

**Tulevaisuuden myyjän ominaisuudet:
Case Haaga-Helian myyntityön koulutusohjelman
kehittäminen alumnien näkökulmasta**

Reetta Ahonen



Tekijä(t) Reetta Ahonen	
Koulutusohjelma Myyntityön koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Tulevaisuuden myyjän ominaisuudet: Case Haaga-Helian myyntityön koulutusohjelman kehittäminen alumni näkökulmasta	Sivu- ja liitesivumäärä 41+7
<p>Työelämään siirtyminen on jokaisen opiskelijan tavoitteena opintojen jälkeen. Tärkeätä on myös valmistua sellaisin tiedoin ja taidoin, että voi työllistyä sekä edetä urallaan. Korkeakouluille on haasteena ennakoida näitä tulevaisuuden tietoja taitoja, joita opetuksen tulisi tarjota niin hyvin etteivät ne ole jo vanhentunutta tietopääomaa opiskelijan valmistuessa.</p> <p>Tämä opinnäytetyö tehtiin Haaga-Helian ammattikorkeakoulun Myyntityön koulutusohjelman opintosuunnitelma uudistusta varten. Opinnäytetyön tavoitteena on ollut selvittää äärivivoja tulevaisuudessa tarvittaville tiedoille ja taidoille, sekä kuinka tuetaan opiskelijan valmistumista aikataulussa keskittyen erityisesti opiskelijoiden kehitettäviin ominaisuuksiin, eikä niinkään konkreettisiin työvälineisiin ja järjestelmiin.</p> <p>Tutkimus toteutettiin käyttämällä Webropol –kyselyä. Kohderyhmänä toimivat Haaga-Helian myyntityön alumnit. Kysely julkaistiin heille Facebook –ryhmässä, jossa on runsas määrä aktiivisia alumneja.</p> <p>Haastattelukysymykset rakennettiin aiemmin teetettyä Haaga-Helian yleistä alumni-kyselyä silmällä pitäen. Kuitenkin painoarvo oli myynninkoulutusohjelman näkökulmissa ja juuri kyseisen koulutusohjelman tarjonnassa.</p> <p>Tutkimuksen perusteella koulutusohjelman nykyisessä opintosuunnitelmassa on jo itsessään ollut erittäin onnistuneita elementtejä, joita voidaan jatkokehittää ja hioa tulevaisuuden tarpeita vastaaviksi, sekä tuoda koulutusohjelmaan tulevaisuuden elementtejä täydentämään kokonaisuutta, kuten esimerkiksi digitalisoitumiseen liittyvät opinnot.</p>	
Asiasanat Myyntityö, tulevaisuus, työelämä, opiskelu	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Toimeksiantaja.....	2
1.2	Tutkimusongelma ja tavoitteet.....	3
2	Työelämä	4
2.1	Työelämän tiedot ja taidot	5
2.2	Tulevaisuuden työelämä	6
3	Myyntityö.....	8
3.1	Myyjän tarvitsemat ominaisuudet	8
3.1.1	Auttavaisuus	10
3.1.2	Kuunteleminen	10
3.1.3	Uuden oppiminen ja sen omaksuminen.....	10
3.1.4	Tuotetuntemus	11
3.1.5	Avoimuus	11
3.1.6	Kyseleminen	12
3.1.7	Ajanhallinta	12
3.1.8	Nöyryys.....	13
3.1.9	Asenne.....	13
3.2	Myyntityön työvälineet.....	14
3.3	Myyntityön tulevaisuus	15
4	Teorian yhteenveto	16
5	Tutkimuksen toteutus	18
5.1	Kohde	18
5.2	Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu	19
5.3	Menetelmävalinnat perusteluineen.....	20
6	Tutkimuksen tulokset.....	21
6.1	Taustakysymykset	21
6.2	Opintojen sisältö	25
6.3	Opinnoissa eteneminen	29
6.4	Yhteenveto.....	30
7	Pohdinta ja kehittämissuhteet.....	32
7.1	Kehittämissuhteet.....	33
7.2	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi.....	38
	Lähteet	39
	Liitteet.....	42
	Liite 1. Alkuperäinen kyselylomake.....	42
	Liite 2. Kyselyn muokkaamattomat tulokset.....	49

1 Johdanto

Korkeakouluille on tärkeätä, että valmistuvat opiskelijat menestyvät työelämässä, koska mikä olisi parempi käyntikortti kuin hyvin sijoittuvat opiskelijat jotka ovat tyytyväisiä saamaansa opetukseen. Työelämässä eletään murroksen aikaa ja on tärkeätä varmistaa että opiskelijat saavat työelämän vaatimuksia vastaavan koulutuksen. Tämä saadaan aikaan uudistamalla koulutusohjelmien opintosuunnitelmia vastaamaan tulevaisuuden tarpeita.

Opintopolkuja suunniteltaessa on myös oma haasteensa huomioida opiskelijoiden heterogeeniset oppimistavat, niin että löytyy tarpeeksi vaihtoehtoja ja toteuttamismuotoja, säilyttäen kuitenkin tasa-laatuisen sekä kattavan oppimiskokemuksen kaikille. Tulevaisuuden ennustaminen on haastavaa ja vaatii ymmärrystä siitä, mitä aiemmin on tehty onnistuneesti ja missä on parantamisen varaa. Tähän ei riitä myöskään vain yksi tai kaksi näkökulmaa tai mielipidettä, vaan materiaalin on oltava kattavaa jotta päästään parhaisiin mahdollisiin tuloksiin.

Työelämässä odotetaan tulevaisuudessa erilaisia asioita ja osittain odotetaan jo nyt. Millainen myyjä voi siis menestyä tulevaisuudessa? Ja millaisia ominaisuuksia myyjällä tulisi olla? Jokainen on yksilö, puhuttaessa kuitenkin saman työn tekijöistä ja tavoitteista voidaan löytää kultainen lanka ominaisuuksien raameista. Osa ominaisuuksista näkyy vahvempana toisessa yksilössä kuin toisessa, mutta kultainen lanka kulkee kuitenkin kaikkia yhdistävänä tekijänä.

Työvälineisiin, olivat ne sitten käytössä olevia järjestelmiä tai konkreettisia työvälineitä, on tässä työssä tarpeetonta pureutua kovin syvällisesti. Pinnallinen käsittely johtuu siitä, että aihe on niin laaja ja ei ole vain yhtä oikeata ratkaisua tai toimintamallia sillä näitä löytyy yhtä monta kuin löytyy yrityksiäkin.

Tässä työssä siis käsitellään myyntityötä, eli kaupan tekemistä sekä sen tulevaisuutta, sekä millaiset ominaisuudet tulisi olla tämän parissa työskentelevällä ja mitä Haaga-Helia voi ottaa huomioon uudistaessaan myyntityön koulutusohjelman opintosuunnitelmaa.

1.1 Toimeksiantaja

Työ toteutettiin Haaga-Helian ammattikorkeakoulun toimeksiannosta. Haaga-Helian ammattikorkeakoulu on yksi Suomen suurimmista ammattikorkeakouluista. Haaga-Helian ammattikorkeakoulu tarjoaa monien eri alojen opintomahdollisuuksia, niin aikuis- kuin nuoriso opinnoissa.

Haaga-Helia tarjoaa mahdollisuuden suorittaa seuraavat ammattikorkeakoulututkinnot; liiketalous, finanssi- ja talousasiantuntija, ruokatuotannon johtaminen, hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto, johdon assistenttityö ja kielten tutkinto, journalismi, liikunnan ja vapaa-ajan, matkailu, myyntityö, myynnin ja visuaalisen markkinoinnin sekä tietojenkäsittely. Näiden ammattikorkeakoulututkintojen lisäksi Haaga-Helia muun muassa mahdollistaa erilaisten ylempien ammattikorkeakoulututkintojen suorittamisen, toimii ammatillisena opettajakorkeakouluna, sekä tarjoaa avoimen korkeakouluopiskelun mahdollisuuden.

Vuonna 2014 Haaga-Heliasta valmistui toiseksi eniten ammattikorkeakoulu tutkinnon saaneita opiskelijoita Uudellamaalla, kun 1804 opiskelijaa sai tutkintonsa valmiiksi. (Tilastokeskus 2014.)

Myynnin koulutusohjelma, jota silmällä pitäen tämä opinnäytetyö tehtiin, on ollut yksi Haaga-Helian koulutusohjelmista vuodesta 2007, jonka jälkeen koulutusohjelman opetus-suunnitelmaa on päivitetty aktiivisesti. Myynnin koulutusohjelma toimii Haaga-Heliassa liiketalouden yksikön alaisena. Myynnin koulutusohjelmassa opetus tapahtuu Haaga-Helian Pasilan kampuksella, mutta opiskelijoilla on mahdollisuus suorittaa kursseja myös muilla kampuksilla, sekä virtuaalisesti.

Myynnin koulutusohjelmassa aloitti vuonna 2015 kaksi aloitusryhmää, yksi keväällä ja yksi syksyllä. Yhteensä uusia opiskelijoita aloitti vuonna 2015 noin 80. Vuosina 2007, 2009, 2010, 2011 ja 2012 koulutusohjelmassa otettiin sisälle vain syksyn aloitusryhmät ja aloituspaikkojen määrä on vaihdellut vuosittain 36-42 paikan välillä. Koulutusohjelma on myös tasaisesti kasvattanut suosiotaan, syksyn 2007 opintojen aloitukseen hakijoita oli 397 ja syksyn 2015 828. Kevään aloitukseen on ollut vähemmän hakijoita kuin syksyn, mutta myös niissä hakijamäärät ovat olleet nousujohteiset. (Haaga-Helia 2015.)

1.2 Tutkimusongelma ja tavoitteet

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää ääriviivoja sille, mitä myyntityön opintojen tulisi sisältää, jotta vuosina 2020 - 2030 työelämään siirtyvät opiskelijat valmistuvat Haaga-Heliasta sellaisilla tiedoilla ja taidoilla, että he pärjäävät työelämässä, sekä että opiskelijat valmistuisivat opintosuunnitelman mukaisessa aikataulussa.

Tätä ongelmaa on lähestytty tutkimuksessa kahdesta näkökulmasta: Mitä hyvää myyntityön koulutusohjelmassa jo on ja mikä kannattaa säilyttää, sekä mitä siitä puuttuu, jotta sitä voidaan täydentää vastaamaan työelämän tarpeita kattavammin.

Tavoitteena tällä opinnäytetyöllä on siis vastata kysymyksiin:

- Mitä ominaisuuksia tulevaisuuden myyjän tulisi kehittää itsessään?
- Miten Haaga-Helia voi parantaa myyntityön koulutusohjelman opetussuunnitelmaa?
- Miten edistää opiskelijoiden valmistumista opintosuunnitelman mukaisessa aikataulussa?

2 Työelämä

Tilastokeskuksen mukaan suurin osa työkykyisistä Suomen kansalaisista viettää suurimman osan elämästään töissä. Keskimääräinen viikkotyömäärä on noin 37,5 tuntia, mutta ajatuksemme pyörivät töiden ympärillä kellosta välittämättä usein varsinaisen työajan ulkopuolellakin. Tästä johtuen on tärkeätä ymmärtää tapojen ja rutiinin voimaa, koska työelämämme ja sen sisältö on keskellä suurta murrosta. (Tuominen & Pohjakallio 2012, 9-25.)

Työelämä muuttuu hyvin nopeaa tahtia. Suomen työelämän markkinat ovat 2010-luvulla hyvin erilaiset kuin 2000-luvulla tai 1990-luvulla. Vastavalmistuneilta vaaditaan nykyään sekä hyvät arvosanat, että aiempaa työkokemusta. Aiemmin koulutustaustalla oli vähemmän merkitystä ja yrityksissä edettiin ylempäs näytetyn osaamisen perusteella. Nyt työn tekijän pitää olla kokonaisvaltainen paketti. (Ojanen 2008, 23.)

Tämä näkyy myös siinä millaisia tekijöitä yrityksiin rekrytoidaan ja millaista osaamista arvostetaan. Yrityksistä viestitään yhä selkeämmin, että tutkinnon lisäksi hakijan tulisi olla omatoiminen, sosiaalinen, pätevä, sekä luonteeltaan mukava. Aina on tilaa sellaiselle, joka on aidosti kiinnostunut toisesta ihmisestä ja osaa luoda välittävän ilmapiirin. Vähemmän merkitystä annetaan sille mitä ohjelmia ja työvälineitä osaa käyttää, koska tällaiset taidot voidaan opettaa perehdytyksessä. (Ojanen 2008, 25.)

Tässä opinnäytetyössä selvitetään niitä osaamisia sekä tietoja, jotka myyntityön koulutusohjelmasta Haaga-Heliassa opiskelleella opiskelijalla tulisi olla hallussaan siirtyessään tulevaisuuden työelämään, niin että hän voisi luottaa selviävänsä työelämän vaatimuksista.

2.1 Työelämän tiedot ja taidot

Vaikka jatkuvasti puhutaan muutoksesta, useimmat työt ovat toistaiseksi säilyttäneet olennaisimmat osansa ja rakenteensa entisellään. Niiden suorittamisen välineet sekä ympäristöt ovat taas kokeneet suuriakin muutoksia. Esimerkkinä toimittajantyö on edelleen tiedon välittämistä, mutta sitä tehdään nykypäivänä älypuhelimin ja tietokonein, kun ennen tärkeimmät apuvälineet olivat lankapuhelin ja kirjoituskone. (Eteläpelto, Collin & Saarinen 2010, 33.)

Työelämän muuttaessa muotoaan myös muuttuvat tiedot ja taidot mitä tarvitaan siinä selviämässä. Oman ammatillisen osaamisen lisäksi tarvitsee työntekijä monia erilaisia tärkeitä tietoja ja taitoja, joita olisi tärkeä oppia ja omaksua ammatillisen osaamisen kehittämisen rinnalla. Vuonna 2011 Euroopan unioni toimitti raportin ”The top 10 European skills for competitiveness” (ADAM 2011, 31.), jossa seulottiin kymmenen (10) tärkeintä taitoa, joita tulevaisuuden työelämässä tullaan tarvitsemaan:

Kommunikointi	<ul style="list-style-type: none"> • Avoimuus toisten palautteelle ilman ennakoasenteita • Kunnioitus muiden mielipiteitä kohtaan • Kyky keskustella objektiivisesti • Ilmaisee itseään selkeästi
Suunnittelu	<ul style="list-style-type: none"> • Osaa ennakoida tapahtumia sekä niihin tarvittavia resursseja • Kyky priorisoida • Osaa jakaa tehtäviä sekä kohdentaa resursseja
Ristiriitatilanteiden hallitseminen	<ul style="list-style-type: none"> • Kyky toimia sovittelijana • Osaa esittää ratkaisuja ongelmatilanteissa • Osaa olla reilu ja objektiivinen konfliktitilanteissa • Kykenee hallitsemaan stressiä
Avoimuus muutokselle	<ul style="list-style-type: none"> • Käsittelee muutoksen tarpeen ja mahdollisuudet toteuttaa se • On aloitteellinen ja toteuttamishaluinen • Mukautuu muutokseen käytökseltään ja ajattelumaailmaltaan • Tukee uusia lähestymistapoja, aloitteita, menetelmiä ja tekniikoita
Päätöksenteko	<ul style="list-style-type: none"> • Arvioi seurakuset ja riskit, odotettavan hyödyn ja kustannukset päätöksissä • Pystyy tekemään hyviä päätöksiä monimutkaisissa tilanteissa • Osaa esittää loogisia, perusteltuja, rakentavia kriittisiä huomautuksia ja väitteitä
Yhteistyö	<ul style="list-style-type: none"> • Valii sitoutumista ja yhteishenkeä • Kannustaa ja osaltaa helpottaa tiimin työskentelyä • Toimii muiden kanssa tavoitteellisesti
Joustavuus	<ul style="list-style-type: none"> • Osaa huomoida toisten asenteet ja näkemykset • Ymmärtää ja osaa asettaa myös toisten asemaan • Mukautuu muuttuviin vaatimuksiin ja ehtoihin
Strateginen ajattelu	<ul style="list-style-type: none"> • On sisäistänyt selkeän vision tulevaisuudesta • Osaa määrittää ja nähdä keskeiset tavoitteet • Ymmärtää yrityksen vuoro vaikutuksen ulkoisen ympäristön kanssa • Tunnistaa mahdollisuuksia, jotka voivat parantaa organisaation kilpailukykyä
Aloitekyky	<ul style="list-style-type: none"> • Aktiivisesti etsii uusia toimintoja ja työn haasteita • Hakee jatkuvasti uutta tietoa • Suorittaa työnsä energisesti ja päättäväisyydellä
Oman oppimisen edistäminen	<ul style="list-style-type: none"> • Kehittää omaa käytöstään jatkuvasti • Hioo omaa ammatillista osaamistaan • Oppii tehokkaasti omasta toiminnastaan hyvässä ja pahassa

Kuvio 1: Top 10 kilpailukykyä tuotavaa taitoa (The top 10 European skills for competitiveness)

Nämä ovat vain yleispäteviä tietoja ja taitoja, jotka voidaan irrottaa ammatillisesta osaamisesta. Yhdessä ammatillisen osaamisen kanssa ne taas luovat vankan pohjan asiantuntijana eli valmistuneena tradenomina omalla alalla työskentelemiseen. Myyntityön kannalta mietittynä nämä kaikki ovat hyödyllisiä niin **tietoina** eli ymmärryksenä tietokokonaisuuksista, ja käytännöistä kuin **taitoina** eli kykynä soveltaa tietojaan suorittaessaan tehtäviä ja ongelmia ratkottaessa. Ne luovat hyvän ydin idean sille, mihin myyntityön koulutusohjelmassa opiskelevan opiskelijan kannattaa kiinnittää huomiota opintojensa aikana.

2.2 Tulevaisuuden työelämä

Jo aiemmin esille nostettu muutoksen ja kehittymisen jatkuva kulku on ollut läsnä Suomessa jo kauan. Suomi harppasi maatalousyhteiskunnasta teolliseksi yhteiskunnaksi 1950- ja 60 -luvuilla, nopeasti toisen maailman sodan jälkeen. Siitä seuraavana vuorossa oli informaatioyhteiskunnaksi kasvaminen, elimme 1970- ja 1980 -lukuja. Tämän jälkeen tietokoneet yleistyivät ja samalla tapahtui muutos osaamisen yhteiskunnaksi. Viime vuonna olemme siirtyneet murrosvaiheeseen osaamisen kohdatessa luovuuden ja elämyksellisyiden yhteiskunnan. Tämä viimeisin aika on jatkuvassa muutoksessa oleva kokonaisuus informaatiota, osaamista sekä luovuutta, jotka ovat siirtyneet myös yksilöiden kilpailuvalteiksi työelämässä. Muutokset ovat aina tuoneet niin positiivisia että negatiivisia puolia. (Juuti 2011, 14.)

Suomessa uhkaa tulevaisuudessa poistua satojatuhansia työpaikkoja. Tämä on luonnollista, sillä työpaikkoja on aina hävinnyt ja niiden tilalle on tullut uusia. Nyt syyksi nähdään tietotekniikan kehittyminen ja sen implementoituminen osaksi ihmisten joka päivästä elämää. Suomen työelämän uudelleen organisoitumista on käsitelty elinkeinoelämän tutkimuslaitos Etlassa, joka on yksityinen voittoa tavoittelematon tutkimus ja ennustelaitos. Tulevaisuuden työpaikkojen ennustetaan polarisoituvan paremmin palkattuihin asiantuntijatehtäviin ja heikomman palkkauksen alempiin tehtäviin. (Europaeus 2014, 22)

Mekaaninen, teollinen ja fyysinen työ ovat niitä työn alueita joiden määrä vähenee, kun koneet, automaatio ja uudet innovaatiot valtaavat aloja. Tehtävä työ tulee siirtymään entistä enemmän palveluiden pariin, sillä ihmisten palvelemisessa tarvitaan älyä ja luovuutta kun jokainen asiakaskohtaaminen on edelleen tavallaan uniikki. Eikä ihmisten tarve henkilökohtaiseen palveluun katoa, tulevaisuudessakin asiakkaat tarvitsevat räätälöityjä ratkaisuja jopa enenevässä määrin. (Europaeus 2014, 25.)

Jotta työntekijä saa itse mahdollisimman paljon irti tästä muutoksesta ja aikakausien murroksesta ruumiillisentyön parista hengellisempään tietotyöhön, on yksilön ymmärrettävä missä ajassa hän aikaansaa asioita, ja siirryttävä mielummin mittaamaan tätä, kuin pelkää ajan kulumista. Näin työntekijä pystyy todentamaan omaa tehokkuuttaan eri työtehtävissä. Samoin siirtyminen proaktiiviseen itsensä johtamiseen pelkästään ulkoisesti johdettavana olemisesta auttavat menestymään tulevaisuuden työelämässä. (Tuominen & Pohjakallio 2012, 86-87.)

Mitkä asiat muuttuvat todennäköisemmin vielä työelämän lähitulevaisuudessa? Ja miten nämä muutokset näkyvät päivittäisessä työnteossa? Tuominen ja Pohjakallio (2012, 35-41) nostavat esille neljä (4) merkittävää ja jo käynnissä olevaa suurta muutosta; Digitalisoituminen, liikkuvuus, globalisaatio ja epävarmuus, joiden sisältöä on kuvattu seuraavassa kuviossa (kuvio 2).



Kuvio 2: Työelämän suuret muutokset: Tuomisen ja Pohjakallion teoriasta mukailtuna (2012)

3 Myyntityö

Myyntityötä on harjoitettu niin kauan kuin ihmisillä on ollut jotain mitä tarjota ja jotain mitä haluta tai tarvita. Myynti perustuu siihen, että asiat vaihtavat omistajaa eli puhutaan pohjimmiltaan vaihtokaupasta. Varsinainen tunnelataus usein liittyy siihen kun määritellään missä suhteessa asioita vaihdetaan keskenään. (Kokonaho 2011, 8.)

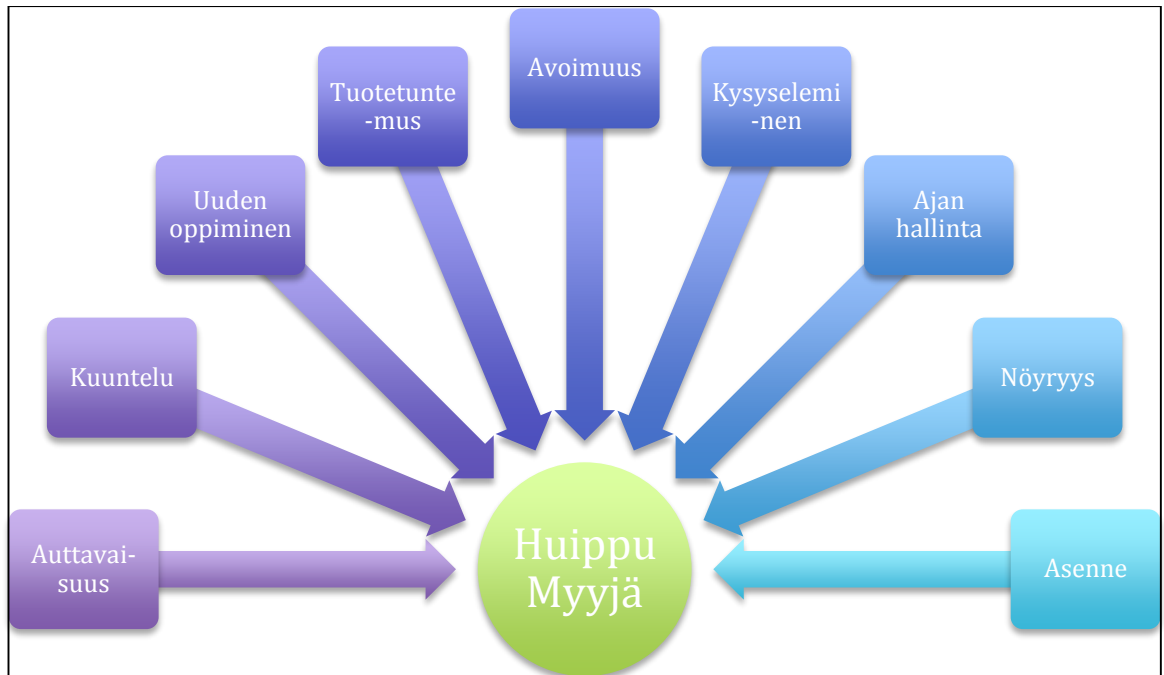
Myyntin ajatuksen sisäistänyt henkilö tekee tätä vaihtokauppaa luontaisena toimintana, hän on ymmärtänyt ettei kyse ole vain tavaran tai palvelun toimittamisesta, vaan siitä että luo vuorovaikutussuhteen toiseen osapuoleen ja pyrkii ylläpitämään ja kehittämään tätä suhdetta. Harva myyntityötä työkseen tekevä on opiskellut saati aina tiennyt tahtovansa tekemään myyntiä työkseen. Myyntityö kiteytyy siihen tahtooko tehdä myyntityötä eikä niinkään siihen osaako myydä. Hyvän myyjän tunnistaakin siitä Dennyyn mukaan, että hän uskoo ja seisoo sen takana mitä myy. (Kokonaho 2011, 10; Denny 2009, 4.)

Työntekijä voi myös kehittää omia taitojaan myynnilliseen suuntaan. Kaikki on kiinni henkilökohtaisesta valinnasta, ottaako hän oppia virheistään eli käykö hän läpi miksi osa asiakaskohtaamisista päättyy kauppaan ja osa ei, sekä miten nämä kohtaamiset ovat eronneet toisistaan. Ketään ei voi pakottaa ajattelemaan kuin myyjä tai haastamaan itseään omassa tekemisessään, tämän täytyy lähteä henkilöstä itsestään löytämällä kipinä tavoitteelliseen myyntityöhön. (Helin 2011, 107.)

3.1 Myyjän tarvitsemat ominaisuudet

Kuka tahansa voi olla ammattilainen myynnissä. Kyse on erilaisten tietojen ja taitojen hallitsemisesta ja niiden soveltamisesta, tämä kaikki on jokaisen opittavissa. Kun etenemme, tulee vastaamme asioita joita emme osaa. Voimme joko opetella ne tai epäonnistua. Suuri kysymys onkin miksi opetella ne? Kaiken uuden omaksumisen taustalla on aina jokin motiivi/halu/tavoite/nälkä – myyjällä pitää olla näitä kaikkia. (Rekola 2014, 83.)

Myyjä tarvitsee työssään erilaisia ominaisuuksia. Eikä ole vain yhtä oikeata pakettia ominaisuuksia, joista syntyy huippumyyjä. Kokonaisuuksia on yhtä monta kuin on huippu myyjiäkin. Seuraavana kuitenkin ominaisuuksia, jotka ovat useimmin lähdemateriaaleissa esille nousseet. Erityisesti Helin (2011, 107-109), City-lehden ja SMJK:n artikkeli (2014) ja Andersen (2013) nitoivat hyvin yhteen näitä ominaisuuksia ja tästä kokosin seuraavan kuvion havainnollistamaan tätä kokonaisuutta (kuvio 3).



Kuvio 3: Koonti myyjän ominaisuuksista

Mitä nämä ominaisuudet ovat käytännössä? **Auttavaisuus** näkyy myyjän toiminnassa niin, että hän lähtee rakentamaan ratkaisuaan vastauksina asiakkaan ongelmiin, eikä vain palkkio mielessään. **Kuunteleva** myyjä puhuu vähemmän kuin on hiljaa, pyrkien sisäistämään kaiken asiakkaan antaman informaation. **Uutta oppiva** myyjä näkee itsessään aina mahdollisuuden kasvaa paremmaksi hyödyntämällä erilaisia toimintatapoja, kuten esimerkiksi lukemista ja verkostoitumista eikä koskaan lopeta tätä. **Tuotetuntemus** herättää luottamusta asiakkaissa, myyjän on tärkeätä osata hinnan lisäksi tuotteen edut ja hyödyt, sekä kertoa miten hinta näistä muodostuu. **Avoimuus** on valttikortti jota jokaisen myyjän tulisi hyödyntää. Läpinäkyvä toiminta ja rehellisyys luovat asiakkaalle arvoa. **Kysyminen** mahdollistaa myyjän pureutua asiakkaan ongelmiin, joten niitä on myös tarpeellista valmistella ja hioa. **Ajanhallinta** on tärkeätä, kunnioita omaa, sekä toisten kallista aikaa. Myyjä voi olla **nöyrä** nöyristelemättä, ei ole mitään tarvetta asettaa itseään jalustalle. Myyntityö on raadollista ja epäonnistumisia on paljon, siksi myyjä tarvitsee sisukkuutta ja **asennetta**. Sen voimin jaksaa yrittää uudestaan, sekä kehittää itsestään paremman myyjän. (Helin 2011,107-109; City & SMJK 2014; Andersen 2013.)

Näitä edellä mainittuja ja pintapuolisesti avattuja myyjän ominaisuuksia on syytä tutkia vähän enemmän. Eri myyjässä ne näkyvät omilla persoonallisilla tavoillaan ja teoillaan. Sekä toiset ominaisuudet korostuvat enemmän kuin toiset, riippuen myyntitilanteesta, myytävästä tuotteesta tai palvelusta ja asiakkaasta.

3.1.1 Auttavaisuus

Myyntityössä on kykyä asettua asiakkaan asemaan. Asiakas hakee aina itselleen sopivinta ratkaisua, hyvä myyjä osaa hetkeksi unohtaa itsensä ja samaistua asiakkaaseen. Tämä tarkoittaa sitä, että käsittelee asiaa miettimättä mahdollisia provisioita tai bonuksia ja keskittyy siihen miten ratkaisut voivat helpottaa asiakasta tämän työssä ja huolissa. Tämä on aitoa lisäarvon tuottamista. (Helin 2011 37; City & SMJK 2014).

Auttavainen asenne on myös avain hyvällä tavalla epäonnistuneeseen kauppaan, josta voi oppia seuraavia myyntitilanteita varten. Myynti on nimittäin parhaimmillaan palvelus, mikä voi johtaa pitkäaikaiseen asiakassuhteeseen ja uusiin myynteihin. Mikä myös edellyttää että osaa sanoa ei myynnille, kun se ei ole aidosti paras ratkaisu. (Lehtola, 2014).

3.1.2 Kuunteleminen

Oppimista pidetään kognitiivisena toimintona kun sitä tarkastellaan yksilön näkökulmasta, ennen kaikkea sen avain on kyvyssä sisäistää tietoa. Ihmisten välisessä kohtaamisessa tiedon saamiseksi pitää osata kuunnella, miten muuten voit oppia tarvitsemasi? Puhumisen on vain kuuntelun tukemista. (Tienari 2009. 120-121.)

On tärkeää tiedostaa millainen kuuntelija itse on, jotta voi minimoida tai vältellä niitä ärsykeitä jotka häiritsevät kuuntelua vieden keskittymisen pois puhujasta. Tähän toimii ainoastaan harjoittelu asiakaskohtaamisissa, joista voi kehittää itseään oppimalla huomattessaan oman keskittymisen herpaantumisen. (Valkila 2014. 172-174.)

3.1.3 Uuden oppiminen ja sen omaksuminen

Jokainen meistä voi olla oman elämänsä supermyyjä, näkemällä vaivan pohjatyön parissa ja haastamalla itsensä opettelemaan aina uutta. Tämä onnistuu ja on mahdollista kun ihminen rakastaa sitä, mitä tekee ja innostuu siitä kerta toisensa jälkeen uudelleen. Uuden oppimisen tärkeys korostuu myös kun puhutaan työvälaineistä, myyjä raportoi ja dokumentoi työtään eri välineillä ja nämä voivat vaihdella paljonkin työpaikasta ja toimialasta riippuen, niitä myös päivitetään jatkuvasti. Myyjän on oltava siis valmis ja halukas oppimaan uusien työvälaineiden ja järjestelmien käyttöä koko työelämän ajan. (Järvilehto 2013. 56-57; Eteläpelto & ym. 2010, 185.)

Kun myyjä ei ole kiinnostunut siitä mitä hän yrittää opiskella, on hyvin epätodennäköistä, että hän kykenee sisäistämään asian. Mikäli taas on mahdollista yhdistää uusi asia sellaiseen aiheeseen/asiaan johon suhtautuu intohimoisesti ja olet siitä aidosti kiinnostunut, kykenee uuden asian omaksumaan nopeasti, samalla myös suoraa kykenee hahmottamaan erilaisia soveltamismahdollisuuksia. (Järvilehto 2014. 98-99.)

3.1.4 Tuotetuntemus

Myyjän on aina hyvä tuntea niin asiakkaansa kuin tuotteensa. Asiakastuntemuksen syvyys vaihtelee riippuen asiakassuhteen kestosta, lyhyissä kuluttajamyynissä tapahtuvissa kohtaamisissa tilanne jää hyvin usein paljon pinnallisemmaksi kuin yritysmyyntin usein pitkä kestoisemmissa myyntiprosesseissa. Kuitenkin myyjä tekee vaikutuksen asiakkaaseen ennen kaikkea tuotetuntemuksellaan, oli asiakassuhde minkäläinen tahansa. Tuotetuntemuksen kulmakiviä ovat kilpailijoiden tunteminen sekä se, että tuntee oman tuotteen sa edut ja hyödyt erilaisissa tilanteissa. (Helin 2011. 109.)

Myyjän osatessa hyödyntää omia ominaisuuksiaan, kuten auttavaisuutta, voi kyetä näkemään oman myytävän tuotteen aivan eritavoin samaistuessaan eri asiakkaiden tilanteisiin ja ongelmiin. Näitä kokemuksia hyödyntäessään myyjä saa uusia ulottuvuuksia omaan tuotteeseensa. (Tikkanen 2011. 34-35.)

3.1.5 Avoimuus

Avoimuus kumpuaa asenteesta, on vaikeata olla välitön ja avoin mikäli ei oikeasti tarkoita sitä ja se myös näkyy ulospäin. Avoimuus on jokaisella erilaista ja persoonallista ja sitä voi näyttää toisille monin eritavoin, mikä onkin tärkeätä tunnistaa kun tehdään töitä ihmisten parissa. Myyntitilanteissa tarvitaan sosiaalista pelisilmää myös tämän suhteen, sillä liika avoimuus voi saada asiakkaan tuntemaan olonsa epämukavaksi. (Tuominen 2012. 259-261.)

Vaikka asiakkaalle ei pidäkään paljastaa kaikkia kortteja, asiakas osaa aavistaa mikäli myyjä pitää itsellään jotain olennaista myyntitilanteessa. Tasapainon löytäminen tiedon antamisessa, ottamisessa, sekä pitämisessä on siis tärkeä taito. (City & SMJK 2014.)

3.1.6 Kyseleminen

Myyjä ei voi puhua onnensa ohitse, mutta hänen tulee osata avata suunsa oikeaan aikaan ja kysyä oikeat kysymykset. Asiakasta motivoidaan kysymyksillä kertomaan enemmän tilanteestaan ja tarpeistaan mahdollisimman tarkasti ja kattavasti. Juonena on auttaa asiakasta itse näkemään todellinen tilanne ja ymmärtämään mitä erilaiset ratkaisut tarkoittavat juuri hänen tilanteessaan. Tähän tilanteeseen päästäkseen myyjän tulee kysymyksillään pitää asiakas mahdollisimman paljon äänessä ja lähinnä ohjailla asiakkaan tarinaa eri vaiheissa. (Helin 2011. 37.)

Kyseleminen on myös väylä asiakkaan luottamuksen voittamiseen. Helpommin sellainen myyjä saa kaupan, joka kyselee ja on kiinnostunut asiakkaastaan kuin myyjä joka puhuu antamatta asiakkaalle suun vuoroa. Luottamuksen voittanut myyjä on myös sellainen kenen luokse asiakas palaa mielellään uudelleen. (Maister, Green & Galford 2004, 17-18.)

3.1.7 Ajanhallinta

Vahingossa onnistuminen ja huipulla pysyminen on harvinaista. Moni myyjä käyttää enemmän aikaa siihen mitä on tehnyt kuin mitä tekisi lisää, pienikin aika riittää tähän kun toimii johdonmukaisesti. Aikaa voi myös tuhjata joinain päivinä, ottaa itselle hetki enemmän ja olla huolehtimatta tuloksista tai bonuksista tuntematta syyllisyyttä. Tähän pääsee sillä, että pitää ajankäytön kokonaisuudessaan systemaattisena sekä suunnitelmallisena, ottamatta liikaa poikkeuksia. (Puttonen 2009. 18-19.)

Aikaa ja sen käyttöä voi tarkkailla erilaisilla menetelmillä, se mikä sopii toiselle, ei toiselta taas luonnistu laisinkaan. Itselle sopivan ajanhallinnan menetelmän voi löytää vain etsimällä ja tähän tarvitaan proaktiivista otetta ottaa selvää ja kokeilla uutta siihen asti, että löytää toimintamallin joka sopii itselle ja mitä on helppo ylläpitää sekä mahdollisesti kehittää. (Järvilehto 2013. 108-110.)

3.1.8 Nöyryys

Motivaatio ajaa oman itsensä ja osaamistensa hallintaa ja sen kehittämistä. Jokainen myyjä miettii mistä löytäisi uusia ideoita, kuinka kohdata haastavan asiakkaan, miten käsitellä reklamaatioita paremmin. Tähän kaikkeen tarvitaan nöyryyttä, kukaan meistä ei ole täydellinen. Teemme erilaisia virheitä ja niistä on hyötyä kun kykenee katsomaan niitä nöyrästi silmästä silmään ja miettiä mitä opittavaa niissä on. (Ojanen 2008. 7-8.)

Nöyryys myös näkyy muille ihmisille joiden kanssa olet tekemisissä ja se on arvostettu luonteenpiirre. On eri asia olla nöyrä kuin nöyristellä, nöyryyden löytäminen ja sen näyttäminen vaatii rohkeutta ja henkistä vahvuutta. Jokaisesta kokemuksesta voi ottaa mahdollisuuden kasvaa myyjänä sekä ihmisenä. (Andersen 2013.)

3.1.9 Asenne

Hyvä myyjä ei ole se, joka kotiuttaa jokaisen kaupan. Tosiasia on se että kaikilla myyjillä on heikompia hetkiä. Hyvän myyjän tunnistaa siitä, että hän osaa päästä ylitse uudestaan ja uudestaan huonoista kokemuksista ja ajanjaksoista. Palkinto ei tunnu palkinnolta jos sen saisi helpolla ja niitä tulisi koko ajan. (City & SMJK 2014.)

Asenteessa on avain kaikkeen, sillä kehitetään asiakassuhteita ja ansaitaan myös luottamusta. Hyvällä asenteella ja sen ylläpitämisellä (mikä vaatii sisua jokaiselta jossain vaiheessa) voitetaan kilpailutuksia, saadaan suosituksia ja edetään niin uralla kuin kasvetaan myyjänä. (Denny 2009, 9.)

3.2 Myyntityön työvälineet

Organisaatiota ja yrityksiä mitataan, mittaamiseen tarvitaan työvälineitä. Jokaisessa yrityksessä on omat toimintamallit ja tavat kirjata asioita, mitata ja tutkia niitä, mutta yhtä lailla jokaisen johtoa kiinnostaa niiden tulokset. Niiden tulosten perusteella laaditaan ennustuksia, palkitaan ja kehitetään toimintaa. Myynnin mittaaminen on tärkeitä, koska myynnissä pyritään pohjimmiltaan rahan ympärillä ja tuloksellinen myynti on tärkeitä. Mikäli tulosta ei tule, on se pystyttävä huomaamaan ja tekemään tarvittavat korjaustoimenpiteet. (Harisalo 2010, 51-52.; Rugman & Collison 2009, 430-432.)

Myyjän vastuulle kuuluu asiakaskohtaamisten lisäksi erilaiset raportoinnit ja dokumentit, näiden tekemiseen myyjä käyttää työssään erilaisia välineitä ja ohjelmia. Nämä ovat olennaisia yrityksen toiminnan ja sen seuraamisen kannalta. Puhelin ja tietokone ovat tänä päivänä olennainen osa myyjän arkea, mikä tarkoittaa sitä että myyjä opettelee työuransa aikana käyttämään monia eri ohjelmia ja järjestelmiä. Minkä takia on tärkeitä että yrityksessä on selkeät ohjeet ja tarkoitus, jotta myyjän aika on käytetty tehokkaasti. Myynti ja myyjä tarvitsevat tukitoimintoja ja välineitä, jotka mahdollistavat laadukkaan myynnin tekemisen. Tukitoiminnot ja välineet vaihtelevat yrityksestä ja toimialasta riippuen paljonkin, joten niiden yksilöiminen tai nimeäminen on haastavaa ellei mahdotonta. Kuitenkin ne voivat parhaimmillaan tehostaa myyntiä ja edesauttaa kaupan tekemisessä. (Cron & Decarlo 2010, 2-4.; Turbiini 2015.)

3.3 Myyntityön tulevaisuus

Työelämän muuttuessa muuttuu myyntityökin. internetin yleistyminen haastaa myyjät osoittamaan entistä syvempää asiantuntemusta myytävästä tuotteesta tai palvelusta ja liiketoimintaosaamista, koska asiakkaat tekevät entistä enemmän ennakko kartoitusta internetin välityksellä. Näin ollen myyjän osaamiseen ja tietoon kohdistuu asiakkailta entistä enemmän vaatimuksia ja odotuksia.

Oman tuotteen/palvelun hyvä tuntemus on tänä päivänä vain lähtöpiste myynnissä. Myyjän on myös kyettävä osoittamaan asiakkaalle kattavin perusteluin sen tuottamalla lisäarvo asiakasyrityksen toiminnassa. Tämän takia on tärkeitä osata avata asiakkaalle muun muassa ROI (Return On Investment) ja hallittava myyntiargumentointi, eikä näissä voi onnistua ilman hyvää asiakastuntemusta. (Valkila 2014, 19.)

Myyntityö tulee myös tulevaisuudessa leviämään yrityksiin sisällä. Sen lisäksi että yrityksistä löytyy oma myyntiorganisaatio tai tiimi, jalkautuu se myös muihin rooleihin yrityksissä myynti- ja tuloshenkisyytenä. Kovenevassa kilpailussa myyjän rooli erityisesti B2B-myyntissä kasvaa ja vaatii myyjää edistämään ja kehittämään asiakassuhteita uusien tavoin. Tämä helpottuu jos koko organisaatio on omaksunut myyntihenkisen asenteen ja hallitsee kommunikoinnin ja viestinnän asiakkaiden kanssa. (Business Insider 2013.)

Myyjän on myös hyvä hakea tukea, apua ja uusia näkökulmia. Kehittyminen ja eteneminen eivät tapahdu yhdessä yössä vaan vaativat paljon työtä. Tänä päivänä on tarjolla myös monia virtuaalisia ja digitaalisia tapoja haastaa omaa ajatteluaan. Itselleen sopivien tapojen löytämiseen myyjä tarvitsee vain uteliaisuutta ja viitseliäisyyttä. Erityisesti omien kollegoiden sekä muiden sosiaalisten kontaktien ehdotuksia, ideoita ja vinkkejä kannattaa hyödyntää. (Järvilehto 2013.197-200.)

Tulevaisuuden myyntityö tulee tarjoamaan hyvälle myyjälle haasteita ja vastuuta. Jos myyjällä on yksilöllinen halu saada ja kokea enemmän, voi tämä saada aikaan liiketoiminnallista kasvua työssään. Tämä saadaan aikaan kun myyjällä on tähtäimessä kokonaisvaltainen kehittyminen myyjänä, eikä pelkkä voiton tuottaminen lyhyellä aikajänteellä. (Kirjavainen & Laakso-Manninen 2010, 271-272.)

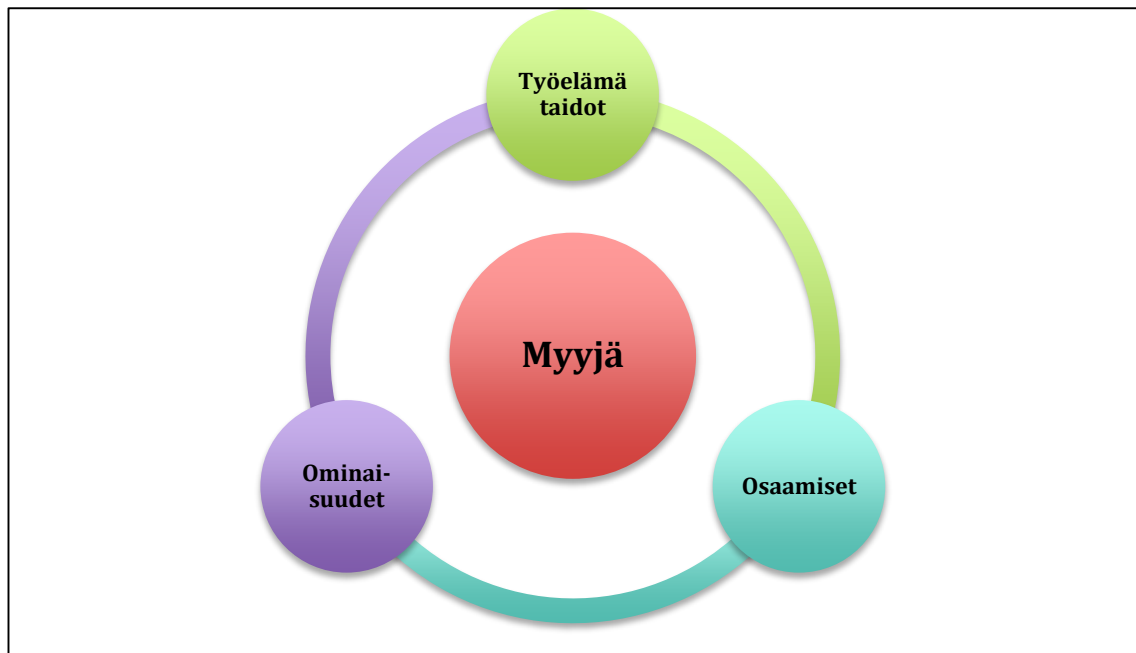
4 Teorian yhteenveto

Elämme muutoksen keskellä ja parhaiten tulevat pärjäämään ne, jotka pystyvät reagoimaan nopeasti ja muovautumaan tämän vaihtuvuuden keskellä, kääntäen sen omaksi voimavarakseen. Enää ei ole vain yhtä oikeata mallia tai muottia, jolla pärjätä sekä täyttää työelämän vaatimukset.

Tulevaisuudessa valmistuva opiskelija on vahvoilla astuessaan työelämän markkinoille, kun hän on haastanut itseään kasvattamaan ei ainoastaan osaamistaan vaan myös henkisiä voimavarojaan. Yritykset etsivät yhä enenevässä määrin tekijöitä oikeilla ominaisuuksilla ja valmiuksilla mukautua heidän toimintatapoihinsa, joten tämän takia yksilön henkinen kasvu ja omien vahvojen ominaisuuksien havainnointi sekä heikompien kehittäminen korostuvat. Tärkeätä onkin siis saada hyvä perusta, jonka varassa voi kasvaa ja kehittyä täysipäiväisessä työelämässä.

Tulevaisuuden työelämässä vastavalmistuneelta odotetaan siis eri asioita kuin ennen, ei enää riitä että osaa käyttää järjestelmiä ja suoriutuu, vaan myös kiinnitetään huomiota personaan ja sen eri ominaisuuksiin. Työnhakijaa tarkastellaan siis monelta kantilta ja kehittämällä omia ominaisuuksiaan, niin vahvuuksia kuin heikkouksia voi tehdä vaikutuksen tulevaan työnantajaan. Ennen on puhuttu erikoisosaamisen merkityksestä, tulevaisuudessa todennäköisesti päädytäänkin etsimään hybridiosaajia, joilla on monenlaista osaamista ja tietoa erilaisilta osa-alueilta. Hybridiosaamisen lisäksi, myös metakognitiivisten taitojen merkitys korostuu. Metakognitiiviset taidot auttavat yksilöä toimimaan, sekä löytämään uudenlaisia ratkaisuja yllättävissä mahdollisesti monimutkaisissakin tilanteissa ja ympäristöissä.

Myyntityön ja myyjän näkökulmasta on tärkeitä hallita niin työelämän taitoja (kuvio 1) ja kehittää omia myyjän ominaisuuksia (kuvio 3) jotka on esitelty aiemmin tässä työssä, jotta voisi kehittyä huippu myyjäksi ja menestyä työssään, unohtamatta varsinaisia taitoja kuten esimerkiksi Excelin käyttö ja tarjousten tekeminen. Tätä kokonaisuutta on kuvattu seuraavassa kuviossa (Kuvio 4) , kuinka myyjä on näiden kolmen alueen keskiössä. Haaste onkin pitää niiden kesken tasapaino ja panostaa kaikkien ylläpitämiseen sekä kehittämiseen.



Kuvio 4: Tulevaisuuden myyjä

Jokainen meistä on kuitenkin itse vastuussa itsensä kehittamisestä sekä haastamisesta, oli kyse yleisesti työelämästä tai juuri myyntityöstä, on asenne yksilön valinta. Asenteella niin Tikkasen (2011, 34-35.), Tuomisen (2012, 259-261) teksteissä ja Europaeuksen (2014) artikkelissa tehdään vaikutus niin hyvässä kuin pahassa. Kyse ei ole enää vain osaamisesta joka on opittu vaan siitä millainen persoona on kokonaisuudessaan, sekä kuinka paljon henkilö on nähnyt vaivaa itsensä kehittämiseen ja on valmis panostamaan vastaisuudessakin.

5 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin Webropol kysely- ja analysointisovellus Webropol Analyticsin avulla. Kyselyn linkki jaettiin vastaajille kohdennetusti myyntityön opiskelija alumneille Myynnin Facebook -ryhmässä. Vastausaikaa kohderyhmällä oli noin kuukausi, elokuu 2014, tämän ajan aikana kyselystä tehtiin kaksi nostoa. Nostot estivät kyselyä putoamasta muiden julkaisujen alle. Nostot tehtiin 10 ensimmäisen vastauspäivän jälkeen 11.8.2014, sekä päivä ennen vastausajan päättymistä 7.9.2014. Kyselyyn tuli aktiivisesti myös kommentteja sekä kysymyksiä alumneilta, yhteensä 35 kappaletta.

Tutkimuksen ensimmäinen toteutus hylättiin sen epäluotettavuuden vuoksi, joka johtui alhaisesta vastaajamäärästä. Vähäinen vastaajamäärä selittyy kesälomakaudella, sillä vastausaikaa oli heinäkuu 2014. Uusi kysely päätettiin toteuttaa kesälomakauden lopussa kun kohderyhmä on paremmin tavoitettavissa, myös kyselyn saateviesti uusittiin.

Kyselyn uusinta tuotti paremman otoksen vastauksia. Vastauksia saatiin 47 kappaletta. Toinen toteutus siis lisäsi kyselyn luotettavuutta huomattavasti kun verrataan ensimmäiseen toteutukseen, jossa vastauksia tuli 11 kappaletta.

5.1 Kohde

Kohderyhmänä tutkimuksessa olivat myyntityön koulutusohjelman jo valmistuneet opiskelijat eli alumnit. Kysely kohdennettiin heille sillä perusteella, että tarkoituksena on kehittää nimenomaan myyntityön koulutusohjelmaa ja saada arvokasta kokemuspohjaista tietoa ja palautetta sellaisilta henkilöiltä jotka ovat koulutusohjelman suorittaneet ja siirtyneet sieltä saamiensa tietotaitojen kanssa työelämään.

Kohderyhmä on kokenut käytännön kautta kuinka onnistuneet aiemmat opintosuunnitelmat ovat olleet ja täten tarjoavat arvokasta ensikäden tietoa opintosuunnittelun, sekä toteutuksen onnistumisista ja heikkouksista.

5.2 Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu

Tutkimuksen suunnittelu aloitettiin toukokuun 2014 lopussa ja sitä varten tuotettavan kyselyn kehittäminen aloitettiin samaan aikaan. Kyselyn suunnittelun tukena käytettiin Haa-ga-Helian ammattikorkean yleistä alumneille suunnattua kyselyä (Liite 1).

Kysely koostui neljästä taustakysymyksestä (kysymykset 1-4), neljästä opintojen sisältöä koskevasta kysymyksestä (kysymykset 5-8), kahdesta opintojen etenemistä koskevasta kysymyksestä (kysymykset 9 ja 10) sekä yhdestä vapaasta avoimesta kysymyksestä (kysymys 11)

Kysely julkaistiin vastaajille heinäkuun 1. päivä. Nostot kyselystä tehtiin 11. heinäkuuta ja 2. elokuuta. Vastausaika päättyi 3. elokuuta. Vastauksia tänä aikana kertyi yhteensä 11 kappaletta.

Toteutuksessa pysyttiin alussa hyvin. Tekijän henkilökohtaisten syiden takia kyselyn julkaiseminen kuitenkin viivästyi ja siirtyi alkuperäisesti suunnitellusta ajankohdasta kaksi viikkoa myöhemmäksi, mikä osin varmasti vaikutti vastauksien määrään. Huomioitavaa kuitenkin on, että kysely linkki avattiin 61 kertaa, eli vastaajista 50 jätti kyselyn joko aloittamatta tai kesken tallentamatta vastauksia.

Tämän jälkeen päätettiin toteuttaa uusinta kyselystä parempana ajankohtana elokuussa 2014, kysely oli auki 1.8.-8.9.2014. Uuden toteutuksen aikana nostoja tehtiin kaksi, 11.8.2014 ja 7.9.2014. Kysely pysyi ryhmän uutisvirrassa hyvin esillä aktiivisten alumni kommentoinnin ansiosta. Kyselyn linkki avattiin 127 kertaa.

Toisella toteutus kerralla kyselyyn vastasi 47 henkilöä, mikä on kohtuullinen vastaajamäärä kun huomioi että myynnin Facebook -ryhmään kuuluvista henkilöistä noin 200 on alumni opiskelijoita. Näin vastausprosentti oli 23 % kohderyhmästä.

5.3 Menetelmävalinnat perusteluineen

Tässä opinnäytetyössä pyrittiin yhdistämään kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen menetelmien parhaat puolet. Työn tutkimusosa toteutettiin kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen menetelmänä, internet-kyselynä. Näin toimimalla saatiin satunnaisotos myyntityön alumnista ja tulokset ovat totuudellisia, nämä lisäävät tuloksien luotettavuutta sillä haastattelun muodossa toteutetussa tutkimuksessa pienellä vastaajajoukolla on suurempi riski objektiivisuuden heikkenemiseen. Kvalitatiivisuus eli laadullisuus näkyy tutkimuksessa sillä, että kyselyssä hyödynnettiin avoimia ja teemallisia kysymyksiä, sekä kaikkiin kysymyksiin annettiin mahdollisuus vastata myös avoimin vastauksin mikäli kohdassa oli valmiitakin vastausvaihtoehtoja. (Tilastokeskus 2015.)

Työ toteutettiin kvantitatiivisena kyselynä internetin välityksellä, jotta välttyttäisiin paikka- ja aikarajoitteilta vastauksien keräämisessä. Kysely julkaistiin nimenomaan myynnin Facebook -ryhmässä sen takia että siihen kuuluvat alumniopiskelijat ovat profiloituneet aktiivisina toimijoina, jotka edelleen ovat kiinnostuneita koulutusohjelman ajankohtaisista asioista. Ryhmän jäsenistä myös suuri osa on kohderyhmään kuuluvia, ryhmän jäsenistä (noin 400 henkeä) noin puolet (noin 200 henkeä) on alumniopiskelijoita, tarkkaa määrää ei voida määrittää koska ryhmän jäsenten määrä ja taustat ovat jatkuvasti muuttuvia. Ne myös muuttuivat kyselyn suoritusajankohtana, eikä näistä muutoksista ollut mahdollista saada varmaa tietoa, joten niitä ei pystytty huomioimaan ilman liian suuria epävarmuuksia.

Työn tutkimusosassa panostettiin kvalitatiivisuuteen eli laadullisiin kysymyksiin, jottei vastauksien määrän merkitys korostu liiaksi, tämä myös vähensi vastaajaryhmän koon merkitystä tuloksissa. Koska kysely myös toteutettiin netin välityksellä, jokainen vastaaja pystyi valitsemaan itsellensä sopivan ajan vastata, mikä parantaa vastausten objektiivisuutta ja pohjautumista vastaajan omiin kokemuksiin.

Aineistoa käsiteltiin sekä kokonaisuutena, että jokaista kysymystä tarkasteltiin myös irtolaisena mukaan lukien taustakysymykset. Kysymyksien alku analysointi tehtiin Webropolin analytiikkatyökalun avulla, jonka jälkeen tulokset siirrettiin Excel-ohjelmaan ja tarkasteltiin myös manuaalisesti läpi. Manuaalinen tarkastelu mahdollisti mahdollisimman todennukaisen ja yksityiskohtaisen analysoinnin, sekä tuottamaan mahdollisimman selkeän graafisen että kirjallisen yhteenvedon.

6 Tutkimuksen tulokset

Kyselyssä oli kolme (3) selkeätä osa-aluetta; taustakysymykset, opintojen sisältö, opinnoissa eteneminen. Ensimmäisen osion tarkoituksena oli kartoittaa kyselyyn vastanneiden taustaa, jotta tuloksia olisi helpompi analysoida, sekä saada konkreettista tietoa myynninkoulutusohjelmasta valmistuvien sijoittumisesta työelämässä.

Toinen osio joka keskittyi myynninkoulutusohjelman opintojen sisältöön, kartoittamalla mitä tietoja ja taitoja opinnot tarjosivat opiskelijalle, sekä mitä vastaaja huomasi että olisi tarvinnut opetukselta siirryttyään työelämään. Tämän lisäksi selvitettiin mitä koulutusohjelman tulisi tarjota tulevaisuudessa, jotta siitä valmistuvat opiskelijat olisivat saaneet muuttuvassa työelämässä tarvittavia tietoja sekä taitoja.

Kolmas ja viimeinen osio taas selvitti kuinka vastaajat ovat kokeneet oman etenemisensä opinnoissa. Oliko selkeitä hidasteita ja olivatko nämä itse aiheutettuja vai johtuivatko ne ulkopuolisesta muuttujasta. Tämän lisäksi etsittiin myös myönteisesti vaikuttaneita muuttujia opintojen etenemisessä.

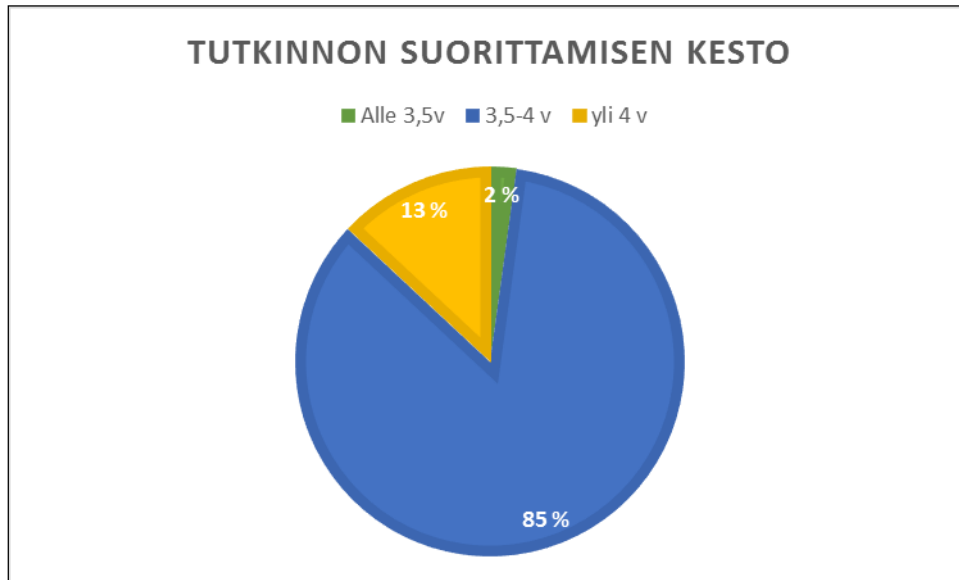
6.1 Taustakysymykset

Kyselyn alussa esitettiin vastaajalle neljä (4) taustakysymystä.

1. Sukupuoli
2. Opiskelu-aika (aloitusvuosi – valmistumisvuosi)
3. Toimiala, jolla vastaaja tällä hetkellä työskentelee
4. Asema missä vastaaja tällä hetkellä työskentelee

Kyselyn vastaajista 72 % (34 henkeä) oli naisia ja 28 % (13) miehiä.

Toisen taustakysymyksen tarkoituksena oli selvittää kuinka vastaajat olivat edistyneet opinnoissaan opiskeluaikanaan (Kuvio 5).

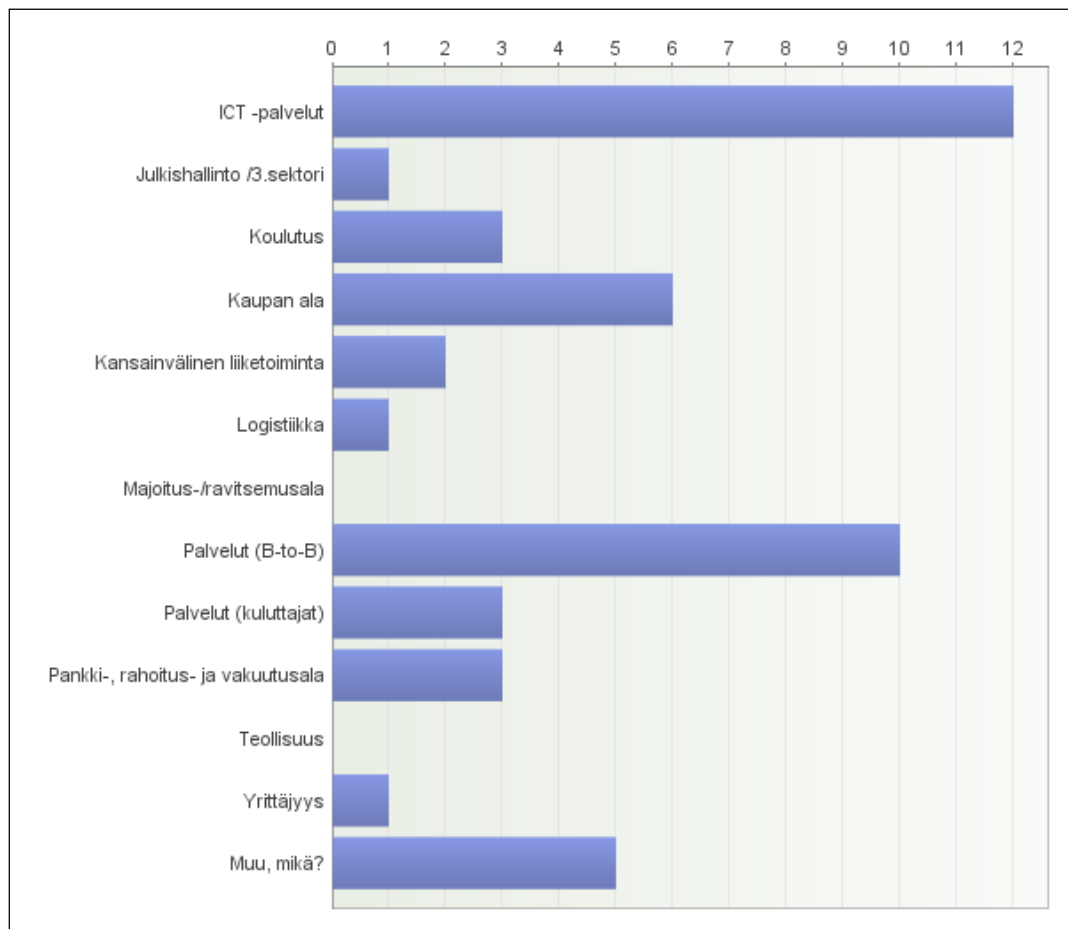


Kuvio 5: Tutkinnon suorittamisen kesto

Vastanneista 85 % (39 henkeä) suoritti opintonsa ja valmistui 3,5-4 vuodessa. Aikavälissä on otettu huomioon mahdollinen ulkomaan vaihdossa oloaika, joka pääsääntöisesti viivästyttää valmistumista noin puolella vuodella. Vastaajista vain 13 % eli kuudella (6) hengellä kesti tutkinnon suorittamisessa neljä (4) vuotta tai enemmän. Kuitenkin kaikki suunnitellun keston ylittäneistä valmistui viimeistään viidessä (5) vuodessa opintojen aloittamisesta. Vastaajista yksikään ei ollut siirtynyt koulutusohjelmaan, vaan kaikki vastaajista olivat aloittaneet opintonsa suoraan myynnin koulutusohjelman ensimmäisenä vuonna (2007) Haaga-Heliassa.

Vastaajat ovat olleet työelämässä täysipainoisesti noin 1-5 vuotta, valmistumisvuodesta riippuen. Suurin osa vastaajista vähintään kaksi vuotta.

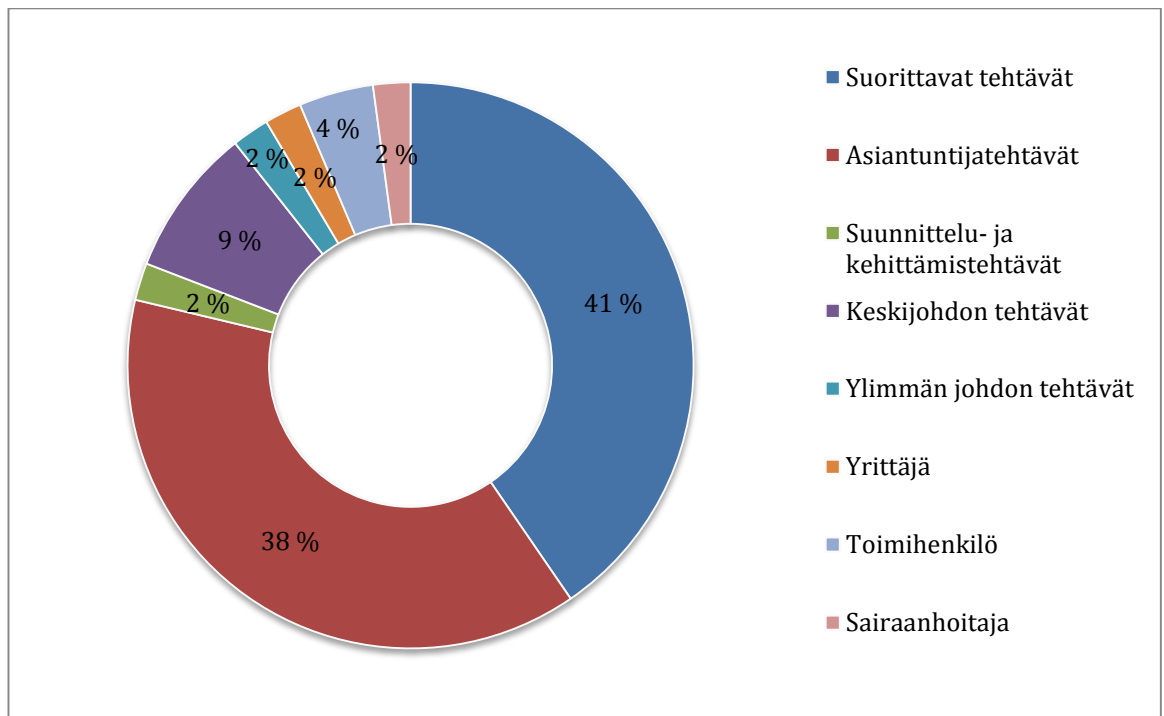
Kolmas (3) taustakysymys selvitti millä toimialoilla alumnit työskentelevät nyt valmistumiseensa jälkeen. (Kuvio 6).



Kuvio 6: Sijoittuminen eri toimialoille

Suurin osa vastanneista työskentelee tällä hetkellä joko ICT-, kaupan alalla tai palveluiden parissa. Avoimia vastauksia tuli valmiiden vastausten lisäksi viisi (5) kappaletta; elintarviketeollisuus, terveys- ja hyvinvointiala, maatalous työntekijä, media-ala ja rakennusala. Yksikään vastaajista ei työskentele majoitus-/ravitsemusosalalla tai teollisuudessa.

Viimeinen taustakysymyksistä, numero neljä (4) kartoitti vastaajien sijoittumista erilaisiin työtehtäviin. Vastaajien sijoittuminen kohdentui selkeästi suurimmaksi osaksi kahdelle työnimikkeelle ja tämän jälkeen hajonta oli voimakasta eri työtehtävien kesken (Kuvio 7).

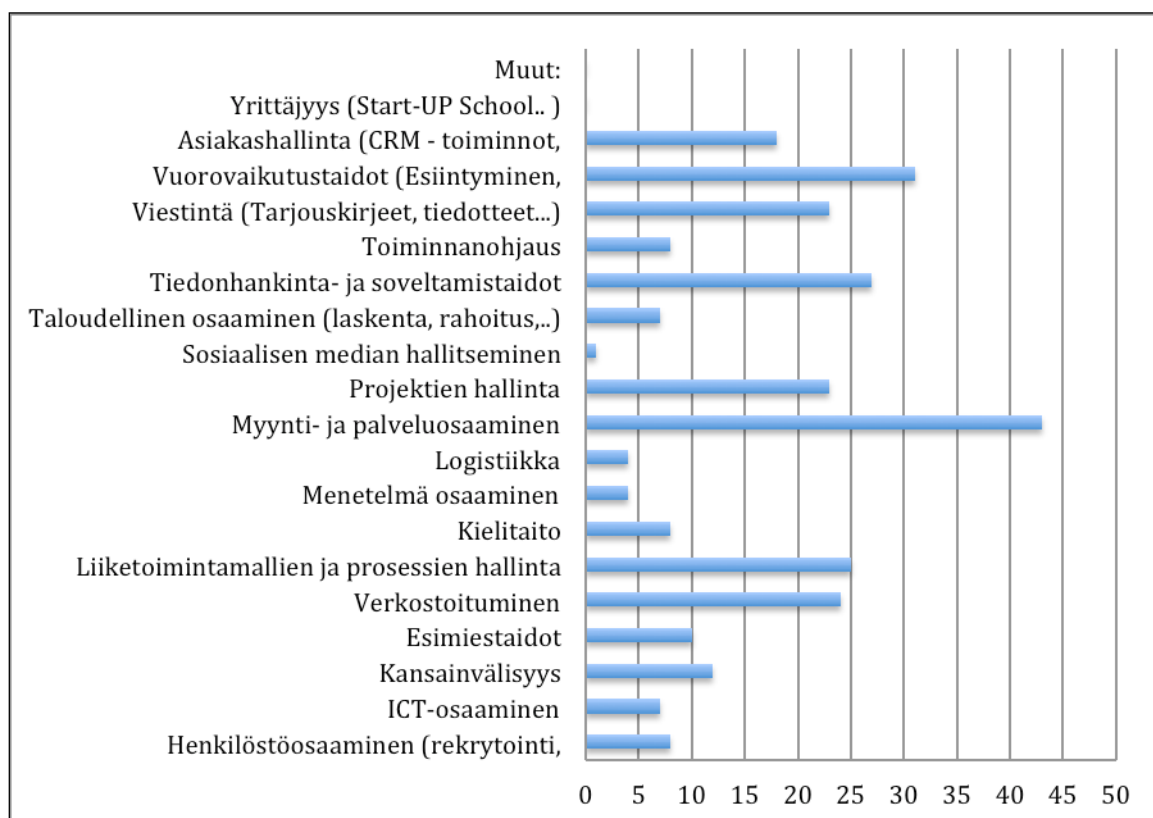


Kuvio 7: Sijoittuminen eri työtehtäviin

Selkeä enemmistö 79% (37 vastaajaa) on sijoittunut joko suorittavien- tai asiantuntijatehtävien pariin. Vastauksissa on otettava huomioon etteivät ne kerro suoraa onko vastaaja töissä suoraa myynnin parissa vai hoitaako hän jotain muita vastualueita.

6.2 Opintojen sisältö

Opintojen sisältöä kartoitti kyselyssä neljä (4) kysymystä, joista kaksi (2) oli monivalinta-kysymyksiä ja kaksi (2) avoimia kysymyksiä. Ensimmäinen näistä käsitteli myynninkoulutusohjelman opetuksen tarjoamaa osaamista (tiedot/taidot), vastaajaa pyydettiin valitsemaan viisi (5) hänelle merkittävintä osaamista (tietoa/taitoa), jotka hän koki saaneensa koulutusohjelmasta (Kuvio 8).



Kuvio 8: Myynninkoulutusohjelman tarjoama osaaminen (tiedot/taidot)

Viisi eniten klikkauksia saanutta vaihtoehtoa ovat:

1. Myynti- ja palveluosaaminen
2. Vuorovaikutustaidot
3. Tiedonhankinta ja soveltamistaidot
4. Liiketoimintamallien ja prosessien hallinta
5. Verkostoituminen

Tähän kysymykseen ei tullut avoimia vastauksia.

Seuraavat kaksi (2) kysymystä olivat avoimia ja kartoittivat mitä vastaajat olisivat itse henkilökohtaisesti kaivanneet enemmän koulutusohjelmalta omana opiskeluaikanaan, sekä mitä koulutusohjelman tulisi tarjota tulevaisuudessa.

Ensimmäisessä avoimessa kysymyksessä, joka keskittyi vastaajien omaan opiskeluaikaan nousi viisi (5) selkeätä teemaa, joista he olisivat kaivanneet enemmän osaamista siirtyessään täysipainoisesti työelämään valmistumisensa jälkeen.

- Markkinointi
- Talousosaaminen
- Tietotekniset taidot
- Kielitaito ja keskustelu
- Myyjän arjen elementtien hallitseminen

Markkinointi: Useassa vastauksessa tuotiin esille markkinointi, kuinka se olisi tuonut selkeästi tukea myyntityössä pärjäämiselle. Lainaus markkinointia koskevasta avoimesta vastauksesta:

“Usein markkinointi ja myynti kulkevat niin käsi kädessä, että yksi lisäkurssi markkinoinnista ei olisi ollut yhtään pahitteeksi.”

Talousosaaminen: Talousasioiden osaamista nostettiin vastauksissa monin eritavoin esille, kaikista useimmin vain kirjoittamalla talousosaaminen. Kantavina elementteinä olivat kuitenkin raportointi, palkkausmallit, konkreettiset myyntitarjouksien hinnoittelamisen esimerkit, sekä avainlukujen analysointi.

Tietotekniset taidot: Erilaisten ohjelmien hallitseminen ja osaaminen nousi vastauksissa, esimerkiksi Excel, Sap, Salesforce. Näiden mainittiin olevan avainasemassa myyjän raportoinnissa sekä viestinnässä varsinkin yrityksen sisällä, minkä takia vastaajista olisi tärkeä osata käyttää, sekä analysoida näiden ohjelmien avulla.

Kielitaito ja keskustelu: Vastauksista nousi esille viestinnän tärkeys ja erityisesti vapaamuotoisen keskustelun merkitys niin Suomeksi kuin vieraallakin kielellä.

Lainaus vastauksista:

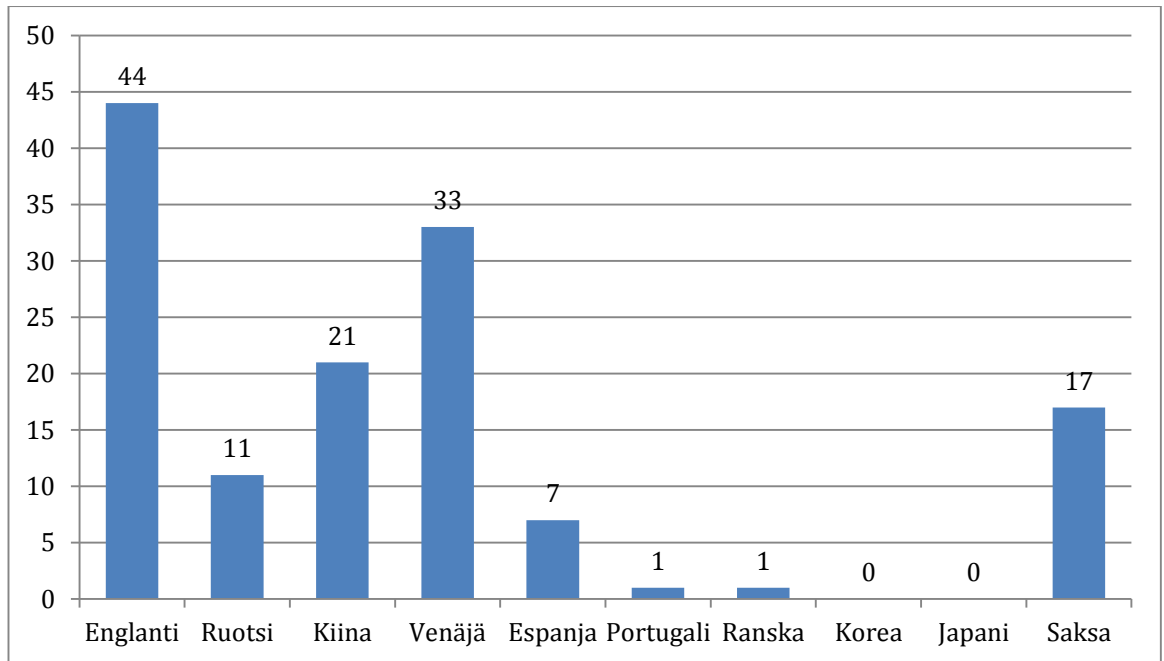
”Luovaa kielitaitoa, eli sen sijaan että keskitytään kieliopillisesti oikean kielen tuottamiseen ja sanojen ja termien opetteluun, harjoiteltaisiin enemmän käytännön kielitaitoa; puheiden pitämistä, esiintymistä ym.”

Myyjän arjen elementtien hallitseminen: Kootusti vastauksista nousi esille myyjän perustyöskentelyyn vaikuttavien asioiden hallitseminen, kuten käyttäytyminen asiakastapaamisissa, pukeutuminen, keskusteleminen, urahjaus, viestintä eri tilanteissa työelämässä ja itsensä markkinointi

Toinen avoin kysymys kartoitti mitä koulutusohjelman tulisi tarjota, jotta opiskelija pärjäisi tulevaisuudessakin työelämässä. Vastaukset olivat hyvin paljon edeltävän avoimen kysymyksen kaltaisia. Seuraavat lainaukset kiteyttävät keskeisimmät osat näistä avoimista vastauksista.

- ”Enemmän käytännön läheisempää opetusta myynnin raportoinnista: myynnin enustaminen, suunnittelu.”
- ”Myynti ja markkinointi kulkevat käsi kädessä, näin ainakin opettajat kursseilla puhuvat. Silti tuntuu, että markkinoinnista ei jäänyt mitään käteen, teorianopetusta vain ”
- ”Tuotteet ja palvelut tulevat kyllä rinnalla mukavasti, mutta ”itse tekemistä” pitäisi opettaa enemmän. Eli harjoiteltaisiin enemmän puhtaasti myyntitekniikoita, mitä tulee missäkin vaiheessa ottaa huomioon myyntiprosessissa jne. ”
- ”Enemmän taloushallinnan ja laskennan kursseja, harjoitellaan oikeaa myyntityötä, tarjouslaskentaa, järjestelmien käyttöä ja myynnin tukitoimia. Näitä olisin itse tarvinnut hakiessani koulutusta vastaavaa työtä, jota en ole vielä saanut. ”

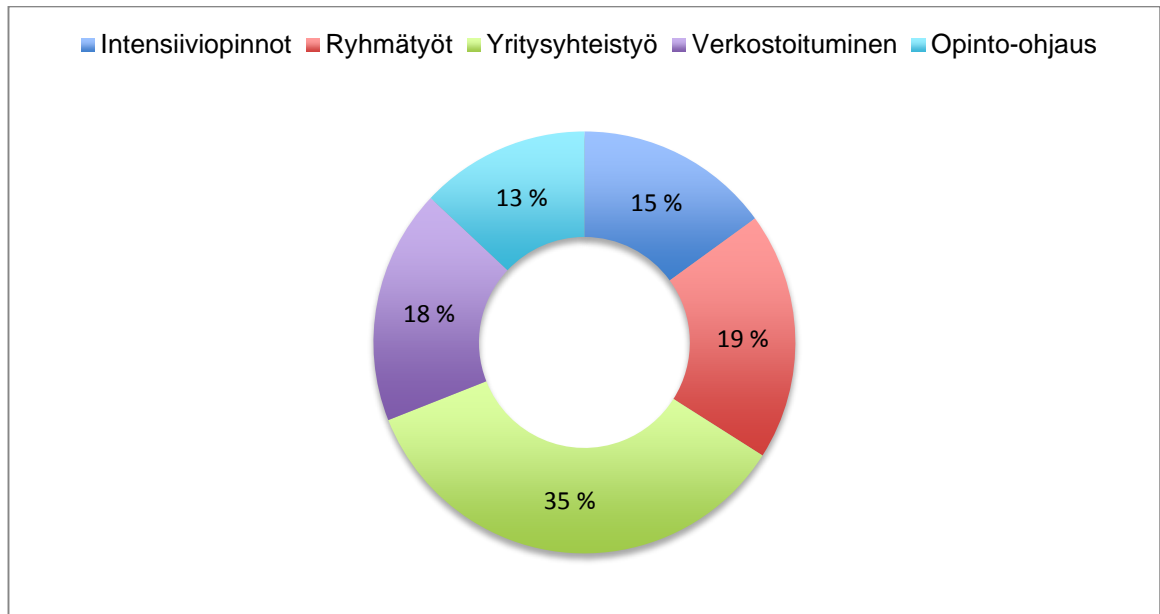
Viimeinen opintojen sisältöä koskevista kysymyksistä käsitteli kieltenopintoja, tällä hetkellä myyntityönkoulutusohjelmaan kuuluvat pakollisina kieltenopinnot englannin sekä ruotsinkielen osuudet, mutta muita kieliä ei ole pakollisissa opinnoissa. Itse kysymys kartoitti mitkä kielet ovat myyntityössä merkittävimpiä seuraavan viiden (5) vuoden päästä. Vastaja sai valita kolme (3) hänestä merkittävintä tulevaisuuden kieltä myyntityön näkökulmasta (kuvio 9).



Kuvio 9: Tarpeellisimmat kielet myyntityössä 5 vuoden kuluttua.

6.3 Opinnoissa eteneminen

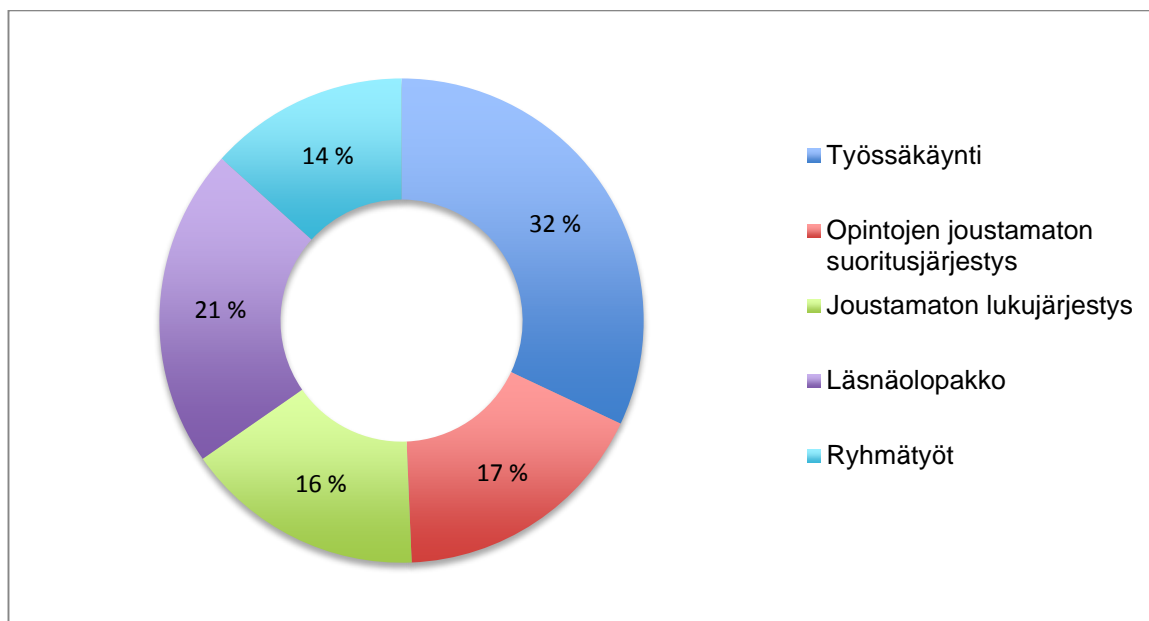
Kaksi kyselyn viimeisistä kysymyksistä, käsittelivät opintojen suorittamisen nopeutta. Toinen kysymys kartoitti opinnoissa edistäviä asioita ja toinen hidastavia. Molemmissa vastaajaa pyydettiin valitsemaan viisi (5) eniten edistänyttä tai hidastavaa tekijää (kuviot 10 ja 11).



Kuvio 10: Opintoja edistävät tekijät

Havainnollistavassa kuviossa (kuvio 6), jossa käsitellään opintoja edistäviä asioita on nostettu esille viisi (5) eniten nousutta elementtiä. Näiden lisäksi esille nousi monimuoto-opiskelu, virtuaalikurssit, kesäopinnot, callidus-tutorointi ja iltaopiskelu. Avoimista vastauksista: PBL, ryhmäkeskustelut, työt, tutoriaalit ja kesäajalla tehty harjoittelu.

Toinen opintojen etenemistä käsitellyt kysymys keskittyi siihen mitkä asiat ovat hidastaneet opintojen etenemistä (kuviot 7). Näissä vastauksissa hajontaa oli huomattavasti enemmän kuin opintojen edistäviä tekijöitä kartoittaneen kysymyksen vastauksissa.



Kuvio 11: Opintoja hidastavat tekijät

Opintoja hidastavista tekijöistä selkeäksi enemmistöksi nousivat kuviossa seitsemän (7) esitellyt viisi asiaa: työssäkäynti, läsnäolopakko, opintojen joustamaton suoritusjärjestys, joustamaton lukujärjestys ja ryhmätyöt. Näiden lisäksi opintoja hidastaviksi tekijöiksi koettiin: Opinnäytetyön ohjaus, merkittävä yksityiselämän muutos, tiukat määräajat kursseilla, suuret opintopistekokonaisuudet, ulkomaanvaihto, terveydentilan muutos, koulun tekniset valmiudet, oma motivaatio.

6.4 Yhteenveto

Vastauksista on helppo todeta, että myynnin opiskelijat valmistuvat suurimmaksi osaksi suunnitellussa ajassa, kun 87% vastaajista valmistui neljässä (4) vuodessa tai nopeammin.

Sijoittuminen eri toimialoille valmistumisen jälkeen on laajaa, mikä ainoastaan osoittaa että koulutusohjelma tukee opiskelijan valinnan vapautta mahdollistamalla työllistymisen eri toimialoilla. Samoin sijoittuminen vastuullisiin työtehtäviin näkyy vastauksissa, kun melkein puolet (18 vastaajaa) on töissä asiantuntijatehtävissä ja useat myös johtotehtävissä. Huomioitava on myös se, että vastaajien työura on vasta aluillaan, kun he ovat olleet täysipainoisessa työelämässä vasta maksimissaan kaksi (2) vuotta.

Osaamista kartoittaneissa kysymyksissä vastaajat ovat kokeneet opintojensa aikana saaneensa eniten myynnin palveluosaamisen parista, vuorovaikutustaidoissa, tiedon hankinnassa ja sen soveltamisessa, liiketoimintamallien sekä prosessien hallinnassa. Tämän lisäksi opinnot ovat olleet merkittävä verkostoitumisväylä opiskelijoille.

Kaikista vastauksista löytyi myös yhteinen linja, kun käsiteltiin osaamisia mitä vastaajat olisivat halunneet oppia enemmän opiskeluaikanaan ja mitä he huomasivat tarvitsevansa siirtyessään työelämään. Selkeimmin esille nousivat seuraavat viisi (5) teemaa: markkinointi, talousosaaminen, tietotekninen osaaminen, kielitaito ja keskustelu sekä myyjän arjen elementtien hallinta.

Vastaajia pyydettiin myös miettimään myynnissä tarvittavaa kielitaitoa tulevaisuudessa. Vastaajat olivat hyvin yksimielisiä siinä, että kolme (3) tarpeellisinta kieltä myynnissä tulisivat olemaan englanti, venäjä ja kiina. Tällä hetkellä myyntityön koulutusohjelmassa kielten opiskelu ei ole merkittävässä roolissa opintosuunnitelmassa.

Opiskeluajan, sekä ammattikorkeakoulun kannalta opiskelijan opinnoissa edistyminen suunnitellusti on tärkeitä. Minkä takia kyselyssä selvitettiin opintoja edistäviä tekijöitä. Vastaajat valitsivat viisi (5) eniten opintoja edistäneitä seikkoja. Näistä yhteistyötaitoja vaativat yritys yhteistyö, ryhmätyöt ja verkostoituminen olivat kolme (3) eniten vastauksia saaneita vaihtoehtoja. Vastapainona selvitettiin myös opintoja hidastavia tekijöitä, joissa selkeä trendi oli ajankäyttöä rajoittavissa asioissa. Hidastavimmiksi tekijöiksi nousivat seuraavat kolme (3) asiaa: työssäkäynti, läsnäolopakko, opintojen joustamaton suoritusjärjestys.

7 Pohdinta ja kehittämisehdotukset

Tutkimuksen tulokset olivat yleisesti katsottuna positiivisia myynnin koulutusohjelman näkökulmasta. Opiskelijat valmistuvat ajallaan, tuloksista ei noussut suuria puutteita koskien koulutusohjelman opintosuunnitelmaa ja sijoittuvat hyvin työelämään heti valmistuttuaan. Hyvään sijoittumisen mahdollistaa muun muassa läpi koko opintojen ajan ylläpidetty yrittäjäyhteistyö, joka nousi positiivisessa valossa esille useaan kertaan tuloksissa. Asiat ovat nyt siis hyvin, mutta entä tulevaisuudessa? Ja juuri tähän tämän opinnäytetyön oli tarkoitus pureutua, jotta hyvä taso ja ajankohtaiset teemat säilyvät/tulevat opetukseen.

Vastaajamäärä on suhteellisen pieni, kun sitä verrataan lukuun kaikista koulutusohjelmasta valmistuneista. Kuitenkin tutkimuksen suorittamiseen käytetyn jakelukanavan kohde-ryhmästä vastaajamäärä oli kohtuullinen, 23 prosenttia. Kyselyn teettäminen toisen kerran myös paransi luotettavuutta huomattavasti. Kun ensimmäisellä kyselykierroksella vastauksia oli vain vajaa neljäsosa toisen kierroksen vastausmäärästä.

Luotettavuutta tuloksissa lisää vastaajaryhmän heterogeenisyys työelämän näkökulmasta. Vastanneet alumnit ovat töissä erilaisissa ja eritasoisissa työtehtävissä sekä eri toimialoilla. Näin vastaukset kuvaavat paremmin työelämän tarpeita monipuolisesti eri näkökulmista eri aloilla. Luotettavuutta lisää myös se, että jokainen vastaaja vastasi itsenäisesti omien ajatustensa ja kokemuksensa pohjalta.

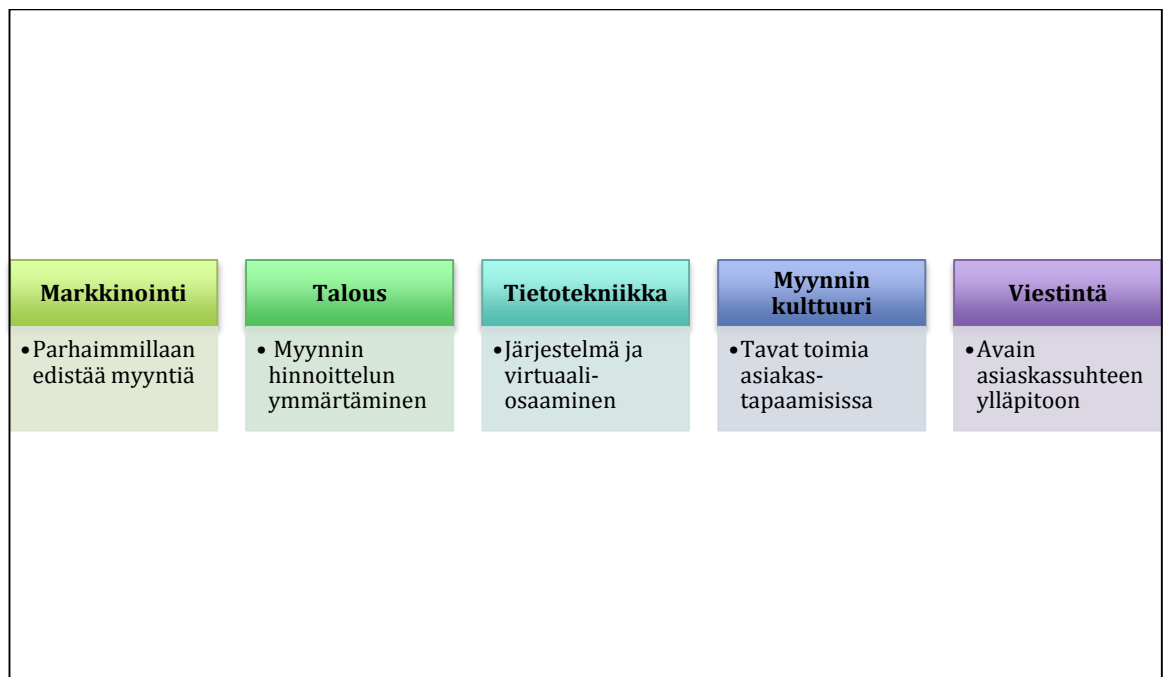
Teoriaosuudessa useassa kohdassa esille nostettu työelämän sekä myyntityön muutos, joten myynnin koulutusohjelman uudistus osuu juuri oikeaan aikaan. Tämän työn tavoitteena oli vastata seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä ominaisuuksia tulevaisuuden myyjän tulisi kehittää itsessään?
- Miten Haaga-Helia voi parantaa myyntityön koulutusohjelman opetussuunnitelmaa?
- Miten edistää opiskelijoiden valmistumista opintosuunnitelman mukaisessa aikataulussa?

Tuloksista näkyy positiivisesti kuinka myynnin opiskelijoista valtaosa valmistuu jo nykyisestä koulutusohjelmasta ajallaan. Kuitenkin tässäkin on mahdollista parantaa, kannustamalla opiskelijoita hiomaan tietoja ja taitoja oma aloitteisesti opintojen alusta saakka, sekä kommunikoidaan enemmän opettajien kanssa, mikäli heillä on jo tuntemusta eri opintokokonaisuuksista jotta ne voisi hyväksi lukea aiemman tai muualla hankitun osaamisen tunnistamisen eli AHOT:innin kautta. Tämä vaatii tietenkin kommunikointia ja avoimuutta molemmilta osapuolilta sekä opiskelijoilta että opettajilta, mutta tämä ajaisi Haaga-Helian asiakas- eli opiskelijalähtöistä linjaa kun aiempi osaaminen päästäisiin hyödyntämään tehokkaasti tutkinnon suorituksessa.

7.1 Kehittämisehdotukset

Oheisessa kuviossa (Kuvio 12) havainnollistettuna vielä selkeämmin esiin nousseet teemat ja kiteytettynä niistä saatavaa etua myyntityössä.



Kuvio 12: Kyselyssä viisi esille noussutta teemaa

Tutkimuksessa käy myös ilmi, että muutamalta osa-alueelta melkein kaikki vastaajat olisivat kaivanneet selkeästi enemmän opetusta. Ensimmäinen näistä oli markkinointi. Markkinointi voi olla myyjälle tämän työssä loistava tuki. Onhan markkinoinnin tavoitteena kuitenkin lisätä tuotteen/palvelun myyntiä. Sekä Vakila että ADAM:in tutkimus tukevat oman osaamisen täydentämistä ja kehittämistä tärkeänä, jotta pärjää tulevaisuuden kovenevassa kilpailussa. Tällä hetkellä myynnin koulutusohjelmassa ei ole yhtään suoranaista markkinoinnin kurssia, joten markkinoinnin lisäämistä opintosuunnitelmaan jossain muodossa olisi kannattavaa, oli kyseessä sitten kokonainen kurssi, osa jotain suurempaa

kokonaisuutta. Sillä onko kokonaisuus pakollinen vai vapaavalintainen ei välttämättä ole suurta merkitystä.

Toisena osaamisalueena, jossa vastaajat olisivat kaivanneet opiskeluaikanaan enemmän opetusta oli talousosaaminen. Tästä vastaajat olivat myös antaneet erilaisia konkreettisia esimerkkejä kuten myynnin hinnoittelu ja tarjousten rakentaminen, sekä raportointi. Tulevaisuudessa asiakkaiden vaatiessa enemmän ja paremmin perusteltuja vastauksia siitä mistä he maksavat, on kriittisen tärkeätä että myyjä osaa avata asiakkaalle mistä hinta muodostuu tarjouksessa. Tämä ei ole mahdollista ellei myyjällä ole tarvittavaa talousosaamista tuote- /palvelutuntemuksen tukena. Tämän osaamisen kasvattaminen olisi helppoa toteuttaa yhdistämällä elementtejä joko taloushallinnon tai henkilökohtaisen myyntityön opintoihin, jotka jo koulutusohjelmasta löytyvät.

Kolmas osa-alue millä vastaajat kokivat täydennykselle olevan tarvetta oli tietotekniset taidot. Nyt digitalisoitumisen edetessä ja yritysten seurattessa tarkasti sisäistä toimintaa, kuluja ja tuloja edellytetään myyjiltä myös erilaisten ohjelmien käyttöä. Digitalisoituminen nousi esille myös teoriassa Tuomisen ja Pohjakallion (2012, 35-41.) neljän merkittävimmän muutoksen joukossa. Myyjille on myös tärkeätä oman kehittymisen näkökulmasta sekä myyntiprosessien eteenpäin viemisen kannalta kyetä hyödyntämään erilaisia ohjelmia työskentelyssä. Esimerkeiksi nousivat Excel, SAP ja Salesforce.

Neljäs esille nostettu alue oli varsin laaja sisällöltään sekä hyvin yleismaailmallinen, myyjän arjen elementit ja niiden hallinta. Vastauksissa tämä tarkoitti myyjän perustyöskentelyyn vaikuttavia asioita kuten; käyttäytyminen asiakastapaamisissa, pukeutuminen, uraohjaus, viestintä työelämässä ja itsensä markkinointi. Kyseessä on pieniä asioista joista muodostuu yksi iso kokonaisuus, joten näitä elementtejä olisi varmasti helppo upottaa osaksi muita opintokokonaisuuksia käytännön esimerkkeinä tai pyytää yhteistyöyrityksiä eri toteutuksissa vastaamaan muun muassa tällaisiin kysymyksiin, miten ne tapahtuvat heidän organisaationsa arjessa, koska arki ja työn sisältö vaihtelee hyvin paljon työpaikasta riippuen.

Viides ja viimeinen osa-alue, joka selkeästi nousi vastauksista sellaisena jossa alumnit olisivat kaivanneet enemmän opetusta oli kielitaito, keskustelutaidot, kielet eli yleisemmin kommunikointi. Kommunikointi yritysmaailmassa on hyvin erilaista kuin vapaa-ajalla tai luokkahuoneessa. Kommunikointi on myös osa myyjän työtä, teoriaosuudessa käsiteltiin myyjän ominaisuuksia ja niistä valta osa edellyttää jossain vaiheessa erilaisia kommunikoinnin muotoja. Myyjän kannalta on tärkeätä osata laittaa tarjoukseen oikeanlainen saate tai osata kevyen keskustelemisen taito asiakasillassa. Myös kielten osaaminen tulevai-

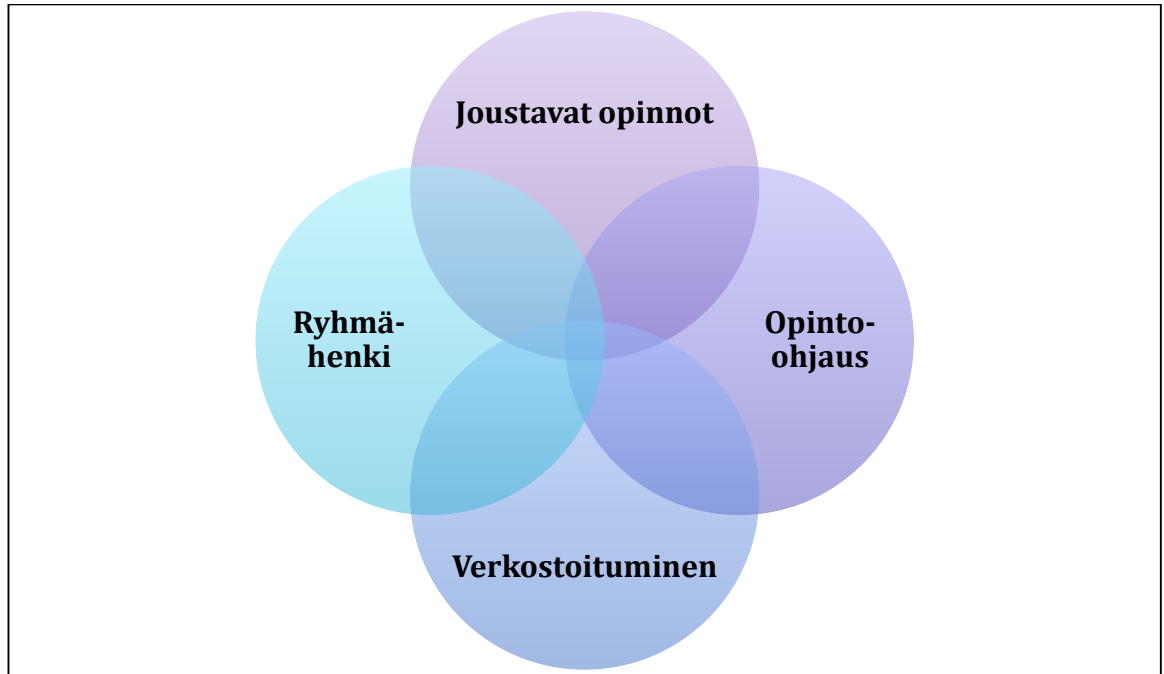
suudessa nousi esille sekä avoimissa osioissa että tulevaisuuden tarpeellisia kieliä kartoitaneessa kysymyksessä. Kommunikointi ja viestintä olisi mahdollista sisällyttää läpileikkaavana osaamisensa koko opintosuunnitelmaan, koska on tärkeätä että myyjä osaa ilmaista aikeensa ja tarkoituksensa selkeästi niin kirjallisesti kuin suullisestikin. Mitä tulee varsinaiseen kielten opiskelemiseen, tämän hetken opintosuunnitelmassa ei juuri ole tilaa ylimääräisille kielille, mikä on tärkeätä niille opiskelijoille jotka mahdollisesti aikovat suunnata kansainvälisen myynnin työtehtäviin valmistumisensa jälkeen tai yleisesti töihin ulkomaille.

Kyselyssä myös kartoitettiin opiskelijoiden opintoja edistäviä seikkoja, joihin on tärkeätä keskittyä jotta opiskelijat valmistuvat ajallaan, sekä kokevat opinnot mielekkäiksi kun ne eivät tunnu opiskelijasta ylitsepääsemättömiltä. Vastauksissa oli tässä kysymyksessä hyvin suuri hajonta, mutta se selittyy vastaajien heterogeenisillä oppimistavoilla. Se mikä tukee toisen oppimista ei välttämättä toimi toisella. Kuitenkin viiden eniten opintoja edistävän toiminnon/asian kärki oli hyvin selkeä: yritysysteistyö, ryhmätyöt, verkostoituminen, opinto-ohjaus ja intensiiviopinnot. Yritystoiminta avaa opiskelijoille työelämän arkea ja sitä millaista on työskennellä erilaisissa tehtävissä ja erityisesti eri yritysten myynnin parissa. Tätä voisi Haaga-Helian suunnasta tukea esimerkiksi uraohjauksen avulla, jotta opiskelijat sijoittuisivat mahdollisimman hyvin tai hakeutuisivat yrityksiin, joissa he pärjäisivät omalla tyylillään, koska myyntityylejä on yhtä monta kuin myyjiä.

Myynnin koulutusohjelman aktiivinen opiskelijamäärä eli opiskelijat jotka tällä hetkellä ovat läsnä olevina ja suorittavat opintojaan on kasvanut kahtena viime vuonna kun koulutusryhmässä vuodesta 2013 otettiin taas sekä keväällä että syksyllä opiskelijaryhmät sisälle, sekä aloituspaikkojen määrä kasvoi vuonna 2015. Tämän takia on tärkeätä että opintoja edistäviä toimintoja tuetaan ja kasvatetaan, jotta yhä tämä suurempi määrä aloittaneita opiskelijoita myös kykenee valmistumaan ajallaan. Sekä huomioitava että heterogeenisyys lisääntyy, kun opiskelijamäärät kasvavat, näin ollen erilaisten edistävien toimintojen tarjoaminen enenevissä määrin tulee kasvattamaan merkitystään.

Kuviossa 13 on kiteytetty neljä teemaa, jota nousivat suurimmiksi opintojen edistymisessä. Joustavat opinnot, on tärkeätä että puolen vuoden poissa olo esimerkiksi vaihdon takia ei hidasta valmistumista vaan opintoja voi suorittaa ympäri vuoden ilman etenemisesteitä. Myynnin koulutusohjelmassa on suhteellisen vähän opiskelijoita, tämä mahdollistaa tiiviin ryhmäytymisen ja yhteishengen luomisen, mikä voidaan valjastaa opintoja edistäväksi tekijäksi kun ryhmä huolehtii myös heikommin suoriutuvista opiskelijoista. Verkostoituminen auttaa opiskelijoita saamaan harjoittelupaikkoja, sekä sijoittumaan työelämässä. Hyvä harjoittelupaikka tai opinnäytetyön toimeksianto voivat toimia oivina kannustimina

opiskelijalle valmistumaan ajoissa. Opinto-ohjaus oli se opinto-ohjaajan, opiskelija toverin tai opettajan toimesta tehtyä on tärkeätä tukea jokaiselle opiskelijalle, se auttaa muistamaan miksi haki opiskelemaan ja yksilöimään oman oppimisen reittiä valmistumisen tiellä sekä olemaan lannistumatta vastoinkäymisten kohdatessa opintojen aikana.



Kuvio 13: Opintoja edistävät elementit

Edistävien asioiden lisäksi myös kartoitettiin opintoja hidastaneita asioita, missä nousi esille samoja asioita kuin edistävissä, esimerkiksi ryhmätyöt. Tämä tukee ajatusmallia opiskelijoiden oppimistapojen heterogeenisyydestä, sekä muut vastaukset kun hidastaviksi tekijöiksi nousivat selkeästi erityisesti ajan luovaa käyttöä rajoittavat tekijät: työssäkäynti, läsnäolopakko, ryhmätyöt, joustamaton lukujärjestys ja opintojen joustamaton suoritusjärjestys. Näihin voidaan puuttua samoilla keinoilla kuin edistävien asioiden lisäämiseen, mahdollistamalla erilaisia suoritustapoja sekä joustavia suoritusajoja opinnoissa ja oppimisessa. Ensi askel on jo otettu, kun avoimen ammattikorkeakoulun puolelle tulee myynnin ammattiopintoja tarjolle syksyllä 2015 sekä virtuaalisten non-stop kurssien määrä on lisääntynyt. Nämäkin asiat voidaan siis kääntää edistäviksi lähestymällä niitä eri näkökulmista.

Teoriaosuudessa tuotiin myös vahvasti esille myyjän ominaisuuksia, todellisessa elämässä myyjän ominaisuudet vaihtelevat yksilöittäin. Kurssien sisällöissä ja tavoitteissa olisi tärkeätä pitää silmällä, sitä että ne auttavat opiskelijoita löytämään ja tiedostamaan heissä itsessään noita ominaisuuksia, sekä kehittämään niitä jo ennen siirtymistä työelämään. Sillä työelämässä opiskelijan pitäisi kyetä soveltamaan ja kehittämään osaamistaan ja hyödyntämään ominaisuuksia silloisen työtehtävänsä mukaisesti. Tällöin opiskelijan henkinen kuormittuminen vähenee täysipainoiseen työelämään siirryttäessä ja hänen on helppompaa saavuttaa asetetut tavoitteet.

Toimitin Haaga-Helian rehtorille Teemu Kokolle ja Myyntityön koulutusohjelman opintosuunnitelman uudistustyötä vetävälle Satu Harkille keväällä 2015 esityksen sekä analyysin tuloksista, jotta tulokset voitaisiin ottaa mahdollisimman varhain huomioon opintosuunnitelman uudistamisessa. Opintosuunnitelma uudistus on edelleen kesken tämän työn valmistuessa, joten myös tämän työn teoriaosuutta ja kehitysehdotuksia voidaan hyödyntää opintosuunnitelma uudistuksessa.

Erityisesti tämä työ voi auttaa, kun suunnitellaan uuden opintosuunnitelman kurssisisältöjä, jotta niissä on huomioitu kuinka kurssi edistää myyntityön opiskelijan omaa kasvua myyjänä ja edesauttaa häntä ymmärtämään myyntityön eri osa-alueita, kuten tarjoustekeminen ja markkinointi myynnin tukena. Erityisesti tämän työn teoriaosuus ja alumnien esille tuomat puuttuvat teemat ovat olennaisia jokaiselle, joka työskentelee myyntityön parissa. Kursseja ja opintokokonaisuuksia suunnitellessa on myös hyvä pitää mukana opintoja edistävät elementit, näin tulee huomioitua, ettei opintosuunnitelmaan pääse muodostumaan sellaisia ratkaisuja joista voi tulla opiskelijalle etenemiseste mikä voi hidastaa opintojen etenemistä. Sujuva eteneminen on korkeakouluille tärkeätä, koska osa rahoituksesta tulee 55 opintopistettä vuosittain suorittavista ja osa tutkinnon suorittaneista opiskelijoista. (AMK-rahoitusmalli 2014.)

7.2 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Aikataulua tämän opinnäytetyön tekemiseen on muutettu useampaan kertaan. Ensimmäinen kerta johtui täysin tutkimus-osan kyselyn vastaajien vähyden vuoksi, jolloin opinnäytetyön tekeminen siirtyi päällekkäin syksyn 2014 muiden opintojen kanssa. Tästä syystä opinnäytetyön kokoaminen siirtyi vuodelle 2015. Muut muuttajat opinnäytetyön tekemisen viivästymiseen ovat olleet tekijästä täysin riippumattomia.

Itse opinnäytetyössä haasteena on ollut löytää ajantasaista materiaalia osasta teorian osa-alueista joita ei voinut sivuttaa niiden merkittävyyden kannalta. Samoin koko teoriaosan aiheiden rajaaminen mahdollisimman tiiviiksi tuotti alussa haasteita. Kyseessä on hyvin laaja kokonaisuus, josta olisi mahdollista tehdä useampia opinnäytetöitä. Oma ymmärrykseni on kasvanut huomattavasti koskien opintosuunnitelmien rakentamista, tätä on tukenut myös toimiminen Haaga-Helian kollegiossa 2014, jossa on seurattu muidenkin koulutusohjelmien uudistumista. Haasteina ovat koko ajan muuttuvat työelämän tarpeet, rajallinen opiskeluaika sekä opiskelijoiden heterogeenisyys koulutusohjelmissa.

Henkilökohtainen kehitykseni on ollut suurinta ehdottomasti priorisoinnissa ja tiedon hankinnassa. Priorisoinnissa olen joutunut pohtimaan ajankäyttöä opinnäytetyön, kokoaika työn, sekä muiden pakollisten opintojen välillä, tästä syystä opinnäytetyön valmistuminen on siirtynyt myöhemmäksi, jotta siihen on ollut mahdollista käyttää mahdollisimman tehokkaasti yhtenäisesti aikaa. Yhtenäinen työskentely opinnäytetyön parissa on helpottanut sen tekemistä ehjänä kokonaisuutena. Tiedon hankinnassa taas kehitykseni on mahdollistanut tuoreiden tietolähteiden löytämisen sekä niiden monipuolisuuden.

Opinnäytetyön tekeminen oli kokonaisuudessaan hyvin opettava prosessi, jonka koen että olisin voinut aloittaa myös jo paljon varhaisemmassa vaiheessa opintoja. Itse koen opinnäytetyön tekemisen kasvattaneen omaa ammattiosaamistani tuloksellisena toimijana.

Lähteet

ADAM 2010. ADAM, the Project and Product Portal for Leonardo da Vinci. D2.3 The top 10 European skills for Competitiveness. Luettavissa: http://www.adam-europe.eu/prj/8980/prd/2/1/D%20%203%20The%20top%2010_en.pdf

AMK-rahoitusmalli 2014. Luettavissa: http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Koulutus/ammattikorkeakoulutus/ammattikorkeakoulu_uudistus/Liitteet/amk_rahoitusmallikuvio_2014.pdf. Luettu: 19.10.2015

Andersen, E. 4.12.2013. The Unexpected Secret To Being Great Salesperson. Forbes. Luettavissa: <http://www.forbes.com/sites/erikaandersen/2013/04/12/the-unexpected-secret-to-being-a-great-salesperson/> Luettu: 1.5.2015

Business Insider. 2013. 5 ways sales can stay human while the rest of a company automates. Luettavissa: <http://www.businessinsider.com/5-rules-for-the-future-of-sales-2013-6?IR=T> Luettu: 18.1.2015

City & SMJK. 2014. City & Myynnin ja markkinoinnin ammattilaisten SMKJ. 11 hyvän myyjän ominaisuutta – ja mitä apua niistä on meille jokaiselle. Luettavissa: <http://www.city.fi/ilmiot/11+hyvan+myyjan+ominaisuutta+ja+mita+apua+niista+on+meille+jokaiselle/7732> Luettu: 2.2.2015

Cron, W. & Decarlo, T. 2010. Sales Management. John Wiley & Sons Pte Ltd. Asia.

Denny, R. 2009. Successful Selling Skills – creating success. Kogan Page. London.

Eteläpelto, A. & Collin, K. 2010. Työ, identiteetti ja oppiminen. Teoksessa Saarinen J. (toim.) WSOY. Helsinki.

Europaeus, J. 2014. Työ organisoituu uudelleen. Myynti ja Markkinointi, 2, s.21-25 .

Haaga-Helia 2015. Myyntityön hakutilasto, päivätoteutus, Pasila. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/myyntityon-hakutilasto-paivatoteutus-pasila?userLang=fi> Luettu: 17.10.2015.

Harisalo, R. 2010. Organisaatioteoriat. Tampere University Press. Tampere.

- Helin, P. 2011. Minä – Myyjä. Tietosykli Oy. Lahti.
- Juuti, P. 2011. Työyhteisön kehittäminen ja johtaminen. Hansaprint. Vantaa.
- Järvilehto, L. 2014. Hauskan oppimisen vallankumous. PS-kustannus. Juva.
- Järvilehto, L. 2013. Upeaa työtä! Näin teet itsellesi unelmiesi työpaikan. Tammi. Helsinki.
- Kirjavainen, P. & Laakso-Manninen, R. 2010. Kestävä uudistuminen. WSOY. Helsinki.
- Kokonaho, T. 2011. Myynnin ajokortti. Helsingin kauppakamari. Helsinki.
- Lehtola, K. 23.10.2014. Voittava myynti on sekä-että, ei joko-tai laji. Luettavissa:
<http://www.celectus.com/blogi/sisaltomarkkinointi-inbound-liidit-vai-puhelinbuukkaus-myyntisuppilo-ei-joko-tai-vaan-seka-etta/>
- Maister, D., Green, C. & Galford, R. 2004. The Trusted Advisor. Free Press. USA.
- Ojanen, M. 2008. Kaswu, opettaminen on myymistä –myyminen opettamista. Minerva. Helsinki.
- Puttonen, V. 2009. Osta halvalla, myy kalliilla. WSOY. Juva.
- Rekola, M. 2014. Suoramyyntistä valtavirtaa. Mitä suoramyynti on ja miten voit hyötyä sen kasvusta. Manu Rekola. Helsinki.
- Rugman, A. & Collison, S. 2009. International Business 5th edition. Pearson Education Limited. England.
- Tienari, J. & Meriläinen, S. 2009. Johtaminen ja organisointi globaalissa taloudessa. WSOY. Helsinki.
- Tilastokeskus 2015. Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot. Luettavissa:
<http://tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/01/07/> Luettu: 17.10.2015.
- Tilastokeskus 2014. Ammattikorkeakoulutus. Luettavissa:
http://www.stat.fi/til/akop/2014/akop_2014_2015-04-16_tau_003_fi.html Luettu: 15.4.2015

Tikkanen, H. & Frösén, J. 2011. StarkMark II: Strategisen markkinoinnin teho ja tulokset. Talentum. Helsinki.

Tuominen, S. & Pohjakallio, P. 2012. Työkirja. Työelämän vallankumouksen perusteet. WSOY. Helsinki.

Turbiini 2015. Myyntityön tehostaminen. Luettavissa:
http://www.turbiini.fi/fi/palvelut/myynnin_tyokalut. Luettu 17.10.2015.

Valkila, O. 2014. Loista puhujana. Yrityskirjat. Helsinki.

Valkila, O. 2014. Millainen on myynnin tulevaisuus? Myynti ja Markkinointi, 6, s.19

Liitteet

Liite 1. Alkuperäinen kyselylomake

Alumnikysely HAAGA-HELIA AMK / Myynnin koulutusohjelma

Kyselyssä on 12 kohtaa, joista 10 on ensimmäistä on pakollisia ja kaksi viimeistä vapaaehtoisia. Vastauksiin toivotaan vastattavan omasta henkilökohtaisesta näkökulmasta sekä tutustuvan jokaiseen kysymykseen huolellisesti ennen vastaamista.

Taustakysymykset

1. Sukupuoli *

- nainen
- mies
- en tahdo vastata

2. Valitse aloitusvuotesi ja kirjoita avoimeen kenttään valmistumisvuotesi *

2003

2004

2005

2006

2007

2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

Muut:

3. Valitse toimiala jolla työskentelet tällä hetkellä *

- ICT -palvelut
- Julkishallinto /3.sektori
- Koulutus
- Kaupan ala
- Kansainvälinen liiketoiminta
- Logistiikka
- Majoitus-/ravitsemusala
- Palvelut (B-to-B)
- Palvelut (kuluttajat)
- Pankki-, rahoitus- ja vakuutusala
- Teollisuus
- Yrittäjyys
- Muu, mikä?
- _____

4. Missä asemassa työskentelet?

- Suorittavat tehtävät
- Asiantuntijatehtävät
- Suunnittelu- ja kehittämistehtävät
- Keskijohdon tehtävät
- Ylimmän johdon tehtävät
- Yrittäjä
- Muu, mikä?
- _____

5. Mitä osaamista (=tietoja ja taitoja) myynnin koulutusohjelman tradenomiopinnot antoivat? *

Valitse sinulle viisi (5) merkittävintä.

Henkilöstöosaaminen (rekrytointi, työsuhteiden hoitaminen)

ICT-osaaminen

Kansainvälisyys

Esimiestaidot

Verkostoituminen

Liiketoimintamallien ja prosessien hallinta

Kielitaito

Menetelmä osaaminen

Logistiikka

Myynti- ja palveluosaaminen

Projektien hallinta

Sosiaalisen median hallitseminen

Taloudellinen osaaminen (laskenta, rahoitus,..)

Tiedonhankinta- ja soveltamistaidot

Toiminnanohjaus

Viestintä (Tarjouskirjeet, tiedotteet...)

Vuorovaikutustaidot (Esiintyminen, puhuminen..)

Asiakashallinta (CRM - toiminnot, asiakasvastaavan tehtävät..)

Yrittäjyys (Start-UP School..)

Muut:

6. Mitä osaamista (tietoja- ja taitoja) olisit tarvinnut työelämässä enemmän? *

Mieti mitä osaamisia olisit työelämässä valmistuttuasi tarvinnut, joita ei opetettu tai opetettiin selkeästi liian vähän.

7. Mitä uusia elementtejä/kursseja/kokemuksia myynnin koulutusohjelman tulisi tarjota, jotta opiskelija pärjäisi tulevaisuudessakin työelämässä? *

Mieti miten työelämä on muuttunut omista opiskelua ajoistasi ja miten myynnin koulutusohjelman tulisi muuttua jotta opiskelijat saavat ajantasaista opetusta millä he pärjäävät työelämässä

8. Mitä kieliä myynnin ammattilaisen tulisi työelämässä osata 5 vuoden päästä, jotta hän pärjää kansainvälisellä kentällä? *

Valitse kolme sinusta tulevaisuudessa merkittävintä kieltä

- Englanti
- Ruotsi
- Kiina
- Venäjä
- Espanja
- Portugali
- Ranska
- Korea
- Japani
- Saksa

Muu(t):

9. Mitkä oppimismenetelmät koit erityisesti opintoja edistäväksi myynnin koulutusohjelmassa? *

Valitse mitkä auttoivat sinua tai koet että olisivat voineet auttaa eniten suoriutumaan opinnoista 3,5 vuodessa. (max. 5 vaihtoehtoa)

- Virtuaalikurssit
- Intensiiviopinnot
- Ryhmätyöt
- Yritysyhteistyö
- Kesäopinnot
- Monimuoto-opiskelu
- Verkostoituminen
- Callidus -tutorointi
- Opinto-ohjaus
- Iltaopiskelu

Muu(t):

10. Mitkä asiat hidastivat tai vaikeuttivat merkittävästi edistymistäsi opinnoissa? *

Valitse 5 sinusta merkittävintä vaihtoehtoa

- Työssäkäynti
- Ulkomaan vaihdossa käyminen
- Merkittävä yksityiselämän muutos
- Terveystilan muutos
- Tiukat määräajat kursseilla
- Suuret opintopistekokonaisuudet (esim. 12op kurssi)
- Opinnäytetyön ohjaaminen
- Tekniset valmiudet (tietokoneet, internetyhteys..)
- Opintojen joustamaton suoritusjärjestys
- Joustamaton lukujärjestys
- Läsnäolopakko
- Ryhmätyöt

Muu(t):

11. Vapaa sana. Jäikö jokin asia kysymättä? Onko sinulla loistavia ideoita myyntityön opiskelua varten tai muuta palautetta?

400 merkkiä jäljellä

12. Jos tahdot itse saada kevyen yhteenvedon kyselyn tuloksista ole hyvä ja jätä yhteystietosi.

Etunimi _____

Sukunimi _____

Sähköposti _____

Liite 2. Kyselyn muokkaamattomat tulokset

Alumnikysely HAAGA-HELIA AMK / Myynnin koulutusohjelma- Raportti

1. Sukupuoli

Vastauksia: 47

	N	Pro-
nai-	3	72,34%
mie	1	27,66%
en tahdo	0	0

2. Valitse aloitusvuotesi ja kirjoita avoimeen kenttään valmistumisvuotesi

Vastauksia: 47

	N	Prosentti
2003	0	0%
2004	0	0%
2005	0	0%
2006	0	0%
2007	6	12,77%
2008	9	19,15%
2009	23	48,94%
2010	4	8,51%
2011	4	8,51%
2012	0	0%
2013	0	0%
2014	1	2,13%
Muut:	0	0%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
2009	2012
2009	2013
2009	2014
2008	2013
2011	2014
2009	2012
2011	2014
2009	2012
2009	2012
2009	2012
2009	2012
2010	2013
2007	2011
2008	2013
2008	2011
2008	2012
2009	2012
2009	2014
2009	2013
2007	2009
2009	2012
2009	2013
2009	2012
2007	2011
2009	2012
2008	2011
2008	2012
2007	2012
2009	2012
2009	2013
2009	2014
2007	2011
2008	2011
2008	2011
2009	2012
2010	2013
2009	2013
2009	2013
2010	2013
2014	2017
2009	2012
2008	2012
2010	2013
2007	2011
2011	2014

3. Valitse toimiala jolla työskentelet tällä hetkellä

Vastauksia: 47

	N	Prosentti
ICT -palvelut	12	25,53%
Julkishallinto /3.sektori	1	2,13%
Koulutus	3	6,38%
Kaupan ala	6	12,77%
Kansainvälinen liiketoiminta	2	4,26%
Logistiikka	1	2,13%
Majoitus-/ravitsemusala	0	0%
Palvelut (B-to-B)	10	21,28%
Palvelut (kuluttajat)	3	6,38%
Pankki-, rahoitus- ja vakuutusala	3	6,38%
Teollisuus	0	0%
Yrittäjyys	1	2,13%
Muu, mikä?	5	10,64%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	elintarviketeollisuus
Muu, mikä?	Terveys- ja hyvinvointiala
Muu, mikä?	maatalous työntekijä
Muu, mikä?	media-ala
Muu, mikä?	Rakennus-

4. Missä asemassa työskentelet?

Vastauksia: 47

	N	Prosentti
Suorittavat tehtävät	19	40,43%
Asiantuntijatehtävät	18	38,3%
Suunnittelu- ja kehittämistehtävät	1	2,13%
Keskijohdon tehtävät	4	8,51%
Ylimmän johdon tehtävät	1	2,13%
Yrittäjä	1	2,13%
Muu, mikä?	3	6,38%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu, mikä?	Toimihenkilö
Muu, mikä?	Toimihenkilö
Muu, mikä?	Sairaanhoitaja

5. Mitä osaamista (=tietoja ja taitoja myynnin koulutusohjelman tradenomiopinnot antoivat?

Vastauksia: 47

	N	Prosentti
Henkilöstöosaaminen (rekrytointi, työsuhteiden hoitaminen)	8	17,02%
ICT-osaaminen	7	14,89%
Kansainvälisyys	12	25,53%
Esimiestaidot	10	21,28%
Verkostoituminen	24	51,06%
Liiketoimintamallien ja prosessien hallinta	25	53,19%
Kielitaito	8	17,02%
Menetelmä osaaminen	4	8,51%
Logistiikka	4	8,51%
Myynti- ja palveluosaaminen	43	91,49%
Projektien hallinta	23	48,94%
Sosiaalisen median hallitseminen	1	2,13%
Taloudellinen osaaminen (laskenta, rahoitus,..)	7	14,89%
Tiedonhankinta- ja soveltamistaidot	27	57,45%
Toiminnanohjaus	8	17,02%
Viestintä (Tarjouskirjeet, tiedotteet...)	23	48,94%
Vuorovaikutustaidot (Esiintyminen, puhuminen..)	31	65,96%
Asiakashallinta (CRM - toiminnot, asiakasvastaavan tehtävät..)	18	38,3%
Yrittäjyys (Start-UP School..)	0	0%
Muut:	0	0%

6. Mitä osaamista (tietoja- ja taitoja) olisit tarvinnut työelämässä enemmän?

Vastauksia: 47

Vastaus
Henkilöstöosaaminen ja rekrytointi.
Myyntityön raportointi ja rutiinit tutummiksi. (Niiden hoitaminen yhtä tärkeää kuin hyvä myyntiosaaminen)
Tarkempaa euromääräistä suuntaviivaa siihen, millaista palkkaa tulisi vaatia, ja mitkä kohdat omalta kannalta tärkeitä työ sopimusta laadittaessa.
Rahoitusta ja kirjanpitoa olisi mielestäni voinut olla hieman enemmän.
Pukeutuminen, asusteet jne mm. tapaamisiin ja työhön toimistolla Esiintyminen ; presentaation pitäminen myyjänä ostajille (sitä käytiin v. 2015-2016 joulukuun periodin ratkaisumyynnin kurssilla) Puhelintyöskentely. Nyt oli yksi muutaman tunnin setti opintojen alkuaikoina, jolloin VERTAISEMME OMAKANTO MALTA LUOKALTA OPETTI OMAN KOKEMUKSENSA KAUTTA MITEN PUHUTAAN / TEHÄÄN SPIIKKI!! Eli puhelintyön oppiminen jäi mielestäni vähän niukkoille jossa puhelintyöharjoittelu suoritettiin.
Liiketoimintamallien osaaminen ja erilaisten myyntimallien ja -prosessien laajempi tuntemus olisi aina plussaa.
Myynti ja markkinointi kulkevat käsi kädessä, näin ainakin opettajat kurssilla puhuvat. Silti tuntuu, että markkinoinnista ei jäänyt mitään mieleen. Markkinoinnin kurssit olivat kyllä hyviä, mutta olisi ollut mielenkiintoista, jos niissä olisi ollut pakollisena osana markkinointikampanjan suunnittelu.
Ei olisi yhtään ollut haitaksi ottaa enemmän myös markkinoinnin oppeja mukaan koulutukseen, koska monet markkinoinnin asiat ovat koulutuksessa työkuivissani myös myyntiä. Eli perus markkinoinnin oppeja ja niiden soveltamista myyntiin.
Julkisen puolen kauppa ja siihen liittyvät lait ja säädökset
Myyjän täytyy olla valmis soittamaan kylmiä soittoja! Keskitettiin paljon siihen vaiheeseen, jossa jo ollaan asiakkaan luona tekemässä myyntitukset olivat hyviä ja tottahan se on, että siellä ne kaupat clousataan, mutta mitä teen sillä osaamisella jos en osaa tehdä kylmäsoittoja? Siihen ehdottomasti panostaisin vielä enemmän myyntityön koulutusohjelmassa. Ilman sen osa-alueen osaamista ei koskaan voi tulla myyjäksi kuin pystyy sanomaan, että hallitsee uusasiakashankinnan ja kylmäsoiton! Koulussa olisi ollut hyvä trenata sitä enemmän, koska siellä on tuttuja ja ei haittaa vaikka epäonnistuu ja ottaa oman aikansa löytää se oma tyyli olla puhelimesta myyvästi mutta ei tyrkyttävästi. Itse olen asiakaspalvelutehtävissä, joten puhelimesta olo ei ole minulle vaikeaa tai ongelma, mutta kylmäsoittojen tekeminen on minulle jostain syystä vaikeaa. Mitä pelkään? En tiedä, mutta osittain arkailen kylmäsoittojen tekoa, koska en ole varma itsestäni. Ja sehän ei ole hyvä lähtökohhta hyvästä myyjästä. Olen siis vielä korostaen haluaisin ottaa HH:ssa opetukseen mukaan.
Enemmän it järjestelmien käyttöä kuten excel. Excelistä opettiin vain perustaidot vaikka vaativimmille jutuille olisi nyt ollut työelämässä enemmän käyttöä.
Yleistä käytäntöä. Ei vain IBM sitä ja tätä..
Tarvitsen ruotsia päivittäin. Sitä olisi voinut olla enemmän
Outlook, käytännön myyntityö (myynti (myyntineuvotteluissa toimiminen, buukkaus) Eos
Ehkä enemmän talousasioita jotka esim yrittäjälle tärkeitä ja lakijuttuja. Yksi kurssi aika vähän per alue kun on tärkeä alue kyseessä
Ns. taloudellinen osaaminen jäi itseltä (toki myös omasta aktiivisuudesta johtuen) hieman vajavaiseksi. Koin että rahoitukseen liittyy paljon asioita, joita ei kukaan opettanut. Vaikka koinkin että koulutusohjelmasta minulle jäi hyvää kansainvälistä kokemusta, voisi tähän kannustaa enemmän. Oisi mielestäni hyvä ma voisi ohjata opiskelijoiden katsetta myös Suomen rajojen ulkopuolelle.
Ei vastausta
Usein markkinointi ja myynti kulkevat niin käsi kädessä, että yksi lisäkurssi markkinoinnista ei olisi ollut yhtään pahitteeksi
Palkasta neuvottelemisen, eri palkkamallit ja myynnin tradenomi(opiskelija)lle kohtuullinen palkka. ICT:hen liittyviä opintokokonaisuuksia
Olen aiemmin työelämässä tarvinnut paljon enemmän vielä myynnin raportoinnin ja seurannan välineitä sekä kehittänyt niitä ja niiden avulla olen muista koulussa käyneeni kovin tarkkaan läpi. Lisäksi itselläni on laaja osaaminen visuaalisesta markkinoinnin suunnittelusta, joka on ollut minulle tärkeää, mutta sen kehittäminen myynnin alla on ehkä turhaa, mutta ehkä jonkin asteinen markkinoinnin perussanasto yms haltuun jolloin yrittäjien kanssa yrityksessä on sujuvampaa. Vahva englanninkielen taitoni en usko olevan koulun penkiltä, mutta kehottaisin lisäämään ryhmätyöskentelyä ja työkennellään multikulttuurisessa ympäristössä esim vaihto-opiskelija ryhmien kanssa, tämä tuo vahvaa kokemusta ja yllättäviä etuja.

Asiakashallinta on ensimmäisen vuoden opiskelujen jälkeen jäänyt unholaan, sitä olisi voinut kehittää myös muina opiskeluvuosina, vaikkakin CRM, SAP yms). Yrittäjyydestä voisi muutenkin puhua enemmän, että miten yritys Suomessa saa alkunsa ja mitkä ovat välttämättömät resurssit yritykselle, jossa on esim. työntekijöitä.

Taloudellista osaamista, käytännön ohjelmisto-osaamista, käytännön viestintää ja muutenkin vielä enemmän käytännön myyntityön taitoja. Tuntuu että myyjiltä vaaditaan jo valmiiksi osaamista tietojärjestelmien käytöstä ja taloushallinnasta, vaikka etenkin järjestelmien osalta on sen aikana että kyllä yrityksissä sitten perehdytetään niitä käyttämään.

Työskentelen b2b-myyntin parissa, eli juurikin työssä mihin koulutusohjelma valmistaa. Olisin hyötynyt erittäin paljon käytännön myyntityön (best seller oli erittäin hyvä kurssi tähän, lisää sitä). Itsensä johtaminen oli kurssin toteutuksena huono, vaikka aihe oli erittäin tärkeä: kurssi ja sitominen tarkemmin myyntityöhön: miettimään omia tavoitteita, motivaatioita ja itsetuntemusta. Samoin liiketoimintaprosesseihin syvemmillä: miten yritykset toimivat. Tätä oli vähän, olisi voinut olla enemmän.

Enemmän kykyä analysoida taloudellisia lukuja

En ole varma vastaanko tämä nyt suoraan esitettyyn kysymykseen, mutta työnhakutaitoja olisi voinut sivuta opintojen aikana. Nykypäiväisiä taitoja verrattuna aiempaan ja todellakin taitolaji!

SAP-koulutus olisi ollut hyvä. Ja excel-kurssi olisi voinut olla laajempi.

Koulutusohjelma antaa nykyisessä muodossaan vähän kaikkea. Olisi hyvä jos koulutusohjelman sisällä olisi vielä mahdollisuus syventyä kiinnostavaan kokonaisuuteen. Osa tietää jo opiskeluaikana että on kiinnostunut yritysmyyntistä ja kaupan tekemisestä mutta osaa kiinnostavien myyntien tukitehtävät. Tähän olisi hyvä saada karkeampi jaottelu myös kurssien suhteen jolloin opiskelija voisi valita oman suuntautumisen enemmän valmiuksia esim. Juuri kaupan clousaamiseen ja asiakastapaamisiin jne. Monia taustatiedon taitoja oppii kuitenkin työelämässä jne).

Mielestäni 3, 5 vuodessa päästiin läpi kaikki alueet, mutta olisi mielenkiintoista jos olisi voitus syventyä hieman enemmän johonkin tiettyyn alueeseen.

Syventävää tietoa ratkaisumyyntistä, malleista ja varsinkin toimialatuntemusta. Tuntui, että liian kauan mädeltiin ns itsestäänselvyyksiä ja keskittyä itse myyntiin, etenkin b2b ympäristössä.

Lisää esiintymistaitoa ja tarvetta olisi myös mm- adobe ohjelmien perustaidoille. Markkinointia myyntin tueksi.

Kielitaidot (opiskelin valinnaisena venäjää, mutta välillä kurssien yhteensovittaminen myyntin pakollisten kurssien kanssa oli haasteellista) Kielitaito (Englanti), yrittäjyys, taloustaidot / "businessäly"

kokonaisuudessaan olin tyytyväinen myyntityön koulutusohjelmaan. Se antoi työelämään hyvät valmiudet. Enemmän myyntitilukujen arvioinnista, Pipelinen hallintaa. Ja esimiestyöskentelyn kurseja oli liian vähän. Ihmisten johtamista.

Olisin halunnut huomattavasti enemmän oppia myyntityön psykologiaa ja kuinka lukea ihmisiä. Myyntityötä kuitenkin tehdään eniten kaupan hankkia asiakkaita ja miten sitä voi helpottaa, millaiset ovat yleisimmät vastaväitteet ja miten ne taklataan, mitä merkkejä kannattaa seurata varten ja teoriaa ylipäättänsä). Myyntityön kurssit mielestäni yleisesti kaipaavat reippaasti syventävää sisältöä, eikä pintapuolista raap

Mielestäni varsinaisia tietoja ei jäänyt puuttamaan. Uraohjaus olisi sen sijaan ollut tarpeen, jotta työpaikka olisi valmistumisen jälkeen o

En tiedä

Luovaa kielitaitoa, eli sen sijaan että keskitytään kieliopillisesti oikean kielen tuottamiseen ja sanojen ja termien opetteluun, harjoitellaan kielitaitoa; puheiden pitämistä, esiintymistä ym.

Enemmän myyntinhallinnan eri työkaluja, esim. Salesforce, opettelua. Ja miten tietotekniikkaa voi hyödyntää myyntityössä. it-puolta, e

Käytännön asioita työelämään, ajankäytön hallintaa

Olisin kaivannut vielä enemmän konkretia myyjän työhön: esim. keinoja keskustelun kuljettamiseen myyntitapaamisessa

7. Mitä uusia elementtejä/kursseja/kokemuksia myynnin koulutusohjelman tulisi tarjota, jotta opiskelija pärjäisi tulevaisuudessakin työelämässä?

Vastauksia: 47

Vastaus
Hankinnasta. Ostamisesta.
Enemmän käytännön läheisempää opetusta myynnin raportoinnista: myynnin ennustaminen, suunnittelu.
Aso-opintoja liiketalouden puolelta.
Pakollinen vaihto-oppilaskausi, joka varmistaisi opiskelijoiden pärjäämisen kansainvälisessä ympäristössä.
Toimialakohtaisesti varmasti suuria eroja. Hyvä olisi mielestäni painottaa sitä että myyjän tulee olla ymmärtäväinen ihminen, joka ei b... saadaksesen tavoitteet täyteen; eli kartoittaa asiakkaan todelliset tarpeet jotta välttyy itse turhalta työltä ja siten näyttää arvostavansa o...
Lue edellinen.
Myynti ja markkinointi kulkevat käsi kädessä, näin ainakin opettajat kurseilla puhuvat. Silti tuntuu, että markkinoinnista ei jäänyt mitään... vain. Markkinoinnin kurssit olivat kyllä hyviä, mutta olisi ollut mielenkiintoista, jos niissä olisi ollut pakollisena osana markkinointikampanja...
Tuotteiden ja palveluiden rajat hämärtyvät päivä päivältä, joten yhä enemmän pitäisi opiskelijoiden oppia puhtaita myyntitaitoja. Tuotteet... rinnalla mukavasti, mutta "itse tekemistä" pitäisi opettaa enemmän. Eli harjoiteltaisiin enemmän puhtaasti myyntitekniikoita, mitä tulee mis... huomioon myyntiprosessissa jne. Esimerkiksi Best Seller Competition oli kurssina mitä mainion, mutta se voi olla joillekin opiskelijoille liia... hyvä ehkä järjestää ennen kyseistä kurssia joku lievempi versio tästä samasta aiheesta. Siellä kuitenkin oppii parhaiten ihan käytännös...
Julkisen puolen kauppa ja siihen liittyvät lait ja säädökset
Katso yllä oleva. Lisäksi olisin kaivannut vielä enemmän ratkaisumyynnin kurseja, sehän se kuitenkin on mitä me tullaan tekemään ko... kurssi oli hyvä ja päätöksenä oli tuo ratkaisumyynnitapaamisen suoritus.. Miten kiristyvässä kilpailutilanteessa esim internetin hyötyjä... remmin hyödyntämään?! Oman yrityksen perustamista..
Sosiaalisen median hyödyntäminen työelämässä. Markkinoinnin vaikutusta myyntiin ei painotettu tarpeeksi vaikka olisk ehkä voinut. Ko... käyttö (pakollinen sap kurssi + muita suosittuja työelämässä käytettäviä ohjelmistoja ja järjestelmiä)
Olen vaihtanut kokonaan alaa, joten täysin en osaa vastata. Myyntityön koulutusohjelmassa voisi ehkä oikeasti opettaa jotain eikä vain... joka asiasta ryhmätyötä..
Enemmän puhelinharjoittelua, kieliä ja kansainvälistä toimintaa.
Katso kohta 6.
Eos
Some, netti, mobiilimarkkinointi. Nykyaikaisia kanavia mistä ihmiset nykyidn oikeasti tavoitetaan
Suomen taloudellisen tilanteen ja kansainvälisten kriisien myötä, olisi hyvä kehittää edelleen opiskelijoiden kansainvälistä osaamista. G... parempi hahmottaminen on erittäin tärkeä valttikortti. Tähän liittyen myös yrittäjähenkisyyttä tulisi painottaa.
Ei vastausta.
Yhä isompi painoarvo oman myyntityylin kehittämiseen. Eli henk.koht. myyntitaitojen kehittämistä. Tätä on jo nyt paljon koulutusohjelma... huonona ideana, että Best Seller Competitionin harjoitteluosuus olisi pakollinen, koska se on niin hyödyllinen.
Taloudellinen tilanne, kuinka toimia esim. YT-neuvotteluissa, liittoon kuulumisen hyödyt, talouden turvaaminen. Henkinen jaksaminen työ... aikana. Palkkaneuvottelut.
ICT:hen liittyviä opintokokonaisuuksia.
Multikulttuurisessa työympäristössä korostuvat kielitaito ja kulttuurien ymmärrys. Parempi osaaminen laskennan ja taloustieteessä voisi... Pitäisi aloittaa aivan liiketalouden perustasta ja sitten siitä syventyä myyntiin.
Enemmän taloushallinnan ja laskennan kurseja, harjoitellaan oikeaa myyntityötä, tarjouslaskentaa, järjestelmien käyttöä ja myynnin tu... tarvinnut hakiessani koulutusta vastaavaa työtä, jota en ole vielä saanut.
Ehdottomasti tärkeää on opettaa juurikin itsensä johtamista: laittaa opiskelijat miettimään mitä he haluavat tehdä: minkälaista myyntiä (mi... myydään, millainen organisaatio) vai ennemmin sitten myynnin tukena. Ehdottomasti pitää rohkaista opiskelijoita myyntiin: minun vuosik... lopuksi päättyi myynnin tehtäviin. Varmasti erilaisista organisaatioista tulevat myyjät olisivat hyviä vierailijaluennoitsijoita varsinkin lopp... saisi fiilistä siitä miten myyntiä tehdään eri organisaatioissa. Mielestäni it-yms. taidot on kaikilla opiskelijoilla niin hyvällä tasolla että me p... siinä joka tapauksessa, joten tämä ei ole niin oleellista. Tärkeintä siis: 1. mitä opiskelija itse haluaa tulevaisuudessa tehdä ja miksi 2. mi...
Luennoitsijoita entistä enemmän työelämästä, jolla kuitenkin sidos vielä kouluun ja sekä vahva side työelämään
Tuossa edellisessä kommentissa jo oikeastaan sivusinkin tätä. Koulu voisi antaa enemmän eväitä tulevan työpaikan saamiseen alalta.
Enemmän logistiikkaa ja käytännön työntekoa. Mahdollisuus perehtyä erilaisiin osa-alueisiin. Itseäni ei kiinnostanut esimerkiksi markkinoi... B2B-viestintä. Myynnissäkin opiskelija voisi valita kahdesta vaihtoehdosta sen joka itseään kiinnostaa. Tästä olisi työelämässäkin hyö... kaikkein parhaiten jos on kiinnostunut oppi aiheestaan.

Enemmän tästäopetusta itse myyntityöhön. Myös yrittäjyyttä valmistelevaa kurssitarjontaa olisi hyvä olla ja tämän kautta myös sosiaalisen työelämässä tulisi ottaa huomioon. Enemmän kursseja joista opiskelija saa valmiuksia itsensä kehittämiseen ja sparraamiseen. Melko käytännön läheinen mutta siitä saisi tehdä entistäkin käytännönläheisempää.

Sosiaalisen median näkökulmia ja verkostoitumistilaisuuksia.

Yrittäjyys tuntuu olevan tarpeellinen ja osittain pakollinenkin asia mihin moni tulee ryhtymään, myynnin ko ei tähän juuri tarjoa vastinetta

Enemmän verkostoitumis- tilaisuuksia, esiintymiskoulutusta ja painottaa kielten oppimista.

haastavien ratkaisumyynnin tilanteiden harjoittelua tulisi lisätä - Enemmän markkinoinnin opintoja tukemaan myyntiä - Some-osaaminen.

En osaa sanoa kun en itse ole tällä hetkellä työelämässä, vaan vanhempainvapaalla. Kielitaito (Englantti), yrittäjyys, taloustaidot / "business" enemmän painottaminen

Kyllähän tuo some nykyään tulisi työelämässä hyvin osata. Ja vielä tarkemmin sanottuna some markkinointi.

Käytännön läheisempää toimintaa ja rehellisempää kuvaa myyntityöstä. Koulussa annettu kuva on todella ruusuinen, joka myös saa valitettavasti hakeutumaan uuteen tutkintoon. Myyntityötä varten tulisi myös järjestää koulutusta tuotehallinnasta myyntityön ohella. Työharjoittelujen tehdä pakollisiksi, jotta niiden kautta saataisiin enemmän peilattua koulun sisältöä omaan ammatilliseen tekemiseen.

Uraohjaus

Vielä enemmän käytännönläheistä asiaa, yritysvierailuja ja yritysyhteistyötä

Myynnin koulutusohjelma oli omana opiskeluaikanani sisällöltään pääsääntöisesti erittäin hyvä. Omalla kohdallani se avasi ovet vaativalle työlle. Mielestäni käytännön myyntityön harjoituksia, myyntikilpailuja ja yritysvierailuja voisi olla enemmän.

Vielä enemmän yhteistyötä yritysten kanssa. Esimerkiksi kuukauden ajan kestänyt Yritysyhteistyö -kurssin sisältö olisi pitänyt suunnitella osallistuvien yritysten 'ohjaajille' tarkat raamit, mitä opiskelijoiden tulee tehdä ko. kurssin aikana. Itse koin tekeväni kyseisellä kurssilla (työharjoittelu, näyrä), joista en usko saaneeni kovinkaan paljon hyötyä työelämää ajatellen.

Yritysyhteistyö on mielestäni todella tärkeässä roolissa. Opiskelijoiden on hyvä kuulla ja tutustua erilaisiin yrityksiin ja heidän toimintatapoihin harjoittelun aikana.

Ajanhallintaa, jotta osaa keskittyä oikeisiin asioihin

Olisin kaivannut vieläkin enemmän Best Seller Competitionin kaltaisia oppimistilanteita, joissa pääsee konkreettisesti kokeilemaan ja kehittämään taitojaan turvallisessa ympäristössä. Myös kansainvälisiä kursseja olisi voinut olla enemmän.

8. Mitä kieliä myynnin ammattilaisen tulisi työelämässä osata 5 vuoden päästä, jotta hän pärjää kansainvälisellä kentällä?

Vastauksia: 47

	N	Prosentti
Englanti	44	93,62%
Ruotsi	11	23,4%
Kiina	21	44,68%
Venäjä	33	70,21%
Espanja	7	14,89%
Portugali	1	2,13%
Ranska	1	2,13%
Korea	0	0%
Japani	0	0%
Saksa	17	36,17%
Muu(t):	2	4,26%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu(t):	Suomi
Muu(t):	Riippuu, mille alalla ja markkinoille suuntautuu töihin.

9. Mitkä oppimismenetelmät koit erityisesti opintoja edistäväksi myynnin koulutusohjelmassa?

Vastauksia: 47

	N	Prosentti
Virtuaalikurssit	10	21,28%
Intensiiviopinnot	15	31,91%
Ryhmätyöt	19	40,43%
Yritysyhteistyö	35	74,47%
Kesäopinnot	2	4,26%
Monimuoto-opiskelu	12	25,53%
Verkostoituminen	18	38,3%
Callidus -tutorointi	1	2,13%
Opinto-ohjaus	13	27,66%
Iltaopiskelu	5	10,64%
Muu(t):	7	14,89%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vaihtoehdot:	Teksti
Muu(t):	Kesällä tehtävät harjoittelut sekä opinnäytetyö. Vika vuosi jo nyt tuntuu todella pitkältä ajalta, hyvin ehtii suoriutumaan alle 3 vuodessa ellei halua lomailla kaikkia kesiä alusta loppuun.
Muu(t):	Työssäkäynti
Muu(t):	Tutoriaalit
Muu(t):	Ei mikään, työelämä hidastutti opparin tekoa.
Muu(t):	PBL, problem based learning
Muu(t):	ryhmäkeskustelut
Muu(t):	Työssäkäynti

10. Mitkä asiat hidastivat tai vaikeuttivat merkittävästi edistymistäsi opinnoissa?

Vastauksia: 47

	N	Prosentti
Työssäkäynti	24	51,06%
Ulkomaan vaihdossa käyminen	6	12,77%
Merkittävä yksityiselämän muutos	9	19,15%
Terveystilan muutos	3	6,38%
Tiukat määräajat kursseilla	8	17,02%
Suuret opintopistekokonaisuudet (esim. 12op kurssi)	8	17,02%
Opinnäytetyön ohjaaminen	11	23,4%
Tekniset valmiudet (tietokoneet, internetyhteys..)	2	4,26%
Opintojen joustamaton suoritusjärjestys	13	27,66%
Joustamaton lukujärjestys	12	25,53%
Läsnäolopakko	16	34,04%
Ryhmätyöt	10	21,28%
Muu(t):	7	14,89%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu(t):	ei muuta
Muu(t):	Oma laiskuus
Muu(t):	koulussa tulostaminen oli yksi iso vitsi.. ei ollut 1 tai 2 kertaa kun saattoi mennä tunti löytää kone joka a. aukeaa b. löytää tulostimen c. tulostimessa on mustetta ja paperia :D
Muu(t):	Myynti on hyvin "ns.yhtiösosiaalisten" henkilöiden koulutusohjelma. Joskus tuntui että rauhallisemmat jäivät jalkoihin.
Muu(t):	ei mikään
Muu(t):	ei mikään
Muu(t):	Motivaation puute

11. Vapaa sana. Jäikö jokin asia kysymättä? Onko sinulla loistavia ideoita myyntityön opiskelua varten tai muuta palautetta?

Vastauksia : 25

Vastaus
<p>Itsellä opinnot venyivät viiteen vuoteen. Olisi ollut merkittävää apua, mikäli olisi ollut käytössä ns. "opintonatsi", joka olisi käytännössä pakottanut pysymään määräajoissa ja tekemään rästit. Tällaisesta avusta olisin voinut jopa maksaa.</p> <p>"Nuoremmita" vuosikursseilta jatkuvasti palautetta: eka puoli vuotta liian suurpiirteistä/ison kuvan tietoa, että odottavat/mieltivät milloin ne oikeat opiskelut oikein alkavat ja pääsevät sitä itse myyntiä/myymistä opiskelemaan. Itse en aikanani kokenut opittavaa järjestystä / aikataulua huonona. Ehkä ihmisiä on vaan niin erivaiheissa olevia, että vaikea tyydyttää kaikkien tiedonjanoa</p> <p>Tsemppiä oppariin!</p> <p>Omalla kohallani olisin kaivannut opetukseen jämäkkyyttä ja oikeudenmukaisuutta ja tasapuolisuutta. Opettajat suosivat tiettyjä henkilöitä/ryhmiä ja deadlinet eivät ikinä pitäneet paikkaansa vaan työt sai palauttaa vaikka vuoden myöhässä. Numeroita jaettiin naamakertoimen mukaan. Osa opettajista oli huippuja (Tommi!!) ja osa jumiutuneita ja kapeakatseisia..</p> <p>Kävin puolen vuoden vaihdossa Saksassa opinyojeni aikana. Mielestäni hyväksiluettujen kurssien kanssa oli ihan liikaa säätöä. Aluksi ei meinattu hyväksyä kuin 4/7 kurssista mutta koska otin asian esille eri tahojen kanssa niin yhtäkkiä sain kaikki hyväksytyä! Vaihtoon ei lähde montaa myyntiläistä sillä he tietävät kuinka tiukkoja lurssien kanssa ollaan. Se on sääli.</p>

Hyvä koulutusohjelma, joka pitää säilyttää. Täällä aletaan se kuuluisa verkostoituminen, minkä merkityksen ymmärsi kunnolla vasta valmistumisen jälkeen. Lisäksi samanhenkisen ryhmän ansiosta opiskelu oli kivuttomampaa, mitä se voisi
Yritysyhteistyö voisi jalkauttaa opiskelijoita myös pienempien yritysten joukkoon. Esiintymistaitoja ja neuvottelutaitoja olisi hyvä painottaa. Kansainvälisyys mukaan eri tasolla: Suomi ei voi tuijottaa omaan napaansa ja tästä ajattelumallista päästään eroon vain kouluttamalla avarakatseisia, aktiivisia tulevaisuuden osaajia. Logistiikan kurssi jäi minulle mieleen ehkä
Myynnin koulutusohjelma kannattaa jatkossakin pitää omana opintokokonaisuutenaan, koska jo tällä pystytään karsimaan ja ohjaamaan selkeästi myyntiin painottuneita henkilöitä oikeisiin opintoihin. Liiketalouden "syventäväksi opinnoiksi" yhdistäminen aiheuttaisi todennäköisesti sen, että moni lahjakas myyjä jäisi yhteishaussa ulos, koska kyseinen koulutusohjelma on muutenkin ja niin tuntuu selkeä
Opintojen läsnäolo edes kerran viikossa työharjoittelujen ja opinnäytetyön aikana olisivat estäneet itseä irtautumasta opintomaailmasta ja siirtymästä pelkästään työelämään ennen valmistumista. Ts. Opinnot venyivät ja työkokemuksista karttui PALJON.
Yritysyhteistyö oli super, vielä lisää? Mahdollisesti tehtävät voisivat olla haastavampiakin kuin lattiamyyntiä tms. Itse pääsin tekemään myöhemmässä paljon, mutta ei kaikki kurssilaiset. vinkkejä oppari ja työharjoittelupaikkoja varten, selkeämmin tietoon opiskelijoille mitä tehtäviä pitää/voi tehdä! Tässäkin itse en jäänyt alakynteeseen, mutta jotkut kyllä toimivat sihteerinä tai juoksupoikana.
Itse en saanut alun innostuksen jälkeen sitten kuitenkaan kaikkea hyötyä koulutusohjelman tarjonnasta. Lisäksi tarjonta oli hieman erilainen kuin omat tarpeeni olisivat olleet, joten en valitettavasti koe saaneeni koulutusta josta olisi kovin paljon hyötyä minulle.
Minulle koulutusohjelma oli aivan loistava ja sitä pitää ehdottomasti jatkaa. Tavoitteena tulisi olla tutustuttua opiskelijat myynnin maailmaan erilaisissa organisaatioissa ja tarjota myös yleisempiä mahdollisuuksia työllistyä erilaisiin organisaatioihin tradenomina.
Myyntityön koulutusohjelma täytyy pitää erillään liiketalouden koulutusohjelmasta. Jo se, kuinka hyvin valmistuneet myyntiläiset ovat pärjänneet työelämässä kertoo siitä että myyntityön koulutus on tärkeää ja onnistui tavoitteissaan. Hyvien opettajien ansiosta opiskelijat sai jo alussa hyvät kontaktit työelämään.
Tehkää koulutusohjelmasta oikea myyjä valmistava linja!:) siten että opintojen aikana kaikilla on varmasti itsetunto ja valmius tehdä kiven kovaa myyntityötä. Maailma on kova ja niin pitää olla myyjienkin!:) vielä enemmän siis valmiuksia itse myyjän työssä toimimiseen. Myyntikilpailukurssit jne ovat juuri se oikea suunta!
Mielestäni ei ole välttämättä paha idea muuttaa ko:ta syventäviksi opinnoiksi, tällä hetkellä tuntuu, että moni koulutusohjelmaan päässyt ei tule aidosti pärjäämään myynnin töissä, vaan siirtyvät nopeasti muualle. Seulan pitää olla tiukka ja opiskelijoiden aidosti kiinnostuneita aiheesta. Jos tällainen ryhmä saadaan, niin ehkä opinnotkin voivat päästä aiheesta paljon syvemmälle paljon aikaisemmin
Myynnin opiskelu oli pääsääntöisesti niin intensiivistä ja sen kautta pääsi turhankin nopeasti ns. oman alan hommiin, että opiskelu kärsi aika pahasti siitä. Itse henkilökohtaisesti olen valmistunut reilu vuosi sitten ja mietin jo nyt alan vaihtoa enemmän markkinointi painotteiseksi. Olisi hyvä tarjota myös hieman markkinointiin painottuvia kursseja, missä olisi esimerkiksi adopen ohjelmien perust
Opintosäällössä oli ainakin -09 aloittaneiden ryhmässä liikaa täytekursseja, joista tuli olo, että kursseja pidetään vain siksi, että tradenomin tutkintoon tarvitaan
210 op. Koska tuloksellista ratkaisumyyntiä tehtäessä myyjän tarvitsee yhä useammin tietää perusasioita myös markkinoinnin, viestinnän, IT:n yms. aloilta, lisäksi peruskurssien rinnalle syventäviä kursseja näistä osa-alueista.
Yritysyhteistyö, yrittäjyys
Olin todella tyytyväinen myyntityön koulutusohjelmaan. Erityisesti kaikki yritysyhteistyöt olivat mielenkiintoisia ja opettavaisia. Myös opettajista plussaa, joilla oli hyvin käytännön työelämän kokemusta myyntityöstä ja ymmärrystä sen tärkeydestä yrityksille.
Myyntityön ko. pitää jatkaa!!! Hyviä myyjä on vaikea löytää ja tämä antaa loistavat työkalut työelämään.
Tästä koulutusohjelmasta on jäänyt hyvin positiivinen mielikuva opinnoista. Lähiopetukset ovat käyttäneet mitä monipuolisimpia opetustekniikoita odottamatta. Opinnoissa on ollut ryhmätöitä, itsenäisiä tehtäviä (raportit), ryhmäkeskustelut (PBL), vieraita luennoitsijoita, esiintymistä, projekteja. Nämä olivat ja ovat virkistäviä vaihtelua verrattuna opetukseen, missä opettaja puhuu ja muut kuuntelevat.
Myyntityön koulutusohjelman pitkäjänteinen kehittäminen on ehdottomasti hyvä asia ja on surullista kuulla taas huhu mahdollisesta lopettamisesta/tradenomintutkintoon sulauttamisesta. Meille on suoraa kilpailuetua työmarkkinoilla kun tällainen koulutusohjelma on olemassa ja edes jostain korkea-asteen oppilaitoksesta valmistuu paremmin myynnillisin valmiuksin olevia tulevaisuuden lupauksia.

Ryhmätöiden määrää voisi hieman rajoittaa.

Myyntityön koulutusohjelma on ehdottomasti säilytettävä erillään ns normi liiketaloudesta. Myynti on tulevaisuuden juttu ja sitä pitää sekä opettaa että opiskella. Myyntityön koulutusohjelma on kokonaisuudessaan toimiva. Eniten olen nykyisessä työssäni hyötynyt Best Seller Competitionista saaduista opeista

12. Jos tahdot itse saada kevyen yhteenvedon kyselyn tu-loksista ole hyvä ja jätä yhteystietosi.

Vastauksia: 20

- Yhteystietoja ei julkaista vastanneiden yksityisyyden suojaamiseksi.