

## **Myyntityönkoulutusohjelman tuki kasvussa valmentajaksi**

Emma Mäkinen



<b>Tekijä</b> Emma Mäkinen	
<b>Koulutusohjelma</b> Myyntityönkoulutusohjelma	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Myyntityön koulutusohjelman tuki kasvussa valmentajaksi	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 39 + 45
<p>Huippumyynnissä ja Huippu-urheilussa on paljon yhtäläisyyksiä. Miten näiden kahden yhdistäminen ja hyödyntäminen toisiaan tukien onnistuu käytännössä? Opinnäytetyö käsittelee kirjoittajan kasvutarinan urheilijasta valmentajaksi myynnin koulutusohjelman tuella.</p> <p>Tämä opinnäytetyö toteutettiin portfoliomallina, jossa sen tekeminen on jaettu pidemmälle aikavälille. Lisäksi tässä opinnäytetyön mallissa hyödynnetään kirjoittajan aikaisemmin laatimia tuotoksia. Opinnäytetyö reflektoi kirjoittajan omaa osaamista ja kehittymistä koulutusohjelman aikana. Työ koostuu kahdesta erillisestä osasta, eli myynnin teoriasta ja kirjoittajan kasvutarinasta. Tavoitteena, on tarkastella myyntiprosessia ja myyjän vuorovaikutustaitoja ja pohtia niiden osaamista kirjoittajan omassa työssä valmentajana.</p> <p>Teoriapohja koostuu myyntiprosessin vaiheista ja myyjän vuorovaikutustaidoista. Molemmat aiheet liittyvät vahvasti toisiinsa, ja ne ovat keskeinen osa Haaga-Helian myynnin koulutusohjelmaa. Myyntiprosessin vaiheissa kerrotaan valmistautumisesta ja ensivaikutelmasta, tarvekartoituksesta, sekä käydään läpi yleisesti käytössä olevia työkaluja asiakastapaamisen onnistuneeseen toteuttamiseen. Myyjän vuorovaikutusosiossa kerrotaan sanattomasta viestinnästä, kuuntelutaidoista, luottamuksesta ja kiinnostuksesta ihmiseen. Nämä kaikki ovat edellytyksiä toimia menestyneenä myyjänä, sekä valmentajana.</p> <p>Portfolio-osuus koostuu kirjoittajan omasta kasvusta urheilijasta valmentajaksi myyntityönkoulutus ohjelman aikana. Portfolio sisältää myös kehityssuunnitelman tulevaisuuden työelämään ja opittujen taitojen hyödyntämiseen. Työ toteutettiin keväällä 2019.</p>	

**Asiasanat**

myyntityö, valmistus, muodostelmaluistelu, vuorovaikutus, myyntiprosessi,  
kehityssuunnitelma

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Urheiluvalmennuksen segmentti .....	1
1.2	Opinnäytetyön rakenne .....	3
1.3	Tavoitteet ja rajaukset .....	4
2	Myyntiprosessi .....	5
2.1	Valmistautuminen ja ensivaikutelma .....	6
2.2	Tarvekartoitus .....	7
2.3	SPIN-malli .....	9
2.4	ANSVA-malli .....	9
2.5	OEH .....	12
3	Myyjän vuorovaikutustaidot .....	13
3.1	Sanaton viestintä .....	13
3.1	Sisäinen sanaton viestintä .....	15
3.2	Kuuntelutaidot .....	15
3.3	Luottamus yhteistyössä .....	16
3.4	Kiinnostus erilaisiin ihmisiin .....	17
4	Teorian yhteenveto .....	19
5	Portfolio ja kehityssuunnitelma .....	20
5.1	Suunnittelu, aikataulu ja riskit .....	20
6	Aikaisempi osaaminen valmentajana .....	23
7	Kasvu myyntityön koulutusohjelman aikana .....	25
7.1	DISC-analyysi .....	25
7.2	Yritystyöskentely .....	27
8	Nykytilanne .....	29
8.1	Myyntiprosessin käyttäminen .....	29
8.2	Vuorovaikutustaitojen käyttäminen .....	31
9	Kehityssuunnitelma .....	33
9.1	Kehittyminen myyntiprosessissa .....	33
9.2	Kehittyminen vuorovaikutustaidoissa .....	34
9.3	Kehityssuunnitelman arviointi .....	35
9.4	Oman oppimisen ja opinnäytetyöprosessin arviointi .....	36
	Lähteet .....	37
	Liitteet .....	39
	Liite 1. Tutkielma .....	39
	Liite 2. Yritystyöskentelyraportti .....	39
	Liite 3. DISC-analyysi .....	39
	Liite 4. STLL 1-tason valmentajakoulutus .....	39



# 1 Johdanto

Mitä yhteistä on myyntityöllä ja muodostelmaluistelu valmennuksella, ja voiko niitä yhdistää tulevaisuudessa samassa työssä? Tämä opinnäytetyö kertoo kirjoittajan kasvusta valmentajaksi Haaga-Helian myyntityönkoulutuksen tuella. Miten urheiluvalmennuksen ja myynnin teoriaa voisi toteuttaa käytännössä, ja toimisiko se halutulla tavalla. Onko mahdollista hyödyntää myynnin teoriaa ja saada urheilijat suoriutumaan paremmin, ja motivoitumaan saavuttaakseen tavoitteensa? Tässä opinnäytetyössä pohditaan yhtäläisyyksiä ja eroja pohjautuen Haaga-Helian myyntityön koulutusohjelman aikana opittuun teoriaan. Tavoitteena oli kerätä portfolio kirjoittajan aikaisemmasta kokemuksesta, osaamisesta ja kasvusta myyntityön koulutusohjelman aikana.

Pohjana myynnin koulutusohjelman teorian lisäksi toimii kirjoittajan aikaisempi kokemus huippu-urheilusta ja valmentamisesta. Tulevaisuudessa on todennäköistä joutua opiskelemaan useampi ammatti, ja mahdollisesti kehittää itse itselleen ura, jolla edetä. Portfoliossa kirjoittaja kertoo, miten on itse yhdistänyt nämä kaksi ammattia ja miten niissä on mahdollista kehittyä tulevaisuudessa. Kirjoittajan oma huippu-urheilu ura toimii pohjana, kun pohditaan motivaatiota ja halua menestyä. Myynnissä menestyminen vaatii itsekuria ja kunnianhimoa, jotka ovat myös tärkeässä roolissa urheilussa. Voiko molemmista näistä oppia jotain uutta ja mahdollisesti kehittää kumpaakin samanaikaisesti?

Koska tämä portfolio toimii osana kirjoittajan kasvutarinaa, se kehittyy jatkuvasti kirjoitusprosessin aikana. Uusien asioiden oivaltaminen ja niiden toteuttaminen käytännössä avaa erilaisia näkökulmia myynnin ja valmennuksen suhteen. Aihe on kirjoittajalle kiinnostava ja mahdollistaa oman oppimisen seuraamisen. Kirjoitustyön toteuttaminen on valaisevaa ja antaa uutta tietoa kirjoittajalle ja mahdollisesti tulevaisuuden työnantajalle. Tätä portfolioa voi hyödyntää myös muihin urheilulajeihin, koska monet sen käsittelemät aiheet ovat riippumattomia lajista. Myynnin koulutusohjelmasta saaduista tiedoista ja taidoista on paljon hyötyä kaikessa työelämässä ja tulevaisuudessa. Aito kiinnostus ihmisiä kohtaan ja halu kehittyä paremmaksi kaikilla osa-alueilla on vahvasti sidoksissa niin huippumyyntiin kuin huippu-urheiluun.

## 1.1 Urheiluvalmennuksen segmentti

Myyntityö ja valmennus muistuttavat monelta osalta toisiaan. Asiakas on kummassakin tärkeä. Lisäksi molemmissa arvon tuottaminen asiakkaalle on keskiössä, kun halutaan

tehdä pitkäjänteistä yhteistyötä. Sopimuksen pitäisi olla molempia osapuolia tyydyttävä, ja sen sisällöstä vastaa kaupan kummatkin osapuolet. Myyntityö ja valmennus koostuvat yhteistyöstä ja aidosta kiinnostuksesta erilaisiin ihmisiin. Rummukainen sanoo kirjassaan, että myynnillä ja huippu-urheilulla on paljon yhtäläisyyksiä. Intohimolla ja menestymisen tavoittelulla saavutetaan parhaita tuloksia niin myynnissä kuin urheilussakin.

(Rummukainen 2016, 20.)

Olen toiminut muodostelmaluistelun parissa yhteensä 21 vuotta, niin urheilijana kuin valmentajanakin. Haluaisin pitää valmennustyylini enemmän urheilijalähtöisenä ja itseohjautuvana. Pyrin käyttämään ohjattua oivaltamista ja kysymään ja analysoimaan kysymyksiä urheilijoiden kanssa. Mitä vanhempia luistelijat ovat sen helpompaa on pohtia omia taitoja ja osaamista. Olen alkanut kysymään kysymyksiä jokaisen ohjelmapalan tai harjoituksen aikana ja jälkeen. Esimerkiksi: ”Keskustele paris kanssa, mitkä asiat ovat tärkeitä myllyn liikutuksessa.” Sen jälkeen käymme vastauksia yhdessä läpi, koska luistelijoiden oma idea on urheilijoille aina helpompi muistaa. Olen pyrkinyt hyödyntämään mahdollisimman paljon ongelmaratkaisua erityisesti jään ulkopuolella tehtävissä oheisharjoituksissa sekä alkulämmittelyissä. Luistelijat saavat suunnitella ja keksiä yhdessä, sekä pienryhmissä ohjelman käsiä, ilmeitä ja tapoja, joilla harjoitellaan uudet askeleet jään ulkopuolella. Tämä on toiminut mielestäni hyvin ja luistelijat ovat motivoituneita harjoittelemaan itse keksimiään tehtäviä. Koska olen itse toiminnassani nopea, olen huomannut, että minun tulisi antaa enemmän aikaa urheilijoille pohtia kysymyksiä. Saatan helposti itse mennä asioissa liian nopeasti eteenpäin. (Liite 4.)

Opin parhaiten positiivisessa ja kannustavassa ilmapiirissä, joissa pyritään keksimään useita toimivia ratkaisuja yhteisen tavoitteen saavuttamiseksi. Tämän vuoksi haluan pitää harjoitukset kivoina ja iloisessa ilmapiirissä. (Liite 4.) Valmennuksessa olen tottunut keskustelemaan ilmapiiriin, jossa lähdetään ratkomaan ongelmia urheilijoiden havaintojen ja tuntemusten perusteella. Välillä kuitenkin monen kymmenen pienen luistelijan kanssa keskustelu muistuttaa sirkusta. Olen siksi alkanut harjoittelemaan palautteen antamista itselleen ja parille harjoitusten jälkeen. Se on ollut huomattavasti helpompi tapa organisoida suurta joukkoa 7-9 vuotiaita. Vanhempien urheilijoiden kohdalla yhteiset analysoinnit ja pohdinnat luistelutaidon kehittämiseksi ovat helpompia. Koen myös saaneeni urheilijoilta paljon uusia ajatuksia ja ideoita, joita voin hyödyntää omassa valmennuksessani. (Liite 4.)

Hyödynnän valmennuksessani myös Qridi sovellusta, jonka avulla voi luoda kyselyitä ja tehtäviä joukkueurheilijoille, mutta saada yksilöllisempiä vastauksia kaikilta. Näin esimerkiksi voin itse analysoida harjoitusten kuormittavuuden luistelijoiden näkökulmasta.

Qridin avulla voin myös lataa omatoimisia harjoitteluita, sekä pyytää urheilijoita tekemään päiväkirjaa. Uskon, että tällaiset sovellukset tulevat yleistymään tulevaisuudessa. Erityisesti joukkuelajeissa, jossa valmentaja ei pystyy keskittymään jokaiseen yksilöön jatkuvasti. Mielestäni on hyvä, että urheilijat osaavat itse analysoida omaa tekemistään ja kehitystään.

## **1.2 Opinnäytetyön rakenne**

Tämä opinnäytetyö on toteutettu portfoliomallina. Se sisältää teoria osuuden ja siihen pohjautuvan kirjoittajan kehitys suunnitelman nykytilanteesta tulevaisuuteen. Teoria osio sisältää tiedon yksinkertaisesta myyntiprosessista ja vuorovaikutustaidoista, Haaga-Helian myyntityön koulutusohjelman teoriaperustan mukaisesti. Kehityssuunnitelma on tehty kirjoittajan aikaisempien kokemusten ja nykyhetken osaamisen kehittymisestä.

Teoria-osa on jaettu kahteen pääaiheeseen. Yksinkertaiseen myyntiprosessiin ja myyjän vuorovaikutustaitoihin. Yksinkertaisessa myyntiprosessissa kerrotaan, miten valmistautua myyntitapaamisen ja miten myyjä luo vaikuttavan ja luotettavan ensivaikutelman itsestään. Myyntiprosessin tärkeinä osa-alueina ovat tarvekartoitus ja siinä käytettävät SPIN, -ANSVA- ja OEH-kysymysmallit. Näiden pohjalta myyjällä on mahdollisuus tehdä kokonaisvaltainen tarvekartoitus myyntitapaamisessa.

Teorian osuuden toinen pääaihe on myyjän vuorovaikutustaidot. Siinä syvennyttään sanattomaan viestintään ja sisäiseen sanattomaan viestintään, jotka ovat vahvimmat vuorovaikutuksen muodot. Niiden hallinta ja tiedostaminen ovat tärkeä osa myyjän ja valmentajan työssä. Toisessa osassa kerrotaan myös kuuntelutaidoista ja luottamuksen rakentamisesta yhteistyössä. Teoriasta on myös yhteenveto, jossa tiivistetään tärkeimmät asiat, joita tarvitaan onnistuneeseen myyntiprosessiin toimivalla vuorovaikutuksella.

Portfoliossa kerrotaan suunnitelma opinnäytetyön suunnittelusta, aikatauluista ja riskeistä. Kirjoittaja pohtii myös aikaisempaa osaamistaan valmentajana ja omaa kasvuaan Haaga-Helian myyntityönkoulutusohjelman aikana. Näitä havainnollistaa Disc-analyysi ja yritystyöskentely, jotka on toteutettu koulutusohjelman aikana.

Portfolion tavoitteena on tehdä kehityssuunnitelma nykytilanteesta tulevaisuuteen. Pohjana suunnitelmassa, käytetään teoriaosuuden yksinkertaista myyntiprosessia ja vuorovaikutustaitojen osa-alueita. Näitä teoriaosuuden taitoja voi hyödyntää sekä myyntialan töissä, että urheiluvalmennuksessa.



### 1.3 Tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyön tavoitteina on seurata omaa kehitystäni valmentajaksi myyntityön koulutusohjelman antamien oppien mukaisesti. Haluan verrata ja tutkia yhtäläisyyksiä molemmissa osa-alueissa ja katsoa miten voin hyödyntää oppimistani omassa ammatissani. Tavoitteenani on myös vahvistaa omaa tietoaani hyödyntämällä erilaisia lähteitä ja tehtäviä omassa opinnäytetyössäni.

Opinnäytetyössä haluan myös kehittää ja hyödyntää myyntityönkoulutuksessa hankittuja tietoja ja taitoja, kuten myynnistä saatua tietoutta, valmiuksia työelämään ja analysoida omaa osaamistani, sekä ajatteluani. Opinnäytetyöni on mahdollisuus osoittaa osaamiseni, sekä soveltaa tietojani ja taitojani käytännössä. Tässä opinnäytetyössä teen vahvasti yhteistyötä työelämän kanssa. Tavoitteenani on työskennellä myös tulevaisuudessa valmennuksen parissa. Uskon, että tämä opinnäytetyö on myös hyvä mahdollisuus tulevaisuuden työnantajalle saada alan uusinta ja ajankohtaisinta tietoa koulutusohjelman ja valmennuksen yhtäläisyyksistä.

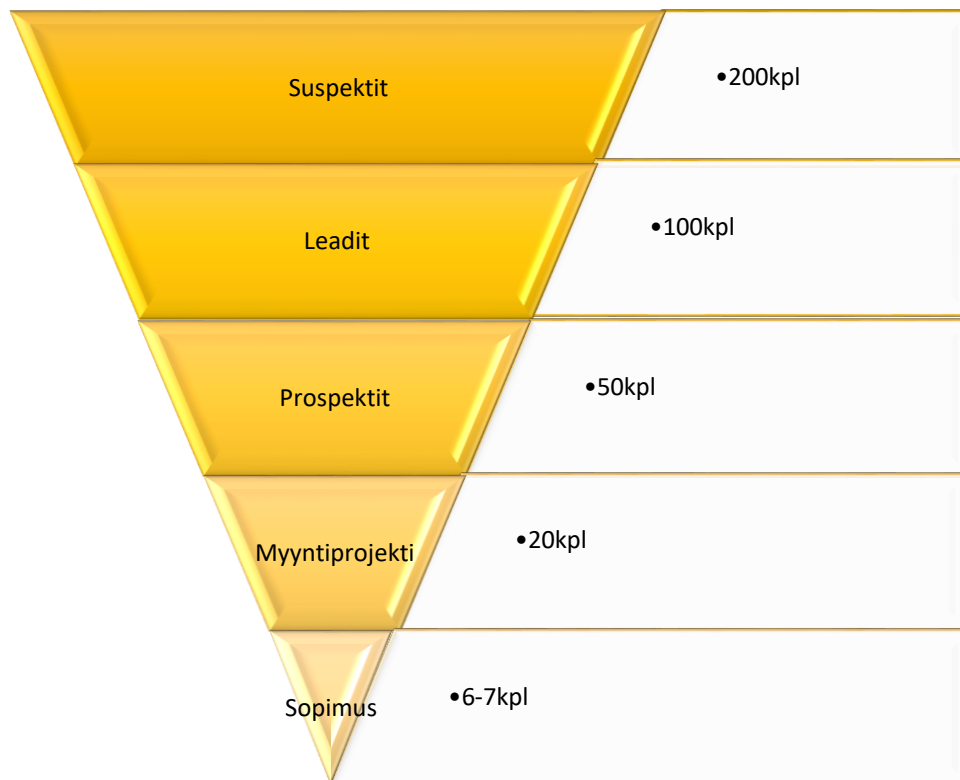
## 2 Myyntiprosessi

Myyntiprosessi alkaa suspektien, eli mahdolliseen markkinasegmenttiin sijoittuvien asiakkaiden etsimisellä. Suspekteista valikoituu leadit, jotka ovat potentiaalisia kohdeasiakkaita, alustavan mielenkiinnon suhteen. Tämän jälkeen leadeista valikoituu joukko prospekteja, jotka ovat osoittaneet mielenkiintoa, ja joiden kanssa jatketaan myyntiprosessia. Kun myyntiprosessin alkuvaihteet etenevät järjestelmällisesti, sujuu kaupan päättäminen luonnollisemmin. (Rubanovitsch & Aalto 2013, 33–34.) (Mäkinen 2017, 2-3.)

Prospektoinnin jälkeen aloitetaan yleensä puhelintyö mahdollisen tapaamisen onnistumiseksi. Tapaamisia voi olla useita myyntiprosessissa, riippuen kaupasta. Puhelintyö toimii myös jatkuvasti kaupankäynnin ohella työkaluna. Kun tapaamisissa ollaan päästy siihen pisteeseen, jossa sopimus tehdään, on tärkeää jatkaa yhteistyötä pitkäaikaisen asiakassuhteen ylläpitämiseksi. Yksi kauppa tai sopimus ei tee asiakassuhdetta, jonka vuoksi, tilanteen päivittäminen myöhemmin on ehdottoman tärkeää. Myyntiprosessi sisältää monta vaihetta, eikä kaikki mene aina nopeasti. Usein yhden tapaamisen sopimiseen vaaditaan 40 puhelinsoittoa. (Mäkinen 2017, 2-3.)

Toimistolla tehdään usein prospektointi, ja valmistautuminen. Tarjous myös laaditaan etukäteen, jotta on valmiina menemään asiakkaan luokse. Tässä kohtaa ollaan niin sanotussa välipelissä, ennen tapaamista. Asiakkaan luona tapahtuu ensikontakti, jolloin hyvän ensivaikutelman luominen on tärkeää. Reipas kättely, avoin hymy ja silmiin katsominen ovat tärkeitä. Itse tapaamisessa edetään myyntikeskustelun mukaisesti, vastaten ja esittäen kysymyksiä sekä käydään läpi tarjous. On luonnollista, että hyvin suoritettu myyntiprosessi johtaa kauppaan, koska huippumyyjä keskittyy koko myyntiprosessin ajan vain asiakkaaseen ja tämän tarpeiden kokonaisvaltaiseen tyydyttämiseen jo ensi kohtaamisella. (Aalto & Rubanovitsch 2007, 38.) (Mäkinen 2017, 2-3.)

Tämän jälkeen tehdään sopimus ja kauppa klousataan, ellei asiakkaalla tule tarvetta uudelle tapaamiselle tai tarjouksen päivittämiselle. Onnistunut myyntiprosessi kehkeytyy pitkäaikaiseksi asiakassuhteeksi, joten tilanteen päivittäminen säännöllisesti on tärkeää. (Mäkinen 2017, 2-3.)



Kuva 1. kaavio yksinkertaisesta myyntiprosessista. (Mäkinen 2017, 3)

## 2.1 Valmistautuminen ja ensivaikutelma

Myyjän valmistautuessa tapaamiseen on tärkeää huolehtia niin fyysisestä kuin mentaalista olemuksesta. Edellisen illan juhliminen tai stressi vaikuttaa jokaiseen ihmiseen. Ennen tärkeää tapaamista on hyvä huolehtia riittävästä levosta ja ravinnosta sekä siirtää ajatuksia henkisesti kohti myyntitapaamista. Ajatusten siirtämistä myyntitapaamiseen voi harjoitella mielikuvaharjoituksilla. Myyjä voi käydä läpi mielessään koko myyntitapaamisen ja miten se päättyy onnistuneeseen suoritukseen. (Rummukainen 2016, 67.)

Valmistautuminen myyntitapaamiseen on ehdotonta. Ennen myyntitapaamista on tärkeää tutustua yrityksen toimintaan, kulttuuriin, arvoihin, ja visioon, missioon sekä strategiaan. Kaikki oleellinen tieto yrityksestä auttaa myyntiprosessissa. Näin myös välttyy itsestään selviltä kysymyksiltä myyntikeskustelussa, luoden itsestään ammattimaisen ja hyvin valmistautuneen kuvan.

Etukäteen tutustuminen auttaa löytämään mahdollisia ongelmia tai parannusehdotuksia, jolloin on helpompi lähestyä yritystä. Myyntikeskustelussa tarvittavia kysymyksiä on myös hyvä suunnitella etukäteen, jolloin saa mahdollisimman kattavan kuvan yrityksen toiminnasta. On tärkeää valmistautua myös vastaväitteisiin tai kysymyksiin, joita asiakas

saattaa kysyä. Valmistautumisessa on tärkeää, että tunnet tuotteen tai palvelun ja sinulla on asiantuntevaa ajatusta yrityksen toiminnan kehittämiseksi. (Mäkinen 2018, 8.)

Käytännön valmistelut myyntitapaamiseen kannattaa tehdä huolella ja ajoissa. Huippumyyjä on valmistautunut myös asiakkaan yllättäviin kysymyksiin. Myyjän vastuulla on ottaa mukaan kaikki materiaali, jota tarvitaan kaupan tekoon. On myös suositeltavaa tarkistaa kaikki esityksessä tarvittavat digitaaliset laitteet, jotta ne toimivat moitteettomasti. (Rummukainen 2016, 67-70.)

Ulkoinen olemus myyntitapaamiseen mentäessä on tärkeää. Ensivaikutelma luodaan ensimmäisen seitsemän sekunnin aikana. Valmistautuessa ensikontaktiin, on tärkeää muistaa pukeutua siististi ja ammattimaisesti, sekä esittäytyä avoimena ja valmiina yhteistyöhön. Fyysinen olemus kertoo myyjästä ja hänen persoonastaan. Ulkoisen olemukset hyödyt saa parhaiten irti, kun pukeutuu yrityksen tyyliin sopivasti, ja kiinnittää huomiota siihen millaisen statuksen haluaa itselleen luoda. Onnistuneella pukeutumisella ja asusteilla voi luoda vaikuttavamman ja luotettavamman kuvan. (Mäkinen 2017, 8-9.)

Myyjän kannattaa kiinnittää huomio myös kinesiiikkaan, eli miten kehoa käytetään. Kinesiiikkaan kuuluvat liikkeet, asennot, katse, ja kasvojen ilmeet, sekä eleet. Eleet ja liikkeet ovat myös tärkeitä valmistautumisessa ensikontaktiin. Huono ryhti tai laiska olemus, antaa kuvan heikosta myyjästä. Hyvällä olemuksella ja liikkeillä, sekä asennoilla luodaan parempi ensivaikutelma. Myyjä voi myös tulkita ostajan kinesiiikkaa. (Kielikompassi 2019) (Mäkinen 2017, 9.)

Kronemiikka, eli ajan käyttö. Hyvä valmistautuminen sisältää tiedon siitä, miten haluat käyttää aikasi tapaamisessa. On tärkeää varmistaa myös ostajalta mahdollinen ajankäyttö ja sopia asiasta etukäteen. (Kielikompassi 2019) Onnistuneessa kronemiikassa, ostajan mielenkiinto säilyy ja suunnitellut asiat saadaan sovittua odotetusti. Se kertoo myös, että kunnioittaa toisen aikaa ja pitää yhdessä sovitusta asioista kiinni. Suurin osa myyjän ajasta kuluu kuuntelemiseen. (Mäkinen 2017, 9)

## **2.2 Tarvekartoitus**

Tarvekartoituksella tarkoitetaan asiakastapaamisella tehtyä tiedon keräämistä asiakkaan tilanteesta. Tässä vaiheessa myyjän on tärkeintä osata kuunnella ja kysyä oikeita kysymyksiä. Ennen tapaamista on hyvä ottaa selville tietoja, jotka voit löytää helposti itse yrityksestä. Näin tarvekartoitusta tehdessä ei tule kysytyä itsestään selviä asioita. Taustatietojen turvin myyjän on helpompi lähestyä asiakasta. Myyjä antaa itsestään ja

yrityksestään paremman kuvan tehdessään tarvekartoitusta huolellisesti asiakasta kuunnellen. Onnistunut tarvekartoitus, auttaa asiakasta keksimään itse ratkaisun ongelmaan, johdateltujen kysymysten ja ideoiden kautta. Lopputuloksena molemmat osapuolet kokevat saaneensa hyvän sopimuksen. Ennakoon valmistautunut ja vaivaa nähnyt myyjä antaa itsestään sekä yrityksestään ammattimaisemman kuvan ja voi tällä erottautua edukseen kilpailijoista. (Rubanovitsch & Aalto 2013, 42.) (Mäkinen 2017, 12.)

Kysymyksiä on erityyppisiä, kuten suljettuja, avoimia sekä päättäviä kysymyksiä. Avoimia kysymyksiä on mitä, milloin, miten, miksi, eli kysymyksiä joihin asiakas ei voi vastata yhdellä sanalla. Nämä kysymykset ovat tärkeitä, jotta myyjä saa kokonaiskuvan ostajasta ja hänen tarpeistaan. Avoimilla kysymyksillä on kuitenkin yksi heikkous: asiakas voi vastata niihin millä tavalla tahansa, jolloin myyjä menettää tilanteen kontrollin ja keskustelu voi lähteä väärään suuntaan. (Eades 2004, 106.) Myyjällä tulee aina olla muistiinpanovälineet mukana, jotta hän voi kirjata asiakkaan ajatukset ylös. Lisäksi kirjoittaessaan asiakkaan vastauksia, hän antaa kuvan aidosta kiinnostuksesta, ja ostaja tuntee kertovansa tärkeää asiaa. Asioiden ylös kirjaaminen helpottaa myös keskustelun muistamista myöhemmin tarjouta tehdessä. Muistiinpanoihin voi alleviivata tai ympyröidä asiakkaalle kaikista tärkeimpiä pointteja. (Mäkinen 2017, 12.)

Suljetuilla kysymyksillä tarkoitetaan kysymyksiä, joihin voi vastata kyllä tai ei. Näitä kysymyksiä myyjän kannattaa käyttää tarkentaessaan edellistä kysymystä tai asiakastapaamisen loppuvaiheessa, johdatellakseen asiakasta vahvistamaan omia ajatuksiaan. Esimerkiksi: ”Olisiko tämän kaltainen palvelu, jossa on kiinteä kuukausihinta helpompi budjetoida yrityksessänne?” Suljettujen kysymysten kanssa kannattaa olla varovainen, sillä asiakas voi alkaa tuntea olonsa tukalaksi. (Eades 2004, 106–107.) Suljettuja kysymyksiä kannattaa käyttää harkiten, koska niistä ei saa yhtä paljon tietoa kuin avoimista kysymyksistä. Ne toimivat kuitenkin hyvänä tehokeinona, kun kauppaa klousataan. (Mäkinen 2017, 12.)

Huippumyyjät antavat asiakkaan loistaa myyntitapaamisessa. Myyjän tehtävänä on kuitenkin saada sopimus tehtyä, jonka vuoksi mukava jutustelu ei riitä tarvekartoitusta tehtäessä. Tarvekartoituksen pohjimmainen tarkoitus on saada molempia osapuolia tyydyttävä sopimus. Myyjän tehtävä on ohjata keskustelua, mutta antaa asiakkaan vaikuttaa lopputulokseen. Asiakas, joka on päässyt osallistumaan myyntiesittelyyn, on halukkaampi sitoutumaan sopimukseen, koska kokee olleensa tärkeä osallinen keskustelussa. (Rummukainen 2016, 68-69.)

### 2.3 SPIN-malli

SPIN-mallissa käytetään tilanne, ongelma, seuraus ja merkityskysymyksiä. Tämän kyselymallin on kehittänyt Neil Rackhamin. SPIN-sana tulee englannin kielen sanoista. Situation, eli tilanne, Problem, eli ongelma, Implication, eli seuraus ja Need-payoff, eli tarvehyöty. (Österlund 20.2.2016)

Tilanne kysymykset ovat pohjana havaita asiakkaan nykytilanne. Esimerkiksi: Millainen CRM-järjestelmä teillä on tällä hetkellä?” Nämä kysymykset auttavat yleensä myyjää, luomaa kuvan yrityksen sen hetkisestä tilanteesta, ja luovat pohjaa keskustelulle. Tilannekysymyksiä ei siis saa esittää liikaa, sillä asiakas kyllästyy helposti niihin vastaamiseen. Asiakastapaamiseen ennakkoon valmistautumisella ja asiakkaan taustatietojen huolellisella selvittämisellä voidaan välttää turhat tilannekysymykset. (Young 2014.) (Mäkinen 2017, 13.)

Ongelmakysymyksillä yritetään löytää tarve ostajalle. Yleensä ihmiset pitävät eniten omista ideoistaan, joten kysymykset, jotka johdattelevat ongelmaan asiakkaan ideoitten ja ajatusten kautta ovat hyviä. Ongelmakysymykset ovat myös asiakkaan sen hetkinen mielipide tilanteesta. Myyjän on hyvä keskittyä näihin kysymyksiin niin kauan, kunnes asiakas löytää itse tarpeen uudelle palvelulle tai tuotteelle. Ongelmakysymykset kannustavat asiakasta huomioimaan asioita, jotka ovat aikaisemmin saattaneet jäädä huomioimatta. (Young 2014.) Hyviä ongelmakysymyksiä ovat: ”Minkälaisia ongelmia tiellä on ollut nykyisen CRM-järjestelmän kanssa? (Mäkinen 2017, 13.)

Järkevillä seurauskysymyksillä saadaan asiakas todentamaan itse ongelmista koituvat seuraukset ja vaikutukset, jolloin hän ymmärtää kuinka tärkeää ongelman ratkaisu on. (Young 2014.) Tällaisia kysymyksiä ovat: ”Miten tällainen tilanne vaikuttaa teidän laajentumiseenne?” Seurantakysymykset ovat jatkoa ongelmakysymyksille ja asiakkaan tarve saada ratkaisu ongelmaan. (Mäkinen 2017, 13)

Merkityskysymysten tarkoituksena on saada asiakas löytämään itse ratkaisu ongelmaan, ja perustelemaan miksi juuri tämä asia olisi hyvä ratkaista. Merkityskysymyksiä voi olla: ”Miten tällainen säästäminen vaikuttaisi teidän liikevaihtoonne laajentuessanne?” (Mäkinen 2017, 13.)

### 2.4 ANSVA-malli

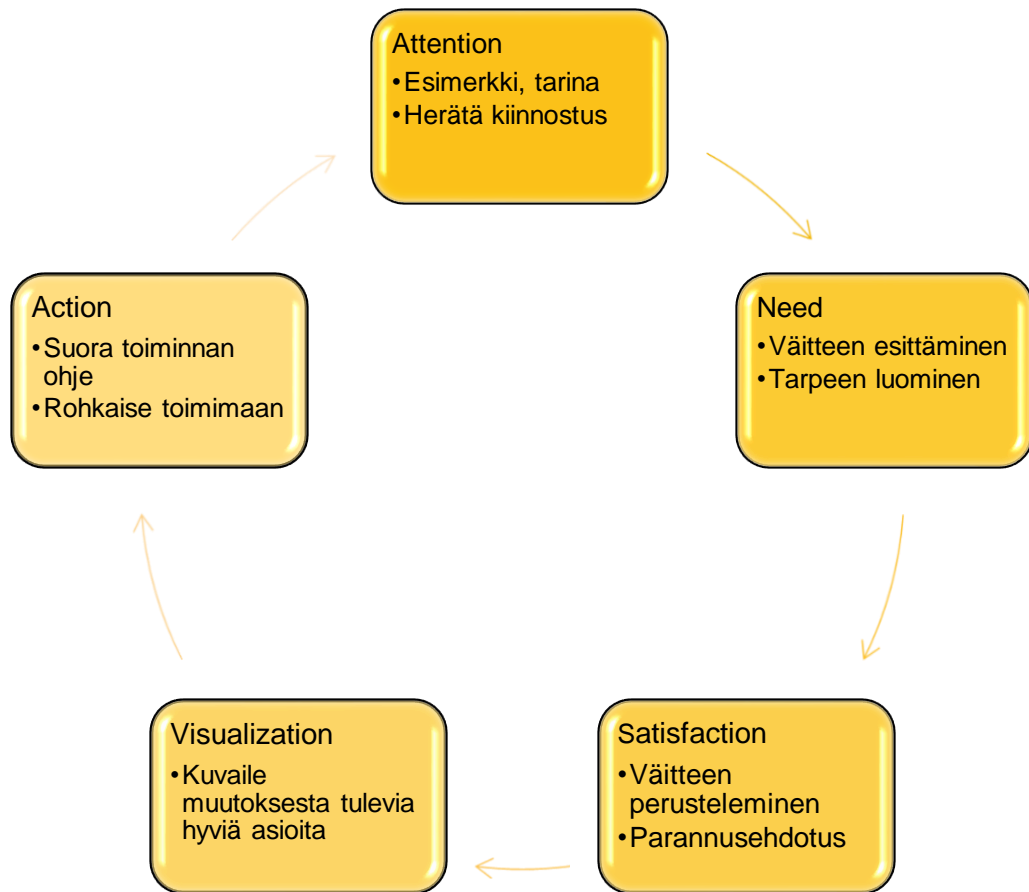
ANSVA-malli on toinen myynti esittelyissä käytettävä malli. Sitä voi hyödyntää, kun halutaan saada asiakas itse ymmärtämään, tuotteen tai palvelun tarve. ANSVA-malli tulee

englanninkielen sanoista, attention eli miten herätetään asiakkaan kiinnostus. Need, eli miten luodaan tarve syventyä asiaan. Satisfaction, eli heränneen tarpeen tyydyttäminen ja ratkaisun esittäminen. Visualization, eli tuloksien kuvaileminen, ja viimeisenä action, eli toimintaan rohkaiseminen. (Wordpress 2013)

ANSVA-mallia voidaan käyttää erityisesti, kun pidetään myyntipuhe tai sitten valmennuksessa, kun tarvitaan muutosta toimintatapaan. Ajatuksena on saada keskustelukumppani tekemään itse oivallukset ja toimimaan uudella tavalla. ANSVA-malli ei ole asiakkaan tyrmäämistä tai manipulointia, vaan halua saada parempia tuloksia uusilla keinoilla.

Keskustelutilanteessa tai kun pidät puhetta, pyri aina puhumaan selkeästi, kuuluvalla äänellä ja ilmeikkäästi. Ilmeikäs puhe sisältää erilaisia äänenpainotuksia, voimakkuutta, nopeutta ja korkeutta. Taitava puhuja osaa muuttaa näitä asian merkittävyyden perusteella. On hyvä myös tauottaa ja rytmittää puhetta, jotta kuulija saa tärkeät asiat erottumaan puheesta. Puhetta on myös hyvä havainnollistaa erilaisilla esimerkeillä tai materiaaleilla, kuten ANSVA-mallilla. Se selkeyttää ja yhdistää puhutun asian käytäntöön. (Wordpress 2014)

ANSVA-mallia voi käyttää myös muissa työelämän tilanteissa tai henkilökohtaisessa toimimisessa ihmisten kanssa. Tämä malli toimii apukeinona kuuntelussa ja pääsyssä yhteisymmärrykseen. Tavoitteena on tuoda keskustelun molemmille osapuolille tunne tulleensa kuulluksi ja ymmärretyksi.



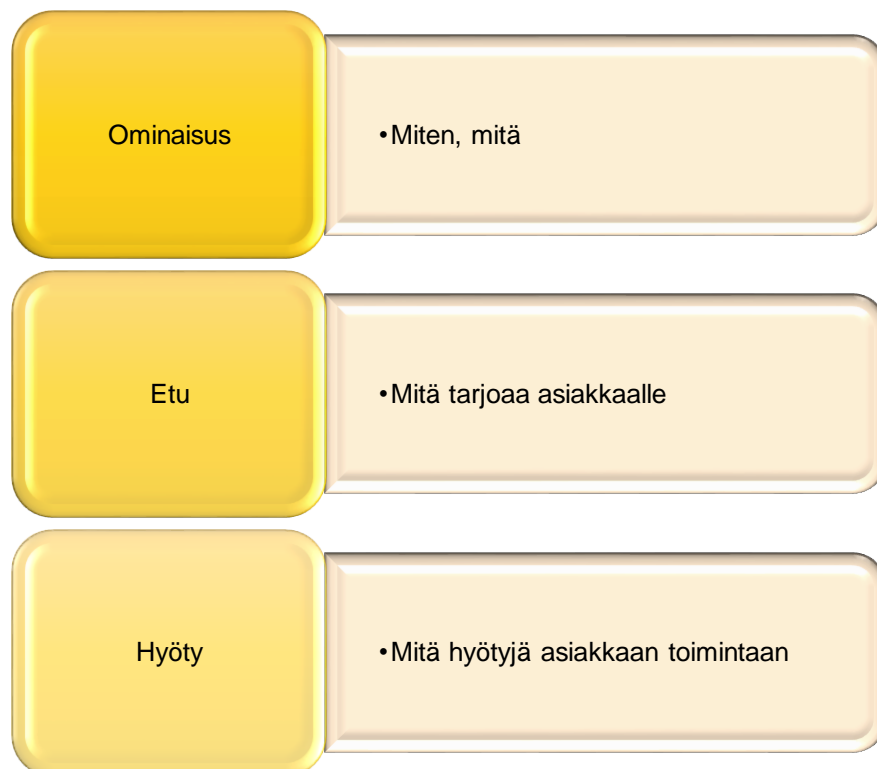
Kuva 2. ANSVA-malli



## 2.5 OEH

Asiakstapaamiseen voi ottaa havainnollistamiseen mukaan OEH-taulukon, eli ominaisuus-etu-hyöty taulukon. Sen ideana on luoda asiakkaalle kuvan, miten myyjän tarjoama tuote tai palvelu parantaa asiakkaan ja yrityksen toimintaa. Ominaisuus-osio kertoo mitä, missä tai miten kyseinen tuote tai palvelu parantaa asiakkaan ongelmaa. Etu-osio kertoo, minkälaisia ratkaisuja myyjän tuoma palvelu tarjoaa asiakkaalle. Hyöty-osio on tärkein ja mielenkiintoisin kohta asiakkaan näkökulmasta, ja se kertoo miten nämä asiat hyödyttävät ostajaa omassa toiminnassaan. (Mäkinen 2017, 11) Hyöty-osion asiat on hyvä tuoda asiakkaan tietoisuuteen, koska se kertoo konkreettisesti mitä myyjän tarjoama palvelu tuo asiakkaan yritykselle lisää. (Bergström & Leppänen, 2001, 286.)

Myyjän on osattava myydä tuotetta rehellisesti ja luottamusta herättävästi. Pelkkien tuotteen tai palvelun ominaisuuksien kertomisella ei asiakasta saada vakuutetuksi. (Bergström & Leppänen, 2001, 286.)



Kuva 3. OEH-taulukko (Mäkinen 2018, 11.)

### **3 Myyjän vuorovaikutustaidot**

Vuorovaikutus asiakkaan kanssa on tärkeää. Vuorovaikutuksella tarkoitetaan kaikkea mitä viestitään myyjän ja ostajan välillä, se on sitoutumisen edellytys. Hyvä vuorovaikutus toteutuu, kun hyväksyy muiden ja itsensä erilaisuuden ja käyttää sitä vahvuutena. Erilaiset ajatus-, - ja käyttäytymismallit on luotu kokemusten, opetettujen tapojen ja persoonan kautta. Ne hyväksytyä, vuorovaikuttaminen on helpompaa, ja oppii näkemään useita näkökulmia samoihin asioihin. (Mäkinen 2017, 6-7.)

Onnistuneessa vuorovaikutuksessa, jokainen kokee tulevansa kuulluksi ja nähdyksi. Erityisesti myyjän työssä on tärkeää muistaa kuunnella asiakasta ja perustaa omat ideat asiakkaan antamiin signaaleihin. Toimiva ja tehokas vuorovaikutus edellyttää myös tietoa siitä mitä, minulta odotetaan ja miten saamme yhteistyön toimimaan erilaisten ajatusten kautta. (Mäkinen 2017, 6-7.)

Hyvät vuorovaikutustaidot ovat luottamuksen rakentamisen perusta. Niiden avulla voidaan jakaa tunteita, ideoita ja tietoa. Taitava vuorovaikuttaja osoittaa empatiaa, kunnioitusta ja kuuntelee toista ihmistä aidosti. Ihmiset luovat sanoille eri merkitykset, joten on tärkeää ymmärtää toisen kieltä puhuttaessa samasta asiasta. Näitä asioita saa selville pelkästään kysymällä ja kuuntelemalla. (Mäkinen 2017, 6-7.)

Vuorovaikutuksella ja viestinnällä myyjän ja ostajan välillä luodaan yhteinen ajatus ja idea. Se on molempia yhdistävä ja sen tavoitteena on antaa mahdollisimman paljon hyötyä kummallekin osapuolelle. Myyjän ja ostajan ollessa ”samassa” tiimissä, vuorovaikutustaidot ja yhteinen päämäärä luovat mahdollisuuden onnistuneeseen, pitkäaikaiseen ja menestyvään asiakassuhteeseen. (Mäkinen 2017, 6-7)

#### **3.1 Sanaton viestintä**

Sanaton viestintä pitää sisällään ihmisten eleet, äänenpaino, ilmeet, asennot, liikkeet ja katseen. Asiakastapaamisissa sanattoman viestinnän ymmärtäminen on tärkeää. Sanatonta viestintää voi tulkita useiden eri tapojen kautta. Kuten seisooko ihminen lähellä vai kaukana sinusta. Asiakastapaamisiin mennessä on hyvä kiinnittää huomiota myös omaan sanattomaan viestintään. (Mäkinen 2017, 14-15.)

Ihmisen ensikohtaamisissa on tärkeää miettiä miten tulet tilanteeseen. Ihminen luo ensitapaamisella käsityksen toisesta ihmisestä 80% silmillään. Avoin hymy, hyvä ryhti ja reipas kävelytyyli antavat kuvat innostuneesta ja iloisesta ihmisestä. Kämmenet kannattaa

kääntää auki ja näyttää ranteet, koska se on merkki haavoittuneisuudesta. Epäilevä katse hidas ja tehoton liikkuminen sekä kädet ristissä rinnan päällä tulkitaan usein itsekkyydeksi, vihamielisyydeksi tai epävarmuudeksi. Istuessasi vastapäätä toista ihmistä on hyvä pitää tavarat, kuten tietokone tai vesipullo poissa edestä yhteyden säilyttämiseksi. Lisäksi on tärkeää istua suoraan kohti toista ihmistä luodakseen avoimen tilan sekä yhteyden. (Mäkinen 2017, 14-15.) Kulttuuri vaikuttaa myös ihmisen sannattomaan viestintään. Eri maiden kansalaiset viestivät eritavoin. Hyvä myyjä ottaa asiasta selvää jo ennen myyntitapaamista, jottei joudu kiusalliseen tilanteeseen missä toinen yrittää epäonnistuneesti kätellä.

Olin Satu Puumalaisen esiintymiskoulutuksessa, jossa hän painotti vahvasti, että ollessaan isomman yleisön kanssa on tärkeää, ettei vahingossa sulje ketään pois. Eli seisustaan, tai istuessaan on varma, ettei käännä selkäänsä yhdellekään ihmiselle. Pois sulkeminen tapahtuu heti kun kääntää selän tai kyljen toiselle ihmiselle tai ristii kädet ja jalat niin, ettei ole avoin enää jokaiselle. Sen sijaan jalkojen ristimistä tai hartioiden kääntämistä voi hyödyntää silloin kun puhuu yhdelle ihmiselle ja istuu hänen kanssaan vierekkäin. Tällöin hartioiden kääntäminen keskustelukumppaniin ja toisen puolen jalan ristiminen puhujan suuntaan viestii, että olet kiinnostunut vain hänen asioistaan ja suljet muut häiriöt pois. (Puumalainen 2016) On myös hyvä muistaa, että avointa ja epäitsekkästä ihmistä on helpompi lähestyä, jolloin oma asenne ja tunnetila on hyvä liittää keskustelukumppaneiden kanssa samalle tasolle. Toisen ihmisen eleiden peilaaminen luo myös yhteyden tunnetta. (Mäkinen 2017, 14-15.)

Ollessaan keskustelukumppanin kanssa, on tärkeää luoda sanattomasti viestiä, että olet hänen puolellaan. Hymyily, silmiin katsominen ja pään nyökkääminen tai kallistaminen luovat tunnetta, että olet oikeasti kiinnostunut toisesta. Tärkeintä myyjänä olemisesta, onkin olla aidosti kiinnostunut muista ihmisistä, jolloin ei tarvitse esittää. Erityisesti myyntityössä on hyvä antaa keskustelukumppanin loistaa. Kuuntelu ja toisen arvostaminen ovat myös osa sanatonta viestintää. (Mäkinen 2017, 14-15.)

Ihmiset tulkitsevat myös virheellisesti toisen elekieltä. Sen vuoksi on hyvä muistaa, ettei anna toisen ihmisen sanattoman viestinnän häiritä liikaa, tai keskittyä vain negatiivisten signaalien lukemiseen. Esimerkiksi haukottelu ei välttämättä tarkoita kiinnostuksen menettämistä toiseen, vaan voi kertoa toisen rentoutumisesta seurassasi. Sanaton viestintä on usein tahatonta, jolloin esimerkiksi kulmien rypistäminen voi kertoa toisen pohdinnasta, ja ajatuksen sisäistämisestä. (Mäkinen 2017, 14-15.)

Pukeutuminen on myös tärkeä osa sanaton viestintää. Asiakastapaamisiin kannattaa aina mennä tilanteeseen sopivalla pukeutumisella. Mieluummin kuitenkin ylipukeutuneena kuin alipukeutuneena. Nuoria naisia bleiseri ja kynähome vanhentavat ja sama asu nuorentaa vanhempia naisia. Miehillä puuvun takki ja siistin housut ja kengät luovat asiantuntevan kuvan. Siisti ja tyylikäs pukeutuminen kertoo myös siitä, kuinka paljon arvostat tapaamista. Pukeutuminen luo myös itselleen itsevarmemman olon, ja helpottaa muistamaan ryhdin ja asennon. (Mäkinen 2017, 14-15.)

### **3.1 Sisäinen sanaton viestintä**

Ulkoisen sanattoman viestinnän lisäksi on tärkeää, miten viestimme itsellemme eri tilanteissa. On tutkittu, että mielemme muuttavat meidän kehonkieltämme. Ollessamme iloisia, hymyilemme ja seisomme ryhdikkäin, ehkä levitämme käsiä ylös riemuissamme onnistuessamme. Onko siis mahdollista, että myös kehomme liikkeet muuttaisivat mielialaamme? Amy Cuddy on tutkinut asiaa, ja katsoessani hänen pitämää seminaaria ”Elekieli vaikuttaa sinuun itseesi” olen entistä varmempi, että harjoittamalla voima-asentoja ja ”Fake it till you make it” ajatuksen kehittäminen ”Fake it till you become it” auttaa myös sanattomaan viestintään. Amy Cuddy kertoo, että kahden minuutin päivittäisellä voima-asennolla, luot itsellesi voimakkaamman olon, ennen jännittävää tai stressaavaa tilannetta. (Ted talks 2012) Voima asentoja on esimerkiksi kädet suorina pään yläpuolella v-asennossa. Samalla tavalla kuin tuuletuksessa maaliviivan ylitettyä. Toisen voima asennon voi tehdä esimerkiksi työpisteellä istuessa. Siinä laiteta jalat pöydällä, ja sormet ristitetään niskan taakse niin, että rintakehä on avoimena.

Itse olen käyttänyt voima-asentoja useasti, silloin kun luistelin juuri ennen jälle astumista. ensimmäistä kertaa voima-asennoista ja niiden merkityksestä Matti Henttiseltä, joka toimii useiden huippu- urheilijoiden ja alan asiantuntijoiden kanssa. (Henttinen 2010-2016) Mielestäni on nerokasta hämätä omaa mieltään tekemällä voima-asentoja tai nostamalla energia tasoja ennen tärkeää hetkeä. Se kertoo myös, että kyseessä on vain tunne, joka tulee ja menee, mutta ei voi hallita sinua. (Mäkinen 2017, 14-15.)

### **3.2 Kuuntelutaidot**

Aktiivinen kuuntelu kysymysten lisäksi on yhtä tärkeää, ellei jopa tärkeämpää tarvekartoituksessa. Myyjän tulisi kuunnella siten, että ei mieti omaa vastausta etukäteen. Näin pystytään tulkitsemaan asiakkaan todelliset tarpeet. Eleet ja olemus ovat tärkeitä kuuntelemisessa. Silmiin katsominen ja nyökkääminen ovat osoitus mielenkiinnosta toista ihmistä kohtaan. Mitä enemmän myyjä kuuntelee asiakasta, sitä varmemmin asiakas myös luottaa myyjään. (Rubanovitsch & Aalto 2007, 76.) Kuunteleminen, ja kysymyksissä

kuulemaansa viittaaminen antaa kuvan kiinnostuksesta asiakkaan tilannetta kohtaan. Asiakastapaamisessa on hyvä antaa ostajan loistaa. Luottamus myyjään ja keskusteluun onnistuu kuuntelemalla ja antamalla tilaa toiselle kertoa omia ajatuksiaan. (Mäkinen 2017, 13.)

Huippumyyjät osaavat kuunnella, ja he tarkkailevat asiakkaan kehonkieltä, sanoja ja äänensävyjä. Aktiivisessa kuuntelussa myyjä osaa kysyä väliin myös tarkentavia kysymyksiä, ja välisanoja kuten: ”Aivan”, ”Ymmärrän”. Kuunnellessa, myyjä pystyy aistimaan mitkä asiat saavat asiakkaan syttymään ja mitkä ovat ne kaikista tärkeimmät asiat asiakkaan näkökulmasta. Parhaimmassa myyntitapaamisessa asiakas puhuu 80 prosenttia ajasta, ja myyjä ohjailee keskustelua haluttuun suuntaan asiakkaan vastausten perusteella. (Rummukainen 2016, 68-69.)

### **3.3 Luottamus yhteistyössä**

Luottamus on vaikeaa rakentaa, mutta helppo tuhota. Asiakassuhteen luomisessa luottamus on avain asemassa. Se syntyy kokemusten ja tuntemuksien pohjalta, ja uskosta että toinen haluaa hyvää. Luottamuksen saavuttaminen voi vaatia paljon töitä, ja sen rakentaminen on pitkä prosessi. Asiakassuhteessa painoarvon saa se mitä lupaat, milloin lupaat ja miten lupaat ja piditkö sen mitä lupasit. Jonkun asian sovittaessa, sen pitäminen on ehdottoman tärkeää, pysyvän asiakassuhteen luomiseksi. Esimerkiksi jos lupaat lähettää tiedot asiakastapaamisesta tänään klo 12.00, ne pitää olla silloin lähetetty. Hyvä ja luotettava toiminta lisää, parantaa mahdollisuuksia myös jatkoa ajatellen ja luoden näin vakaan pohjan yhteistyölle. (Mäkinen 2017, 5-6.)

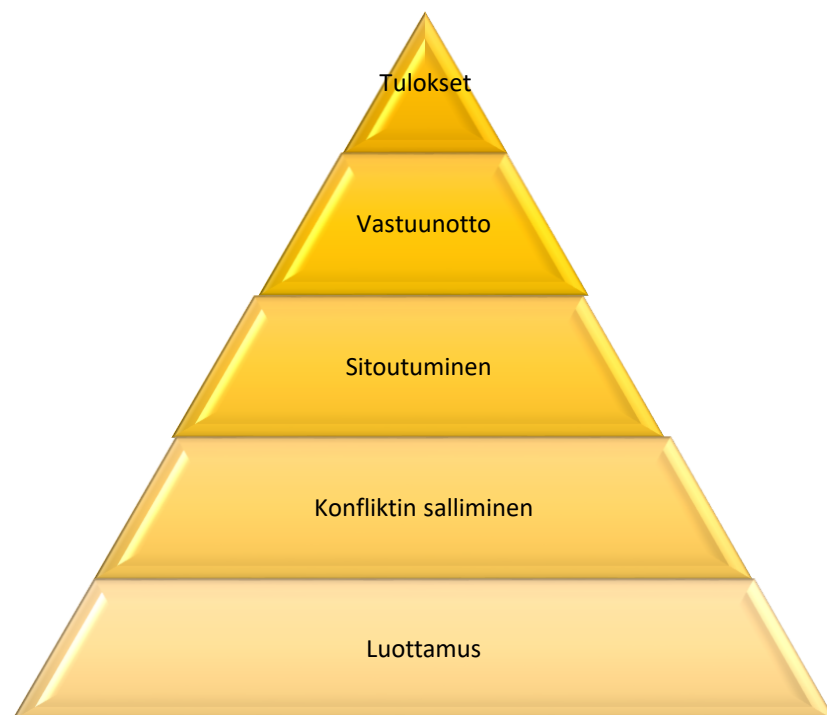
Luottamukseton asiakassuhde tai tiimi ei toimi. Siellä on paljon katkeruutta tai kateutta, sekä negatiivinen ilmapiiri. Viat löytyvät aina muista ihmisistä tai tilanteista, eikä kukaan halua ottaa vastuuta toimistaan. Tämän kaltaisessa tiimissä tai työyhteisössä työskentely on stressaavaa ja rankkaa. Päätökset tehdään hätäisesti, eikä kukaan halua ottaa vastuuta ylimääräisistä asioista epäonnistumisen pelon vuoksi. Useat erimielisyydet johtuvat muiden ihmisten ymmärtämättömyydestä ja toimintatapojen erilaisuudesta. (Mäkinen 2017, 5-6.)

Tiimin sisällä hyvä luottamus syntyy siitä, että kaikilla on sama päämäärä ja tarkoitus. Kun kaikki ottavat vastuun toimistaan saadaan tiimin tulos paremmaksi. Hyvässä ja toimivassa yhteisössä jokainen uskaltaa kertoa ajatuksiaan, sekä tuntemuksiaan tai huolenaiheitaan. Tiimissä on sallittua näyttää heikkouksiaan tai pyytää apua. Tehokas ja kehityshaluinen tiimi, jossa on luottamusta muihin sen jäseniin, haluaa parantaa toimintaansa jatkuvasti. Siellä arvostetaan eri näkökulmia ja kysymyksiä, joiden pohjalta voidaan rakentaa

vahvempaa sekä parempaa tulosta. Konfliktit ovat sallittuja, ja jokainen on valmis ottamaan vastuusta yhteisesti. Luottamuksellista toimintaa vahvistavat onnistuneet tilanteet ja positiivinen, sekä kannustava ilmapiiri. Tällaisessa työympäristössä jokainen saa olla oma itsensä, tuntematta tulevansa arvostelluksi. (Mäkinen 2017, 5-6.)

Olen päässyt työskentelemään erinomaisissa tiimeissä mutta myös heikoissa tiimeissä. Suurin ongelma on ollut aina luottamuksen puute. Vaikka kaikki haluaisivat samaa tavoitetta ja olisivat valmiita ottamaan vastuuta, luottamuksen puuttuessa muihin tiimin jäseniin näitä ei voi saavuttaa. Aina on tunne, että omaan toimintaan ei luoteta tai uskota. (Mäkinen 2017, 5-6.)

Erinomaisissa tiimeissä, heikkouksia ja ongelmia ei pelätä vaan ne ratkaistaan ja luodaan yhdessä uudet suunnitelmat onnistumiseksi. Luottamus muihin tiimin jäseniin on vahva ja jokainen uskoo onnistumiseen ja tuloksiin, vaikka välillä olisi konflikteja. Näin jokainen myös uskaltaa epäonnistua, ja yrittää sen jälkeen uudestaan. (Mäkinen 2017, 5-6.)



Kuva 4. Tiimin toiminnan kuvaukset Lencioni 2004 (Mäkinen 2017, 6.)

### 3.4 Kiinnostus erilaisiin ihmisiin

Kuten kaikilla aloilla, myös myyntityössä joutuu tekemisiin erilaisten ihmisten kanssa. Erityisesti myyjille on tärkeää oppia hyväksymään erilaisuutta ja erityyppisiä ihmisiä kuin itse on. Kiinnostus muihin ja muiden ihmisten asioihin ovat avainasemassa, luodessa mitä tahansa ihmissuhdetta elämässä. Meidän täytyy osata soveltaa omaa käyttäytymistämme

tullaksemme toimeen erilaisissa tilanteissa. Totuus on, että tulemme törmäämään erilaisiin ihmisiin joka päivä. Kun asiakas saa yksilöllistä, omiin tarpeisiinsa sopivaa palvelua, hänen on helppo hyväksyä myyjän ehdottama ratkaisu. (Aalto & Rubanovitsch 2007, 91.) (Mäkinen 2017, 4-5)

Erilaisuuden ja sen tuomien haasteiden, ja mahdollisuuksien hyödyntäminen on tärkeä osa yrityksen toimintaa. Kun jokainen työntekijä löytää oman paikkansa yrityksessä, se luo loistavia mahdollisuuksia kehittyä. Yleensä ihmiset valitsevat omaan tiimiinsä itsensä kaltaisia ihmisiä, mutta sellainen tiimi toimii harvoin parhaiten. Erilaiset toimintatavat, kiinnostuksen kohteet ja luonteenpiirteet luovat heterogeenisemmän työympäristön, jolloin kaikki näkökulmat tulevat paremmin huomioiduksi. (Mäkinen 2017, 4-5.)

Asiakastapaamisessa on tärkeää ottaa huomioon toisen ihmisen tyyli ja persoona. Se, että osaa soveltaa omaa käyttäytymistään toisen luonteeseen sopivaksi lisää luottamusta ja yhtenäisyyden tuntua. Voimme muuttaa omaa käyttäytymistämme, mutta emme vaatia sitä muilta. Annamme asioille eri merkityksen riippuen ihmisestä. Tämän vuoksi jokapäiväisessä viestinnässä on mahdollisuus tahattomaan loukkaamiseen. Väärin ymmärryksiä voi ehkäistä yrittämällä ymmärtää toisen maailmaa sekä kuunnella vilpittömästi toisen ihmisen näkemyksiä. (Mäkinen 2017, 4-5.)

Ihmisten käyttäytymismalleja pohjaavat erilaiset perimä, opetetut tavat, kulttuuri, kokemukset, arvot sekä persoona. Tämän vuoksi aito kiinnostus toiseen ihmiseen ja hänen maailmaansa ovat ehdottoman tärkeitä, kun halutaan rakentaa toimiva asiakassuhde. (Mäkinen 2017, 4-5.)

## 4 Teorian yhteenveto

Huippumyyjän osaamisen tulee olla laajaa, hänen tulee olla kiinnostunut monista eri asioista. Myyntiprosessin hallinta prospektoinnista kaupan klousaamiseen asti on haastavaa. Valmistautuminen myyntitapaamiseen ja siinä tehtävä tarvekartoitus, luovat pohjan pitkäaikaiseen asiakassuhteeseen. Työkalujen hyödyntäminen, tarvekartoituksessa ja sen valmistelussa vaatii myyjältä kiinnostusta erilaisiin ihmisiin. Luottamuksen rakentaminen on pitkäaikaisen yhteistyön tulos, ja se vaatii kaupan molempien osapuolten osallistumista.

Onnistunut myyntityö ei kuitenkaan ole pelkän teoreettisen osaamisen tulos. Oikea asenne ja tapa suhtautua myyntiin erottelevat huippumyyjän ja keskivertomyyjän toisistaan. Huippumyyjät arvostavat tiimityötä ja haluavat olla oman alansa parhaita. Keskivertomyyjät piilottelevat työtään erilaisten titteleiden, kuten tuotespecialistin, asiantuntijan taakse. He haluavat selvittää työstä yksin ja saada kunnian itselleen. (Rummukainen 2016, 22-23.)

Myyntityötä on monenlaista ja erilaiset persoonat tekevät erilaisia töitä. Omien vahvuuksien tunnistaminen ja ymmärtäminen helpottaa toimimista useiden ihmisten kanssa. Omista heikkouksista oppiminen ja niiden kehittäminen vie meitä eteenpäin ihmisinä. Kauppoja on tehty satojen vuosien ajan, ja tehdään edelleen ihmisten välillä, siitähän tässä on loppujen lopuksi kysymys. (Rummukainen 2016, 20.)



## 5 Portfolio ja kehityssuunnitelma

Portfolion kehityssuunnitelman tavoitteena on koota yhteen nykyinen osaaminen ja kehitystavoitteet tulevaisuudessa. Se sisältää suunnitelman ja aikataulun, sekä riskit, joita kirjoittaja saattaa kokea prosessin aikana. Aikataulu on tehty totuudenmukaisesti ja siten, että se on mahdollista toteuttaa. Riskien hallinta ja ennakointi on tärkeä osa prosessin hallintaa ja niihin valmistautuneena on helpompi lähteä toteuttamaan suunnitelmaa. Uskon, että kattava suunnitelma takaa tasaisemman prosessin toteutuksen.

Kehityssuunnitelmassa kerron aikaisemmasta osaamisestani urheilijasta valmentajaksi, ja kasvustani myyntityön koulutusohjelman aikana. Miten nämä asiat ovat kehittyneet ja mitä yhteistä niillä on. Hyödynnän koulutusohjelman aikana tehtyä Disc-profiiliani oman kasvun tukena. Lisäksi olen saanut kerätä ja harjoitella osaamistani yritystyöskentelyssä, missä pääsin yhdistämään myyntityön ja valmentamisen. Sen ansiosta sain myös varmempaa ajatusta siitä mitä haluaisin tehdä tulevaisuudessa.

Portfolio on henkilökohtainen näkemys osaamisestani ja taidoistani, joita olen päässyt kehittämään Haaga-Helian myyntityön koulutusohjelman aikana. Tavoitteena on arvioida omaa oppimistani ja pohtia kehittymismahdollisuuksiani tulevaisuudessa.

### 5.1 Suunnittelu, aikataulu ja riskit

Suunnitellessani opinnäytetyön aikataulua, jaoin sen kahdeksaan viikkoon. Tavoitteenani oli tehdä työ tiiviillä aikataululla, koska olen parempi toteuttamaan työt projektiluontoisesti. Lisäksi opinnäytetyöni on portfolio, jolloin se pohjautuu omaan osaamiseeni ja kehitykseeni. Tämän vuoksi tiivisaikataulu mahdollistaa motivaation ylläpitämisen ja innostuksen kirjoittamiseen. Portfoliossa on kerätty aineistoja pidemmältä aikaväliltä, joten opinnäytetyö on näiden aineistojen yhteen tuomista ja niistä oppimista ja kehityksen reflektointia.

Halusin tehdä opinnäytetyöni nopealla aikataululla. Uskon, että minulla on tarvittavat aineistot ja tiedot, jotta pystyn pysymään suunnitelmassani. Jaksotin kahdeksan viikon opinnäytetyön kirjoitusprosessin kolmeen osaan. Tavoitteenani oli, että saan kirjoitettua ensimmäisen version nopeasti, jonka jälkeen pääsen hiomaan sitä lopullista työtä varten. Kaksi muuta osaa koostuvat hiottun työn parantelusta ja kirjoitusasun muutoksista. Pysin saamaan opinnäytetyön valmiiksi toukokuun loppuun mennessä, mahdollisesti jopa aiemmin.

Olin aloittanut opinnäytetyö idean suunnittelun jo aikaisessa vaiheessa, jonka vuoksi nopeutettu aikataulu sopi kirjoitukselle paremmin. Tiesin haluavani kirjoittaa valmennuksesta ja myynnistä, koska kumpikin aiheista on kiinnostava ja minulle ajankohtainen. Olin päässyt myös keräämään tarvittavaa aineistoa ja lähteitä hyvissä ajoin, jonka vuoksi kirjoittaminen sujui helposti. Oheisessa taulukossa näkyy suunnitelmani ja toteutusaikatauluni opinnäytetyöprosessissa. Aikataulussa on myös jouston varaa yllättävien muutosten varalle.

Taulukko 1. Opinnäytetyön aikataulu.

Viikko	Aloituspäivä	Lopetuspäivä	Tehtävä
12	00.00.2018	18.3.2019	Opinnäytetyön kirjoittamisen aloitus
13		25.3.2019	<b>Versio 1 valmis</b>
			Lisää Kontoon
14		1.4.2019	<b>Ensimmäisen version läpikäynti</b>
			Tee korjaukset ja muutokset
			Lisää Kontoon
15-17	8.4.-21.4.2019		<b>Versio 2 valmis</b>
			Lisää Kontoon
18	22.4.-26.4.2019		<b>Toisen version läpikäynti</b>
19		29.4.2019	Korjaukset
			Lisää Kontoon
	29.4.-5.5.		<b>Versio 3 valmis</b>
			Lisää Kontoon
20	6.5.		<b>Kolmannen version läpikäynti</b>
			Urkund palautus, kypsyysnäyte

Riskien hallinta ja ennakointi on osa opinnäytetyöprosessia. Taulukko on jaettu kahteen osaan. Sisäisiin riskeihin ja ulkoisiin riskeihin. Lisäksi olen kirjoittanut siihen suunnitelman, miten välttyisin kyseiseltä riskiltä, ja miten toimin, jos se jostain syystä toteutuu.

Riskien hallinta taulukon avulla voin ennakoida mahdolliset syyt miksi opinnäytetyö ei etene. Sisäisiin riskeihin eli asioihin, joihin pystyn itse vaikuttamaan laitoin kiireen ja stressin. Opinnäytetyön kirjoittaminen ja kurssien viimeistely sekä työssäkäynti vaatii paljon aikataulullisia suunnitelmia ja jaksamista. Motivaatiopulan laitoin, koska ikinä ei tiedä, jos kiinnostus kirjoittamiseen lopahtaa. En kuitenkaan usko, että niin käy, jos pidän aikataulusta ja tavoitteista kiinni.

Ulkoisia riskejä eli asioita, joihin en itse pysty vaikuttamaan suoranaisesti, ovat sairastuminen ja elämänmuutos. Toivon, että en sairastu, mutta jos sairastun, pyrin tekemään opinnäytetyötä sen sallimissa rajoissa ja mahdollisesti vähentämään jotain

muusta. Tasapainoinen elämäntapa ja riittävä lepo auttavat välttymään sairastumiselta. Elämänmuutokseen ei voi varautua ennakoon, joten sellaisen sattuessa pyrin löysentämään aikataulua ja yritän olla ahdistumatta liikaa.

Taulukko 2. Riskit.

Sisäiset riskit	Miten vältyn riskiltä?	Mitä teen jos riski toteutuu?
Kiire, stressi	Pyrin pysymään aikataulussa ja tekemään yhden asian kerralla loppuun.	Muutan tarvittaessa, aikataulua tai poistan muita ei niin tärkeitä asioita
Motivaatiopula	En usko, että minulla tulee motivaatiopula, koska haluaisin valmistua nopeasti koulusta.	Yritän pitää tavoitteet kirkkaina, ja tarvittaessa pyrin muuttamaan aikataulua tai tehtävää.
Ulkoset riskit		
Sairastuminen	Pyrin terveelliseen ja tasapainoiseen arkeen, jonka avulla säästyisin sairastumiselta	Yritän olla ahdistumatta jos riski toteutuu ja pyrin lepäämään ja löysentämään aikataulua
Elämänmuutos	En usko, että tähän tilanteeseen tulee muutoksia, mutta yritän pitää myös yksityiselämän tasapainossa koulun ja työn ohella .	Siirrän tarvittaessa aikataulua ja pyrin saamaan asiat kuntoon yksi asia kerrallaan.

## 6 Aikaisempi osaaminen valmentajana

Toimin tällä hetkellä kolmatta vuotta muodostelmaluistelupalmentajana. Harrastin itse lajia 19 vuotta, joista viimeiset viisi vuotta kilpailin menestyneesti SM- ja MM-tasolla.

Tavoitteenani on oppia löytämään ajatuksia, ideoita ja havaintoja eri valmennustyylien yhdistämisestä. Uskon, että monen vuoden oma urheilu-urani ja saamani valmennustyyli vaikuttaa vahvasti omaan valmentamiseen. Koen, että minulla on vielä paljon opittavaa ja mahdollisuuksia kehittyä paremmaksi. Haluaisin myös oppia lisää kilpailujen arvioinnista, sekä siitä miten pystyn valmentamaan omia urheilijoitani siten, että he saavat parhaimman mahdollisen hyödyn ja tuen kehitykseensä. (Liite 4.)

Valmentajana koen myös kasvattavani urheilijaa samalla aikuiseksi ja haluan tuoda terveellisen vahvan itsetunnon sekä tuoda oikeanlaisia arvoja heidän elämäänsä. Olen itse saanut kokea sen, että valmentaja on ollut kuin perheenjäsen, joka haluaa tsemptata ja kannustaa urheilijansa saavuttamaan parhaimmat mahdolliset tulokset. Olen kokenut olleeni arvostettu ja tärkeä, sekä saanut kokea aitoa kiinnostusta oman kehittymiseni tukemiseen. (Liite 4.)

Muodostelmaluistelu on esteettinen taitolaji, jossa urheilija on jatkuvasti arvioitavana. Tämä saattaa asettaa paljon paineita nuorille luistelijoille. Kilpailuohjelma on yksi 3-4,5 minuutin mittainen testi, joka pitää läpäistä tietäen olevansa jatkuvasti arvioitavana. Pienikin virhe tietää vähennyksiä koko joukkueelle. Se saattaa aiheuttaa jännitystä ja ahdistusta urheilijalle. Toivon voivani antaa omien tietojeni ja taitojeni avulla neuvoja, joilla liiallista jännitystä voi lievittää. Jännitys voi toimia myös voimavarana suorituksen aikana. Silloin kuin itse luistelin jännitin aina ennen jälle astumista. Se ei kuitenkaan syönyt voimiani vaan antoi lisää virtaa ja energiaa tuntiessani, kuinka adrenaliini virtasi suonissani. En ole saanut samanlaista tunnetta missään muussa tilanteessa. Sen vuoksi en usko siihen, että jännitystä yritetään poistaa. Se on vain tunne, jonka ihminen luo itse. Sen oivaltaminen, ja siitä voiman ottaminen luo mahdollisuuden kehittyä urheilijana ja ihmisenä.

Muodostelmaluistelu on joukkuelaji, jonka vuoksi mietin lähes päivittäin, miten osaisin ilmaista parhaiten omat ajatukseni ja toiveeni urheilijoita hyödyttävällä tavalla ja niin, että saan personalisoitua harjoitteet paremmin yksilöille. Haastetta tuo erilaiset luonteenpiirteet, perheet, kulttuuri ja arvot. Harjoituksien yksilöiminen ja monipuolistaminen kaikille sopiviksi on ajoittain haastavaa. Se vaatii suunnittelua, kokeiluja, epäonnistumisia ja sitä kautta oppimista. (Liite 4.)

Toivon saavani myös lisää tietoja ja oppeja omaan luovuuteeni ohjelmien teossa ja niiden harjoittamisessa. Uskon, että mitä enemmän saan erilaisia ajatuksia ja tapoja tehdä asioita, sitä enemmän kehityn valmentajana. Tällä hetkellä olen valmentajapolullani se aloitteleva luistelija, joka on kiinnostunut lajista ja treeneissä on kivaa, mutta vielä ei voida sanoa tuleeko siitä loppuelämän kestävä juttu vai vaan muutaman vuoden innostus. Haluaisin uskoa, että kasvan valmentajapolullani samalla tavalla kuin omalla urheilurallani, ja voin joskus olla ammattivalmentaja ja tehdä sitä mitä rakastan päätoimisesti. (Liite 4.)

## **7 Kasvu myyntityön koulutusohjelman aikana**

Haaga-Helian myyntityönkoulutusohjelmassa saa kattavan koulutuksen monista eri myynninosa-alueista. Se auttaa valmistautumaan työelämään ja etsimään jokaista opiskelijaa kiinnostavan urapolun. Koulutuksen aikana käydään läpi perinteistä myyntityötä, erilaisia järjestelmiä, viestintää, markkinointia, juridiikkaa, esimiestyötä ja itsensä johtamista, jonka vuoksi jokaiselle opiskelijalle syntyy kokonaiskuva myynnin eri aloista.

Myyntityön koulutusohjelma on opettanut minulle todella paljon uusia asioita, niin itsestäni kuin muista. Olen päässyt syventämään jo aikaisempaa osaamistani ja luomaan verkostoja työelämään. Monet kurssit ovat olleet kiinnostavia ja valmentanut minua huippumyymäjäksi. Myyntityö ja valmentaminen sisältää paljon samoja elementtejä, ja niiden yhdistäminen koulutusohjelman aikana on ollut palkitsevaa. Mielestäni on ollut hienoa, miten hyvin olen pystynyt yhdistämään myyntiä ja valmennusta koko opiskelun ajan, ja kehittämään molempia rinnakkain.

Myyntityönkoulutusohjelma on mahdollistanut kehitykseni myös uralla, ja osaan paremmin analysoida itseäni työntekijänä ja valmentajana. Uskon, että ne opit, jotka olen saanut kantavat minua myös tulevaisuudessa työelämässä. Myyntityön koulutusohjelma on myös mahdollistanut uusien verkostojen luomisen, jotka helpottavat työelämään siirtymistä.

### **7.1 DISC-analyysi**

Pääsimme tekemään ensimmäisenä vuonna Disc-profiilin kaikille ryhmämme oppilaille. Disc tulee englanninkielen sanoista dominance, influence, steadiness ja conscientiousness. Eli vapaasti suomennettuna hallitseva, vaikuttava, vakaa ja tunnontarkka. Disc-profiilin avulla voi tiedostaa omia vahvuuksiaan ja heikkouksiaan ja samalla oppia miten näitä hyödyntämällä tulee toimeen erilaisten ihmisten kanssa. Disc profiili toimii työkaluna, jonka avulla voi muuttaa omaa käyttäytymistään niin, että se luo luottamusta eri ihmisten välille.

Tunnistin itseni hyvin selkeästi Disc profiilista. Olen I-ihminen, eli innostunut ja nopeatoimintainen sekä yhteistyön arvostaja. Huomasin, että monessa kohtaa käyttäydyn samalla tavalla, kun profiilissa kuvataan. Minusta on mukava seurustella ihmisten kanssa, ja viestiessäni lisään äänenvoimakkuutta sekä tehostan asiaani elein saadakseni ihmisten huomion. Pidän keskipisteenä olemisesta, ja muiden viihdyttämisestä. Tämän vuoksi

minun on vaikea välillä huomata, että jotkut tarvitsevat enemmän yksityisyyttä ja rauhaa. (Liite 3.)

Minut yllätti eniten se, miksi esimerkiksi C-tyylisten ihmisten kanssa toimiminen on minulle kaikista haastavinta. Olen useasti miettinyt, miksi minusta on vaikeaa tehdä yhteistyötä tiettyjen ihmisten kanssa. He arvostavat kriittistä faktatietoa, ja haluavat oman tilansa asioiden ja tehtävien analysointiin. Itse suuntaan aina suoraan tehtävään, sen enempiä miettimättä ja haluan saada sen mahdollisimman nopeasti valmiiksi ilman turhia yksityiskohtia. Koen, että minun on jatkossa helpompi lähestyä C-tyylin omaavia, koska tiedän paremmin mitä he arvostavat ja mitkä asiat saavat sen sijaan heidät ahdistuneiksi. Tehtävässä minua hämmästytti myös, miten muutamalla kysymyksellä voi saada näin laajan ja kattavan käyttäytymisdiagnoosin. (Liite 3.)

Eri-ihmisten käyttäytymistyyliä voi tunnistaa asennoista, äänenpainosta, ilmeisistä eleistä, puheen nopeudesta. Lisäksi esimerkiksi ryhmätyötehtävissä, eri tyyliä huomaavat siitä kuka ottaa vastuun mistäkin. Hyvässä ja toimivassa ryhmässä on jokaisen käyttäytymistyylin ihmistä, jolloin työ on helpompi tehdä ja jokainen saa itselleen soveltuvimman tehtävän. (Liite 3.)

Minun lähipiirissäni on oikeastaan aika monenlaisia ihmisiä. Eniten ehkä I- ja S-tyylin ihmisiä. Heidän kanssaan on mielestäni helppoa ja mukavaa toimia. Avopuolisoni on IS-tyylinen ihminen, jonka seurassa voimme innostua ja puhua paljon asioista. Ihailen kuinka hän osaa nähdä asioista myös ne järkiratkaisut ja pysyy aina kaikissa tilanteissa tyynenä hermostumatta mistään. Äitini, siskoni ja paras ystäväni ovat kaikki I-tyylin ihmisiä ja heidän kanssaan ei ainakaan jutut lopu kesken ja usein asiat menevätkin sekaisin ja ohi aiheen. Heidän on myös helppo ymmärtää, miksi minun on vaikeaa kestää hitautta. (Liite 3.)

Minusta vaikeinta on työskennellä C-ihmisten kanssa. Huomaan, että automaattisesti ohjaudun enemmän I-tyylisten tai D-tyylisten ihmisten seuraan. C-ihmisten kriittinen ja pikkutarkka työskentelytapa tuntuu haastavalta ja heidän seurassaan joudun olemaan kaikista eniten varuillani. I-tyylisten ihmisten kanssa on yleensä mukava toimia, ja koen saavani paljon aikaiseksi ja minulla on hauskaa samantyylisten ihmisten kanssa. Myös S-tyypin ihmiset ovat mukavia, ja heidän kanssaan on aina helppoa tehdä töitä, koska kun he uskaltavat kertoa ajatuksiaan ja mielipiteitään ne ovat mielestäni hyviä. Yleensä jos en osaa jotain asiaa niin hyvin, minusta on luotettavinta työskennellä D-ihmisten kanssa, joilla on aina varma visio ja näkemys mitä tehdään ja miten. (Liite 3.)

I-ihmisenä, joudun jatkuvasti olemaan hitaampi kuin mitä haluaisin olla. Minusta tuntuu myös, että minun on helpompaa laskea omaa tehokkuuttani, kun esimerkiksi C-ihmisen yhtäkkiä lisätä vauhtia. Joudun myös, kiinnittämään enemmän huomiota siihen, että saan aloittamani tehtävät valmiiksi. Innostun aina uusista jutuista nopeasti, jolloin työt missä tarvittaisiin pitkäjänteisyyttä saattavat unohtua. Yritän huomioida myös erilaisuutta olemalla hiljaa, vaikka minulla olisi kuinka paljon asiaa, mitä haluaisin sanoa tai kertoa. Se on mielestäni kaikista haastavinta varsinkin, jos keskustelen ihmisen kanssa, joka puhuu hitaasti tai monotonisesti. Minusta on myös ärsyttävää, jos ihmiset etsivät aina jotain korvattavaa tai parannettavaa joka asiasta, ja huomauttelevat niistä jatkuvasti. (Liite 3.)

## **7.2 Yritystyöskentely**

Tavoitteenani oli nähdä lisää seura toiminnan myynnistä ja markkinoinnista, sekä saada jalkaa oven väliin kevääksi mahdollisen uuden työpaikan suhteen. Halusin oppia myös lisää sponsoroinnista ja yritysten kontaktoinneista ja tapaamisista. Mielestäni oli mielenkiintoista päästä näkemään taas jotain uutta jo tutun yrityksen toiminnassa. Se helpotti myös nykyistä työtäni ja auttoi ymmärtämään enemmän yrityksen toiminnasta. Halusin myös tutustua mahdollisimman monipuolisesti myyjän työhön kuuluviin tehtäviin ja myyntityön eri vaiheisiin. Osallistua ja avustaa kumppaniyrityksen ratkaisumyyntiä. Lisäksi halusin osallistua myös prospektointiin, tapaamisiin ja niiden bukkaukseen, sekä muihin yrityksen myyntitoimintaan sopiviin tehtäviin. (Liite 2.)

Minulla oli yritystyöskentelyn aikana laajasti erilaisia tehtäviä. Tehtäviini kuului seuramme sponsori-hankinta ensisijaisesti muodostelmaluistelun aluemestaruuskilpailuihin. Hankin myös sopivia yhteistyöyrityksiä, arvioin niiden sopivuutta seuralle, sekä osallistuin nettisivujen uudistamis- projektiin. Sain myös osallistua yhteistyökumppaneille suunnatun markkinointimateriaalin laadintaan sekä yhteistyökumppaneiden kontaktointiin sähköpostitse ja puhelimitse. Pääsin neuvottelemaan ja tekemään itsenäisesti useita seuran ja yritysten välisiä yhteistyösopimuksia harjoittelujakson aikana. (Liite 2.)

Koska tein harjoitteluni pidemmällä aikavälillä viikkotuntimääräni oli n. 8h. Siihen sisältyi tapaaminen tiistaisin toimistolla ja samalla suunnitelmien laatiminen ja tehtävien päivittäminen. Muuten hoidin itsenäisesti ajankäyttöni ja kontaktoinnin. Joinain viikkoina minulla oli paljon hommaa ja tuntimäärät kasvoivat, ja toisinaan pidin kevyemmän viikon. Jouduin myös pitämään kevennettyjä viikkoja, kun odotin vastauksia ja vahvistuksia vapaaehtoisilta työntekijöiltä. Paras osuus mielestäni oli, kun sain alkaa ottamaan yhteyttä yrityksiin, ja sain sopimuksia. Tässä työssä piti olla erittäin omatoiminen ja luoda myös itse itselleen töitä, ja etsiä aktiivisesti asioita, jossa voisi olla mukana auttamassa. (Liite 2.)



Opin todella paljon tällä jaksolla. Käytännön työ on kuitenkin erilaista, kun tunneilla opiskeltiin. Minulle oli kuitenkin paljon hyötyä siitä, että tunsin terminologian ja ymmärsin etukäteen yrityksen toimintaa. Opin tekemään prospektointia ja soittamaan ja saamaan myyntejä. Lisäksi huomasin, että myyjän pitää tietää myös paljon muuta kuin vain myyntiä. Esimerkiksi jouduin etsimään Helsingin jäähallin messukarttaa, kun eräs yritys halusi nähdä pohjapiirroksen hallista. Usein yrityksiltä tuli kysymyksiä, jotka eivät edes liittyneet asiaan, vaan he halusivat tietoa jostain muista asioista, jotka sitten selvitin heille. Mielestäni saavutin tavoitteeni harjoittelussa. Halusin saada kauppvoja ja sponsoreita, sekä pedata mahdollista tulevaisuuden työpaikkaa yrityksessä. Yritin jatkuvasti tehdä vähän enemmän, kun minulta odotettiin, jotta olisin tarpeeksi aktiivinen. Nyt kun tiedän, miten homma toimii uskon, että olisin vielä tehokkaampi ja parempi myymään. Osaisin aloittaa tämän harjoittelun jälkeen samanlaisen projektin itsenäisesti ja kontaktoida yrityksiä vielä enemmän. (Liite 2.)

Huomasin, että olen enemmän headhunter-tyyppinen myyjä, joka haluaa tehdä nopeaa kauppaa ja nähdä tuloksia nopeasti. Olen parempi paineen alla kuin siten, että minulla on rajaton määrä aikaa. Haluaisin tulevaisuudessa tehdä lisää urheiluun liittyvää myyntityötä. En kuitenkaan välttämättä pelkkää varainhankintaa, vaan enemmän markkinointia ja brändäystä, verkkosivujen ja sosiaalisen median tilien hallintaa. Pidän siitä, että työ on itsenäistä ja sitä voi tehdä myös omatoimisesti. Itse olen tehokkain illalla, jonka vuoksi työnteko on silloin minulle mielekkäintä. Paras mahdollisuus on, että pystyn yhdistämään valmennuksen ja myyntityön. (Liite 2.) Tulevaisuudessa voisin toimina valmennuksen lisäksi esimerkiksi toimia konsulttina, joka tekee kansainvälisesti valmennusta toiminimellä leireillä ja kursseilla, sekä vie lajia lähemmäs olympialaisia.

## 8 Nykytilanne

Tässä osiossa kuvailen tämänhetkistä osaamistani jo aikaisemmin teoriassa käsitellyissä asioissa. Pohdin mitkä ovat mahdollisesti vahvuuksiani ja mitkä asiat ovat vielä kehityksen tarpeessa. Kerron myös, miten olen soveltanut teoriaa käytännössä omassa työssäni tai opiskeluiden aikana.

Kerron mitä olen oppinut myyntiprosessista, ja sen toteuttamisesta käytännössä. Missä tilanteissa olen käyttänyt SPIN-, ANSVA- ja OEH-malleja. Pohdin myös omia vuorovaikutustaitojani. Mitä olen oppinut sanattomasta ja sisäisestä sanattomasta viestinnästä, ja miten haluaisin hyödyntää niitä vielä lisää jatkossa. Lopuksi kerron omista kokemuksistani tiimityöskentelystä erilaisten ihmisten kanssa ja mitä yhteistä kuuntelutaidolla on myynnissä ja valmennuksessa.

### 8.1 Myyntiprosessin käyttäminen

Myyntiprosessi on tullut minulle tutuksi niin harjoitteluiden aikana, kuin tunneilla käytyinä esimerkkeinä. Osaan prospektoida asiakkaita, ja olen tehnyt myös kylmäsoittoja puhelinmyyntityössä. (Liite 5.) Pääsin tekemään prospektointia ensimmäistä kertaa yritystyöskentelyn aikana. Sain etsiä kiinnostavia yrityksiä ja ottaa heihin yhteyttä yhteistyön merkeissä. Sain myös aikaisempien sponsoreiden tietoja, joille sain soittaa ja laittaa sähköpostia. Yllätyin siitä, kuinka helppoa yhteydenotto alkukankeuden jälkeen oli. Huomasin myös innostuvani aina lisää, tehdessäni sopimuksen. Koska olen kilpailuhenkinen, halusin olla paras yhteistyösopimusten hankkija ja saada suurimman summan kerättyä varainhankinnassa. Sain suurta tyydytystä joka kerta kun merkkasin myynnin ylös yhteiseen taulukkoomme. Halusin samalla saada näkyvää hyötyä yritykselle yritystyöskentelystäni.

Näkisin myyntitapaamiseen valmistautumisen samalla tavalla, kun valmistautuisi työhaastatteluun. Siinä on mielestäni paljon samoja elementtejä, ja tuloksena on yhteinen molempia osapuolia miellyttävä sopimus. Olen ollut myyntitapaamisessa ostajan roolissa, ollessani ravintolapäällikkönä ennen opiskeluiden alkua. Toisaalta silloin, en tiennyt vielä mitään koko myyntiprosessista. En ole ollut myyjä osapuolena vielä myyntitapaamisessa, mutta olen päässyt harjoittelemaan sitä useita kertoja koulussa eri kursseilla. Mielestäni myyntitapaamisten harjoittelu on ollut hyödyllistä, ja se lisää varmuutta ennen oikeaa tapaamista. Koen, että osaan teoriassa toimia tulevaisuudessa myyntitapaamisessa, mutta uskon, että se taito kehittyy kokemuksen mukaan paremmaksi.

Mielestäni SPIN-mallia on helpompi käyttää, kun keskustelen urheilijan kanssa kahden kesken, ja pohtiessa yksilölle sopivaa kehityssuunnitelmaa. Esimerkiksi kun urheilija haluaa kehittää liikkuvuuttaan. Esimerkki tilannekysymyksestä on, että: ”Minkälainen liikkuvuus sinulla on tällä hetkellä.” Tällöin urheilija saa itse vastata oman kokemuksensa mukaan. Lisäksi meillä on yleensä myös materiaalia, kuten mittaustuloksia, kuvia tai videoita sen hetkisestä liikkuvuuden tilasta. Ongelmakysymyksenä voi olla, että: ”miten tämän hetkinen liikkuvuuden taso vaikuttaa jäällä liukuihin?” Tällöin urheilija voi kertoa oman tuntemuksensa, ja ajatuksensa, miksi heikko liikkuvuus haittaa lajissa tarvittavia taitoja. Järkevä seurauskysymys tähän on silloin, että: ”Miten koet, näiden tämänhetkisten liukujen vaikuttavan etenemiseesi luistelu-uralla?” Urheilija pystyy silloin itse konkretisoimaan tilanteen vaikutukset tulevaisuuteen. Lopuksi merkityskysymyksillä, pystytään pohtimaan, miten toimitaan jatkossa, ja mikä on paras vaihtoehto kyseiselle urheilijalle. Ajatuksen on tultava luistelijalta itseltään, eikä valmentajan määräämänä. Tämä lisää tahtoa motivoitua oman henkilökohtaiseen tavoitteeseen. Kysymys voisi olla esimerkiksi, että: ”Miten liikkuvuuden kehittäminen parantaisi mahdollisuuksiasi olla tulevaisuudessa huippu-urheilija?”

Olen käyttänyt ANSVA-mallia valmentaessani urheilijoita. Se toimii mielestäni erittäin hyvin niin myynnissä kuin valmennuksessa. Esimerkiksi kun olen halunnut vaihtaa kilpailuohjelmasta, jotain elementtiä olen pyrkinyt toimimaan kyseisen mallin mukaisesti. (A) Ensin pohdin yhdessä joukkueen kanssa, että mitä voisimme tehdä kyseiselle elementille, jotta se sujuisi paremmin. Tämä herättää yleensä kiinnostusta, koska luistelijat haluavat, että ohjelma olisi mahdollisimman hyvä jokaisella osa-alueella. (N) Viittaa aikaisemman kilpailun kyseisen elementin pisteisiin. Pyrin löytämään tarpeen, miksi tämä muutos on välttämätön, jotta saisimme seuraavissa kilpailuissa enemmän pisteitä. (S) Tämän jälkeen opettelemme mahdollisen muutoksen kyseiseen elementtiin. Olen suunnitellut valmiiksi koko muutoksen, ja sen vaatimat askeleet, musiikin tahtien määrät ja jokaisen paikan muutokset. Samalla luistelijat pääsevät kokeilemaan miltä muutos tuntuisi tehdä käytännössä. (V) Harjoiteltuamme muutosta, pyrin luomaan kuvan joukkueelle miltä tämä elementti tulisi näyttämään hetken harjoittelun jälkeen. Yleensä elementti ei nimittäin parane vielä huomattavasti tässä vaiheessa. Uuden oppiminen ei tapahdu hetkessä, vaan se vaatii aikaa ja useamman toiston toimiakseen. (A) Kohdan viimeinen vaihe on hieman sama kuin kaupan päättäminen. Kysyn luisteliijoilta, mitä mieltä he olisivat tästä muutoksesta ja näkisivätkö he tästä olevan enemmän hyötyä kuin vanhasta versiosta. Yleensä muutokset hyväksytään, koska urheilijoilla on valtava halu kehittyä jatkuvasti paremmiksi, vaikka se vaatisi lisää töitä ja haastetta. Näin ollen koen tehneeni hyvän kaupan, joka palvelee molempia osapuolia tasavertaisesti.

Ominaisuus-etu-hyöty taktiikkaa olen käyttänyt, kun tein yritystyöskentelyn sponsori-hankintaa. Varainhankinnassa, ei pysty kilpailemaan rahallisella hyödyllä, jonka vuoksi tarjosimme yhteistyöstä näkyvyyttä mainonnalla, myyntipisteillä tai jäähallin näytöillä pyörivillä videoilla. (O) Ominaisuutena esimerkiksi juuri myyntipiste. Me tarjoamme pöydän, jossa yhteistyökumppanimme voi myydä yrityksensä tuotteita, tai palveluita. (E) Etuna, meidän yrityksemme tarjoaa, myyntipisteen pöydän, ja huolehtii sen kokoamisesta ja purkamisesta tapahtuman jälkeen. Yrityksen edustaja saa myös akreditointi kortin kahdelle myyntiedustajalle kyseiseen tapahtumaan. (H) Hyötynä asiakkaalla on mahdollisuus lisämyyntiin, näkyvyyteen tapahtumassa, ja sen sosiaalisessa mediassa. Lisäksi mahdollisuus päästä osalliseksi tapahtumaa.

## 8.2 Vuorovaikutustaitojen käyttäminen

Vuorovaikutustaidoissa koen olevani todella hyvä. Minua kiinnostaa paljon kaikki sanattomaan ja sisäiseen sanattomaan viestintään liittyvät asiat, ja pohdin niitä ja niiden toteuttamista päivittäin. Koska toimin valmentajan, en koskaan risti käsiäni puuskaan rinnalleni puhuessani luisteliijoille. Olemme sopineet myös urheilijoiden kanssa, että kukaan muukaan ei tee niin. Sovimme myös, että jos huomaan jonkun seisovan niin, sen saa mennä hellästi avaamaan kädellä, koska se tapahtuu usein ajattelematta. Pysin jatkuvasti kiinnittämään huomiota omaan toimintaani ja kehittämään sitä.

Sisäisessä sanattomassa viestinnässä on se puhe, jota käyn itseni kanssa jatkuvasti. Miten kommunikoin itselleni. Usein huomaan, että se oma sisäinen puhe on negatiivisempaa, kuin mitä sanoisin kenellekään muulle ihmiselle. Yritän siksi muokata omaa tapaa puhua itselleni. Olen myös käyttänyt jo aikaisemmin mainitsemiani voima-asentoja ja sillä tavoin ”huijannut” kehoani eri tunnetilaan. Esimerkiksi töissä, jos minulla on ollut väsyttävä ja stressaava päivä luistelen ensin muutaman minuutin itse jäällä alkuveryyttelyä urheilijoiden kanssa. Vasta sen jälkeen aloitan valmentamani tunnin pitämisen. Luistelun vauhti ja liuku tyhjentävät aina mieleni kaikesta ahdistavasta ja raskaista ajatuksista, jotka vievät energiaa enemmän kuin antavat. Näin voin olla parempi valmentaja, kun aloitan tunnin. Mikään ei ole pahempaa kuin oman negatiivisen tunnetilan siirtäminen toiselle ihmiselle.

Uskon, että joukkueurheilu on opettanut minulle enemmän kuin mikään muu vuorovaikutustaidoista. Tiimissä yhteistyö on ehdottoman tärkeää. Vaikka välillä se tarkoittaa, että päätökset eivät ole kaikista mieluisimpia itselle. Joukkueessa jokainen on tärkeä osa tiimin toimivuutta. Erilaisuus ja sen tuoma diversiteetti luo paremmat mahdollisuudet menestykselle. Muiden huomioiminen ja oman persoonan mukauttaminen

tiimin vaatimien tarpeiden mukaan vie joukkuetta eteenpäin. Joukkue on kuin helminauha, jossa jokainen helmi on yhtä kirkas ja arvokas, mutta jos ketju katkeaa ja yksi helmi tippuu pois, se vaikuttaa koko korun malliin muokaten siitä erilaisen.

Koulussa tehdyn Disc- profiilin myötä olen alkanut tulkitsemaan enemmän ihmisten eri persoonallisuus tyyppejä. Ostin Thomas Eriksonin kirjan *Idiootit ympärilläni*, joka liittyy kyseiseen aiheeseen. Vaadin myös koko perheeni ja lähipiirini lukemaan kyseisen kirjan, jotta pääsisin keskustelemaan heidän ajatuksistaan ja mielipiteistään aiheesta. Vaikka kyseessä ei ole mikään vedenpitävä psykologin analyysi, mielestäni on mielenkiintoista huomata erilaista tapoja vuorovaikuttaa ja tehdä yhteistyötä. Se myös antaa itselleni uusia näkökulmia toimia erilaisissa tilanteissa.

Muiden ihmisten kuunteleminen on tärkeää kaikilla elämän aloilla, ei pelkästään myynnissä tai valmennuksessa. Koulussa tärkein oppi jokaisella kurssilla oli, että myyjän tärkein ominaisuus on kaksi korvaa ja yksi suu. Tämä on minulle sen vuoksi kaikista haastavin ominaisuus. Olen I-ihminen ja puhun paljon, ja nopeasti. Välillä tuntuu, että omat ajatuksetkin liikkuvat nopeampaa kuin suuni. En pidä hiljaisuudesta, tai yksinolosta vaan nautin ihmisten seurasta ja siitä, että ympärillä on paljon puhetta ja naurua. Koen ahdistavina tilanteet mistä keskustelukumppanini on hidastempoinen ja analyttinen. Tämän vuoksi myyntityön koulutusohjelma on ollut minulle loistava paikka harjoitella kuuntelemista. Se tulee varmasti olemaan jatkuva kehityskohteeni, jossa menen epämukavuusalueelleni uudestaan ja uudestaan. Kuuntelen mielelläni ystäviäni ja läheisiäni ja niitä kenellä on mielenkiintoista asiaa. Mutta keskustellessani jostain itseäni vähemmän kiinnostavasta aiheesta, huomaan kuinka ajatukseni lähtevät tahtomatta harhailemaan. Sen vuoksi koen, että tarvitsen vielä lisää harjoitusta tässä asiassa.

## 9 Kehityssuunnitelma

Kehityssuunnitelmani koostuu omasta kehitymisestä myyntiprosessissa, jossa kertaan oman osaamisen myyntiprosessista. Miten olen päässyt sitä toteuttamaan ja mitä haluaisin oppia lisää. Kerron myös, miten olen käyttänyt. SPIN, - ANSVA- ja OEH-malleja, miten aion käyttää niitä myös jatkossa niin myyntityössä kuin valmennuksessa.

Kehityssuunnitelmani toinen osa kertoo vuorovaikutustaidoista ja siitä, miten haluaisin kehittää omaa osaamistani, ja missä olen mielestäni jo onnistunut. Pohdin myös, miten Disc-analyysi vaikuttaa tapaan toimia erilaisten ihmisten kanssa. Mietin, miten voisin parantaa omaa myynti ja valmennusosaamistani saamieni oppien ja tietojen avulla. Kehityssuunnitelma on kokonaisuus tämänhetkisestä osaamisestani myynnin teorian hallinnassa.



Kuva 4. Kuvio kehityssuunnitelmasta

### 9.1 Kehittyminen myyntiprosessissa

Osaan myyntiprosessin teoriassa, mutta haluaisin saada lisää kokemusta käytännössä. Uskon, että kun valmistun ja pääsen aloittamaan työt myynnin ja valmennuksen parissa, kehityn vielä lisää. Tavoitteenani on saada tehtyä koko myyntiprosessi itsenäisesti prospektoinnista kaupan päättämiseen. Haluaisin luoda tulevaisuudessa vahvan asiakkuuksien verkoston. Toivon pääseväni vielä myyntitapaamiseen, ja tekemään sen ja hoitamaan muut siihen liittyvät asiat.

Aion myös jatkaa SPIN, - ja ANSVA-mallin käyttöä niin valmennuksessani kuin myynnin töissä. Mielestäni se toimii hyvänä pohjana, kun halutaan asiakkaan itse keksivän ratkaisun, joka hyödyttää molempia osapuolia. OEH-taulukko toimii mielestäni myös hyvin, myyntitapaamisen työkaluna. Tärkeintä on kuitenkin olla valmistautunut tarpeeksi hyvin, jotta se voi toimina voi tukena. Voin hyödyntää niitä myös valmennuksessani, jonka vuoksi ne toimivat hyvinä työkaluina myös urheilussa.

Tulevaisuudessa toivon voivani oppia vielä lisää urheilusponsoroinnista, sillä sen avulla voin yhdistää luistelun ja myynnin työt. Pääsisin harjoittelemaan molempia, ja viemään muodostelmaluistelua eteenpäin. Muodostelmaluistelu on ollut perinteisesti vahvasti nais-painotteinen laji, jonka vuoksi tasa-arvoisempi sponsorointi eri lajien välillä nostaisi myös perinteistä naisurheilua. Muutamassa Suomen joukkueessa on myös miesluistelijoita, mikä tuo lajille mielestäni hienoa diversiteettiä. Suomi on maailman menestynein maa muodostelmaluistelussa. Ensimmäiset maailmanmestaruuskilpailut järjestettiin vuonna 2000 ja sen jälkeen Suomi on voittanut maailman mestaruuden yhdeksän kertaa. Minusta olisi hienoa olla osana tulevaisuudessa viemässä tätä lajia olympialaisiin.

## **9.2 Kehittyminen vuorovaikutustaidoissa**

Uskon kehittyväni jatkuvasti vuorovaikutustaidoissa. Olen oppinut tämän koulutusohjelman aikana paljon uutta, ja se on lisännyt kiinnostustani erityisesti sanattomaan viestintään. Olen oppinut miten voin hyödyntää sitä myyntitapaamisessa, tai työssäni jäähallilla urheilijoiden kanssa. Minun tulee kehittää vielä lisää omaa sisästä puhettani kannustavammaksi ja eteenpäin vieväksi. Välillä se vetää toiseen suuntaan kuin pitäisi. Uskon sen kuitenkin olevan jatkuva prosessi. Aion jatkaa sanattomasta viestinnästä kertovien kirjojen ja artikkeleiden lukemista myös tulevaisuudessa.

Disc-profiilin ansiota olen oppinut ymmärtämään erilaista ihmisiä paremmin, aion myös tulevaisuudessa kiinnittämään siihen huomiota. Haluaisin muuttua I-ihmisestä enemmän ID-ihmisen suuntaan. Toivoisin olevani jämpimpi ja tarkempi. Ihailen D-ihmisten ominaisuutta hallita kaottingin tilanne ja saada pyörät pyörimään, kun muut pohtivat mitä tekevät. Koska olen nopea, teen myös paljon virheitä. Saan virheet korjattua, mutta joudun tekemään ylimääräistä työtä sen sijaan, että tekisin kerralla tarkkaa ja huolellista työtä.

Vuorovaikutustaidoista minun täytyy kehittää lisää kuuntelutaitoani, ja jaksamista keskittyä yhteen asiaan kerrallaan. Olen aina innoissani aloittamassa uutta projektia, ja sanon lähes

jokaiselle tarjoukselle kyllä, ennen kun edes mietin mihin lupauduin. Olen kuitenkin oppinut, että saan vain kaikista mielenkiintoisimmat asiat tarpeeksi hyvin tehtyä. Asiat, jotka minua ei kiinnosta, vaativat ison määrän itsekuria, jotta saisin ne tehtyä tyydyttävästi. Olenkin ajatellut sanoa jatkossa, palaavani asiaan mahdollisimman pian, ennen kuin vastaan mitään pysyvää. Kuuntelutaidoissa haluaisin olla parempi ja uskon, että se vaatii lisää kärsivällisyyden harjoittelua.

Tulen hyvin toimeen erilaisten ihmisten kanssa, mutta haluaisin oppia vielä lisää ihmisten erilaisista toimintatavoista ja persoonista. Miksi joku on, sellainen kun on? Mitkä asiat motivoivat tiettyä urheilijaa? Miten voin auttaa joukkuettani menestymään? Nämä ovat asioita, joita pyörittelen mielessäni ja haluaisin oppia niistä lisää. Minulla on kova kunnianhimo olla jatkuvasti parempi, ja huomaan, että sen vuoksi unohdan välillä iloita jonkun tavoitteeni saavuttamisesta. Olen jo mielessäni siirtynyt seuraavan haasteen eteen. Saan suurinta mielihyvää, kun yritän saavuttaa tavoitteitani, varsinkin jos tiedän niiden olevan mahdollisia.

### **9.3 Kehityssuunnitelman arviointi**

Mielestäni kehityssuunnitelmani on realistinen. Haluan pitää suunnitelman sellaisena, että se on mahdollista saavuttaa. Osa tavoitteistani on pidemmälle aikavälille, jonka vuoksi niiden kehittäminen jatkuu todennäköisesti koko elämän. Toivon, että opin paljon uutta, jonka avulla voin kehittyä paremmaksi ja sitä kautta muuttaa tai muokata omia tavoitteitani aina eteenpäin. Tämän hetkiset tavoitteet ovat osittain jo erilaista mitä ne olivat muutama vuosi sitten.

Kehitystavoitteitteni eteen voin tehdä joka päivä töitä, niin myynnin kuin valmennuksenkin parissa. Pelkästään tavoitteiden saavuttaminen ei ole minulle tärkeää, vaan haluaisin oppia samalla lisää itsestäni ja muista ihmisistä. Aion kysyä myös kehitystavoitteita läheisiltäni, sillä uskon, että heillä on rehellisiä mielipiteitä osaamisestani. Prosessin tavoitteena on kehittyä paremmaksi myyjäksi ja valmentajaksi.

Kehityssuunnitelmani on henkilökohtainen, jonka vuoksi se on hyödyllinen vain minulle. Toisaalta se antaa hyvät raamit seuraaviin haasteisiin, joita haluaisin saavuttaa. Kehityssuunnitelma on tarpeeksi kokonaisvaltainen, jotta se kattaa myyntiin ja valmennukseen liittyviä haasteita.

Suunnitelman pohjan luominen oli mielestäni helppoa, koska se pohjautui teoriaan, jonka osaan mielestäni hyvin. Suunnitelma kuitenkin muokkaantui kirjoitusprosessin aikana, ja



se kehittyi jatkuvasti samalla. Tavoitteet pysyivät kuitenkin samoina koko prosessin ajan. Toisaalta suunnitelman muokkaantuminen, ja kehittyminen paremmaksi tekee siitä selkeämmän ja se helpottaa myös omaa ymmärrystäni niistä asioista, joissa haluaisin kaikista eniten kehittyä.

#### **9.4 Oman oppimisen ja opinnäytetyöprosessin arviointi**

Olen oppinut paljon uutta opinnäytetyön aikana. En tiennyt osaavani jo niin paljon asioita, josta saisin koostettua opinnäytetyötä. Työ eteni nopeammin kuin ajattelin ja sain paljon kirjoitettua lyhyessä ajassa. Siihen auttoi aiheen mielenkiintoisuus ja henkilökohtaisuus. Uskon myös, että asioiden kirjoittaminen ja jakaminen aikaisempaan osaamiseen, nykyhetkeen ja kehityssuunnitelmaan oli hyvä idea. Se hahmotti oman osaamisen kehittymistä Haaga-Helian myyntityönkoulutusohjelman aikana.

Portfolio oli opinnäytetyöni tärkein osa, ja se toimi omana tutkimuksena siihen mitä yhteistä myyntityöllä ja valmennuksella on. Yllätyin itsekkin, kuinka paljon aloissa on samaa, kun aloin keräämään aineistoa. Huippu-urheilussa ja huippumyynnissä on paljon samaa, ja uskon sen olevan syy miksi minua kiinnosti alkaa opiskelemaan tätä alaa kaksi vuotta sitten. Menestymisen halu, ahkeruus ja oma motivointi on mielestäni avain niin opiskelussa kuin huippu-urheilussakin. Huomasin, että käytän näitä teorian tekniikoita myös omassa kehityksessäni. Asioiden jäsentely ja oman kehityksen seuraaminen ja eteenpäin vieminen on mielestäni kiinnostavaa. Toivon voivani hyödyntää näitä oppeja käytännössä vielä lisää.

Opinnäytetyö oli kiinnostava prosessi, ja se antoi uusia näkökulmia oppimiseen ja kehittymiseen. Tulevaisuudessa uskon tästä työstä olevan hyötyä. Opinnäytetyöprosessi oli mielestäni helppo toteuttaa ja sain työstä paljon irti. Toivon, että tätä prosessia on mahdollista käyttää myös muissa alan töissä.

## Lähteet

Bergström, S. & Leppänen, A. 2001. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita Oy. Helsinki.

Eades, K. 2004. The new solution selling: the revolutionary sales process that is changing the way people sell. New York: McGraw-Hill.

Mäkinen, E. 2017. Myyntityö ammattina. DISC-analyysi.

Mäkinen, E. 2018. Tutkielma, Tavoitteellinen asiakaskohtaaminen.

Mäkinen, E. 2018. Yritystyöskentelyraportti.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu 2018. Myyntityön koulutus, tradenomi. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/koulutus/ammattikorkeakoulututkinnot/myyntityon-koulutustradenomi> Luettu: 25.3.2019

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu 2018. Yritystyöskentely. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/opinto-opas/opintojaksokuvaukset/SEL2LZ005?userLang=fi> Luettu: 25.3.2019

Henttinen, M. Mentaalivalmentaja. Psykkisen valmennuksen luennot 2010-2016. Helsinki.

Jyväskylän kielikeskus. Nonverbaalisen viestinnän koodeja. Luettavissa: [https://kielikompassi.jyu.fi/puheviestinta/tietomajakka/maja\\_perusteita\\_maarittely\\_koodit.shtml](https://kielikompassi.jyu.fi/puheviestinta/tietomajakka/maja_perusteita_maarittely_koodit.shtml) Luettu: 9.5.2019

Puumalainen, S. Näyttelijä ja ilmaisutaidon opettaja. Ilmaisutaidon luento 18.1.2017. Helsinki

Rubanovitsch, M. & Aalto, E. 2007. Myynnin lyhytterapia - sanoista tekoihin. Helsinki: OY Imperial Sales AB.

Rubanovitsch, M. & Aalto, E. 2013. Myy enemmän – myy paremmin. Saarijärvi: Johtajatiimi.

Rummukainen, T. 2016. Huippumyyjä. Eura Print Oy 2016.

Suomen taitoluisteluliiton 1-tason valmentajakoulutus. 8.3.2018-12.11.2018. Helsinki ja Vierumäki.

Ted Talks 2012. Amy Cuddy. Katsottavissa:

[https://www.ted.com/talks/amy\\_cuddy\\_your\\_body\\_language\\_shapes\\_who\\_you\\_are?language=fi](https://www.ted.com/talks/amy_cuddy_your_body_language_shapes_who_you_are?language=fi) Katsottu: 21.3.2019

Wordpress 2013. ANSVA-kaava. Luettavissa:

<https://aikaks.wordpress.com/2013/12/04/ansva-kaava/>. Luettu: 21.3.2019

Wordpress 2013. Puhuminen. Luettavissa:

<https://vuorovaikutustaidot.wordpress.com/puhuminen/>. Luettu: 7.5.2019

Young, R. 2014. Why Questions Matter in Selling - A Synopsis of SPIN Selling. Sales Methodology

Österlund, P. Myynnin SPIN-tekniikka. 20.2.2016. Luettavissa:

[https://www.parosterlund.com/wp-content/cache/page\\_enhanced/www.parosterlund.com/opas-hyvien-kysymysten-kysymiseen/index.html\\_gzip](https://www.parosterlund.com/wp-content/cache/page_enhanced/www.parosterlund.com/opas-hyvien-kysymysten-kysymiseen/index.html_gzip) Luettu: 9.5.2019

## **Liitteet**

### **Liite 1. Tutkielma**

Salainen

### **Liite 2. Yritystyöskentelyraportti**

Salainen.

### **Liite 3. DISC-analyysi**

Salainen.

### **Liite 4. STLL 1-tason valmentajakoulutus**

Salainen.

### **Liite 5. Puhelinmyynnin ja asiakaspalvelun harjoittelu PowerPoint**

Salainen