Fingrid kerää dataa sähköntuotannosta. Fingridin tiedon mukaan, välillä 1.1.2023 - 1.11.2023 tuulivoiman tuotanto on ollut keskimäärin 1587 MWh/h ja maksimi tuotantokapasiteetti on 4910 MW (Fingrid 2023). Sähkön kokonaiskulutus Suomessa laski 6 % vuonna 2022. Sähköntuotanto jatkui tasaisena edelliseen vuoteen verrattuna, mutta sähkön nettotuonti väheni 30 % edellisvuodesta. Energian kohonneet hinnat näkyivät myös sähkön hankinnassa ja kulutuksessa. Sähkön korkea hintataso ja voimakkaat hintapiikit vähensivät myös sähkön kysyntää. Tällä oli vaikutus myös omaan talouteen ja sähkön käytön tarkkavai-suuteen. Vuonna 2022, tuulivoiman tuottamalla sähköllä katettiin ennätyselliset 14,1 %. Suomessa tapahtuvaa energiamurrosta on todella mielenkiintoista seurata ja olla mukana auttamassa järjestämään majoituksia investointihankkeissa työskenteleville yrityksille. (Tilastokeskus 2023.)

3.8 Viikko 8

Maanantai 6.11

Päivä alkoi edellisen viikon myynti- ja aktiivisuusyhteenvedon katsauksella, sähköpostien lukemisella ja päivän myyntikokouksiin valmistautumalla. Liityin mukaan ensimmäistä kertaa

Länsi-Suomen myyntikokoukseen, koska minulla alkaa olla useita hankkeita alueella ja tärkeää tietoa jaettavaksi alueellisille vastuuhenkilöille. Tässä kokouksessa tulen olemaan jatkossa mukana Pohjois-Suomen ja Lapin lisäksi.

Tänään olin poikkeuksellisesti useaan asiakkaaseen yhteydessä enemmän sähköpostitse kuin puhelimitse, enkä onnistunut täyttämään päivän soittotavoitettani. Oman työni helpottamiseksi ja nopeampien vastauksien saamiseksi enemmin soitan sähköpostin sijaan, jolloin asiat etenevät mielestäni jouhevammin. Päivän asiat eivät olleet niin akuutteja, että nopea vastaus olisi ollut tarpeen.

Tiistai 7.11

Päivän aikana tavoitteeni oli etsiä oikeita kontakteja ja vastuuhenkilöitä muutamasta hankkeesta, jotka ovat olleet hankalia tiedon löytämisen suhteen. Pääsääntöisesti olen onnistunut löytämään tarvitsemani tiedot monesta hankkeesta, mutta näissä se on osoittautunut hankalaksi. Tuulivoimahankkeissa ja myös muissa puhtaan energian hankkeissa olen tunnistanut meille vielä tuntemattomia yrityksiä ja toimijoita. Tämä johtuu todennäköisesti myös siitä, että uusia yrityksiä tulee koko ajan lisää ja alan kovaan kasvuun halutaan mukaan. Osa yrityksistä tulee kansainvälisten jo alalla pitkään toimineiden yritysten kautta tytäryhtiöinä tai alirakojina, joita he ovat käyttäneet muissa maissa. Näistä selkeästi suurin osaa tulee Pohjoismaista ja Pohjois-Euroopasta.

Keskiviikko 8.11

Jatkoin eilisen tehtäviä etsien oikeita henkilöitä kartoittaakseni mahdollisuuksia näissä projekteissa. Päivä sisälsi monta puhelua ja lopulta onnistuin löytämään etsimäni henkilöt. Valtaosa näistä henkilöistä oli uusia, joten loin tiedot CRM-järjestelmään ja liitin henkilöt, yritykset ja projektit yhteen jatkotyöstön helpottamiseksi. Päivän aikana sain hyvän asiakkaani kanssa sovittua lisämajoituksesta, johon kuului kolmen asunnon hankkiminen heidän käynnissä olevaan projektiin. Tarjouspyynnössä esitettyjä asuntoja meillä ei portfoliossamme ole valmiina, vaan tässä tapauksessa etsimme asunnot vuokramarkkinoilta ja kalustamme ne asiakkaan toiveiden ja sovitun mukaan. Toimeksiannon suorittamiseen meillä on yli viikko aikaa.

Torstai 9.11

Kulunut päivä oli aktiivinen ja kului täysin soittotyöskentelyssä uuden myynnin ja juoksevien asioiden hoitamisessa nykyisten asiakkaiden parissa. Kalenterissani oli onneksi tilaa juoksevien asioiden hoitamiseksi. Joskus tulee päiviä, jolloin tuntuu tuottavan työn jääneen vähemmälle tai päivän onnistumiset eivät kohtaa omia ajatuksia. Tärkeintä mielestäni kuitenkin on se, että asiakaspalvelu ja palvelualltius ovat vahvasti läsnä arjessa ja jokaisessa hetkessä.

Perjantai 10.11

Viikon päätteeksi oli taas aika saada keskeneräiset asiat valmiiksi ja merkitä kalenteriin tulevan viikon käsiteltäviä asioita. Olin merkinnyt kalenteriini tehtäviä luomiini myyntimahdollisuuksiin, joihin oli aiemmin sovittu tilanpäivitykset asiakkaan kanssa. Osaan näistä tuli merkittäviäkin muutoksia, positiivisia ja negatiivisia. Ymmärrän täysin, että markkinatilanne haastaa meitä kaikkia ja olemme tunnistaneeet jo aiemmin nopeiden muutosten trendin olevan läsnä toimintaympäristössämme. On varmasti haastavaa toimia, kun suunnitelmallisuus ja tulevaisuuden liiketoimintanäkymät jäävät uupumaan ja pyritään reagoimaan parhaalla mahdollisella tavalla siinä hetkessä. Yksi asiakkaistani sanoi juteltuamme näistä haasteista, että onneksi ainakin majoitusasiat hoituvat aina kivuttomasti kauttamme niin ei tarvitse niistä enää lisähuolta kantaa.

Viikkoanalyysi

Kuluneelta viikolta jäin pohtimaan asiakaspalvelun merkitystä myyntityössä ja sitä, kuinka iso rooli sillä onkaan kaikessa tekemisessämme. Yksinkertainen ja ehkä itsestäänselvytenäkin pidettävä asia yleisesti, mutta miten myös henkilökohtaisella tasolla onnistuu luomaan timanttisen tavan toimia ja luotua kilpailuetua. Yrityksemme strategiassa asiakaskeskeisyyden ympärille rakennetaan kulttuuri ja toimintamallit. Asiakaskeskeisyys mielestäni tarkoittaa asiakaspalvelua, asiakaskokemusta, asiakastyytyväisyyttä ja yksilöiden yhdessä tekemiä asioita samojen tavoitteiden eteen, joissa asiakaslähtöisyys tulee ennen muuta. Haasteellisessa markkinatilanteessa pärjääminen ja asiakaskeskeisellä aikakaudella onnistuminen vaatii yritykseltä paljon. Tärkeintä on asettaa asiakas ja asiakkaan tarpeet etusijalle. Tämän tulisi näkyä kaikessa yritysten päätöksenteossa ja toiminnassa, jotka pitävät asiakaskeskeisyyttä tärkeimpänä missiona. Asiakkaalla on yleensä tietyt odotukset tuotetta tai palvelua kohtaan ja on tärkeä odotusten täyttämisen lisäksi onnistua luomaan positiivisia yllätyksiä. On myös olennaista tiedostaa, että asiakaskokemus lähtee positiivisesta työntekijäkokemuksesta. (Koivisto yms. 2019. 22.)

Pohdin asioita oman roolini kautta henkilökohtaisessa myyntityössä. Mitkä ovat niitä asioita toiminnassani, jotka heijastavat koko yrityksen asiakaskeskeistä toimintaa ja arvoja? Mitkä ovat niitä henkilökohtaisia ja voittavia taitoja, jotka auttavat minua huippuonnistumisiin työssäni? Reagointikyky tai reagointinopeus kaikkiin asiakkaalta tuleviin asioihin, on kyseessä tarjouskysely tai joku muu selvitystyö. Pyrin reagoimaan heti tai lyhyen aikaviveen sisään asiakkaan yhteydenottoon. Tämä on iskostunut minuun vuosien saatossa, koska itse asiakkaan roolissa ollessani arvostan nopeaa reagointia, oli asia mikä tahansa. Jos olen palvelua tai tuotetta ostamassa tai minulla on jotain kysyttävää, en halua jäädä odottelemaan kovin pitkäksi aikaa. Esimerkiksi tarjouskyselyitä laitetaan useasti moneen paikkaan, niin väitän nopeimman vastauksen antaneella olevan etulyöntiasema heti alkuun. Asiakkaan tarpeiden kuunteleminen ja ymmärtäminen on olennaista. Tässä voi lähteä heti alkuun väärälle polulle, jos tarjotaan palvelua, mikä ei kohtaa lainkaan tarvetta. Huomiona tarvekartoituksessa se, että voi olla

tilanne, ettei asiakkaalle sopivaa ratkaisua ole tarjota. Omaan toimintatapaani kuuluu tällaisessa tapauksessa avoin keskustelu tilanteesta ja vaihtoehtoisten mahdollisuuksien etsiminen yhdessä asiakkaan kanssa. Kyseisissä tilanteissa voidaan päästä ennakoitua parempiin lopputuloksiin ja jättää asiakkaalle sitä kautta positiivinen kokemus. Viime kädessä myyntityö on ihminen ihmiselle tapahtuvaa vuorovaikuttamista, jossa heijastan omaa tekemistäni paljon siihen, miten toivon itseäni palveltavan asiakkaana ollessani. Huomioiminen, puhuttelu, kohteliaisuus, käytöstavat, rehellisyys, avoimuus, selkeys ja positiivinen ote ovat näitä elementtejä.

3.9 Viikko 9

Maanantai 13.11

Viikko alkoi edellisen viikon kaupallisten toimenpiteiden yhteenvetoon ja tuloksiin tutustumalla, jonka jälkeen keskityin uuden viikon jäsenneltyjen tehtävien pariin. Päivään sisältyi tarjousten lähettämistä, soittotyötä, sähköpostikeskusteluja ja eri projektien tietojen etsintää. Yhden asiakkaani kautta sain tietoa suuresta hankkeesta, joka on käynnistymässä vuoden vaihteen jälkeen. Hanke on iso tehdasinvestointi, joka ei omalle vastuualueelleni kuulu, mutta tietysti poimin saatavissa olevat tiedot alueesta vastaavalle kollegalleni jatkoselvittämistä varten. Sovimme kollegani kanssa, että autan alkuun potentiaalisen kartoittamisessa, koska minulla on valmis kontakti olemassa ja tietoa hyödynnettävissä tuleviin keskusteluihin hankkeen tilaajan kanssa. Kokemuksemme mukaan, suuren investoinnin tai hankkeen tilaaja on olennaista tavoittaa jo alkuvaiheessa. Heidän kauttaan on mahdollista saada paljon tärkeää tietoa, esimerkiksi aikataulu ja prosessi hankkeeseen tulevien yritysten kilpailutuksesta.

Tiistai 14.11

Päivä alkoi sovitulla kokouksella kollegani kanssa, joka vastaa yritykselle tärkeästä ja paljon potentiaalia omaavasta asiakkuudesta Pohjoismaiden tasolla. Olemme molemmat tunnistaneeet majoituspotentiaalisen asiakkaan ydintoiminnassa tuulivoimahankkeiden parissa ja asiakkuuden kautta saatujen tietojen mukaan työskentelee useita aliorakoitsijoita heidän hankkeissaan. Listasimme kaikki käynnissä olevat ja tulevat projektit, joissa asiakas on mukana. Projektilistauksen ollessa selvä, koostimme yhteen olemassa olevat tiedot hankkeiden vastuuhenkilöistä. Meiltä puuttui monesta hankkeesta vastuuhenkilöt ja muita tärkeitä tietoja tulevista hankkeista, joten päätimme jakaa tehtäviä selvittääksemme halutut tiedot. Tässä korostuu parhaimmillaan kollegojen yhteistyö ja toisia auttaminen yhteisten tavoitteiden eteen.

Keskiviikko 15.11

Päivän asiakaskontaktit tarjosivat laajasti tietoa tulevista investoinneista tuuli- aurinkovoimaisuuteen sekä käynnissä olevista sähköverkkoprojekteista Suomessa, jotka liittyvät

uusiutuvan energian sähkönjakeluun. Oman aktiivisuuden kautta olen tunnistanut uusia asiakkuuksia ja myös syventänyt tietoa meille jo tutuista tai historiassa satunnaisia ostoja tehneistä yrityksistä. Saamieni tietojen kautta olen pystynyt auttamaan omaa onnistumistani omalla vastuualueellani, mutta myös kollegoja välittämällä heille tietoa heidän asiakkuuksistaan tai vastuuprojekteistaan. Yrityksessämme työskentelevien myyntihenkilöiden kesken tieto liikkuu kiitettävästi ja toisia autetaan yli maarajojen.

Torstai 16.11

Tänään oli haasteellinen päivä tavoittaa haluttuja henkilöitä puhelimitse, joten valitsin lähestymistavaksi sähköpostin. Asioiden kiireellisyydestä riippuen, asetan soittomuistutukset yleensä seuraavalle päivälle. Joskus asiakkaat ovat yhteydessä myös Whatsappin kautta, luulen tämän kanavan toimivan nopeana ja helppona lähestymistapana hoitaa yksinkertaisia juoksevia asioita. Mielestäni tässä on hyvät sekä huonot puolet, mutta jos asiakas itse tämän lähestymistavan valitsee, niin siihen vastataan. Hyvä puoli on se helppojen asioiden nopea hoitaminen, tämä voi olla myös uudenlaista toimintakulttuuria nopean reagoinnin toivossa, johon olen viitannut edellisen viikon viikkoanalyysissä. Huono puoli on se, että palveluulttiutta osoittamalla käy helposti niin, että asioita hoidellaan sitten myös työaikojen ulkopuolella ja iltamyöhään, ellei asiakkaalle kerrota haluttua toimintatapaa ja palvelukanavia iltapäivään.

Perjantai 17.11

Päivä oli aktiivinen ja tavoite saada tehtyä viikon työt onnistui hyvin tavoittaessani myös edeltävänä päivänä tavoittamattomat henkilöt. Päivään sisältyi asiakaskeskustelujen lisäksi tarjouspyyntöjä, joista yksi oli meille uuden asiakkaan majoitustarve Ruotsissa. Viikkoja takaperin olin ollut heihin yhteydessä tuulivoimahankkeeseen liittyen ja silloin heillä ei ollut tarvetta kyseisessä projektissa. Asiakas muisti keskustelumme ja sähköpostini palveluistamme myös Suomen ulkopuolella. Kontaktoidessani asiakasta ensimmäisen kerran, olin tietoinen siitä, että he liikkuvat emoyhtiön mukana eri projekteissa Pohjoismaissa.

Iltapäivä kului tämän tarpeen parissa työstäen ratkaisua, sillä asiakkaan tarve on alkamassa jo tulevana maanantaina. Työpäivän viimeisen tunnin aikana sain asiakkaalta vahvistuksen tarjouksen hyväksymisestä ja teimme sopimuksen. Jatkamme keskustelua tulevalla viikolla lisätarpeesta ja sen kestosta, joka heille projektiin on vielä tulossa. Hoidettuamme asiakkaan tarpeen nopealla aikataululla ja positiivisella asiakaskokemuksella, uskon tämän avaavan yhteistyötä myös tulevissa projekteissa.

Viikkoanalyysi

Viikon aikana sain hyvän muistutuksen siitä, kun tekee systemaattisesti omaa myyntityötä, on aktiivinen ja kohdistaa aktiivisuuden ennalta harkittuihin asiakkaisiin, niin hyvät asiat seuraavat ennemmin tai myöhemmin. Prospektointi on myyntiprosessin vaiheista ensimmäinen ja myös määrittelee koko myyntiprosessin lopputuloksen. Prospektointi eli ostopotentiaalisten asiakkaiden etsimistä ja löytämistä. Se on uusien myyntimahdollisuuksien etsimistä nykyisistä tai uusista asiakkaista. Sillä tarkoitetaan myös oikeiden ihmisten löytämistä ostajiksi yrityksen tarjoamalle tuotteelle tai palvelulle. Hyvä prospektointi on tärkeä osa myyntitavoitteisiin pääsyä. Laadukkaasti toteutettu prospektointi mahdollistaa myyntityön onnistumisen. Yrityksen näkökulmasta laadukkaasti tehty prospektointi on tärkeä kannattavan kasvun tekijä, koska se mahdollistaa kustannustehokkaan asiakashankinnan. Prospektoinnissa korostuvat määrä ja laatu, joilla on suora yhteys myynnin määrään ja laatuun. Myyjien prospektointiin investoitu aika heijastuu suoraan myyjien myyntisuoritukseen. (Sarasvuo & Jarla 1998, 34-35.)

Hyviä prospektoinnin työkaluja itselle ovat olleet LinkedIn ja nettisivuilla asiakkaiden sekä heidän kilpailijoiden referenssit. Myynnissämme on käytettävissä myös muita kanavia potentiaalisten asiakkaiden etsimiseen, mutta edellä mainitut ovat osoittautuneet minulle roolissani toimiviksi. Uusiasiakashankinnassa on tärkeä varmistaa laadukas työ ja ajankäyttö, sillä useat tutkimukset ovat osoittaneet, että uusien asiakkaiden löytäminen on moninkertaisesti kalliimpaa kuin nykyisten asiakkaiden ylläpitäminen (Wilson 2006, 40). Suomessa ei mielestäni niinkään puhuta asiakashankinnan kustannuksista yleisellä tasolla, vaikka se tiedostetaan oleelliseksi asiaksi.

3.10 Viikko 10

Maanantai 20.11

Poissa.

Tiistai 21.11

Poissa.

Keskiviikko 22.11

Alkuvuikon sairastelun vuoksi aloitin päivän hieman normaalia aiemmin saadakseni kurottua aikataulua kiinni tekemättömien tehtävien osalta. Olen syksyn ajan tarkkaan aikatauluttanut työni pitääkseni rytmistä ja työn teon selkeydestä kiinni. Alkuvuikon tehtävien joukossa oli myös sovittuja yhteydenottoja asiakkaiden kanssa, mutta näistä olin asiakkaisiin yhteydessä palatakseni loppuviikosta uudestaan. Päivään kuului neuvotteluja auki olevista myyntimahdollisuuksista, selvitystyötä urakoitsijoiden ja aikataulujen osalta käynnissä olevista projekteista sekä useita sähköposteja ja puheluja. Nostona päivästä oli onnistuminen asiakkaan kanssa vahvistetusta kaupasta. Majoitus kohdistuu projektiin, jossa on kyse Suomen ja Ruotsin

välisestä yhteishankkeesta, jossa rakennetaan uutta ja vahvistetaan nykyistä sähkönkantaverkkoa tulevaisuuden sähkökäyttöä ja sähkönsiirtoa ajatellen.

Torstai 23.11

Päivän aloitus oli normaalista poikkeava ja samaan hetkeen sattui useita nopeaa reagointia vaativia asioita. Selvitimme muutaman asiakkaan kanssa epäselviä laskuja, kylmyyttä huoneistoissa sekä yhtä pitkittynyttä sähkökatkoa. Edeltävällä viikolla viittasin nopean reagoinnin tärkeyteen asiakaspalvelutyössä, tässä oli hyvä esimerkki siitä, kuinka myös myynnin jälkeisessä tapahtuvassa palvelussa asiakas odottaa nopeaa reagointia. Toki kyseiset ongelmat olivat tärkeitä ratkaista nopeasti.

Tänään sain kuulla monen asiakkaan kanssa keskusteltuani, kuinka hiljaista markkinassa on, kun tarjottavaksi tulevien urakoiden määrä on merkittävästi laskenut ja työt vähenevät kohti talvikuukausia. Vihreän siirtymän investoinnit odottavat parempia aikoja, tilannetta hyvin kuvaa se, että tuulivoimapuistojen kohdalla uusia investointipäätöksiä ei kuluvana vuonna ole tehty. Aurinkovoimapuistot ja sähköverkkoprojektit etenevät hieman paremmin sekä osa vedyn tuotantolaitoshankkeista.

Perjantai 24.11

Tänään sain tulevia projekteja ajatellen viimein yhteyden henkilöön, joka toimii vasta Suomeen perustetun yhtiön maajohtajana. Yritys on kotoisin Ruotsista ja on viime vuosina kasvanut laajentaen toimintoja eri maihin. Yritys on tehnyt merkittäviä uusituvan energian projekteja Euroopassa. Arvelin heidän olevan kiinnostunut yhteistyöstä majoittaa omaa henkilöstöä ja aliurakoitsijoitaan uusissa projekteissa. Keskusteltuamme tovin, hän oli todella kiinnostunut mahdollisuuksista ostaa palvelua toimijalta, joka pystyy palvelemaan myös Suomen ulkopuolella. Tulemme jatkamaan keskusteluja jo lähiaikoina, koska heillä on alkamassa kaksi hanketta Suomessa. Yhteistyö olisi meille merkittävä, koska heidän kauttaan tai heidän tekemänä, tulee todennäköisesti menemään suuri osa kaavailtuja aurinkovoimalahankkeita tulevana vuonna. Vuosien varrella olemme onnistuneet yrityksessämme hankkimaan hyviä yhteistyösuhteita monen eri yrityksen kanssa, jotka ovat kantaneet pitkälle avaten kasvumahdollisuuksia molemmille osapuolille. Mielestäni yksi vahvuutemme yrityksenä on se, että pystymme auttamaan isoja yrityksiä tuottamalla palvelua monessa maassa, jossa myös itse toimivat.

Viikkoanalyysi

Viikon jälkeen jäin pohtimaan asiakassuhteiden kehittämistä ja etenkin sitä, miten varmistamme myynnissä yksilöinä ja sitä kautta yrityksenä, että palvelulupauksemme toteutuu jokaisessa myyntitilanteessa. Yksi tavoitteestamme on, että palvelumme on yhtenäistä

riippumatta siitä, missä maassa asiakas palvelua tarvitsee. Yhtenäisiin toimintamalleihin kuuluu tuotteen eli majoituskohteen sama laatutaso ja varustus, kohteisiin myytävät lisäpalvelut ja hinnoittelu, reagointinopeus ja myyjien tekemä tarvekartoitus. Pysin palvelemaan omia asiakkaitani myös muissa maissa, vaikka päävastuuni on auttaa heitä Suomessa. On tärkeää rakentaa suhteita asiakasyritykseen mahdollisimman laajasti ja ansaita luottamusta paljallaan. Tilanteet tulee arvioida toki tapauskohtaisesti, koska jossain tapauksessa on järkevämpää osallistaa kollega mukaan myyntitilanteeseen tai jopa antaa kokonaan tilanne hänen hoidettavakseen. Esimerkkitapauksena se, että myydään projektimajoitusta toisessa maassa olevaan projektiin ja majoituskapasiteetti täytyy etsiä asiakkaalle paikallisesta markkinasta.

Yrityksen työntekijöille järjestetään hyvin koulutuksia myyntiin, asiakaspalveluun ja palvelutuotantoon varmistaaksemme saman palvelun asiakkaalle tarpeesta riippumatta. Meillä on myös sisäinen oppimisympäristö käytössä, josta löytyy itsenäistä opiskeltavaa eri aihepiireistä. Koen itse, että säännölliset koulutukset ja oppimisympäristö auttavat yhtenäisten toimintamallien sisäistämiseen. Kaikki lähtee siitä, mitkä ovat yrityksen strategiset tavoitteet ja toimenpiteet tavoitteiden jalkauttamiseen. Asiakslähtöisyys ja asiakas keskiössä kaikessa ajattelussa on yrityksemme yksi pääfokusalueista.

Asiakslähtöinen liiketoimintamalli perustuu laadittuun strategiaan, jolla tarkennetaan pitkän aikavälin tavoitetta ja painopistettä liiketoiminnassa. Asiakslähtöinen liiketoimintamalli selvittää yhtenäisiä toimintatapoja liiketoiminnan suunnasta ja johtamisesta, asiakkaiden palvelemisesta sekä tuotteiden ja toimintojen kehittämisestä. Huolimatta siitä, edustaako yritys alansa parhaimmista ja on palvelultaan tai imagoiltaan huipputasoa, strategian käytännön toteutus voi yrityksessä muodostua tavoitteiden esteeksi. Asiakslähtöisyydellä haetaan kilpailuetua, mutta hyödyt tulee monesta tekijästä, kuten vallitseva kilpailutilanne ja liiketoiminnan luonne. Mielestäni palveluliiketoiminnassa asiakslähtöisyys on lähtökohtaisesti tärkeää ja yrityksessämme kilpailuetua on saavutettu yrityksen yhtenäisestä toimintatavasta ja muutoksen nopeudesta. (Ala-Mutka & Talvela 2004, 44 - 46.)

4 Yhteenveto ja pohdinta

Opinnäytetyön aikana olen onnistunut syventämään osaamistani myynnissä ja kartoittamaan ymmärrystäni uusilta toimialoilta. Aikaisempien roolien pohjalta koen, että olen saanut oppia ja tehnyt montaa asiaa pintaraapaisuna. Tässä roolissa keskittyen täysin selkeään kokonaisuuteen, jossa tehtävät, vastuualue ja tavoitteet ovat yksinkertaisia, koen päässeeni vahvistamaan taitojani arkisten yksityiskohtien kautta. Opin aikatauluttamaan tehtäväni paremmin kuin ennen ja pilkkomaan isommat tehtävät osiin. Tästä sain selkeyttä ja hallinnan tunnetta arkeeni. Arjen asiakaskohtaamisten ja keskustelujen kautta myynnillinen osaaminen on vahvistunut ja tuonut uusia näkökulmia arjen tekemiseen. Kollegojen kanssa sparrausta on ollut

enemmän kuin aiemmissa rooleissani ja se on kartoittanut lisää keinoja asiakasneuvotteluihin. Prospektointiin löysin teorian kautta tukea eri keinoihin ja mielestäni onnistuin usein löytämään potentiaalisia yrityksiä ja hankkeiden avainhenkilöitä. Päiväkirjaraportoinnin aikana myös ymmärrys käynnissä olevasta energiamurroksesta on kasvanut ja työn kautta saanut ajattelemaan laajemmin mahdollisuuksia ja merkitystä yhteiskuntaan. Olen pohtinut enemmän ja muuttanut tiettyjä asioita myös työn ulkopuolella ja hyödyntänyt työn kautta opittua tietoa perheemme arjessa.

Ennen raportointijaksoa kuvasin nykytilannetta palattuani uuteen tehtävään pidemmän tauon jälkeen. Pääsääntöisesti työtehtäväni syksyn aikana oli sitä, mitä alussa kuvasin. Koen edelleen saman tehtäväkuvan ja vastualueet relevanteiksi, vaikka painotus oli vahvasti myynnillisessä tekemisessä ja muu kehitystyö jäi vähemmälle. Jatkossa varmasti kehitystyö tulee olemaan vahvemmin läsnä. Suurin vaikuttava tekijä tehtävieni painotuksessa on vallitseva suhdanne- ja markkinatilanne. Tämä on mielestäni normaalia toimintaa, tehdään sitä, joka on siinä hetkessä ja tilanteessa oleellisinta. Syksyn aikana tärkein tehtäväni oli saada tuotettua liikevaihtoa käynnissä olevista hankkeista yritykselle uudesta segmentistä.

Syventävien myyntitaitojen ja vihreän energian myyntipotentiaalin lisäksi opin paljon itseltäni ja minulle soveltuvista työskentelytavoista. Olen aina pitänyt siitä, että olen saanut olla monessa mukana tehden erilaisia työtehtäviä tietyssä roolissa. Kuvailisin aiemmin hankittua osaamistani niin, että osaan tehdä ja tiedän monesta aihealueesta kyllä jotain. Mutta mestari en ole missään tietyssä asiassa. Se on toki tärkeää, että ymmärtää miten yrityksessä toimii laskutus, henkilöstöhallinto, talous tai myynti. Minulle sopii itseäni kiinnostava ja sopivan haasteellinen tehtävä, jonka viitekehukseen on selkeästi määritelty roolin merkitys, odotukset ja tavoitteet. Vapaus ja vastuu löytää keinot tavoitteiden saavuttamiseksi on myös tärkeä osa. Vaalin lisää selkeyttä itseltäni oman toiminnan johtamiseeni, mutta tilanteen mukaan saa ja pitää kyetä sopeuttamaan tekemistä saadakseen onnistumisia ja pääsemään tavoitteisiin. Päiväkirjan aikana huomasin myös sen, että päämäärä ja tavoitteiden saavuttaminen helpottuu, kun pilkkoo kokonaisuuksia ja ajastaa tehtävät kuukausi- ja viikkotasolta aina päivätasolle saakka.

Jatkotyöstettäväksi aion tutustua sosiaaliseen myyntiin ja henkilöbrändäykseen. Selkeästi tämä trendi on kasvamassa, kun seuraa sosiaalista mediaa. Esimerkiksi automyyjien keskuudessa huomaa trendin, vaikka heidän asiakaskuntansa koostuu pääosin yksityisasiakkaista. Myyjät keskustelevat ja kuuntelevat verkossa asiakkaiden kanssa ja jakavat seuraajilleen hyödyllistä sisältöä tai jopa suoraan myytävänä olevaa tuotetta.

Työnantaja hyötyy opinnäytetyöstäni ymmärtämällä arjessa tapahtuvia asioita paremmin. Millaisista asioista päivät koostuvat? Mitä haasteita ja onnistumisia kohdataan? Mihin aikaa kuluu eniten työaikana? Tukeeko käytössä olevat järjestelmät työskentelyä tehokkaasti? Lisäksi

vahvistus saatiin siihen, että tuulivoimahankkeissa kannattaa olla yrityksen mukana tulevien vuosien aikana. Lisää ymmärrystä ja liiketoimintamahdollisuuksia tuli ilmi myös muista uusiutuvan energian projekteista, jotka kasvavat tuulivoiman rinnalla ja ovat investointiarvoltaan vielä suurempia. Uusien mahdollisuuksien myötä meillä riittää mietittävää ja kehitettäviä toimintamalleja majoituskapasiteetin liikuttamisen ja järjestämisen suhteen satoja henkiä työllistäviin hankkeisiin.

Lähteet

Painetut

Ala-Mutka, J. & Talvela, E. 2004. Tee asiakassuhteista tuottavia. Helsinki: Talentum.

Alanen, V., Mälkiä, T. & Sell, H. 2005. Myyntityön käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino

Anttila, M. & Iltanen, K. 1998. Markkinointi. 3.painos. Porvoo: WSOY

Buttle F. 2009, Customer relationship management: Concepts and technologies, Second edition, Butterworth-Heinemann, Burlington, MA

Dale Wilson R. 2006. Developing new business strategies in B2B markets by combining CRM concepts and online databases. Competitiveness Review, 16, 1.

Järvenpää, M., Lämsiluoto, A., Partanen, V. & Pellinen, J. 2010. Talousohjaus ja kustannuslaskenta.1.painos. Helsinki: WSOY.

Koivisto, M., Säynäjäkangas, J., & Forsberg., S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent

Neilimo, K. & Uusi-Rauva, E. 2005. Johdon laskentatoimi. 6. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Neilimo, K. & Uusi-Rauva, E. 2007. Johdon laskentatoimi. 6.-8.painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Rubanovitsch, M. & Aalto E. 2013. Myy enemmän - myy paremmin. 8. painos. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy.

Salli, M. 2012. Epätavalliset työsuhteet käytännönläheisesti: Erilaiset työn tekemisen tavat ja muodot. 1. painos. Kauppakamari. Helsinki.

Sarasvuo, J & Jarla, P. 1998. Myynnin Korkeajännitys. Writer's House. Espoo

Viitala, Jylhä, 2013. Liiketoimintaosaaminen. Helsinki: Edita

Äijö T.T. 2015, Sales intelligence : a smarter way to sell, Big Brown House Publishing, Ashland, MA.

Sähköiset

Business Rovaniemi, kasvava kansainvälinen matkailukaupunki, viitattu 22.10.2023.

<https://www.businessrovaniemi.fi/fi/Miksi-Rovaniemi/Kasvava-kansainvalinen-matkailukaupunki>

Fingrid, sähkömarkkinainformaatio, tuulivoiman tuotanto, viitattu 5.11.2023.

<https://www.fingrid.fi/sahkomarkkinainformaatio/tuulivoiman-tuotanto/>

Fonsell M. 2014, Lyhyt oppimäärä CRM:n historiasta, Microsoft Oy, viitattu 19.9.2023.

<https://community.dynamics.com/blogs/post/?postid=26c189ee-9367-4cbf-afe4-8acdfef9b771>

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry, suhdannekatsaus, viitattu 22.10.2023.

<https://www.mara.fi/toimiala/suhdanteet/suhdannekatsaus.html>

Suomen Tuulivoimayhdistys, tietoa tuulivoimasta, viitattu 5.11.2023. <https://tuulivoimayhdistys.fi/tietoa-tuulivoimasta-2/myytille-kyytia/myytti-1-talvella-ei-tuule>

Tilastokeskus, energian hankinta ja kulutus, viitattu 5.11.2023. <https://www.stat.fi/julkaisu/cl8lmyfdcqgc70dukvv6dsrdd>

Työterveyslaitos, Joustava työaika, viitattu 29.10.2023. <https://www.ttl.fi/teemat/tyohyvinvointi-ja-tyokyky/tyoaika/joustava-tyoaika>

Uusitalo I. 2022, CRM-järjestelmän 101 - Mikä, kenelle ja miksi? <https://www.salesforce.com/fi/blog/2018/mika-on-CRM.html>

Ympäristöministeriö, tuulivoimarakentaminen, viitattu 4.10.2023. <https://ym.fi/tuulivoimarakentaminen>

Kuviot

Kuvio 1: Sisäiset ja ulkoiset sidosryhmät, sivu 8