

Kehittyminen vaikuttavaksi esiintyjäksi myyntineuvottelussa

Samuel Mantymaa

Opinnäytetyö
Myyntityön koulutusohjelma
2021



Tekijä(t) Mäntymaa, Samuel	
Koulutusohjelma Myyntityön koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Kehittyminen vaikuttavaksi esiintyjäksi myyntineuvottelussa	Sivu- ja liitesivumäärä 52 + 29
<p>Tässä opinnäytetyössä kuvataan tekijän omaa kehittymistä vaikuttavaksi esiintyjäksi myyntineuvottelussa. Työ sai alkunsa siitä, että tekijä ymmärsi, miten tärkeä taito vaikuttava esiintyminen on myyntityössä ja tekijä halusi kehittyä paremmaksi esiintyjäksi.</p> <p>Tavoite opinnäytetyössä on pohtia, miten hyvällä esiintymistaidolla voi tukea myyntineuvottelua sekä pohtia tekijän omaa kehityspolkua esiintyjänä ja kuinka tekijä voi kehittyä nykyistä taitavammaksi esiintyjäksi erityisesti myyntineuvottelussa tapahtuvan esiintymisen kannalta. Työn toteutustavat ovat itsereflektio sekä myyntiin ja esiintymiseen liittyvän lähteistön tutkiminen.</p> <p>Tietoperusta -osuudessa käsitellään kahta aihetta, myyntineuvottelua ja vaikuttavaa esiintymistä. Myyntineuvottelu -osuus sisältää kaikki myyntineuvottelun vaiheet valmistautumisesta asiakkaiden jälkihoitoon ja lisämyyntiin. Vaikuttavan esiintymisen osuus käsittelee monipuolisesti myyntityön kannalta tekijän relevanteiksi kokemia tekijöitä esiintymistaidossa. Tietoperustan yhteenvedossa kuvataan tietoperustaa soveltamalla, mitä vaikuttavan esiintymisen elementtejä myyjän on otettava huomioon myyntineuvottelussa. Yhteenvedossa havaitaan, että myyntineuvottelussa myyjän on hallittava omaa esiintymisjännitystään, pidettävä vuorovaikutus asiakkaaseen, kiinnitettävä huomiota sanalliseen ja sanattomaan viestintään sekä pyrittävä persoonalliseen ja karismaattiseen myyntilähestymiseen.</p> <p>Portfolio-osuudessa käsitellään tekijän saamia oppeja esiintymisestä lukioikäisestä nykyhetkeen. Siinä pohditaan tekijän nykyisiä vahvuuksia ja heikkouksia sekä luodaan kehityssuunnitelma niiden pohjalta. Kehityssuunnitelmassa tuotetaan oman myyntiesiintymisen matriisi, joka on konkreettinen työkalu tukemaan tekijän kehittymistä myyntiesiintymisessä. Opinnäytetyö on ennen kaikkea suunnattu auttamaan tekijää itseään kehittämään, mutta siitä hyötyvät myös muut myynnin opiskelijat tai myyjät, joilla on halu kehittyä esiintyjänä.</p> <p>Työ toteutettiin aikavälillä helmikuu 2021 – toukokuu 2021.</p>	
Asiasanat Myyntineuvottelu, esiintymistaito, esiintyminen, henkilökohtainen kasvu, sanaton viestintä, myynti	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet	1
1.2	Opinnäytetyön rakenne ja peittomatriisi	2
2	Myyntineuvottelu	4
2.1	Valmistautuminen	4
2.2	Avaus.....	6
2.3	Tarvekartoitus	6
2.4	Ratkaisun esittäminen.....	8
2.5	Asiakkaan huolenaiheiden käsittely.....	9
2.6	Hinnan perustelevminen	11
2.7	Kauppan päättäminen.....	12
2.8	Asiakkaiden jälkihoito ja lisämyynti.....	13
3	Vaikuttava esiintymistaito	14
3.1	Esiintyjän persoona ja karisma.....	14
3.2	Sanallinen viestintä	15
3.3	Sanaton viestintä	16
3.3.1	Katse ja ilmeet	17
3.3.2	Asento.....	17
3.3.3	Käsillä elehtiminen	18
3.3.4	Vakuuttava ulkomuoto.....	19
3.4	Äänenkäyttö.....	19
3.5	Vuorovaikutus yleisöön	21
3.6	Esiintymisjännitys ja sen hallitseminen.....	22
4	Tietoperustan yhteenveto	24
5	Portfolio ja kehityssuunnitelma – Oman esiintymisen kehittyminen.....	28
5.1	Projektisuunnitelma ja aikataulu	28
5.2	Esiintyminen lukiossa.....	30
5.3	Esiintyminen myyntityön koulutusohjelmassa.....	31
5.4	Esiintyminen myyntityön koulutusohjelman ulkopuolella Haaga-Heliassa.....	34
5.5	DISC -analyysi	35
5.6	Esiintymiset armeijassa.....	37
5.7	Esiintymiset harrastuksissa	38
5.8	Esiintymiset työelämässä.....	39
5.9	Nykytilanne	40
5.10	Kehityssuunnitelma	42
5.11	Luotettavuus	47
6	Pohdinta.....	48

6.1	Tuotoksen merkitys, hyödyllisyys ja ajankohtaisuus tekijälle ja alalle	48
6.2	Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset	49
6.3	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi	49
	Lähteet	52
	Liitteet	53
	Liite 1. Tutoriaalimuistiinpanot	53
	Liite 2. Ryhmäni esitysmateriaali Yrityksen taloushallinto -kurssilla	53
	Liite 3. Konsultatiivinen myynti -kurssin esitysmateriaali	53
	Liite 4. DISC-analyysi	53
	Liite 5. Todistus Aliupseerikurssin suorittamisesta	53
	Liite 6. Työtodistus Trainers' House	53

1 Johdanto

Tekijällä heräsi kipinä opinnäytetyön tekemisestä esiintymistaitoon liittyen ensimmäisen kerran Toimittajan esiintymistaito -kurssilla. Kurssi antoi uskoa siihen, että jokaisella, myös tekijällä, on omia vahvuusalueita esiintymisessä ja jokainen voi oppia erinomaiseksi esiintyjäksi. Esiintyjänä voi kehittyä, kun ymmärtää, mistä kaikista pienistä asioista esiintymistaito koostuu, ja kun keskittyy kehittymään askel kerrallaan. Esiintymään ei opi hetkessä, vaan se on prosessi, joka syntyy useista pienistä askelista.

Yhteiskuntamme digitalisoituu ja se muuttaa työelämän tarpeita. Tutkimuksissa tulevaisuuden työelämätaidoista pehmeät taidot nousevat jatkuvasti esiin. Teknologia korvaa merkittävän osan ihmisten teknisistä taidoista, mutta pehmeitä taitoja, kuten esiintymistaitoa, se ei voi korvata. Vaikka digitalisaatio on vähentänyt joukkokokousten ja livetapaamisten määrää, ei esiintymis- ja vuorovaikutustaitojen tärkeys ole yhtään vähentynyt. Asia on päinvastoin. Liikkuvan kuvan välittämisen helppous sekä yhteiskunnan viihteellistyminen ovat sen sijaan tässäkin suhteessa vain kasvattaneet esiintymistaidon merkitystä.

Myyjälle esiintymistaito on valtavan tärkeää. Laadukas ja hyödyllinen tuote ei myy itse itsensä. Kauppaan ei tämän lisäksi vielä riitä edes se, että yritys on uskottava ja luotettava. Myös myyjän itse tulee olla vakuuttava ja omalta osaltaan vahvistaa edustamansa yrityksen sekä tuotteen uskottavuutta. Esiintymistaito on yksi tärkeistä taidoista, joka tekee myyjästä vakuuttavan ja uskottavan.

Tekijä halusi yhdistää opinnäytetyössään esiintymistaidon ja myyntityön. Koska keskeisin myyjän esiintymistilanne on myyntineuvottelu, tekijä näki hyödylliseksi tutkia esiintymistaitoa nimenomaan myyntineuvottelun näkökulmasta.

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Opinnäytetyön päätavoitteena on selvittää, kuinka myyjä voi hyvällä esiintymisellään vaikuttaa myyntineuvottelun onnistumiseen. Päätavoite on jaettu kahteen alatavoitteeseen: mistä elementeistä koostuu vaikuttava esiintymistaito, ja toisaalta mistä koostuu onnistunut myyntitapaaminen. Tekijä on pyrkinyt rajaamaan esiintymistaidon tietoperustan sellaisiin osa-alueisiin, jotka ovat relevantteja myös myyntineuvottelun kannalta. Myyntineuvottelu on aina esiintymistilanne ja keskeinen osa myyjän työtä, joten hyvä esiintymistaito auttaa myyjää menestymään työssään.

Työn tavoitteena on myös reflektoida tekijän omaa esiintymistaitoa sekä luoda kehityssuunnitelma, kuinka tekijän esiintymistaitoa voi kehittää myyntineuvottelun kannalta tärkeissä ominaisuuksissa. Kehityssuunnitelmassa tuotettavaa oman kehityssuunnitelman matriisia, eli taulukkoa 3, voivat hyödyntää myös muut kuin tekijä itse. Vaikka työ on ennen kaikkea tarkoitettu auttamaan tekijän henkilökohtaista kehittymistä vaikuttavaksi esiintyjäksi myyntiesiintymisissä, tekijä uskoo sen tukevan kenen tahansa myyjän tai myyntityön opiskelijan esiintymistaidon kehittämistä.

1.2 Opinnäytetyön rakenne ja peittomatriisi

Taulukko 1. Peittomatriisi.

Tavoitteet	Tietoperusta	Projektinhallinta- ja toteutusmenetelmät	Tulokset
Päätavoite: tekijän esiintymiskokemusten reflektointi ja kehityssuunnitelman tekeminen, jossa kuvataan, kuinka tekijä voi kehittää omaa myyntiesiintymistään?	myynti- ja esiintymislähteistö, tekijän oma kokemus, palautteet tekijän esiintymisistä, liitteet	viikot 13-14, itsereflektointi	luvun 5 alaluvut 5.2 - 5.10, erityisesti taulukot 2 ja 3
Osatavoite 1: miten hyvällä esiintymistaidolla voi tukea myyntineuvottelua?	luku 2 ja 3, myynti- ja esiintymiskirjallisuus ja muu aiheeseen liittyvä lähteistö	viikko 12, tietoperustan analysointi ja pohtiminen	luku 4, Tietoperustan yhteenveto, erityisesti kuvio 4
Osatavoite 1.1: mistä osista rakentuu tavoitteellinen myyntineuvottelu?	myyntikirjallisuus ja muu myynnin lähteistö	viikot 8-9, lähteiden läpikäynti	luku 2, Myyntineuvottelu
Osatavoite 1.2: mistä koostuu vaikuttava esiintymistaito?	esiintymiseen liittyvä kirjallisuus ja muu lähteistö	viikot 10-11, lähteiden läpikäynti	luku 3, Vaikuttava esiintymistaito

Kuten taulukossa 1 olen kuvannut, opinnäytetyön päätavoite on tekijän esiintymiskokemusten reflektointi ja kehityssuunnitelman tekeminen tulevaisuutta varten. Kehityssuunnitelmassa kuvataan tekijän vahvuuksia ja heikkouksia esiintyjänä sekä kuinka tekijä voi kehittää omaa myyntiesiintymistään myyntineuvottelussa. Päätavoitetta 4 käsitellään luvussa 5, eli portfolio-osuudessa. Portfolio-osuudessa reflektointiosuus on alaluvuissa 5.2 - 5.9 ja kehityssuunnitelma luvussa 5.10.

Reflektoinnissa käydään läpi tekijän esiintymistaidon kehittymistä lukiossa, Haaga-Heliassa, harrastuksissa, armeijassa, harrastuksissa sekä työelämässä. Lisäksi siinä pohditaan DISC-analyysin merkitystä oman esiintymisen kannalta sekä tekijän nykytilannetta esiintyjänä.

Opinnäytetyön osatavoite 1 on ymmärtää, miten hyvällä esiintymistaidolla voi tukea myyntineuvottelua. Tämä syntyy osatavoitteiden 1.1 ja 1.2 yhdistelmänä opinnäytetyön luvuissa 2 ja 3, joissa vastataan kysymyksiin: ”mistä osista rakentuu tavoitteellinen myyntineuvottelu?” sekä ”mistä koostuu vaikuttava esiintymistaito?” Tietoperustan yhteenveto, luku 4, käsittelee osatavoitetta 1 ja on lisäksi perusta kehittämissuunnitelmalle. Se on siis hyvin keskeinen luku. Siinä pohditaan perusteellisesti, mitä yleiset vaikuttavan esiintymisen käytännöt tarkoittavat nimenomaan myyntineuvottelussa.

2 Myyntineuvottelu

Tämä luku kertoo, mistä vaiheista koostuu onnistunut myyntineuvottelu, ja mitä myyjän tulee ottaa huomioon myyntineuvottelun eri vaiheissa.

Yritysmyynti pohjautuu ihmisten väliseen vuorovaikutukseen. Myyntiorganisaation edustaja, myyjä, pyrkii myymään yrityksensä tarjoamaa ratkaisua ostajaorganisaation edustajalle, ostajalle. Kummankin etu on, jos päädytään molempia tyydyttävään lopputulokseen, jossa ostajan tarve täyttyy ja myyjä tekee organisaationsa kannalta kannattavan kaupan. Keskeisin vuorovaikutustilanne myyjän ja ostajan välillä on myyntineuvottelu, joka on myyntiprosessin kaikkein tärkein tapahtuma. (Hänti, Kairisto-Mertanen & Kock 2016, luku 2.3; Ojasalo & Ojasalo 2010, 57.)

Hänti ym. (2016, luku 6.0) jakaa myyntineuvottelun seitsemään osaan: avaukseen, tarvekartoitukseen, ratkaisun esittämiseen, asiakkaan huolenaiheiden käsittelyyn, hinnan perusteluun, kaupan päättämiseen sekä asiakkaiden jälkihoitoon ja lisämyyntiin. Myyntineuvottelu ei aina sisällä jokaista näitä vaihetta, eivätkä vaiheet ole aina edellisessä virkkeessä mainitussa järjestyksessä, mutta kyseiset osat ovat hyvä runko myyjälle ohjaamaan ja suunnittelemaan onnistunutta myyntineuvottelua.

2.1 Valmistautuminen

Jotta myyjä voi onnistua myyntineuvottelussa, hänen on Aallon ja Rubanovitschin (2007, 43) mukaan muistettava hyvä valmistautuminen, oli kysymys uudesta tai pitkäaikaisesta asiakkaasta. Laadukas valmistautuminen parantaa merkittävästi myyjän mahdollisuuksia saada kauppa aikaan. Myös Laine (2015, luku 3.4) pitää ammattimaista valmistautumista merkittävänä osana myyntineuvottelun kokonaisuutta. Hänen mukaansa suurin osa myyjistä valmistautuu neuvotteluihin riittämättömällä tasolla tai jättää valmistautumisen kokonaan. Koska myyntineuvotteluun valmistautuminen on ikään kuin perusta, jonka päälle neuvottelu rakennetaan, käsitellään tässä työssä valmistautumista osana myyntineuvottelua.

Kuviossa 1 on mukailtu kuva Laineen ”Myynti on rikki” -kirjan (Laine 2015, 3.4) kuviosta ”Tsekkilista”, jossa käydään läpi asiakasneuvottelun valmistautumisvaiheessa käsiteltävät asiat. Keskeistä on räätälöidä neuvottelun sisältö asiakasorganisaation, kohdattavan henkilön sekä asiakkaan tilanteen mukaan. Mitä pidemmälle mennään listaa, sitä syvemmälle valmistautuminen menee asiakkaan maailmaan, ja toisaalta sitä vaikeammaksi valmistavien kysymysten selvittäminen muuttuu. Vain pieni osa myyjistä valmistautuu myyntineuvotteluihin riittävällä tasolla. Hyvä valmistautuminen

myyntineuvotteluun maksaa itsensä takaisin moninkertaisesti. Se johtaa esimerkiksi tehokkaampaan ajankäyttöön, keskustelun laadun paranemiseen, myyjän itseluottamuksen kasvuun sekä asiakkaan myyjää kohtaan kokeman arvostuksen kasvuun.

Käytännön asiat	Mihin, milloin, kuinka kauan?
Rooli & kiinnostus	Kenet tapaan, missä roolissa hän on ja mistä hän on kiinnostunut?
Tavoite	Mikä on tavoite tapaamiselle?
Agenda	Mikä on agenda?
Asiakastieto & historia	Mitä asiakasinformaatiota pitää hankkia ja millainen historia asiakkaalla on oman organisaationi kanssa?
Asiakkaan tilanne	Missä tilanteessa asiakas on ja missä ostoprosessin vaiheessa?
Selvitä	Mitä haluan selvittää asiakkaasta ja asiakkaan toiminnasta ja millä kysymyksillä?
Tarve	Miksi asiakas tarvitsee palveluitamme?
Herättely & näkemykset	Millä ajatuksilla voin haastaa asiakasta rakentavasti?
Asiakashyöty	Mitä hyötyä asiakas saa palaverista?
Materiaali	Millä materiaaleilla tuen neuvottelua?
Tuki	Kaipaanko tukea organisaatioltani?

Kuvio 1. Tsekkilistä (mukaillen Laine 2015, luku 3.4)

Tavoitteen tulee olla mahdollisimman selkeä ja käytännönläheinen. Se tulisi myös miettiä asiakkaan näkövinkkelistä, eli mikä on asiakkaan pohjimmainen tavoite myyntineuvottelussa. Tavoite on rajattava riittävästi ja jaoteltava osatavoitteisiin. Näiden seurauksena on mahdollista luoda agenda, eli suunnitelma, mitä asioita neuvottelussa on käsiteltävä. Neuvotteluun valmistautumisesta tyypillisimmin puuttuu asiakashyödyn sekä herättelevän ja näkemyksellisen lähestymistavan pohdinta, vaikka muihin valmistautumisen osa-alueisiin olisikin paneuduttu. Asiakas haluaa, että neuvottelusta jää jotain selkeää käteen, joten kyseisiä osa-alueita ei ole hyvä ohittaa valmistautumisessa. Asiakas pohjimmiltaan haluaa apua, ideoita ja vinkkejä, kuinka parantaa toimintaansa. (Laine 2015, luku 3.4.)

2.2 Avaus

Avauksen keskeinen tavoite on rakentaa hyvä ensivaikutelma ja ja pohja luottamukselle myyjän sekä asiakasorganisaation edustajan välille. Luottamuksen rakentaminen syntyy kunnolla vasta toteutuneen toiminnan kautta, mutta avauksessa luodaan odotusarvoa luottamukselle. Myyjän tulee kiinnittää tarkkaa huomiota sanavalintoihin ja elekieleen, sekä kuinka hänen tulee lähestyä asiakasta. Avauksessa myyjä myy ensin ikään kuin itsensä ja vasta sitten yrityksensä. Ajoissa paikalle tuleminen, siisti ulkomuoto ja uskottava sisääntulo on hyvä alku jo ennen kuin sanoja on vaihdettu ollenkaan. Hymy, energia ja ryhdikkyys luovat aina hyvää kuvaa myyjästä, mutta teennäisyyttä on varottava. (Hänti ym. 2016, luku 6.1.)

Avauksessa myyjän on osattava hyödyntää ihmistuntemustaan lähestymisessään, sillä eri ihmisiä on lähestyttävä eri tavoin. Ammattimaisuus näkyy siinä, kuinka myyjä käy tilanteen laukaisevaa small talkia. Kaupan tekeminen koetaan helpoimmaksi tehdä sellaisten ihmisten kanssa, joiden kanssa koetaan samankaltaisuutta. Myyjän olisi hyvä löytää keskustelun aiheita molemminpuolisista kiinnostuksen kohteista, esimerkiksi liittyen harrastuksiin tai muuhun henkilökohtaiseen elämään. Ihmiset haluavat tyyppillisesti puhua itsestään ja myyjän olisi hyvä saada asiakasorganisaation edustaja puhumaan. (Hänti ym. 2016, luku 6.1.)

Avauskeskustelua auttaa valmistautuminen, sillä myyjä osaa paremmin ohjata keskustelua asiakkaalle tärkeisiin asioihin. Asiakaspsykologian näkökulmasta asiakkaan päällimmäinen, tietoinen tai tiedostamaton, miete on se, salliiiko hän myyjän jatkaa keskustelua vai ei. Myyjän on pyrittävä viestimään alussa, mitä hyötyä asiakas saa palaverista. (Laine 2015, luku 3.5.1.)

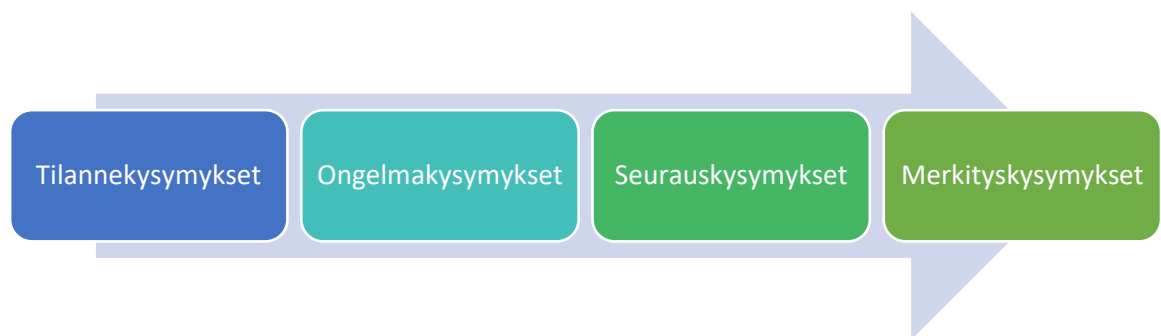
Kun asiakas on vakuuttunut myyjästä itsestään, myyjä ikään kuin myy yrityksensä. Sen vaikeus riippuu pitkälti yrityksen tunnettavuudesta. Yrityksen myymisessä luodaan mielikuva, että yritys on hoitaa kumppanina asiansa luotettavasti. Referenssiasiakkaiden kertominen osaltaan auttaa hyvän mielikuvan luomisessa. (Hänti ym. 2016, luku 6.1.)

2.3 Tarvekartoitus

Tarvekartoitus on myyntineuvottelun tärkein osuus. Sen tavoite on selvittää asiakkaan kokonaistarve, eli ei pelkästään olemassa olevia tarpeita, vaan myös tulevaisuuden näkymiä sekä odotuksia liittyen ratkaisuun. Myyjän ei tule lähtökohtaisesti ajatella tässä vaiheessa myymistä, vaan myyjän on sen sijaan ilmaistava kiinnostuksensa asiakkaan

palvelemiseen. Tämän vaiheen aikana myyjä ei pidä tuote-esittelyitä, vaan kysyy asiakkaalta kysymyksiä ja kuuntelee asiakasta. (Aalto & Rubanovitsch 2014, 78.)

Myyjän rooli tarvekartoituksessa on ennen kaikkea kyseleminen. Tarvekartoituksen aikana oikeanlaisilla kysymyksillä myyjä saa hyvän ymmärryksen asiakkaan tilanteesta sekä tarjoajan valintakriteereistä, joka auttaa häntä myöhemmin korostamaan sellaisia ominaisuuksia tuotteessaan/palvelussaan, joilla asiakkaan keskeisimmät ongelmat tulevat ratkaistua. Ammattimainen tarvekartoitus auttaa myös asiakasta selventämään itselleen tilannetta ja havaitsemaan tiedostamattomia tarpeitaan. Tutkimusten mukaan kyselevä myyjä antaa asiakkaalle vaikutelman, että myyjä haluaa oikeasti auttaa asiakasta ja löytää optimaalisen ratkaisun. (Hänti ym. 2016, luku 6.2.1.)



Kuvio 2. SPIN-menetelmä (mukaillen Hänti ym. 2016, luku 6.2.4.)

Myyjien käytetyimpiä tekniikoita sopivien kysymysten muotoilemiseen on SPIN-kyselytekniikka, jolla pyritään saada asiakas itse oivaltamaan ääneen ongelmiaan, niiden seurauksia sekä ratkaisun. Kysymykset jaetaan alla olevan kuvion 2 mukaisesti neljänlaisiin. Tilannekysymykset (Situation) käsittelevät faktoja liittyen asiakkaan tilanteeseen sekä asiakkaan arvioon omasta tilanteestaan. Ongelmakysymykset (Problem) käsittelevät ongelmia nykytilanteessa, ja niillä pyritään saamaan asiakas näkemään sellainen kehityskohde, johon myyjällä on ratkaisu. Seurauskysymyksillä (Implication) pyritään valottamaan ongelman merkitystä ja ongelmasta aiheutuvia haasteita, jotta asiakas haluaa hankkiutua ongelmasta eroon. Merkityskysymykset (Need-Payoff) liittyvät asiakkaan tarpeen ja myyjän ratkaisun yhdistämiseen ja sillä yritetään saada asiakas kertomaan itse, mitä hyötyä myyjän tarjoama ratkaisu antaisi hänelle tai hänen edustamalleen yritykselle. (Hänti ym. 2016, luku 6.2.4.)

Usein asiakas ei tunnista juurisyytä ratkaistavaan ongelmaansa, jolloin myyjän on kaivettava esiin ongelman takana oleva ongelma ja kenties senkin takana piilevä ongelma. Piilevän ongelman havaitsemiseen auttaa esimerkiksi Viisi kertaa miksi – tekniikka ("5 Whys technique"). Se on kysymystekniikka ongelmanratkaisuun, jota

esimerkiksi myyjä voi hyödyntää myyntivaiheessa. Menetelmän tarkoitus on löytää tietyn ongelman juurisyy esittämällä miksi -kysymyksiä 5 kertaa tai enemmän, joista jokainen liittyy aina edeltävään vastaukseen, jolloin ongelmaan pystytään pureutumaan yhä syvemmälle. (Harrington & Voehl 2016, 27-28; Hänti ym. 2016, luku 6.2.1.)

Kysymistä seuraa tietysti kuuntelu ja asiakkaan ymmärtäminen. Myyjän on osattava lukea rivin välistä asiakkaan epäsuorasti ilmaisema tarve, sillä asiakas harvoin paljastaa organisaationsa ongelmia aivan suoraan. Myyjän tulee viestiä, ettei hän ainoastaan kuule, mutta myös kuuntelee. Esimerkiksi tarkentavat kysymykset ja pienet ilmaisut asiakkaan kommenttien perään viestivät sitä. Kirjoittaminen muistiin on myös tapa viestii asiakkaalle myyjän ottavan hänet vakavasti. Tärkeää on myös ymmärtää kuulemansa. Myyjän on keskityttävä asiakkaan vastauksiin sekä osattava tulkita ja myöhemmin hyödyntää niitä tarjoamansa ratkaisun näkökulmasta. Lopuksi myyjän on hyvä tehdä suullinen yhteenveto asiakkaan tarpeista ja antaa asiakkaalle mahdollisuus tarkentaa toiveitaan. (Aalto & Rubanovitsch 2014, 87-89; Hänti ym. 2016, luku 6.2.2.)

2.4 Ratkaisun esittäminen

Tarvekartoitusta seuraa myyjän puheenvuoro, ratkaisun esittäminen. Myyjä kuvaa ratkaisunsa myyvällä ja ytimekkäällä tavalla, perustaen esittelynsä asiakkaalta tarvekartoituksessa selvinneisiin tarpeisiin ja toiveisiin. Ammattimainen myyjä on sisäistänyt ratkaisunsa ja myyntiargumenttinsa hyvin ja osaa valita kyseiselle asiakkaalle keskeisimmät argumentit. Myyjä ei siis kerro kaikkea mahdollista ratkaisustaan, vaan ainoastaan asiakasta eniten kiinnostavat ominaisuudet. (Aalto & Rubanovitsch 2007, 98; Hänti ym. 2016, luku 6.3.)

Mikäli tarjottavia ratkaisuja on erilaisia, myyjän kannattaa ratkaisua esittäessään lähteä aluksi kuvaamaan ominaisuuksiltaan kattavinta ja parasta ratkaisua, ja tarpeen vaatiessa siirtyä tämän jälkeen valikoiman tarjoamisessa alaspäin, vähemmän kattaviin ratkaisuihin. Aalto ja Rubanovitsch (2007, 99-100) käyttävät tästä termiä ”ylhäältä alas -myynti”. Ammattimainen myyjä ei siis aloita kuvaamalla tarjoustuotteita ja halvinta päätä, sillä psykologisesti on kevyempää liikkua kalliimmasta tuotteesta halvempaan kuin päinvastoin. Harkintakyvyn käyttö on samalla muistettava. Jos valikoiman arvokkain tuote on täysin yliampuva asiakkaan tarvekartoituksessa kuvaamiin tarpeisiin ja odotuksiin nähden, kannattaa mieluummin aloittaa esimerkiksi valikoiman puolivälistä.

Ratkaisuvaihtoehtojen kuvaamisen jälkeen kannattaa kertoa ratkaisun käyttöönotosta seuraava hyöty. Asiakas ostaa ratkaisun sen synnyttämän arvon takia, eikä tuotteen itsensä takia. Myyjän on ratkaisunsa ominaisuuksien lisäksi ymmärrettävä ominaisuuksien

tuottama hyöty asiakkaalle. Myyjän on osoitettava, mitä arvoa ratkaisu tuo asiakkaan omaan arvon luomisen prosessiin eli kuinka asiakasyritys menestyy paremmin markkinoilla. Ratkaisun arvo kannattaa osoittaa mahdollisimman konkreettisilla vaikutuksilla. Konkreettiset hyödyt voivat ovat esimerkiksi asiakkaan suorituskyvyn parantuminen, kustannusten vähentyminen tai asiakkaan toiminnan riskien välttäminen. Myyjän kannattaa käyttää OEH (ominaisuudet – edut – hyödyt) -analyysia hyötyjen analysointiin. Analyysissa luetellaan tuotteen tai palvelun ominaisuudet, käännetään ne asiakkaan saamiksi eduiksi sekä arvioidaan, mitä hyötyä kukin etu asiakkaalle tuo. (Hänti ym. 2016, luku 6.3; Laine 2015, luku 3.5.4.)

Erilaiset laskelmat tehokkuuden tai tuottavuuden osoittamiseen, esimerkiksi kustannustehokkuus- tai ROI- analyysi, ovat hyvä apuväline hyötyjen argumentoinnissa. Mikäli mahdollista, myyjän kannattaisi käyttää asiakkaan lukuja hyväksi hyötyjen kuvaamisessa. Jos myyjällä ei ole lukuja asiakkaasta, olisi syytä konkretisoida asiakasarvoa samankaltaisten yritysten lukuja hyödyntäen. (Hänti ym. 2016, luku 6.3; Laine 2015, luku 3.5.4.)

Viestiä voi tukea myös erilaisilla havainnointimateriaaleilla, kuten diaesityksellä, esitteillä, visualisoinnilla fläppitaululle, kuvilla ja videoilla. Pelkän näkö- ja kuuloaistin lisäksi voi aktivoida asiakkaan tuntoaistia, esimerkiksi antamalla asiakkaan kokeilla tuotetta tai prototyyppiä. Kaikkien käytössä olevien materiaalien on tuettava mielikuvaa tuotteen tai palvelun laadusta. Tärkeää on myös muistaa, että tukivälineet eivät saa varastaa huomiota. Katsekontaktin ja keskusteluyhteyden säilyttäminen asiakkaan kanssa on kaikkein tärkeintä. Tarvittaessa ammattimainen myyjä pärjää ilman minkäänlaisia tukivälineitä. (Hänti ym. 2016, luku 6.3.)

2.5 Asiakkaan huolenaiheiden käsittely

Tyypillisesti hyötyjen esittelyn yhteydessä tai sen jälkeen asiakas kertoo huolenaiheita myyjälle. Ne liittyvät useimmiten myyjän edustaman ratkaisun ominaisuuksiin, hintaan tai myyjän edustamaan yritykseen. Mikäli asiakas ei kysy mitään, myyjä voi myös itsekkin kysyä, onko asiakkaalla tullut mieleen kysymyksiä tai huolenaiheita. Myyjän tarkoitus on luoda päätöksenteosta asiakkaalle helppoa. Siksi on keskeistä, että asiakkaan mahdolliset epäilykset tulevat esiin, joko asiakkaan tai myyjän aloitteesta. (Hänti ym. 2016, luku 6.4.)

Vastaväitteisiin tulee suhtautua oikein. Myyjän on nähtävä ne mahdollisuutena kertoa lisää ratkaisustaan sekä rakentaa luottamusta asiakkaaseen, eikä henkilökohtaisena kritiikkinä myyjälle itselleen. Vastaväitteitä ei saa pelätä ja vältellä. Asiakkaan

huolenaiheiden pakeneminen ja ohittaminen antaa kuvan, että huolenaiheissa todella on jotain perää. Hyökkäys asiakkaaseen tai maltin menettäminen ovat myös erittäin huonoja tapa käsitellä vastaväitteitä. Sen sijaan asianmukainen käsittely vahvistaa asiakkaan kiinnostusta ja myyjän uskottavuutta. Hyvä valmistautuminen vastaväitteitä varten antaa myyjälle rohkeutta ja itsevarmuutta, jolloin hän voi jopa nauttia vastaväitteiden käsittelystä pelkäämisen sijaan. (Aalto & Rubanovitsch 2007, 117-118.)



Kuvio 3. Yleisimmät vastaväitteet (Hänti ym. 2016, luku 6.4)

Hänti (ym. 2016, luku 6.4) ryhmittelee erilaiset asiakkaan mainitsevat huolenaiheet yllä olevan kuvion 3 mukaisiin tyyppeihin. Tyypillisesti kuitenkin asiakkaan ääneen sanoma huolenaihe ei kerro koko totuutta. Myyjän on hyvä pyrkiä ymmärtämään, miksi asiakas epäilee juuri tiettyä asiaa eli mikä on vastaväitteen tausta. Vastaväitteet voivat johtua monista eri syistä, esimerkiksi siitä, että hyötyjä ei ole tuotu riittävästi esiin, asiakas haluaa parantaa neuvotteluasemaansa, asiakas koettelee myyjän argumenttien kestävyyttä tai vain haluaa näennäisen syyn lopettaa keskustelun. Todellisia esteitä asiakkaan ostopäätökselle ovat ainoastaan tarpeen, rahan tai päätösvallan puuttuminen. (Aalto & Rubanovitsch 2007, 117-118.)

Vastaväitteiden käsittelyyn on useita tapoja. Keskeisintä on kuunnella jokainen niistä alusta loppuun, oltava empaattinen ja käsitellä pienimmätkin vastaväitteet asianmukaisesti. Samalla myyjän on pidettävä omasta myyntiprosessista kiinni, eli vältettävä antautumista asiakkaan ostoprosessin ohjailtavaksi. Jos myyjä ei kokonaan ymmärrä huolenaihetta, hänen kannattaa kysyä tarkentavia kysymyksiä. (Hänti ym. 2016, luku 6.4.)

Jos asiakkaan argumentti on epäpätevä, vastaväitteet voi torjua suorasti tai epäsuorasti. Suora torjunta tarkoittaa, että myyjä osoittaa suhteellisen terävästi asiakkaan ymmärtäneen väärin ja perustelee syynsä. Epäsuora torjunta tarkoittaa sitä, että myyjä viestii ymmärtävänsä asiakkaan tilanteen tai myöntää väitteen osittain oikeaksi, mutta pystyy esittämään vankempia perusteluita oman näköalansa tueksi. Asiakkaan argumentin ollessa oikea, voi myyjä kompensoida asiakkaan havaitsemaa puutetta jollain ratkaisunsa toisen ominaisuuden tuomalla hyödyllä. Tällöin voi myös kääntää vastaväite kysymykseksi. Jos aihetta tullaan käsittelemään myöhemmin tai myyjä tarvitsee aikaa miettiä vastausta, voi hän ehdottaa vastaväitteen siirtämistä myöhemmäksi. (Hänti ym. 2016, luku 6.4.)

Myyjän kannattaa valmistautua vastaväitteisiin etukäteen laittamalla ylös aikaisemmin myyntineuvottelussa esiin tulleita huolenaiheita ja mietittävä niihin perusteluja. Yleisiä vastaväitteitä kannattaa käsitellä vastauksineen jo ennakolta, ennen kuin asiakas on niitä ehtinyt kysyä. (Hänti ym. 2016, luku 6.4.)

2.6 Hinnan perustelevminen

Hinnasta keskusteleminen tulee myyntineuvottelussa väistämättä vastaan jossakin vaiheessa. Jokainen euro tai euron vähennys näkyy myyjäorganisaation katteessa, joten hinnan perustelevminen on äärimmäisen tärkeä vaihe. Myyjän tulee pyrkiä käsittelevmään hinta viimeiseksi, kun asiakkaalle on kerrottu selvästi ratkaisun arvo. Häntin ym. (2016, luku 6.5) mukaan ”hyvä myyjä myy etuja ja hyötyjä, ei hintaa”. Hyvän pohjatyön jälkeen hintakeskustelusta ei koidu yhtä isoa estettä kuin ilman sitä. Jos asiakas ottaa hinnan keskusteluun liian aikaisessa vaiheessa, myyjän kannattaa ehdottaa asian käsittelevmistä myöhemmin.

Kun hinta otetaan esille, myyjän tulee esittää se kokonaishintana ja lajitella, mistä osista kokonaishinta tarkemmin koostuu. Tärkeää on tässä vaiheessa, että asiakas näkee, mitä kaikkea hyötyä hinnalla saa. Usein asiakkaan on haastavaa nähdä rahallisia hyötyjä, mitä hinta tarjoaa. Myyjän on autettava asiakasta tässä esimerkiksi erilaisilla laskelmilla konkreettisista taloudellisista vaikutuksista ratkaisun hankkimisesta. (Hänti ym. 2016, luku 6.5.)

Vaikka asiakas pitää hintaa turhan korkeana, myyjän on silti vältettävä alennusten antamista, koska se viestii, että ratkaisu ei ole hintansa arvoinen. Myyjän oma usko ja vakava suhtautuminen ratkaisun hintaan on tärkeää. Hyvä myyjä ei alenna hintaa ilman, että muuttaa myös kaupan sisältöä jollakin lailla, esimerkiksi tarjoamalla edullisempaa ratkaisuvaihtoehtoa. (Hänti ym. 2016, luku 6.5.)

Hintakeskustelun käymiseen on monia keinoja. Hinnan jakaminen pienempiin osiin tai kaikkien mahdollisten hyötyjen nimeäminen voivat vakuuttaa asiakkaan. Myyjä voi myös hyödyntää vastakysymystä, jossa kysyy, mihin verrattuna asiakas pitää hintaa kalliina. Yksi tapa on myös vähennyslaskun hyödyntäminen, jossa myyjä luettelee omaa ratkaisua huonommasta ja halvemmasta ratkaisusta saamatta jäävät hyödyt ja edut. (Hänti ym. 2016, luku 6.5.)

2.7 Kaupan päättäminen

Myyntineuvottelun loppuvaiheessa on saatava asiakas ilmaisemaan kiinnostuksensa myyjän edustamaa ratkaisua kohtaan ja haluaako asiakas tehdä kaupan. Laadukkaasta tarvekartoituksesta sekä ratkaisun esittämisestä ei ole apua, ellei päätöstä käsitellä. Oikea-ajointus on kaupan päättämisessä on ehdottoman tärkeää. Jos asiakas ei itse ota asiaa esille, ammattimainen myyjä tajuaa ostosignaaleja seuraamalla, milloin on hyvä ajoitus ehdottaa kauppaa. Ostosignaalit ovat asiakkaan sanattomasta viestinnästä sekä asiakkaan kysymyksistä ilmenevää ostohalukkuutta. Asiakkaan ostohalua voi kartoittaa myös epäsuorilla tunnustelevilla kysymyksillä. (Hänti ym. 2016, luku 6.6.)

Useimmat myyjät kokevat kaupan päättämiskysymyksen hankalaksi. Ratkaisevan kysymyksen ehdottaminen on kuitenkin ehdottoman tärkeää. Tosiasiassa asiakas olettaa sitä myyjältä. Myyjän on oltava myös aktiivinen asiakkaan tuki kaupan tekemiseen. Asiakas voi olla kiinnostunut, mutta samalla häneltä voi puuttua rohkeutta tehdä päätöstä, johon myyjä voi tarjota apua. Itse kysymyksen esittämisen lisäksi on erittäin tärkeää, että myyjä antaa asiakkaalle tilaa vastata. Myyjä ei saa alkaa puhua kysymyksensä päälle ja tuoda vielä jonkun uuden asian esille, koska sillä on ainoastaan asiakkaan ajatukset sekoittava vaikutus. Suora kysymys täytyy uskaltaa kysyä ja asiakkaalle on annettava aikaa vastata siihen. (Aalto ja Rubanovitsch 2007, 133; Hänti ym. 2016, luku 6.6.)

Ei ole mitenkään epätavanomaista, että kauppa lyödään lukkoon vasta muutaman kauppaa ehdottavan kysymyksen jälkeen. Yhdysvalloissa myyjien keskuudessa sanotaankin, että myyminen lähtee vasta ensimmäisestä ”ei:stä”. Kun asiakas vastaa kieltävästi myyjän ehdottavaan kysymykseen, myyjä kysyy asiakkaalta, mikä syy estää kaupan tekemistä, ja palaa takaisin vastaväitteiden käsittelyyn. Jos kauppaja ei saada tehtyä ensimmäisellä kohtaamisella, on iso riski että kauppa ei saada myöhemminkään aikaan. Jos kauppajien sopimiseen ei päästä hyvästäkään yrityksestä huolimatta, myyjän on sovittava selkeistä jatkoaskelista, kuten uudesta tapaamisajankohdasta, ja pidettävä aloitekyky itsellään. (Aalto ja Rubanovitsch 2007, 122, 134-136; Hänti ym. 2016, luku 6.6.)

2.8 Asiakkaiden jälkihoito ja lisämyynti

Kun asiakas ja myyjä ovat sopineet kaupan tekemisestä, asiakas kaipaa tietoisesti tai alitajuisesti vahvistusta hyvästä ratkaisusta. Myyjän tulee rakentaa asiakkaan tuntemusta, että ratkaisu on oikea ja yliverlainen. Kaupan sopimisen jälkeen myyjä myös laatii asiakkaalle tarjouksen, eli virallisen dokumentin tarjottavasta ratkaisusta. Kuitenkaan tarjous ei ole pelkkä tuotelista, vaan huolella laadittu asiakirja, jolla myyjä pystyy näyttämään, että hän on hyvin selvillä asiakkaan tarpeesta ja myyntiorganisaation tarjoama ratkaisu on tarpeen kannalta paras mahdollinen. (Hänti ym. 2016, luvut 6.7 & 6.8.)

Myyjä vastaa siitä, että sovitut asiat tapahtuvat ja ratkaisu päättyy asiakkaalle aikataulussa. Asiakassuhteen alkaessa myyjästä tulee yrityksensä edustaja tuolle asiakkaalle. Jos asiakas reklamoi myyntiorganisaation virheen tähden tai muusta syystä, myyjän on hoidettava tilanne asianmukaisesti ja kommunikoitava aktiivisesti asiakkaalle. Tutkimukset ovat osoittaneet asiakkaiden kertovan herkemmin huonoista kuin hyvistä kokemuksistaan, joten asiakkaiden pitäminen tyytyväisenä on erittäin tärkeää. (Hänti ym. 2016, luku 6.7.)

3 Vaikuttava esiintymistaito

Tässä luvussa kuvataan tekijän tärkeimmiksi kokemat tekijät vaikuttavassa esiintymistaidossa. Esiintymistaito tarkoittaa vuorovaikutustaitoa, jossa viesti kulkee lähtökohtaisesti yhdeltä monelle (Kortesuo 2015, 25). Luku kertoo, kuinka omalla persoonan hyödyntämisellä, tehokkaalla sanallisella ja sanattomalla viestinnällä, hyvillä vuorovaikutustaidolla sekä esiintymisjännityksen hallinnalla voi vaikuttaa esiintymisen vaikuttavuuteen. Luvun pääpaino on bisneselämän puhe-esityksissä, mutta käytetyt tekniikat ovat laajasti hyödynnettävissä kaikenlaisissa esiintymistilanteissa. Esiintymistilanteitahan tulee jokaisella vastaan päivittäin, oli kyse sitten uuden asiakkaan hankkimisesta, työkaverin onnistumisen onnittelemisesta tai palkankorotuksen pyytämisestä esimieheltä (Bowman & McCowan 2015, 37).

Bowmanin ja McCowanin (2015, 38) mukaan julkinen puhuminen lukeutuu erilaisissa kyselyissä jatkuvasti elämän pahimpien pelkojen joukkoon. Heidän mukaansa myös suurin osa ideoista hylätään niiden huonon viestimisen tähden, ei ideoiden huonouden tähden. On siis hyvin tärkeää tuntea keinot, joilla julkisen puhumisen tilanteissa voi olla mahdollisimman vaikuttava ja omaa ahdistusta voi lievittää. Oikeilla tekniikoilla esiintymistilanteista voi jalostaa itselleen jopa mukavuusalueensa. Tunnetutkaan taitavat puhujat eivät ole olleet taitavia syntymästään saakka. Hyvä esiintymistaito vaatii oikeiden menetelmien ymmärtämistä ja harjoittelua. (Bowman & McCowan 2015, 37-40.)

3.1 Esiintyjän persoona ja karisma

Esiintymisvalmentaja Kalevi Tammivuoren (2000, 1) mukaan jokaisella on kyky olla hyvä esiintyjä. Avain tähän on persoonallinen ote ja itseluottamus. Hyvään esiintymiseen on kyllä selkeitä perusperiaatteita ja -ohjeita, mutta yhtä oikeaa tapaa esiintymiseen ei ole. Jokainen onnistuu esiintyessään, kun uskaltaa heittäytyä esiintymistilanteisiin ja olla yleisön edessä innostunut asiastaan. Vakuuttava puhe lähtee sisältä, ei pakotetusti. Vain asiat, jotka itse uskoo ja joiden takana voi seistä suoraselkäisesti, on mahdollista viestiä yleisölle vakuuttavasti. (Ervasti & Turunen 2020, luku 2.1.3.)

Persoonallinen esiintyminen tarkoittaa aitoutta yleisön edessä, eli esiintyjä on oma itsensä. Tämä vaatii sitä, että antaa itsestään yleisölle normaalia enemmän, koska yleensä paljastamme vain vähän persoonastamme. Aitous yleisön edessä on vaikeaa, koska se on riskinottoa. Esiintyjä joutuu tällöin ikään kuin haavoittuvaiseen tilaan. Kuitenkin juuri se vetoaa ja tekee esiintyjästä kiinnostavan. Esiintymisessä onnistuminen edellyttää riskinottoa joutua muiden kritiikin kohteeksi. Virheitä ei saa pelätä esiintyessä. Persoonalliseen esiintymiseen kuuluu väistämättä aika ajoin pienet erehdykset, kuten

ajatuskatkot. Yleisöllä on aina halu samaistua esiintyjään, mutta täydelliseen esiintyjään on mahdoton samaistua. Silloin esiintymisestä puuttuu inhimillinen ote. Liiallinen täydellisyyteen pyrkiminen vain kääntyy itseään vastaan. (Tammivuori 2000, 1-14.)

Itsetunnolla tarkoitetaan tunnetta siitä, että on hyvä. Hyvän itsetunnon omaava henkilö arvostaa itseään, mutta näkee rehellisesti hyvät puolensa sekä heikkoutensa. Hän tuntee heikkoutensa, mutta ei jää tuijottamaan niitä. Esiintyjän hyvä itsetunto näkyy varmuutena yleisön edessä. Silloin hän pystyy menemään muiden eteen rohkeasti ja avoimesti. Hän ei pelkää yleisön arvostelua, vaan osaa ottaa sen vastaan nöyrästi ja jatkuvasti pyrkii kehittymään. (Tammivuori 2000, 23-24.)

Tammivuoren (2000, 15) mukaan persoonallinen esiintyjä mielletään tyypillisesti karismaattiseksi esiintyjäksi, jossa karisma viittaa henkilön sisäiseen paloon ja lumoon. Kortesus (2015, 22-24) näkee esiintyjän karisman hieman laajemmin. Hänen mukaansa karismaattinen ihminen ei kuvittele itsestään enempää kuin on, mutta ei myöskään nöyristele. Hän tuntee itsensä ja luottaa itseensä. Siksi hän pystyy vuorovaikutustilanteessa olemaan aito stressitön persoonansa, joka ei päästä esimerkiksi pelkojansa itsensä ja yleisönsä väliin. Karismaattisella esiintyjällä on kyky olla intensiivisesti läsnä. Se tarkoittaa, että henkilö keskittyy kokonaan nykyhetkeen, on tietoinen ympäristöstään ja uskaltaa rohkeasti olla osa sitä. Hän osoittaa ympäristössään oleviin ihmisiin kiinnostusta muun muassa vahvalla kehonkielellään. Hänellä on kyky saada muut puolelleen, ei koska hän itse haluaa, vaan koska nämä muut haluavat.

Persoonalliseen esiintymiseen voi sisältyä myös omien mielenkiinnon kohteiden kertominen ja tiedonmurusten antaminen itsestään. Se vahvistaa luottamusta ja lisää helposti lähestyttävyyttä. Esiintyjä ei tällöin jää etäiseksi jonkun yrityksen persoonattomaksi edustajaksi. (Ervasti & Turunen 2020, luku 2.4.2.)

3.2 Sanallinen viestintä

Puhe-esiintymisessä sanojen määrää voi ajatella kaloreina. Päivän annoksen ylittämistä on ainoastaan haittaa. Viestin tiivistäminen on ehdottoman tärkeä taito. Ytimekkyys on paljon parempi kuin jaarittelu ja aiheen ohi puhuminen. Puhe kannattaa siis rakentaa siten, että jokainen sana todella merkitsee. Sulatamme nykypäivänä tietoa mieluiten pieninä annoksina. Tästä kertoo esimerkiksi se, että twiitit ja tekstiviestit saavat useammin huomionsa sähköpostien tai blogimerkintöjen sijaan. Harkittu, jäsenelty ja rakenteeltaan suunniteltu puhe johtaa hyvään lopputulokseen. Ytimekkään ja vaikuttavan puheen pitämiseksi erityisen tärkeää on suunnitella kirkas aloitus ja lopetus, sillä tämän

jälkeen keskikohta syntyy helposti. Puheen alussa on suunnattava tehokkaasti varsinaiseen asiaan ja lopetuksessa vältettävä vanhan toistelua ja tiivistämistä. (Bowman & McCowan 2015, 101-103; Ervasti & Turunen 2020, luku 1.1.)

Esiintyessä käyttämämme kielen tulisi olla selkeää puhekieltä, jonka sanasto on tuttua ja virkkeet yksinkertaisia. Kaikkein tärkeintä on, että yleisö ymmärtää sanottavan ja hyötyy puheesta. Vaikeat lauserakenteet, kuten sisennetyt sivulauseet tai lauseenvastikkeet, tulisi jättää pois. Samoin on lyhenteiden (ao, jkr, jne) laita. Niitä viljellään paljon kirjakielessä, mutta puheessa niiden käyttö ei tule kyseeseen. Luvut jäävät helposti vaikeasti hahmotettaviksi puheessa, joten niitä kannattaa välttää, ellei niitä ole myös mahdollista esittää visuaalisesti. Puheessa on hyvä suosia yksikön käyttämistä monikon sijaan. Esimerkiksi kehoituksen ”pyhitä lepopäiväsi” teho on paljon vahvempi ilmaisun ollessa yksikössä. Poliitikkojen tai virkamiesten suosimaa kapulakieltä kannattaa myös välttää, jossa muutetaan toimintaa kertova verbi substantiiviksi, kuten lauseessa ”suoritan suunnittelua”. Ilmaisun sijaan tulisi käyttää ihan vain sanaa ”suunnittelen”. (Tammivuori 2000, 83-85.)

Esiintyjän on vältettävä puheessaan maneerisia, eli pinttyneitä kaavamaisia, ilmaisuja. Maneeri voi olla esimerkiksi esiintyjän jatkuvasti toistama sana. Vaikka välillä maneeri kytketään henkilön persoonallisuuteen, todellisuudessa ne haittaavat viestin välittymistä ja vievät yleisön huomiota pois aiheesta. Samoin kuin itselle pinttyneitä kaavamaisia tapoja, esiintyjän tulisi välttää yleisesti kulutettuja fraaseja, kuten ”suuri kunnia ja ilo”. Tärkeää on tarkoittaa aidosti mitä sanoo, sekä olla omaperäinen. (Tammivuori 2000, 15, 86-87.)

3.3 Sanaton viestintä

On tutkittu, että tietyissä vuorovaikutustilanteissa jopa yli 90% viestinnästä kulkee sanattomasti. Tällöin sanallisen viestinnän merkitys jää alle 10 prosenttia. Näin ei toki ole aina, mutta se kertoo sanattoman viestinnän merkityksestä. Sanattoman viestinnän merkitys piilee siinä, että yleisö ottaa vastaan sanattomia viestejä sekä tietoisesti että tiedostamatta, kun taas sanallisen viestien vastaanottaminen tapahtuu puolestaan aina tietoisesti. Jos sanaton ja sanallinen viestintä ovat ristiriidassa keskenään, yleisö uskoo sanattomaan viestintään, koska se paljastaa asenteita ja tunteita. Sanattomalla viestinnällä viestiä voi täydentää ja painottaa tai vastaavasti kumota ja korvata. (Hänti ym. 2016, luku 2.3.3; Korteso 2015, 125; Tammivuori 2000, 30.)

Hyvä asia on se, että sanatonta viestintää voi kehittää. Tammivuoren mukaan (2000, 30-31) sanaton viestintä koostuu lähinnä useista pienistä asioista, joista suurimpaan osaan on mahdollista itse vaikuttaa. Perusta kehitykselle on kyseisten ominaisuuksien ja

tehokeinojen ymmärtäminen. Sanattomia viestejä ovat muun muassa katse ja ilmeet, asento, käsillä elehtiminen, vakuuttava ulkomuoto, sekä ääni ja äänen käyttäminen. Viimeisimmäksi mainittua käsitellään tässä työssä omana alalukunaan, sillä ääni ja sen tehokeinot ovat hyvin laaja teema.

3.3.1 Katse ja ilmeet

Katse on tärkein sanattoman viestinnän keino. Silmät kertovat katsojan huomion kohteen. Esiintyjän on katsottava yleisöön. Yleisöön katsominen viestii arvostuksesta ja kiinnostuksesta. Sen sijaan omiin dioihin, kattoon tai maahan katsomista kannattaa välttää. Epävarma esiintyjä helposti hakee katseellaan vain joukon vaikutusvaltaisinta, koska on huolissaan tämän mielipiteestä. Näin tehdessään esiintyjä laiminlyö muun yleisön ja esiintymisestä tulee epävuorovaikutteinen. Esiintyjän on hyvä jakaa katsettaan tasapuolisesti yleisölle ja pyrittävä katsomaan silmien seutuun. Katseen on hyvä olla parin, kolmen sekuntin mittainen kutakin henkilöä kohden ja tämän jälkeen siirtyä toiseen henkilöön. Yleisöön katsoessa kannattaa välttää sitä, että käy systemaattisesti yleisöä riviltä toiselle, ja sen sijaan siirtää katsettaan vaihtelevasti eri puolille. (Kortesuo 2015, 127-128; Tammivuori 2000, 32-33.)

Karismaattisen ihmisen vakioilme on neutraali tai positiivinen. On hyvä tiedostaa oma vakioilmeensä. Jos oma vakioilme on jatkuvasti negatiivisen tai murjottavan näköinen, on syytä tietoisesti keskittyä myönteisemmän vakioilmeen harjoitteluun. Muut ihmiset lukevat kasvojemme ilmeistä tunteitamme ja suhtautumistamme käsillä olevaan hetkeen. Siksi on tärkeää, että perusilmeemme on myönteinen tai vähintäänkin neutraali. Esiintyjän ei tarvitse jatkuvasti hymyillä viestiäkseen myönteisyyttä. Jatkuva hymy, varsinkin jos se koskee vain kasvojen alaosan lihaksia, suun ympärystä, voi antaa negatiivisenkin kuvan. Myönteisyys näkyy paljon kasvojen yläosan lihaksissa, erityisesti silmän ympärillä olevissa lihaksissa. Niitä lihaksia emme voi hallita itse, vaan ne ovat yhteydessä tunteisiimme. Myönteiset ajatukset yleisöstä ja käsillä olevasta esiintymistilanteesta auttavat luomaan silmiin myönteisyyttä viestivän pilkkeen. Ilmeiden tulee myös luonnollisesti olla sopisoinnussa puhutun viestin kanssa. Jos esiintyjä puhuu huolestaan tai ikävästä asiasta, näyttää hymy siinä tilanteessa omituiselta. (Kortesuo 2015, 126-127; Tammivuori 2000, 34-36.)

3.3.2 Asento

Esiintyjän tapa seisoa tai istua sekä liikkua ovat myös osa sanatonta viestintää. Asennossa on otettava huomioon yleisö tai kuulija, sillä eri tilanteissa halutaan viestiä eri asioita. Esimerkiksi arvovaltaa viestivä rento asento, kuten taaksepäin nojautuminen

tuolissa, voi toimia tietyn yleisön edessä, mutta toisen yleisön edessä se voidaan nähdä röyhkeytenä. (Tammivuori 2000, 38-39.)

Lähtökohtaisesti paras vakuuttava tapa seisoa on hartialevyinen haara-asento, jossa molemmat jalat ovat maassa ja esiintyjän jalkaterät rintamasuuntaan. Painon pitäminen vain toisella jalalla vie uskottavuutta pois. Istuessa puolestaan on hyvä nojautua hieman eteenpäin, pitää ristiselkä suorana ja asettaa molemmat jalat tukevasti maahan. Jos edessä on pöytä, kyynerpäitä ei kannata nojata pöytää vasten. Ryhdikäs asento lisää aina uskottavuutta, sillä tutkimuksien mukaan pitkä ihminen vakuuttaa lyhyttä paremmin. (Kortesuo 2015, 132-133.)

Esiintyjän rintamasuunta tulee pitää yleisöön päin. Jos kuuntelijat ovat laajassa asetelmassa, esiintyjän on pidettävä huoli, että ei käännä selkäänsä pitkäksi aikaa osalle kuulijoita. Jatkuvat pakonomaiset liikkeet istuessa tai seistessä, kuten heiluminen puolelta toiselle tai polven tärisyttäminen, varastavat yleisön keskittymisen väriin asioihin. Mahdollisia esineitä yleisön ja esiintyjän edestä, kuten puhujanpönttöjä, kannattaa välttää, koska ne tekevät esiintyjästä vaikeammin lähestyttävän. Koko esiintyjälle varattu tila kannattaa käyttää hyödyksi liikkumalla esiintymistilassa. Liikkuminen rytmittää esiintymistä ja on mielenkiintoisempaa seurattavaa yleisölle. (Kortesuo 2015, 132-133; Tammivuori 2000, 38-39.)

3.3.3 Käsillä elehtiminen

Kokemattoman esiintyjän päänvaivoja on usein, mihin kädet tulisi laittaa. Nyrkkisääntö on, että käsillä kannattaa välttää sellaista elehtimistä, joka saa yleisön ihmettelemään, mitä esiintyjä oikein tekee käsillään. Eleiden tulee siis olla luontevia. Jos yleisön huomio menee esiintyjän käsiin kasvojen ja puheen sijaan, kannattaa kädet pitää kurissa. Hyvä paikka pitää käsiä paikoillaan on noin vyötärön korkeudella antaen käsien kevyesti koskettaa toisiaan, pitäen kämmenselät yleisön suuntaan. Kädet voi myös pitää vartalon sivulla puolinyrkissä, ei kuitenkaan roikkuen aivan suorina tyhjiä lapasten tapaan eikä näpelöimässä takin helmaa. (Kortesuo 2015, 136; Tammivuori 2000, 48-49.)

Käsillä on tarkoitus vahvistaa puhuttua viestiä, eli auttaa erottamaan keskeiset asiat puheen sisällöstä. Tyypillisesti innostuneen esiintyjän kädet tulevat mukaan kommunikaatioon aivan itsestään. Koko käsi on hyvä aktivoida käsillä elehtimisessä, eli käsien liikuttaminen lähtee olkapäistä, eikä esimerkiksi kyynerpästä tai ranteesta. Liike kannattaa tehdä suunnilleen samassa linjassa vartalon kanssa, eli ei viskata niitä hallitsemattomasti sivulta sivulle. (Kortesuo 2015, 136; Tammivuori 2000, 48.)

Esiintyjän tulee käsieleissään välttää jatkuvasti samanlaisena toistuvia, maneerisia, liikkeitä, joka saavat yleisön vain laskemaan liikkeen toistojen määrää varastaen huomiota. Oman naaman hipelöimistä on myös vältettävä. Käsien pitäminen selän takana antaa yleisölle helposti anteeksipyyttävän vaikutelman ja lisäksi usein lukitsee kädet sinne. Muita vältettäviä käsien asentoja, jotka kuitenkin ovat usein nähtävissä, ovat käsien ristissä pitäminen, kädet alhaalla vartalon edessä ”viikunapuunlehtiasennossa” tai jatkuva käsien yhteen hierominen, joka näyttää lähinnä käsien kuivaamiselta julkisessa vessassa. Kun esiintyjä tahtoo osoittaa kädellään jotakin, esimerkiksi esityksen tukimateriaalia tai henkilöä yleisössä, kannattaa käyttää koko kättä, ei vain yhtä sormea. (Kortesuo 2015, 138-140; Tammivuori 2000, 48.)

3.3.4 Vakuuttava ulkomuoto

Vakuuttava ulkomuoto on ikäänkuin lähtötaso uskottavuudelle. Vaikka useat ajattelevat tekevänsä ensisijaisen johtopäätöksensä muista ihmisistä heidän sanomansa perusteella, tutkimukset osoittavat, että ulkomuodolla on erittäin paljon merkitystä. Ulkomuoto vaikuttaa paljon ensivaikutelmaan, joka syntyy sekunneissa. Siihen vaikuttaa tyylikäs pukeutuminen, asiallinen kampaus sekä siistit kasvat. Omasta tukasta ja kasvoista on huolehdittava ja pidettävä ne siistinä, mutta samalla ne ovat osa omaa persoonaa. Esimerkiksi vanhenemista, karsastavaa silmää tai alkavaa kaljua on turha peittää. Jos oman ulkonäkö ei häiritse esiintyjää itseään, se ei häiritse muitakaan. Keskeisintä on olla rohkeasti oma itsensä. Jos esiintyjä kokee tietyn ulkonäöllisen ominaisuuden rajoittavan omaa vapauttaan olla oma itsensä, silloin asiaan voi olla hyvä paneutua esimerkiksi terveydenhoidollisilla menetelmillä. (Ervasti & Turunen 2020, luku 2.1.1.; Korteso 2015, 105-109.)

Pukeutumisessa on tärkeää huomioida esiintymistilanne. Esimerkiksi yritysjohdolle esiintyessä pukeudutaan tyypillisesti virallisemmin kuin muille työntekijöille esiintyessä. Esiintyjän on hyvä pukeutua yleisöään hieman virallisemmin, mutta vältettävä kuitenkin ylipukeutumista. Korteso (2015, 105-106) ehdottaa, että esiintyjän kannattaa lisätä asuunsa jokin tehokeino, joka on jokin erottuva persoonallinen tuunaus omaan asukokonaisuuteensa, koska se muun muassa viestii yleisölle itseluottamuksesta. Tehokeino voi olla esimerkiksi erottuvat kengät, taskuliina, hiussolki tai koru.

3.4 Äänenkäyttö

Ääni on puhuvan esiintyjän keskeisimpiä työkaluja. On siis pidettävä huoli, että se pysyy kunnossa. Lisäksi esiintyjän on huolehdittava, että ääni vahvistaa karismaa, eikä sitä

vastoin heikennä sitä. Äänellä on paljon ominaisuuksia, ja hyvä esiintyjä ottaa kaiken hyödyn irti äänenkäytön mahdollisuuksista. (Kortesuo 2015, 134; Tammivuori 2000, 90.)

Ääni syntyy keuhkoista tulevan ilmanpaineen saadessa äänihuulet, pienet henkitorven yläpäässä olevat lihakset, väreilemään. Minkä tahansa kehon lihaksen jännittymät heijastuvat muihinkin lihaksiin, mukaan lukien äänihuuliin. Jännittymä äänihuulissa rasittaa ja heikentää ääntämme. On siksi tärkeää, että lihakset ovat rentoja ääntä käyttäessä. Esiintyjän on erityisen tärkeää pitää huoli ylävartalon lihaksista, koska niihin tulee helposti jännittymiä ja ne sijaitsevat lähellä äänihuulia, jolloin ne vaikuttavat äänihuuliin herkemmin. Esimerkiksi olkapäiden ja hartioiden venyttely auttaa poistamaan jännittymiä. Myös koko kehon ravistelu helpottaa lihasjännittymiä. Hengitys on toinen ääneen vaikuttava tekijä. Oikeanlainen hengitys on syvähengitystä, jossa keuhkot otetaan niin täyteen ilmaa, että pallea saa alavatsan pullistumaan. Lisäksi ryhdikäs asento ja leuan pitäminen vaaka-asennossa auttavat hengitystä kulkemaan vapaasti, ja siten auttavat vahvan äänen muodostumisessa. Äänessä käytettäviä lihaksia voi aktivoida ja lämmitellä ennen käyttöä erilaisilla äänenavaustekniikoilla. Äänen rasittuessa tai pettäessä herkästi, kannattaa ottaa yhteys äänenmuodostuksen asiantuntijaan. (Ervasti & Turunen 2020, luku 2.1.2; Tammivuori 2000, 90-93.)

Esiintyjän tulee kiinnittää huomiota selkeään artikulaatioon sekä äänen sävyyn. Puhuminen tapahtuu usein vain pienellä osalla suuta, jolloin puhe jää epäselväksi ja sävyttömäksi. Hyvä esiintyjä artikuloi puhuessaan liikuttaen reilusti alaleukaa ja huulia. Äänen sävyyn eli sointiväriin vaikuttaa myös kasvojemme ilme. Leveästi hymyilevän puhujan ääni kuulostaa iloiselta ja päinvastoin mutrusuisen ääni kuulostaa negatiiviselta. Äänen sävyä on hyvä hieman vaihdella esiintymisen aikana. (Tammivuori 2000, 92-96.)

Hyvä äänenkäytön tehokeino on tahdin vaihtaminen. Keskeiset asiat ja johtopäätökset kannattaa puhua mieleen jäämisen kannalta riittävän hitaasti, kun taas esimerkiksi aikaisempien asioiden kertaamisen voi käydä läpi rivakasti mielenkiinnon ylläpitämiseksi. Painottaminen on tehtävä valikoivasti, koska kaikkea painottava ei lopulta painota mitään. Oma puhe kannattaa käydä läpi etukäteen ja valikoitava, sekä halutessaan alleviivattava, puheesta painotettavat kohdat. Tehokeinona toimivat myös äänen voimakkuuden ja sävelkulun eli intonaation muuttaminen, jotka tuovat esiintymiseen eloa ja vaihtelua. Näitä käyttäessä on tärkeää muistaa, että puhuminen voimakkaammalla äänellä ei tarkoita puhumista korkeammalta ja sävelkulun muuttaminen ei tarkoita, että jokaiseen lauseeseen tulee samanlainen kulku. (Bowman & McCowan 2015, 119; Tammivuori 2000, 94-95.)

Täytesanat ovat sallittuja, mutta ne alkavat häiritä, jos niitä on liikaa. Esiintyjä viljelee täytesanoja erityisesti silloin, kun puhe kulkee ajatuksen edellä. Tyypillisesti esiintymistilanteessa adrenaliini veressä saa puheen kiihtymään. Puhe alkaa tällöin helposti takellella ja siihen tulee täytesanoja, koska aivot eivät tuota sanoja riittävän nopeasti. Lisäksi liian nopea puhe saa puheen sisällön kuulostamaan yleisön mielessä merkityksettömältä, ikään kuin aihe ei olisi kyllin tärkeä käsiteltäväksi rauhassa. Lääke tähän on tietoinen puhenopeuden hidastaminen sekä taukojen pitäminen. Muutaman sekunnin tauot tuntuvat esiintyjän pään sisällä kestävästi pienen ikuisuuden, mutta todellisuudessa yleisön näkökulmasta ne eivät ole ollenkaan pitkiä ja voivat tuntua aivan erinomaisilta puheen kannalta. Tauot ovat esiintyjälle hyvää aikaa ajatella, mutta myös tehokeino painottaa tai vahvistaa jotakin sanomaansa asiaa. Lisäksi tauot ovat keino erottaa toisistaan asiakokonaisuuksia, jolloin yleisö saa aikaa ymmärtää kuulemaansa. (Bowman & McCowan 2015, 59, 111-114; Tammivuori 2000, 83.)

3.5 Vuorovaikutus yleisöön

Esiintyjän tärkeisiin taitoihin lukeutuu vuorovaikutustaidot. Hänen on kyettävä seuraamaan yleisön tunteita ja eleitä, jotta omaa esiintymistään voi mukauttaa yleisön tarpeiden mukaan. Mukauttamista voi olla esimerkiksi jonkin sanomansa selventäminen tai tahdin hidastaminen. (Kortesuo 2015, 83.)

Kun kyse on yhden viestinnästä monelle, yleisön nonverbaalisen viestinnän tarkkailu on tärkeässä roolissa. Tyypillisesti yleisön sanatonta viestintää on melko helppo ymmärtää. Kädet puuskassa sekä vakavamielinen ilme viestii usein vastustuksesta ja puolestaan nyökyttely ja katsekontakti hyväksymisestä. Esiintyjän on myös kuunneltava yleisöä ja tarvittaessa kysyttävä yleisöltä kysymyksiä. Mikäli yleisö ei anna minkäänlaista reaktiota, sanallista tai sanatonta, kannattaa kysyä yleisön mielipidettä. Kysymyksiä kannattaa esittää myös, jos esiintyjä ei osaa tulkita yleisön viestintää. Tämä on tehtävä avoimesti ja neutraalisti, ei syyllistävästi. Esimerkiksi osan yleisöstä nauraessa tai kuiskiessa voi olla hyvä kohteliaasti kysyä naurun tai kuiskinnan syytä, jotta tilanne pysyy kasassa. Parhaimmillaan tällaisessa tilanteessa koko yleisö ja esiintyjä saavat hyvät naurut hauska huomiosta. Kysymyksillä voi lisäksi välttää helposti syntyviä vääriä tulkintoja. (Kortesuo 2015, 25, 83-84.)

Puheella, kehonkielellä ja tilankäytöllä pystyy vaikuttamaan omaan statusilmaisuun. Statusilmaisulla tarkoitetaan sitä, minkälaiseen valta-asemaan tai sosiaaliseen asemaan esiintyjä profiloi itsensä suhteessa yleisöön. Kehonkielen rytmin vaihtelu on yksi tekijä, joka mielletään ilmaisemaan statusta. Hidas ja hallitut kehonliikkeet meillettään korkeaan statukseen ja nopeat puolestaan matalaan. Esiintymistilanteessa statustaan voi luoda

uudelleen useaan otteeseen ja sillä voi leikitellä. Se on itse asiassa merkittävä elementti esiintymisen vaihtelun ja dynaamisen luomisessa. Esimerkiksi vuoden 2016 Slush 100 -kilpailun voittanut CybelAngel -yrityksen Evelyne Raby käytti pitchauksessaan statusilmaisun vaihtelua taitavasti. Hän ensin aloitti neutraalisti ja toi itsensä samalle viivalle yleisön kanssa. Tämän jälkeen hän nosti statusilmaisuaan puhumalla yrityksensä isoista referensseistä. Lopuksi hän laski statusilmaisua ja vetosi sijoittajiin, kuinka heidän rahansa olisivat tarpeen juuri hänen yritykselleen. (Ervasti & Turunen 2020, luku 2.1.8.)

3.6 Esiintymisjännitys ja sen hallitseminen

Esiintymisjännitys on hyvin normaalia ennen esiintymistä, vaikka moni kuvittelee olevansa ongelmansa kanssa yksin. Tosiasiassa tunnetut ja kokeneetkin esiintyjät usein jännittävät. Haastetta lisää se, että muiden jännittäminen harvoin näkyy ulospäin, eikä kulttuurissamme ole tapana ilmaista jännitystä. Esiintymisjännitys on pelkoa, jonka keskeisin syy on, että esiintyjä haluaa onnistua ja antaa parhaansa yleisön edessä, mutta pelkää epäonnistuvansa. Tietty määrä esiintymisjännitystä on hyvä asia, koska se merkitsee tilanteen ottamista tosissaan. Osaltaan esiintymisjännitys on onnistumisen edellytys, sillä ilman sitä esiintyminen muuttuu rutiinomaisen kuivaksi.

Esiintymisjännitystä on kuitenkin osattava hallita ja rajoittaa. (Tammivuori 2000, 17-18.)

Esiintymiseen on asennoiduttava oikein. Positiiviset ajatukset heijastuvat myös kehoon. Esiintyjän on uskottava ja ajateltava hyvää esiintymistilanteesta, omasta asiantuntijuudesta sekä yleisöstä. Esiintyjän on hyvä muistaa, että yleisö lähtökohtaisesti haluaa hänen onnistuvan sekä tuskin edes huomaa jännitystä. Eivät he odota sitä, milloin esiintyjä tekee jonkin virheen. Esiintyjän on oman jännityksen oireiden sijaan kiinnitettävä huomionsa yleisöön, jolta yleensä saa hyväksyvää sanatonta viestintää. Huomion siirtäminen pois itsestä vähentää jännitystä. (Tammivuori 2000, 20-21.)

Jokaisen keholla on oma luontainen tapa reagoida jännitykseen. Tapoja ovat esimerkiksi hikoilu, tärinä tai suun kuivuminen. On kuitenkin mielenkiintoista, että sen lisäksi, että tunnetila vaikuttaa kehoon, päinvastoin keholla pystyy myös vaikuttamaan tunnetilaan. Harvard University ja University of California -yliopistojen professorien toteuttaman tutkimuksen mukaan voimakkuutta osoittavilla asennoilla on merkittävä jännitystä vähentävä kehollinen vaikutus. Tutkimuksessa arvioitiin, kuinka laajasti tilaa vievät asennot, joissa raajat ovat avoimesti, vaikuttavat tunnetilaan. Esimerkiksi yhdessä näistä "voima-asennoista" kädet ovat niskan takana ja jalat pöydellä. Tutkimuksen mukaan jo kaksi minuuttia voimakkuutta osoittavassa asennossa saa merkittäväällä tavalla testosteronin tason kehossa kasvamaan sekä samalla stressihormonin eli kortisolin tason laskemaan. Testosteronin kasvu luo itsevarmuuden tunnetta ja puolestaan kortisolin tason

laskeminen vaikuttaa jännityksen tunteen vähentymiseen. (Carney, Cuddy & Yap 2010, 1-6; Kortesus 2015, 125.)

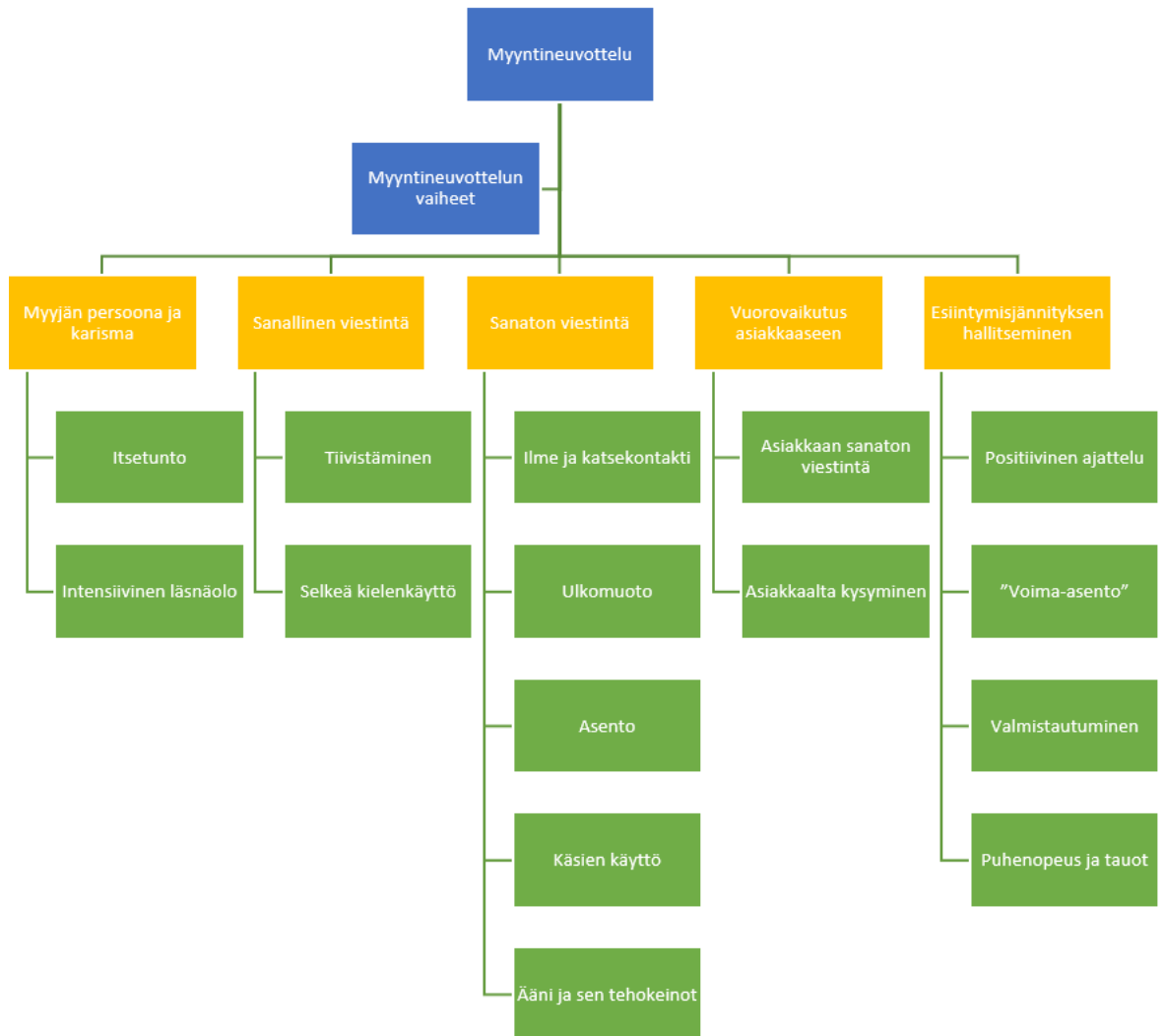
Valmistautuminen ja harjoittelu lisäävät varmuutta. Mitä pidemmälle esiintyjä tietää mitä sanoa, sitä varmempi on hänen olonsa. Hyvä valmistautuminen helpottaa jännitystä luomalla esiintyjälle tunteen siitä, että hän on joka tapauksessa tehnyt parhaansa, onnistui tai ei. Omaan spontaanisuuteen ei kannata luottaa esiintymistilanteessa, vaikka kyseessä olisi kokenutkin esiintyjä. Jännittäessä mieli saattaa unohtaa tuttujakin asioita. Siksi esiintyjällä kannattaa olla jonkinlainen muistilappu keskeisine iskusanoineen ja muistettavine nimineen. Muistilappu auttaa esiintyjää muistamaan keskeisen puheen sisällön sekä mahdollisesti tärkeitä sanattomaan viestintään liittyviä seikkoja. Jännittävän esiintyjän kannattaa myös opetella ulkoa esiintymisen aloitus, esimerkiksi ensimmäiset kaksi minuuttia, koska aloitus on tärkeimpiä osuuksia esiintymisessä, mutta samalla haastavin. (Bowman & McCowan 2015, 188, 241, 249-250; Tammivuori 2000, 50.)

4 Tietoperustan yhteenveto

Tässä luvussa käsitellään myyntineuvottelussa tapahtuvia esiintymistilanteita. Luku kertoo, mitä esiintymistaidon osa-alueita myyjän tulee ottaa huomioon myyntineuvottelussa.

Myyntineuvottelu on yritysmyyntin keskeisin vuorovaikutustilanne. Myyjän tavoite on johtaa myyntineuvottelu tilanteeseen, jossa kauppa syntyy ja asiakas sekä myyjä ovat molemmat tyytyväisiä. Oikean lähestymistavan löytämisen ja parhaan lopputuloksen kannalta on tärkeää, että myyjä noudattaa myyntineuvottelussa oikeaa rakennetta. Ennen tapaamista myyjän on tehtävä riittävä valmistautuminen. Neuvottelun alkuvaiheessa pääpaino on luoda luottamusta sekä kartoittaa asiakkaan todelliset tarpeet. Neuvottelun pääpaino siirtyy tämän jälkeen ratkaisun tarjoamiseen perustuen havaittuihin tarpeisiin sekä asiakkaan huolenaiheiden käsittelyyn. Neuvottelun lopussa myyjän on käsiteltävä hinta ja ehdotettava kauppaa. Mikäli asiakas haluaa ostaa myyjän tarjoaman ratkaisun, myyjän on neuvottelun jälkeen vahvistettava asiakkaan ostopäätöstä, tehtävä tarjous sekä huolehdittava ratkaisun päätyemisestä asiakkaalle aikataulussa.

Myyntineuvottelu on aina esiintymistilanne, vaikka se sisältääkin paljon keskustelua ja yleisö koostuu usein vain yhdestä henkilöstä, asiakkaasta. Siksi vaikuttavan esiintymistaidon tekijät ovat hyvin sovellettavissa myyntineuvotteluun. Tällaisia tekijöitä ovat persoonallinen ja karismaattinen myyntiesiintyminen, hyvä sanallinen ja sanaton viestintä, vuorovaikutus yleisöön sekä esiintymisjännityksen hallinta. Kuviossa 4 tarkastellaan tarkemmin, minkälaisia vaikuttavan esiintymisen tekijöitä myyjä voi myyntineuvottelussa hyödyntää.



Kuvio 4. Vaikuttavan esiintymisen tekijät myyntineuvottelussa.

Myyjällä on tärkeää olla luottamus itseensä ja terve itsetunto. Hän arvostaa itseään, vaikka näkeekin rehellisesti puutteensa ja vahvuutensa. Hän ei vaadi itseltään liikaa, vaan hyväksyy tekemänsä virheet, mutta pyrkii oppimaan niistä. Hyvällä itsetunnolla varustettu myyjä kykenee olemaan aito stressitön itsensä asiakkaan edessä. Tällöin hän uskaltaa olla innostunut ja heittäytynyt asiakkaan edessä, jolloin myyntiesiintyminen on persoonallista ja kiinnostavaa. Hyvä myyjä keskittyy täysillä nykyhetkeen ja on rohkeasti osa sitä, eli toisin sanoen hän on intensiivisesti läsnä. Nämä ovat lähtökohta karismaattiseen myyntiesiintymiseen.

Hyvä myyjä ei puhu ohi onnensa, vaan osaa tiivistää viestinsä. Hän ei jaarittele kaikkia mahdollisia ratkaisunsa ominaisuuksia, vaan pyrkii löytämään asiakkaansa kannalta tärkeimmät argumentit ja hyödyntää niitä. Sanallisessa viestinnässään myyjän tulee muistaa, että tärkein tehtävä on saada viesti ymmärrettäväksi asiakkaalle ja antaa asiakkaalle mahdollisimman paljon lisäarvoa keskustelun kautta. Myyjän käyttämän kielen tulee olla selkeää puhekieltä, jonka lauserakenteet ovat yksinkertaisia ja sanasto on

molemmille tuttua. Myyjän tulee ottaa sanavalinnoissaan huomioon asiakkaan rooli ja asiantuntemus. Alan erikoissanastoa voi käyttää silloin, kun tietää asiakkaan ymmärtävän sitä.

Ammattimainen myyjä hallitsee sanattoman viestinnän menetelmät ja ymmärtää sen merkityksen viestin välittymisen kannalta. Sanallisen ja sanattoman viestin ollessa ristiriidassa, asiakas uskoo enemmän sanatonta, sillä se kertoo enemmän myyjän asenteista ja ajatuksista. Ilmeen ja katsekontaktin merkitys on iso. Katsekontaktin pitäminen asiakkaaseen viestii arvostusta ja kiinnostusta. Kuitenkin katsekontaktia kannattaa pitää vain noin kolme sekuntia kerrallaan, eli jatkuvaa tuijottamista kannattaa välttää. Myyjän tulee olla perusilmeeltään avoimen myönteinen, sillä asiakas lukee kasvoista esimerkiksi myyjän suhtautumista käsillä olevaan neuvotteluun, joskin ilmeiden pitää olla sopusoinnussa puhutun kanssa. Hymyillessään myyjän tulee kiinnittää huomiota ajatuksiinsa, sillä tunteet hallitsevat osaa kasvolihaksista. Aito hymy, jossa silmätkin hymyilevät, edellyttää positiivisia tunteita.

Pukeutuminen ja siisti ulkomuoto muiltakin osin luovat uskottavuutta ja viestivät myös asiakkaan kunnioittamista. Erilaisille asiakkaille mentäessä on pukeuduttava eri tavalla. Esimerkiksi pörssiyhtiön toimitusjohtajan tai konepajan omistajan pukeutuminen eroavat todennäköisesti kuin yö ja päivä. Hyvä lähtökohta on pukeutua vähintään yhtä virallisesti kuin asiakas.

Myyjän asennon tulee olla ryhdikkään asiallinen. Myyntineuvottelussa yleensä istutaan, jolloin myyjän on vältettävä kiusausta nojautua selkänojaan liian rennosti. Kädet on hyvä pitää asiakkaan näkyvissä, kuitenkin niin, että kyynerpäät eivät ole pöydällä. Myyjän kannattaa välttää esineiden laittamista asiakkaan ja itsensä väliin, kuten tietokonetta, jotta hän olisi mahdollisimman helposti lähestyttävä. Käsien elehtimisellä myyjän kannattaa vahvistaa puhuttua viestiä, eli auttaa erottamaan keskeiset asiat. Jotta myyjän ääni olisi mahdollisimman vakuuttava, myyjän on pyrittävä hengittämään koko keuhkoillaan ja pitämään lihaksensa rentoina. Myyjä voi äänen tehokeinoilla luoda kiinnostavuutta ja vaihtelevuutta myyntiesiintymiseensä, kuten äänen sävyn vaihtelulla, tärkeiden asioiden painottamisella, taukojen pitamisellä sekä puhenopeuden säätelyllä. Artikulaatio on myös pidettävänä selkeänä, jotta asiakas ymmärtää kaiken, mitä myyjä sanoo.

Vuorovaikutuksen näkökulmasta katsekontaktin pitäminen asiakkaaseen on välttämätöntä. Myyjän on seurattava asiakkaan reaktioita puhumaansa ja muutettava lähestymistapaansa tarvittaessa. Asiakkaan sanattoman viestinnän seuraaminen on erityisen tärkeää. Myyntineuvottelussa asiakkaalta kysytään kysymyksiä erityisesti

tarvekartoitusvaiheessa, mutta läpi neuvottelun myyjän tulee reagoitava asiakkaan sanattomiin viesteihin, tai pieniin sanallisiin viesteihin, ja tarvittaessa kysyttävä niihin selvennystä. Kysymykset kannattaa muotoilla myönteisiksi tai avoimen neutraaleiksi. Syyllistäviä kysymyksiä tulee välttää. Myyjä voi kysyä esimerkiksi asiakkaan näyttäessä hapanta naamaa, että: ”Vaikutat olevan hieman eri mieltä äsken sanomastani. Olikohan puheenvuorossani jokin erityinen asia, johon kaipaisit lisäselvennystä?”

Myyjä voi jännittää myyntineuvottelua, mikä tyypillisesti heijastuu erilaisina kehollisina reaktioina, kuten hikoiluna tai jalkojen tärinä. Jännitys merkitsee sitä, että myyjä ottaa neuvottelun tosissaan. Myyjä ei saa antaa jännityksen kuitenkaan häiritä ja hallita myyntiesiintymistään, vaan hänen on osattava hallita jännitystään. Positiivinen ajattelu ja usko itseensä ja neuvottelun onnistumiseen helpottaa myyjän pelkoa.

Kehon asennolla voi vaikuttaa jännitykseen. Ryhdikkäät ja laajasti tilaa vievät asennot, joissa raajat ovat avoinna, nostavat testosteronin määrää kehossa ja samalla laskevat kortisolitasoa. Kumpikin näistä vaikutuksista vähentävät jännitystä. Vaikka itse neuvottelussa tuonkaltainen ”voima-asento” voi näyttää hassulta, myyjä voi osana valmistautumista juuri ennen neuvottelua olla pari minuuttia ”voima-asennossa”. Hyvä valmistautuminen ylittää rauhoittaa myyjän mieltä. Myyjän on hyvä suunnitella myyntineuvottelun rakenne noudattaen myyntineuvottelun vaiheita ja valmistua käsittelemään jokaista myyntineuvottelun vaihetta sekä niissä ilmeneviä mahdollisia kysymyksiä. Kun myyntineuvottelu on meneillään, jännittävän myyjän on tietoisesti keskityttävä puhumaan riittävän hitaasti ja pitämään taukoja. Jännittäessä puhe alkaa helposti nopeutumaan, jolloin myyjä ei välttämättä ehdi riittävästi ajatella, mitä seuraavaksi sanoa. Myyjän jännitystä helpottaa varmuus siitä, mitä hän on seuraavaksi sanomassa.

5 Portfolio ja kehityssuunnitelma – Oman esiintymisen kehittyminen

Tämä luku on opinnäytetyön portfolio-osuus. Luku käsittelee omaa kasvuani ja kehittymistäni esiintyjänä lukioikäisestä nykyhetkeen sekä sitä, miten haluan kehittyä esiintyjänä seuraavien vuosien aikana. Omat esiintymistilanteet on kuvattu pääpiirteittäin kronologisessa järjestyksessä, jotta niistä olisi helpompi seurata kehittymistäni. Projektin toteutusmuoto on itsereflektio. Oman kehittymisen perustana on tietoperustan yhteenvedon kuvio 4, eli vaikuttavan esiintymisen tekijät myyntineuvottelussa, johon peilaan jatkuvasti omia vahvuuksiani ja heikkouksiani esiintyjänä. Kuudesta portfoliossa käsitellyistä aiheista on mukana liite.

Portfolion alussa kerrotaan työn aikataulutuksesta ja aikataulun onnistumisesta. Tämän jälkeen kuvataan tekijän esiintymistaidon kannalta tärkeäksi kokemia asioita elämän varrelta ja kuvataan nykyhetkeä. Lähtötilanteena on esiintymiset lukiossa, Haaga-Heliassa, työelämässä sekä harrastuksissa.

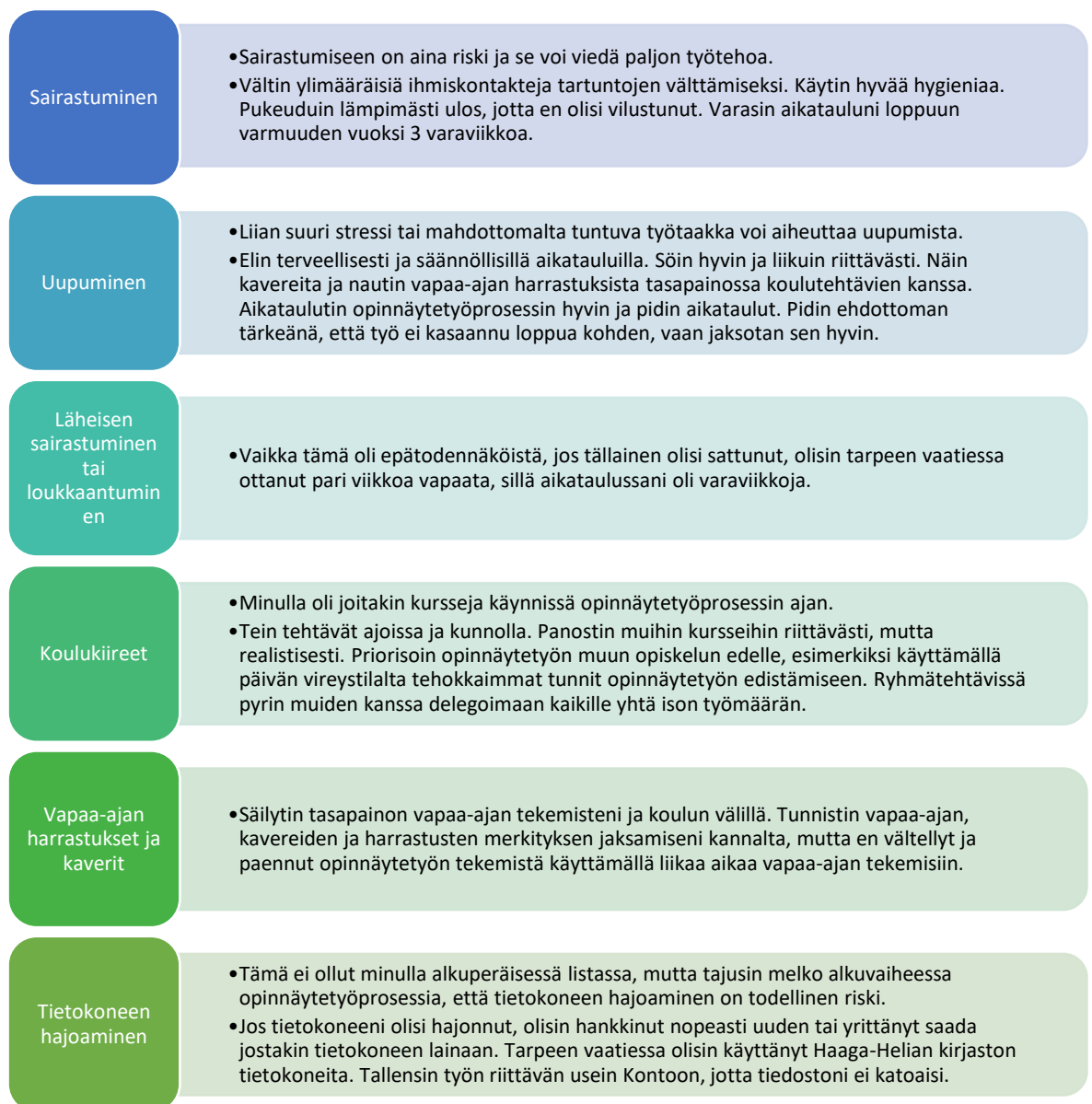
Lopuksi kuvataan tärkeimmät kehityskohteet taulukossa 2 ja luodaan niiden pohjalta oman kehityssuunnitelman matriisi, taulukko 3, joka on työkalu, jota voivat minun lisäksi soveltaa myös muut myyjät tai myyntityön opiskelijat, jotka haluavat kehittyä esiintyjänä. Koska opinnäytetyön tarkoituksena on kuvata esiintymistaitoa myyntineuvottelun näkökulmasta, oman esiintymistaidon kehityssuunnitelma on tehty myyntineuvottelun myyntiesiintymistä silmällä pitäen. Matriisissa tärkeää on keskittyä tiettyihin kehityskohteisiin kerrallaan ja luoda jokaiselle kehityskohteelle selkeä tavoitetilä, tavoitetilan saavuttamiseksi realistinen aikataulu sekä askeleet kehityskohteen ratkaisemiseksi.

5.1 Projektisuunnitelma ja aikataulu

Opinnäytetyöprosessi alkoi alkukevästä 2021, kun kolmannella viikolla alkoi opinnäytetyöhön valmistava kurssi ”Tutkimustyön perusteet ja menetelmät”. Samalla alkoi myös kuumeinen aiheen miettiminen. Tutustuimme kurssilla erilaisiin opinnäytetöihin ja erillisiin opinnäytetyömalleihin, mikä oli hyödyllistä. Pohdimme myös, mitä osaamme valmiiksi ja minkä osaamisessa haluaisimme syventyä. Itseäni alkoi kiinnostamaan erityisesti esiintymistaidon ja myyntityön yhdistäminen. Esiintymistaitoon liittyvään opinnäytetyöhön heräsi ensimmäinen ajatus edellisenä syksynä osallistuessani vapaavalintaisena opintonani Toimittajan esiintymistaito -kurssiin. Myyntityö sen sijaan on vahvasti osaamistani ja siitä tiesin paljon entuudestaan. Halusin rajata aihetta riittävästi, joten rajasin myyntityön myyntineuvotteluihin, koska se on keskeinen myyjän

esiintymistilanne. Portfoliotyyppisen opinnäytetyön tekemiseen päädyin opettajan kanssa keskusteltuani ja asiaa mietittyäni, sillä minulla oli useita erilaisia esiintymiskokemuksia.

Aiheen ollessa selvä suunnittelin aikatauluni, joka on kuvattu kuviossa 6. Suunnittelin aikatauluni tiiviiksi, sillä tiesin, että minun on ehdottoman tärkeää tehdä opinnäytetyö kevään aikana, kun minulla on aikaa. Minulla oli keväällä vain yksittäisiä kursseja, ja en tehnyt töitä, joten pystyin panostamaan opinnäytetyöhön paljon. Lisäksi tiiviin aikataulu auttoi pitämään työn tuoreena mielessään, jolloin aikaa ei kulunut siihen, että työtä joutui jatkuvasti lukemaan uudestaan ja palauttamaan mieleensä. Kuvioon 5 on kuvattu projektin riskit. Riskien välttämiseksi tärkeimmät toimenpiteet olivat terveelliset elämäntavat, suunnitelmallinen eteneminen projektissa sekä kolmen varaviikon pitäminen aikataulussa.



Kuvio 5. Projektin riskit.

Tavoitteeni oli saada opinnäytetyö aiheen valitsemisen jälkeen valmiiksi kymmenessä viikossa. Lisäksi varasin 3 varaviikkoa aikatauluun, mikäli työ jostakin syystä olisi pitkittynyt. Kuitenkin pysyin hyvin tavoittelemassani aikataulussa, joten minun ei tarvinnut käyttää varaviikkoja opinnäytetyön tekemiseen. Olen tavoitteellinen ihminen ja tyypillisesti pysyn minulle annetuissa tai itselleni asettamissa aikatauluissa. Opinnäytetyöprosessin aikataulu on oheisessa kuviossa 6.



Kuvio 6. Opinnäytetyön aikataulu.

5.2 Esiintyminen lukiossa

Suoritin lukioni Someron lukiossa, josta valmistuin keväällä 2017. Esiintymisiä ei ollut useita, enkä sellaisiin tilanteisiin juuri hakeutunutkaan. Somero on pieni kaupunki, jossa lähestulkoon kaikki tuntevat toisensa. Olin ainoa luokallani, joka ei tuntenut ketään entuudestaan. Kaikki muut olivat käyneet saman yläasteen ja monet myös saman ala-asteen. Vaikka minut otettiin lukiossa hyvin vastaan ja oltiin ystävällisiä, koin välillä ulkopuolisuutta, kun en tuntenut muita yhtä hyvin kuin he tunsivat toisensa. Asia ei ainakaan lisännyt haluani olla esillä. Harvoista esiintymisistä mieleen on jäänyt lähinnä puheen pitäminen äidinkielen ja englannin tunnilla, sekä pari yksittäistä lyhyttä esitelmää.

Äidinkielen tunnilla pitämäni puhe kuvaa erinomaisesti kaikkia esiintymisiäni lukiossa. Jännitin kyseistä puhetta paljon ja asiaa pahensi mielessäni se, että jouduin olemaan luokan ensimmäinen puhuja. Puhuin liikunnan merkityksestä. Kerroin, miten liikunta vaikuttaa esimerkiksi vireeseemme, mielialaamme ja kehoon. Muistan puheesta, että luin käytännössä kaiken suoraan paperista, piilouduin mahdollisimman paljon puhujanpöntön taakse enkä tuonut millään lailla persoonaani esiin, kuten kertomalla aiheeseen liittyviä oman elämän esimerkkejä tai omia mielipiteitä. Sanaton viestintäni ei ainakaan tukenut puhumaani. Esimerkiksi käsillä elehtimisen koin hyvin vaikeaksi ja pidin ne siksi visusti piilossa. Olin helpottunut esityksen jälkeen, sillä olin saanut puhuttua kaiken, mitä oli tarkoitus sanoa, eikä minulla tullut mitään pahoja virheitä. Myöhemmin olen tajunnut, miten tylsä ja persoonaton esitykseni oli. Kuvion 4 vaikuttavan esiintymisen tekijöistä minulla oli tuskin mitään äidinkielen puheessa, ellei kohtalainen tiivistämisen taito.

Puheen oppeja olivat, että jos oma keskittyminen menee kaiken muistamiseen ja virheidenvälittämiseen, esityksestä tulee erittäin tylsä ja kaikki rohkeus puuttuu. Tärkeämpää kuin mitä sanoo, on se, miten sanoo. Verrattuna suoraan paperista lukemiseen, puheesta tulee ratkaisevasti parempi, kun kirjoittaa tärkeimmät avainsanat ja kuvaa asiat omin sanoin. Vaikka osa puheen sisällöstä unohtuisi tai puheesta tulisi pahakin ajatuskatko, puheesta tulee silti paljon mielenkiintoisempi.

5.3 Esiintyminen myyntityön koulutusohjelmassa

Myyntityön koulutusohjelma on Haaga-Helian ammattikorkeakoulussa opetettava 3,5 vuotta (210 opintopistettä) kestävä tradenomikoulutus. Koulutus antaa valmiudet tavoitteelliseen asiakaslähtöiseen myyntityöhön. Koulutusohjelmassa pääsee esiintymään paljon, mikä on erittäin hyvä asia, koska myyjän työhön sisältyy hyvin paljon esillä oloa. Isossa osassa kursseja erilaiset esiintymiset, esimerkiksi erilaisten projektien tulosten esittelyt, ovat osa arviointia. Alla olen kuvannut tarkemmin erilaisia esiintymisiä koulutusohjelman eri vaiheissa.

Useilla koulutusohjelman kursseilla, kuten Yrittäjyys ja yritystoiminta sekä Myynnin johtaminen -kursseilla, hyödynsimme PBL -oppimismenetelmää, joka tarkoittaa ongelmalähtöistä oppimista (problem-based learning). Oppimismenetelmä tarkoitti meidän tapauksessamme käytännössä sitä, että luokkamme jaettiin pienryhmiin ja meille annettiin ennalta aihe, josta etsimme tietoa itsenäisesti luotettavista lähteistä. Liite 1:ssä on tutoriaalia varten tekemäni muistiinpanot Myynnin johtaminen -kurssilla edelliseltä keväältä. Tämän jälkeen keskustelimme annetusta aiheesta muistiinpanojamme hyödyntäen tutoriaaleissa, eli pienryhmätyöskentelyissä. Meille annettiin keskusteluun ennalta roolit: puheenjohtaja, kirjaaja, tarkkaaja ja tavalliset keskustelijat. Tarkkaaja sekä

opettaja seurasivat keskustelua vierestä ja arvioitsivat muiden suoriutumista. Arviointi tapahtui tekemiemme muistiinpanojen sekä keskustelussa onnistumisen perusteella. Oppimismenetelmän kautta opin varsinaisten tutkittavien aiheiden lisäksi paljon vuorovaikutustaidoista ja sanallisesta viestinnästä. Opin, että sanallisessa viestinnässä oman asiansa kiteyttäminen ja asioiden perusteleminen faktoilla auttaa viestin perille menemisessä. Vaikka kyseessä oli keskustelu eikä varsinainen esiintyminen, oppimismenetelmä antoi rohkeutta itsensä ilmaisemiseen julkisesti. Opiskelujeni aikana olin mukana ainakin 15 tutoriaalikeskustelussa. Muistan, että kerran valmistauduin etukäteen erittäin huonosti tutoriaalisen aiheeseen ja tulin tutoriaaliin, syystä tai toisesta, yli puoli tuntia myöhässä. Olin lisäksi juossut matkalla, joten olin hengästynyt. Keskustelu meni, kuten arvata saattaa, erittäin huonosti. Jännitin, sillä tiesin, että valmistautumiseni oli huono ja myöhästyminen antaa huonon ensivaikutelman keskustelustani. En ollut lisäksi pystynyt rauhoittumaan ennen keskustelua, kun olin tullut paikalle hirveällä kiireellä, mikä vielä lisäsi hermoiluani. Tilanne opetti minulle esiintymistaidon kannalta ensivaikutelman, hyvän valmistautumisen sekä ajoissa tulemisen merkityksestä.

2018 keväällä minulla oli kurssi Yrityksen taloushallinto. Kurssilla simuloimme yrityksen perustamisen ja teimme siihen liittyviä talouslaskelmia. Esittelimme liike-ideamme ja kurssin muun tuotoksemme viimeisellä tunnilla. Oman ryhmäni yrityksen toimiala oli teippaus, joka tekee teippauksia esimerkiksi autoihin tai liiketiloihin. Vaikka olimme tehneet erinomaisesti kaiken työn kurssilla, itse esitys meni erittäin huonosti. Muusta hyvästä valmistautumisesta huolimatta emme olleet harjoitelleet esitystä kertaakaan, joten ei ollut ihme, että esitykseen annettu aikaraja ylittyi. Lisäksi osalle yleisöstä jäi jopa yrityksemme toimiala epäselväksi, sillä me emme olleet visualisoineet esitystä havainnollistavilla kuvilla ollenkaan. Esitysmateriaalimme on liitteessä 2. Omasta suoriutumisestani sain lisäksi palautetta, että puhuin liian hiljaa, liian pitkään ja monotonisesti.

Yrityksen taloushallinnon esiintymisen epäonnistuminen oli minulle valtavan opettavaista. En ollut juuri ajatelleet esitystä sen suhteen, kuinka se voisi olla mahdollisimman vaikuttava esiintyminen. Nyt ajatellen esiintymisessäni oli erittäin vähän mitään kuvion 4 vaikuttavan esiintymisen tekijöistä. Tällä kertaa en sentään piiloutunut minkään puhujanpöntön tai pöydän taakse, vaan olin kaikkien nähtävästi esillä. Ymmärsin esityksen kautta, että hyvä aihe ei riitä, vaan hyvä esiintyminen on elintärkeää sen kannalta, ostaako yleisö esimerkiksi esiintyjän ajatuksen tai myyntipalaverissa myytävän tuotteen. Opin, että osa valmistautumista tulee olla harjoittelua, jotta esiintyminen menee hyvin. Hyvään esitykseen kuuluu usein erilaisia havainne- tai tukimateriaaleja, joiden tulee vahvistaa puhuttua sanomaa. Tukimateriaaleilla kannattaa aktivoida kuulijoiden aisteja

monipuolisesti. Esimerkiksi kuvat tai muut visualisoinnit ovat visuaalisella alalla lähes välttämättömyys. Opin, että tiivistäminen on jalo taito ja esiintyjälle annettua aikataulua ei saa koskaan ylittää. Epäoleellinen puhe kannattaa jättää pois. Mieluummin puheessa on vähemmän puhetta, joka on täyttä asiaa, kuin paljon puhetta, joka on jotain sinnepäin. Tärkeimmän sanottavan ymmärtäminen ja tiivistäminen auttaa esiintyjää pysymään aikataulussa ja pitämään yllä mielenkiintoa. Lisäksi olen kyseisen esiintymisen jälkeen pyrkinyt nostamaan puheeni volyyymiä ja hyödyntämään erilaisia äänen tehokeinoja, jotta esiintymistäni on miellyttävämpi seurata.

Kävin Myynti- ja palvelutaidot -kurssin vuoden 2018 keväällä. Kurssilla myimme saman vuoden Best Seller Competition -kilpailussa myytyä ratkaisua. Myimme ratkaisua jollekin toiselle kurssilaiselle, joka oli harjoitellut ennalta määritellyn asiakasroolin. Myyntineuvottelutilanne kuvattiin ja sitä oli mahdollista katsoa myöhemmin. Valitettavasti videota ei ole enää tallessa. Myöhemmin tajusin, miten vähän todella yritin ymmärtämään asiakkaan tilannetta. Oma myyntiesitys pitää aina rakentaa asiakkaan tarpeisiin, joista en juuri neuvottelussa osoittanut kiinnostusta. Vaikuttavan myyntiesiintymisen tekijöiden (Kuvio 4) näkökulmasta vuorovaikutuksen suunta oli neuvottelussa lähinnä minulta asiakkaalle. Esiintymisestä puuttui eloa ja väriä, jota olisin saanut siihen aidolla innostumisella ja suuremmalla sanattoman viestinnän keinojen hyödyntämisellä. Toisaalta esityksessä oli hyviäkin elementtejä. En jännittänyt erityisen paljon tätä esiintymistä, pidin yllä katsekontaktia, yritin jo hieman ottaa käsiäni mukaan kommunikointiin ja käytin sopivaa puhenopeutta.

Syksyllä 2020 kävin koulutusohjelmani kurssin Konsultatiivinen myynti, jossa kävimme many-to-many myyntineuvottelun. Jokainen ryhmä toimi yhdelle ryhmälle myyjäorganisaationa ja toiselle puolestaan osto-organisaationa. Neuvotteluja seurasi opettaja ja toimeksiantajayrityksen edustaja, sekä viimeisessä neuvottelussa koko luokka. Neuvottelu oli jaettu kolmeen erilliseen neuvotteluun, jotka toteutettiin etänä Teamsin välityksellä ja tallennettiin. Ensimmäinen neuvottelu keskittyi tarvekartoitukseen, toinen ratkaisun esittämiseen ja kolmas sopimukseen. Ryhmäni esiintymismateriaali ratkaisun esittäminen -neuvottelusta on liitteessä 3. Olin yksi viidestä kurssilla, jotka palkittiin hyvästä suoriutumisesta myynti- ja ostoneuvotteluissa. Palkitseminen oli minulle hyvin rohkaisevaa, sillä olen epäillyt kykyäni esiintyä yhtä hyvin kuin useat luokastamme. Rohkaisevaa oli myös, että huolimatta jännityksestäni neuvotteluissa, sain hyvää palautetta rauhallisesta ja asiantuntevasta esiintymisestä. Vaikka pulssini nousi ja kasvoihini nousi puna, pystyin siis silti suoriutumaan hyvin ja keskittymään neuvotteluun.

Myyntityön koulutusohjelmaan kuuluu ”21 päivää yritysmyyntissä” -kurssi, jossa opiskelijat tutustuvat erilaisiin myyntiorganisaatioihin työskentelemällä Haaga-Helian kumppaniyrityksissä ja jakamalla toinen toisilleen yrityksissä oppimiaan asioita. Suoritin kurssin syksyllä 2020 Martelassa. Martelassa tuli vastaan monenlaisia esiintymiskokemuksia. Minun tuli ”pitchata” itseäni useamman kertaa, sillä työskentelin useissa eri tiimeissä, ja uuteen tiimiin tutustuessa sain aina esitellä itseni ja mielenkiinnon kohteitani. Useisiin yrityksessä saamiini tehtäviin liittyi myös esiintymistä, sillä esittelin aikaansaannokseni aina vähintään tiimin vetäjälle. Sain esiintymistaidon kannalta rohkaisevaa palautetta työskentelystäni, sillä Martelan henkilökunta kehui yhteistyötaitojani, selkeää ulosantiani, avoimuuttani sekä rohkeutta esittää ehdotuksia ja kysymyksiä.

Mielestäni 21 päivää yritysmyyntissä -kursilla saamani palaute kertoo paljon kehityksestäni myyntityön koulutusohjelman aikana, sillä esimerkiksi koulutusohjelman alkupäässä suorittamani Yrityksen taloushallinto palaute oli hyvin päinvastainen. Voisi sanoa, että itsevarmuuteni esiintyjänä on kasvanut paljon. Myyntityön koulutusohjelman aikana olen kasvanut kuvion 4 vaikuttavan esiintymisen tekijöistä erityisesti oman persoonan tuomisessa. Luotan itseäni esiintyjänä nykyään huomattavasti enemmän kuin ohjelman alussa. Kykenen olemaan paljon vahvemmin oma itseni ja heittäytymään paremmin muiden edessä. Sanallisen viestinnän koen myös vahvuudekseni. Puolestaan sanattomassa viestinnässä, vuorovaikutuksessa sekä esiintymisjännityksen hallinnassa olen päässyt paljon eteenpäin siitä, mitä se oli koulutusohjelman alussa, mutta niissä koen samalla edelleen selkeää parantamisen varaa.

5.4 Esiintyminen myyntityön koulutusohjelman ulkopuolella Haaga-Heliassa

2019 syksyllä kävin entisen opinahjoni Someron lukion alumnipäivässä esittelemässä Haaga-Heliata ja omaa koulutusohjelmaani. Pidin kaksi 45 minuutin esittelyä noin 30-lle lukiolaiselle. Esittelymateriaalina toimi Haaga-Helialta saamani koulun esittelymateriaali, johon tein omia lisäyksiä. Kuvion 4 vaikuttavan esiintymisen tekijöitä tarkastellen esitykseni menivät oikein hyvin. Pystyin olemaan melko rento esityksissä, enkä jännittänyt niitä paljonkaan. Jaoin rohkeasti mielipiteitäni ja kokemuksiani sekä yritin jonkun vitsinkin vääntää. Esiintymisessäni oli siis paljon persoonallista. Kielenkäyttö oli melko selkeää ja äänenkäytössä oli jonkin verran vaihtelua. Pidin katsekontaktia yleisöön ja käytin hieman käsiäni tukemaan sanomaani.

Luulen onnistumisen johtuvan siitä, että koin minulla olevan oikeasti annettavaa. Minun lukioaikani yliopistojen ja korkeakoulujen esittelyjä oli ollut todella vähän, eikä niistä yksikään ollut esimerkiksi ammattikorkeakoulu. Uskoin, että esittelystäni voisi olla todella

hyötyä, sillä olisin itse kaivannut samassa tilanteessa vastaavia esityksiä enemmän. Opin, että usko omaan asiaan ja asian tärkeyteen on esiintymisen onnistumisen kannalta hyvin tärkeä. Esityksissä pitää muistaa, että siinä on syy, että olen lavalla. Minulla on sanottavaa. Muuten esityksestä puuttuu itsevarmuutta ja innostusta. Lisäksi olin lukioesityksiä varten harjoitellut esitystä ja tiesin materiaalien olevan laadukkaita ja tilanteeseen sopivia. Hyvä valmistautuminen kannattaa aina.

Syksyllä 2020 suoritin intensiiviviikolla esiintymistaidon opettajan Kirsti Pohjaväreen Toimittajan esiintymistaito -nimisen kurssin. Kurssilla keskityttiin esiintymisen ja äänenkäytön perusteiden oppimiseen ja sovellettiin opittua erilaisiin toimittajan työssä vastaan tuleviin esiintymistilanteisiin. Tekemiämme harjoituksia olivat esimerkiksi TV-ohjelman alkujuonto, arvostamamme puhujan esittelyjuonto sekä ”Stand Up”, joka tarkoittaa lyhyttä toimittajan selostusta tietyistä tapahtumista suoran TV-lähetyksen aikana. Suurin osa esiintymisistä tehtiin muutaman hengen ryhmässä kameralle puhuttuna. Videot katsottiin yhdessä ja niistä sai palautetta opettajalta ja toisilta oppilailta. Kurssilla pidin paljon siitä, että pyrimme yhdessä löytämään kunkin esiintyjän vahvuuksia ja keskittymään niiden vahvistamiseen. Ajatus takana on, että jos kiinnittää huomiota virheisiin ja siihen mitä tulee välttää, esiintymisestä puuttuu persoona ja rohkeus. Vahvuuksiin keskittymisessä virheet poistuvat hiljalleen lähes itsestään. Toinen hyvä oivallus oli se, että hieman yliampuva esiintyminen on itseasiassa yleensä erinomainen. Omalle epä mukavuusalueelle meneminen, esimerkiksi rohkeamman aloitustavan kokeileminen, toimii yleensä erittäin hyvin.

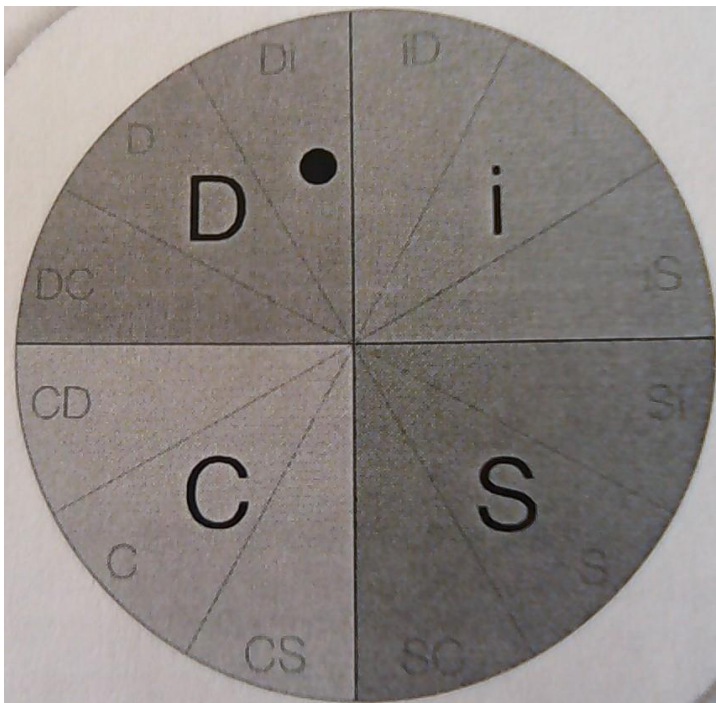
Kurssi oli minulle silmiä avaava näkemään, että minähän olen hyvä esiintyjä. Sain paljon rohkaisevaa palautetta ja itseluottamukseni kasvoi merkittävästi. Yksi oivallukseni oli, että jännittämisen ei juuri näy ulospäin, vaikka tunnen sitä voimakkaasti sisälläni. Opin myös tapoja hillitellä jännitystäni. Keskeisimmät oppini liittyen kuvion 4 vaikuttavan esiintymisen tekijöihin liittyivät sanattomaan viestintään. Olin aina ajatellut olevani huono tai vähintään keskinkertainen sanattomassa viestinnässä, mutta oivalsin, että sanattomassa viestinnässäni on tälläkin hetkellä paljon hyvää. Palautteiden mukaan minua on miellyttävä kuunnella ja tuen sanomaani hyvin kasvojen ilmeillä. Olemukseni on vakuuttava. Uskallan olla yleisön edessä ja pitää katsekontaktia yleisöön, enkä anna vaikutelmaa, että haluan pois tilanteesta. Samalla tunnistin sanattomassa viestinnässä käsien käytön ja äänen tehokeinot kehityskohteeksi.

5.5 DISC -analyysi

Tein myyntityön koulutusohjelman alkuvaiheessa henkilökohtaisen DISC-analyysin. Analyysi löytyy liitteestä neljä (Liite 4). Analyysi on työkalu, joka auttaa ihmisiä

kartoittamaan omaa yksilöllistä toimintatyyliään. Luonteensa tietäminen auttaa ymmärtämään myös esiintymiskäyttäytymistään, jonka takia otin analyysin esille. Analyysi jakautuu neljään eri toimintatyyliin, joiden englannin kielisistä sanoista tulee termi DISC. Analyysi koostuu neljästä tyylistä, hallitseva (Dominance), vaikuttava (Influence), vakaa (Steadiness) ja tunnontarkka (Conscientiousness). Jokaisella on piirteitä kaikista toimintatyyleistä, mutta yleensä ihmiseltä löydetään yksi tai kaksi hallitsevaa tyyliä.

Kuvassa 1 näkyy, mihin sijouduin DISC-analyysissä. Mitä lähempänä piste on ympyrän reunaa, sitä voimakkaampi taipumus henkilöllä on DISC-tyylin ominaisuuksiin. Testin mukaan olen Di -tyyppi, joka on tyyppillisesti aktiivinen, tavoitteellinen, itsenäinen ja rohkea, mutta myös tyylin ominaisuuksia, mutta samalla näen, että en ole ääripää missään näistä ominaisuuksista.



Kuva 1. DISC-analyysi.

Di-tyypin henkilöillä on useita hyviä esiintymisessä tarvittavia ominaisuuksia. Di-tyypit käyttäytyvät itsevarmasti ja energisesti sekä heillä on kyky innostaa muita ja saada ryhmä liikkeelle. Minua on lapsesta asti pidetty johtajahenkisenä ja muut liikkeelle saavana persoonana. Uskon, että näihin luonteelleni tyyppisiin piirteisiin liittyy se, että pidän esiintymisestä ja olen ylipäätään hakeutunut myynnin tehtäviin. Vaikka pidän esiintymisistä, koen esiintymistilanteet samalla ristiriitaisesti. Esiintymiset aiheuttavat minulle jännitystä enkä aina koe itseäni lavalla mitenkään itsevarmaksi. Kenties minulle on nuoruudessa syntynyt joitakin pelkoja esiintymiseen. Toisaalta epävarmuuteen voi vaikuttaa se, että en ole parhaimmillani paineen alla, mikä on tyyppillistä Di-tyypille. Jännittäessä, esimerkiksi esiintymislavalla, koen vaikeaksi ilmaista itseäni vapaasti. Eron

huomaa esimerkiksi urheilukentällä, jossa olen usein joukkueeni heittäytyvin ja äänekkäin pelaaja, koska pystyn olemaan siellä paljon vapautuneemmin, vaikka minua seuraisi saman kokoinen yleisö kuin esiintyessä.

Di-tyypeiltä saattaa myös puuttua hienotunteisuutta tai empatiaa ja he saattavat jättää vahingossa toisen henkilön huomioimatta, kun keskittyvät niin vahvasti omaan agendaan. Vuorovaikutus yleisön kanssa on esiintyjälle erittäin tärkeää ja nämä ominaisuudet saattavat Di-tyypeillä haitata hyvän vuorovaikutuksen syntymistä esiintyjän ja yleisön välillä. Minä huomaan taipumusta näihin haasteisiin esiintyjänä, joten pidän näitä ominaisuuksia kehityskohteinani.

5.6 Esiintymiset armeijassa

Suoritin asepalvelukseni Parolannummella lähellä Hämeenlinnaa perinteikkäässä Panssariprikaatissa vuoden 2018 syksynä ja vuoden 2019 keväänä. Todistus Aliupseerikurssin suorittamisesta löytyy liitteestä viisi (Liite 5). Yksikköni oli peruskoulutuskaudella Toinen ohjusilmatorjuntapatteri. Vajaan kahden kuukauden peruskoulutuskauden jälkeen pääsin aliupseerikurssille ja yksikköni vaihtui Panssari-iltatorjuntapatteriksi, jonka riveissä olin lopun aikaa. Varsinainen johtamiseen valmistava aliupseerikurssi kesti 4 kuukautta, jonka jälkeen toimin varusmiesjohtajana puoli vuotta. Tehtäväni johtajakaudella oli toimia jaoksen kakkosmiehenä, jaosvarajohtajana. Pääsin tähän tehtävään, koska suoritin aliupseerikurssin erittäin hyvin. Olin kurssin toiseksi paras pistemäärältä ja kouluttajani luottivat minuun. Johdin neljästä ryhmästä koostuvaa jaosta kokelaan oikeana kätenä. Kutakin ryhmää johti alikersantti. Minulla oli alaisia yhteensä vajaa 30, joista neljä oli alikersantteja. Meitä ylempänä oli jaoksemme kouluttaja, joka oli arvoltaan vääpeli. Hän ennen kaikkea tarkkaili toimintaamme ja antoi neuvoja, mutta käytännön johtamiseen hän ei puuttunut.

Armeija-aika antoi paljon kokemusta esiintymisestä. Erityisesti esiintymiskokemusta syntyi johtajakaudella, mutta jonkin verran myös aliupseerikurssilla. Siellä pidin joitakin sulkeisjärjestysjärjestyksiä sekä koulutuksia toisille kurssilaisille, esimerkiksi liikuntakoulutuksen sekä eri aseiden käytön koulutuksia. Saimme aina välittömän palautteen suoriutumisesta, mikä oli etuna oppimisen kannalta. Palaute keskittyi kuitenkin pitkälti esiintymisen sisällön oikeellisuuteen, esimerkiksi sulkeisjärjestysjärjestyksessä käyttämämme termistön oikeellisuuteen, eikä niinkään esiintymiseen. Johtajakaudella esiintymistilanteita oli jatkuvasti. Pidin esimerkiksi aselaji- ja liikuntakoulutuksia, annoin palautteita, ohjeita ja käskyjä sekä marssitin jaoksemme ruokailuun tai muihin palveluksiin kasarmilla. Joitakin kertoja toimin koko yksikön päivystäjänä tai apuvalvojana, jolloin annoin käskyjä koko yksiköllemme, johon kuului yli sata henkilöä.

Vaikka esiintymistilanteet armeijassa ovat melko jäykkiä ja noudattavat pitkälle tiettyjä kaavoja, sain kuitenkin vahvistumista tiettyihin vaikuttavan esiintymisen tekijöihin, joita kuvataan kuviossa 4. Armeija-aika auttoi näkemään, että sanattomassa viestinnässä asennon, vakuuttavan ulkomuodon merkitys on iso. Ne vaikuttavat yleisöön, mutta ennen kaikkea itseensä. Viimeisen päälle hyvin laitettu sotilaspuku, ryhdikäs asento sekä siisti, mutta sosiaalinen tukka, antoivat minulle itselleni itsevarmuutta olla esillä esimiesten, vertaisten tai alaisten edessä. Samalle ne antoivat minusta vakuuttavan ja uskottavan vaikutelman muille. Ääntä tuli armeijassa käytettyä isolle joukolle puhuttaessa kovaäänisesti ja mahdollisimman matalalla sävelkorkeudella samaan aikaan. Huomasin voimakkaan puhumisen pakottavan minut artikuloimaan selkeämmin ja lisäksi puhumaan hitaammin. Jostain syystä täytesanojakaan ei tämän johdosta tullut puheeseen paljon. Koska minulla on joskus taipumusta hiljaiseen äänenkäyttöön ja epäselvään artikulaatioon, armeijassa oppimani äänenkäyttö auttoi näkemään, että pieni äänen voimakkuuden kasvattaminen auttaa minua osaltaan pääsemään taipumuksesta eroon.

Lisäksi varusmiespalvelus helpotti esiintymisjännitystäni ja kehitti itsetuntoani esiintyjänä. Kun minun oli pakko olla jatkuvasti esillä ja asettaa itseni tilaan, jossa minua tarkkailtiin ja arvioitiin, jännittyminen helpottui vähitellen. Mitä enemmän esiintymisiä, sen helpommaksi se muuttuu. Koska armeijassa tein monia virheitä yleisön edessä ja sain niistä julkista palautetta, en pelkää virheiden tekemistä esiintyessä enää lähellekään yhtä paljon. Tajusin, että virheet ovat inhimillisiä ja niitä tulee jokaisella vastaan. Virheiden ei saa syödä itsetuntoa, vaan tärkeää on ottaa niistä opiksi ja jatkaa sen jälkeen eteenpäin pää pystyssä. Sainkin varusmiespalvelukseni päätyttyä parhaan mahdollisen arvosanan suhtautumisesta palautteeseen ja palautteesta oppimisesta.

5.7 Esiintymiset harrastuksissa

Musiikkiharrastukseni kautta olen saanut esiintymiskokemusta. Olen soittanut bassoa melko kauan. Aika ajoin olen harjoitellut itsenäisesti ja aika ajoin opettajan tukemana. Harrastuksen myötä olen esiintynyt erilaisissa konserteissa, kuten soittanut tuttavieni tai sukulaisten juhilla. Kävin soittoharrastukseeni liittyen lukioaikani kaksi vuotta Lounais-Hämeen musiikkiopiston bändilinjalla Forssassa. Bändilinjaa kautta esiinnyin muutamissa musiikkiopiston järjestämässä konserteissa. Esiinnyin bändin mukana kahdessa peruskoulussa sekä neljä kertaa paikallisessa nuorisokerhossa. Bändimme pääsi esiintymään myös suomalaisista, norjalaisista sekä israelilaisista nuorista koostuvalle yleisölle Forssan ystävyyskaupungissa Sarpsborgissa eteläisessä Norjassa.

Kaikki musiikkiesiintymiset ovat olleet hyödyllistä esiintymistaidon kannalta. Suurin osa esiintymistä on soittamista, mutta välillä myös laulan tai puhun mikrofoniiin. Musiikkiesiintymiset ovat lisänneet varmuuttani olla yleisön edessä ja olen oppinut nauttimaankin siitä. Ennen musiikkiesiintymisiä koen aina jännitystä, koska haluan soittaa ja laulaa hyvin, mutta samalla odotan niitä innolla. Suhtautumiseni musiikkiesiintymisiin on aina ollut jotenkin positiivisempi verrattuna muihin esiintymisiin. Konserteissakin eniten jännitystä on aina aiheuttanut ”spiikit”, eli lyhyet puheosuudet kappaleiden välissä. Puhuminen on siis minusta aina ollut vaikein elementti esiintymisestä. Uskon, että asialla on tekemistä itseluottamuksen kanssa. Tiedän, että olen taitava soittamaan ja laulamaan ja uskon sen viihdyttävän yleisöä. Minulla on siis ikään kuin syy tai oikeutus olla lavalla, koska minulla on annettavaa. Samaa ei voi itseluottamuksen osalta sanoa aina puhe-esiintymisistä. Näen, että minun tulisi suhtautua niihinkin esiintymisiin samalla asenteella: olen taitava puhumaan ja minulla on yleisölle annettavaa.

5.8 Esiintymiset työelämässä

Olin Stockmannilla kausiapulaisena töissä Hulluilla päivillä vuoden 2018 keväällä. Viikon aikana työskentelin kassalla ja asiakaspalvelijana. Sekin on omalla tavallaan esiintymistä, sillä hyvää asiakaskokemusta ei luoda pelkästään asiakkaan välittömien tarpeiden tyydyttämisellä. Opin hyödyllisiä peruseriaatteita esiintymisestä. Opin, että positiivinen ensivaikutelma ja myös loppuvaikutelma on hyvin keskeistä esiintymisessä. Hulluilla päivillä kohtasin asiakkaan aina tervehtimisellä ja päätin kiitoksella tai iloisella lopputervehdyksellä. Opin myös, että ystävällinen käytös ja asiakkaan henkilökohtainen kohtaaminen on muistettava joka kohtaamisessa, oli sitten kiire tai vaikea asiakas. Loppujen lopuksi pienet asiat yhdessä merkitsevät paljon.

Työskentelin Trainers' Housella markkinoijana puoli vuotta opiskelujeni ohessa. Liite 6 on työtodistukseni Trainers' Housella työskentelystä. Pääasiallinen työtehtäväni oli myyntineuvotteelujen sopiminen puhelimitse, eli buukkaaminen. Soitin tuhansia puheluita useille eri alan yrityksille ja sovin ainakin sata tapaamista. Vaikka kyse ei ollut kasvokkain tapahtuvasta esiintymisestä, sain sen kautta itsevarmuutta puhua ja tulla toimeen vieraiden ihmisten kanssa. Aluksi minusta tuntui hyvin vaikealta ottaa yhteyttä isoihin yrityspäättäjiin, sillä minusta tuntui vaikealta kohdata heitä vertaiseni. Näin heidät ja itseni ikään kuin tittelin ja kokemusten takaa. Minä, nuori opiskelupoika, soittamassa kaksi kertaa vanhemmalle, kaksikymmenkertaisen työkokemuksen omaavalle ja vastuullisessa työtehtävässä työskentelevälle yrityspäättäjälle. Kuitenkin aloin ymmärtää, että työkokemuksen ja tittleiden takana on aina vertaiseni ihminen. Kyllä ihmiset kuuntelevat ja heitä kiinnostaa sanottavani, kun en tuo asiaani ikään kuin anteeksipyytäen, joskaan en myöskään ylimielisesti. Pitkäkään työkokemus ei poista tarvetta katsella asioita välillä

uudelta kantilta ja kuulla tuoreita kehitysajatuksia. ”Luurikammo” on termi, jota käytetään erityisesti markkinointi- ja uusasiakashankintapuheluiden aiheuttamasta pelosta. Aluksi kärsin luurikammosta kovastikin, mutta pääsin siitä suurimmaksi osaksi eroon. Tässä auttoi se, että työntekijöille oli asetettu melko tiukat tavoitteet soittomääriin, ja tavoitteita seurattiin jatkuvasti. Minun oli ikäänkuin pakko ottaa itseäni niskasta kiinni ja soittaa paljon kaikesta jännityksestä huolimatta. Mitä enemmän puheluita soitin, sitä helpommaksi se muuttui.

5.9 Nykytilanne

Nyt olen tarkastellut esiintymistaitoni kehitystä ja siihen vaikuttaneita tilanteita tai vaiheita elämäni varrelta lukioikäisestä eteenpäin. Tässä alaluvussa luon yhteenvetoa nykytilanteestani esiintyjänä sekä kuvaan omia kehityskohteita ja vahvuuksia.

Olen esiintyjänä ottanut isoja harppauksia eteenpäin esiintyjänä, mutta samalla näen esiintymisessäni vielä selkeitä kehityskohteita. Kun ottaa huomioon kaikki esiintymiset, mitä minulla on lukioista asti tullut vastaan, erilaisia esiintymistilanteita on kertynyt kaiken kaikkiaan melko iso määrä. Lukio, Haaga-Helia, armeija, työelämä ja musiikkiharrastus ovat kaikki osaltaan kehittäneet esiintymistaitoani.

Näen vahvuudeksi esiintymisessäni intensiivisen läsnäolon. Keskityn esiintymisessä kiinteästi käsillä olevaan hetkeen ja ympärillä oleviin ihmisiin, eikä minulla ole kiire pois tilanteesta. Omassa itseluottamuksessa näen kuitenkin kehittymistarpeita. Luotto omiin kykyihin ja omaan sanottavaan on erittäin tärkeää, jotta yleisön edessä pystyy olemaan ja puhumaan vakuuttavasti.

Olen aina pitänyt sanatonta viestintää itselleni heikkoutena, varsinkin käsillä elehtimistä ja äänen vaihtelevuutta. Kädet eivät luontaisesti tule mukaan kommunikaatiooni ja helposti käsillä elehtimiseni näyttää pakonomaiselta. Ääneni on puolestaan helposti monotonista. Olen kuitenkin tajunnut, että sanaton viestintä on paljon laajempi kokonaisuus, mitä olin ajatellut. Suurimmat oivallukseni tähän tapahtuivat Toimittajan esiintymistaito -kursilla, jossa ymmärsin, että sanaton viestintä ei ole minulle erityinen heikkous, vaan minulla on siinä vahvuuksia yhtä lailla. Esimerkiksi katsekontaktini ja kasvojen ilmeet ovat vahvuuksiani. Perusilmeeni on miellyttävän myönteinen ja olemukseni energinen.

Asia, jonka näen vahvuudeksi ja kehityskohteeksi samaan aikaan, on jännityksen hallinta. Koen voimakastakin jännitystä edelleen esiintymistilanteita ennen ja niiden alussa, joten haluaisin osata hillitä paremmin esiintymisjännitystä. On epämiellyttävää, kun naamani alkaa punottamaan, kurkkuni kuivamaan tai jalat tärisemään. Toisaalta pystyn

aikaisempaa huomattavasti paremmin suoriutumaan esiintymisestä jännityksestä huolimatta. Pystyn kiinnittämään huomioni pois jännityksestä. Jännitys ei pilaa esiintymistäni tai haittaa sitä lähellekään yhtä paljon kuin ennen. Tämän huomaa esimerkiksi siinä, että usein jännitys helpottuu huomattavasti alun jälkeen.

Omaa esiintymistaitoa pohtiessani ymmärrän, että kun huomio menee puheen sisällön miettimiseen, esiintymisestäni katoaa hyvät elementit. Jos en ole varma, mitä aion sanoa, ja ikään kuin pohdin ääneen samaan aikaan, kehoni helposti käpertyy, katsekontakti katoaa ja puhe muuttuu tasaiseksi ja katkeilevaksi. Parhaat esiintymiseni ovat aina seuranneet sitä, että tiedän, mitä haluan sanoa, olen harjoitellut esiintymistäni sekä uskon puheeni merkityksellisyyteen. Nykyään esiinnyn harvoin valmistautumatta hyvin. Hyvä valmistautuminen ja harjoittelu on minulle siis erityisen tärkeää. Hyvä sääntö itselleni on myös se, että jos vastaan tulee yllättävä esiintyminen tai esiintymisen aikana yllättävä kysymys tai ajatuskatko, otan 5 sekunnin tauon. Mietin rauhassa, mitä tahdon sanoa, enkä vain säntää sanomaan ensimmäistä mieleen tulevaa asiaa.

Suhtautumiseni esiintymisiin on nykyään se, että jokainen esiintyminen vie eteenpäin. Pitkäjänteinen itsensä kehittäminen on avain vaikuttavaan esiintymistaitoon. Kehittyminen ei tapahdu sormia napauttamalla. Näen nykyään kaikki esiintymiset mahdollisuutena kehittyä ja saada varmuutta omaan esiintymiseen. Siksi nykyään, toisin kuin esimerkiksi lukioaikana, hakeudun mieluusti esiintymistilanteisiin. Taulukossa 2 vedän yhteen oman myyntiesiintymisen nykytilanteeni. Sarakkeissa 2 ja 3 osoitetaan, mitkä tekijät ovat esiintymisessäni vahvuuksia ja mitkä puolestaan kehityskohteita. Tärkeimmät kehityskohteeni esiintyjänä myyntineuvottelujen kannalta ovat sanaton viestintä, vuorovaikutus yleisöön sekä esiintymisjännityksen hallinta.

Taulukko 2. Oman myyntiesiintymisen nykytilanteen yhteenveto

Vaikuttavan esiintymistaidon tekijät	Vahvuus	Kehityskohde	Perustelu / Syy, miksi tekijä on vahvuus tai kehityskohde
Persoonaa ja karisma	x		Keskityn esiintymisessä kiinteästi käsillä olevaan hetkeen ja ympärillä oleviin ihmisiin, eikä minulla ole kiire pois tilanteesta. Usein alkujännityksestä päästyäni kykenen nauttimaan esiintymisestä, jolloin myös yleisö nauttii siitä.
Sanallinen viestintä	x		Kun tiedän, että viestini on merkityksellinen ja olen suunnitellut puheen sisällön hyvin, kykenen erinomaiseen sanalliseen viestintään. Puheen sisältö on tällöin ytimekästä ja harkittua.
Sanaton viestintä		x	Käsieni käyttö ei tapahdu esiintymisessäni luonnostaan, vaan minun on kiinnitettävä siihen tietoista huomiota. Ääneni on helposti monotonista.
Vuorovaikutus asiakkaaseen		x	Kun keskityn oman esitykseni sisältöön, minulle voi olla hankalaa asiakkaan kehonkielen seuraaminen ja rivien välistä lukeminen. Lisäksi oman esiintymisen mukauttaminen yleisön tarpeiden parempaan tyydyttämiseen yllättävissä tilanteissa ei ole vahvuuteni.
Esiintymisjännityksen hallinta		x	Myyntiesiintyminen jännittää ja stressaa, joka syö voimavaroja ja aiheuttaa epämukavia kehollisia reaktioita.

5.10 Kehittymissuunnitelma

Tässä alaluvussa kuvaan tarkemmin kehityskohteitani esiintyjänä sekä kehittymisaskelaita kuvaamissani kehityskohteissa. Myyntityön tradenomiksi valmistumisen jälkeen tavoitteeni on päästä sellaiseen myynnin työtehtävään, jossa voin päästä hyödyntämään Myyntityön koulutusohjelmassa oppimiani asioita ja kehittymään niissä. Esiintymistaito on hyvin tärkeä taito myyntityössä. Haluan siksi olla esiintymistaidon hallitseva myyjä.

Tulevaisuuden myyntiurani kannalta minun on erittäin tärkeää nähdä, kuinka voin kehittää esiintymistaitoani. Oma motivaatio ja halu kehittyä onkin välttämätön perusta omalle kehitykselle. Koen, että olen hyvin motivoitunut oppimaan ja kehittymään esiintyjänä.

Alla kuvaan tarkemmin kehittymiskohteitani omassa esiintymisessäni, jotka ovat merkityksellisiä erityisesti myyntineuvottelujen kannalta, sillä myyntineuvottelu on myyjän keskeisin esiintymistilanne. Lista ei ole tärkeysjärjestyksessä.

1. Jännittäminen

Esiintyminen on aina jännittänyt minua, vaikka nykyään vähemmän kuin aikaisemmin. Trainers' Housella soittaessani buukkauspuheluita, koin joskus myynnin kirjallisuudesta tuttua "luurikamoa". Puhelimeen tarttuminen

uusasiakashankintapuhelua varten tuntui aika ajoin tavattoman vaikealta, erityisesti työpäivän alussa. Ongelma luurikammossa on, että se syö valtavasti voimavaroja ja aiheuttaa stressiä. Suuri jännittäjä lannistuu myös helposti vastoinkäymisistä. Pieni jännitys voi olla hyväksi, sillä se antaa myyjälle virkeyttä ja keskittymiskykyä, mutta liika jännitys lamauttaa ja syö voimavaroja. Koska olen jännittänyt esiintymistä sekä asiakkaan lähestymistä puhelimitse, luulen, että minulla on taipumus jännittää myös asiakkaan lähestymistä kasvokkain myyntineuvottelussa. Tiedän, että minun on välttämätöntä osata hillitä jännitystäni, sillä se uuvuttaa nopeasti ja aiheuttaa epämukavia kehollisia reaktioita, kuten punastumista ja tärisemistä. Koska myyntineuvotteluja on myyjällä tyypillisesti useampia päivässä, yksittäinen myyntineuvottelu ei saa viedä liikaa myyjän energiaa. Tähän olen koonnut opinnäytetyössä vastaan tulleita keinoja, joilla voin hillitä jännitystäni myyntineuvotteluihin.

- a. Minun tulee muistaa, että jännittäminen ei ole vaarallista eikä epätavallista. Pieni jännittäminen voi vain tuoda hyvää energiaa esiintymiseen. Muistutan itselleni myös, että vaikka sisällämme vallitsisi kaaos, muut harvoin näkevät jännitystämme.
- b. Voin helpottaa jännitystä kehon asennolla. Jos mahdollista, ennen myyntineuvottelua minun kannattaa mennä johonkin rauhalliseen tilaan, ja seistä kaksi minuuttia voima-asennossa, esimerkiksi leveässä X-asennossa. Se laskee stressihormonin eli kortisolin määrää kehossa sekä kasvattaa testosteronin määrää, joka lisää itsevarmuuden tunnetta. Myös myyntineuvottelun aikana minun tulee olla asiallisen ryhdikkäällä asennossa, välttäen pieneksi käpertymistä, jolla on kehossa päinvastainen vaikutus kuin voima-asennolla.
- c. Syvään hengittäminen laskee stressitasoa. Jos huomaan, että puheeni meinaa nopeutua tai sanottavani unohtua, otan pienen tauon ja hengitän syvään. Pysin tietoisesti hidastamaan puhenopeutta.
- d. Kiinnitän huomioni ympäristöön. Keskityn asiakkaan puheen ja elekielen seuraamiseen, enkä omaan jännitykseeni. Mitä enemmän keskityn siihen, mitä ulkopuolellani tapahtuu, myyntiesiintymisestäni tulee energisempää ja pian unohdan oman jännitykseni.
- e. Hyvä valmistautuminen ja tuotetuntemus antaa varmuutta myyntineuvotteluun. Valmistaudun kuvion 1 mukaisesti myyntineuvotteluihin ja hankin mahdollisimman paljon ymmärrystä omasta ratkaisustani. Tällöin voin mennä rauhallisella mielellä myyntineuvotteluihin, sillä esimerkiksi riski odottamattomiin haasteisiin on pienempi.
- f. Kokemus auttaa. Mitä enemmän esiintymisiä kertyy, sitä varmemmaksi esiintyminen muuttuu.

2. Vuorovaikutus

Minun kaltaiselleni Di-tyypille vuorovaikutusta voi haastaa myyntineuvottelussa empatian puute tai asiakkaan sivuuttaminen, kun vien neuvottelua oman suunnitelmani mukaan eteenpäin. Tästä syystä minun tulee kiinnittää erityishuomiota asiakkaan kehonkielen seuraamiseen oman puheenvuoroni aikana. Huomiota tulee myös kiinnittää rivien välistä lukemiseen asiakkaan

kommentoidessa tai kysyessä jotakin. Monesti tärkeimmät viestit ovat kaikkein vaikeinta lukea, sillä ne saattavat tulla ilmi hyvin epäsuorasti. Hyvä myyjä osaa lukea rivien välistä ja seurata asiakkaan sanatonta viestintää.

3. Sanaton viestintä

Vaikka sanattomassa viestinnässäni on myös hyvää, koen että paremmalla käsien käytöllä sekä rikkaammalla äänenkäytöllä voisin parantaa myyntiesiintymistäni huomattavasti.

Myyntineuvottelussa minun tulee ottaa kädet tietoisesti mukaan kommunikaatiooni tärkeimpiä asioita painottamaan. Tavoitteeni on, että jokaisessa puheenvuorossani vahvistan vähintään yhtä keskeistä asiaa käsilläni. Uskon, että kun käsiä ottaa kommunikaatioon hiljalleen mukaan tietoisesti, se muuttuu helpommaksi ja muuttuu jatkuvasti luontevammaksi ja tiedostamattommaksi.

Puheeni on helposti monotonista, varsinkin ollessani epävarma. Tällöin ääneni on tasaista voimakkuuden, puhenopeuden ja sävelkorkeuden suhteen. Vivahteikkaus on paljon helpompaa kuunnella ja antaa myös puhujasta sen kuvan, että hän on kiinnostunut asiasta. Epävarmuus saa puheestani monotonista, koska mielen epävarmuus ja jännitys heijastuu kehoon jännittäen lihaksia, joka vaikuttaa hengitykseen ja äänihuulten rentouteen. Samalla epävarmuus siitä, mitä sanoo ja mikä omassa esityksessä on keskeisintä, tekee mahdottomaksi ilmaista tärkeitä asioita, koska niitä ei ole sisäistänyt itsekkään. Olen myös ajatellut joskus, että vivahteikkaus äänessäni ei kuulu persoonaani ja monotoninen ääni vain on osa minua. Ensimmäinen askel vivahteikkaampaan ääneen on ongelman tiedostaminen. Nyt kun tiedostan ongelman, pystyn kiinnittämään huomiota sen ratkaisemiseen. Muistutan itseäni neuvottelussa käyttämään äänen eri tehokeinoja. Pysin myös istumaan tai seisomaan hyvässä ryhdissä ja hengittämään koko keuhkoillani, jotta ääni kulkee kunnolla. Harjoittelen äänen liikkuvuutta laulamisen ja äänen avauksen avulla. Lisäksi mietin etukäteen, mitä asioita haluan painottaa tauoilla ja hitaammalla puheella.

Alla olevassa taulukossa 3 on vaikuttavan esiintymisen tekijöiden (Kuvio 4), oman myyntiesiintymisen nykytilanteen yhteenvedon (Taulukko 2) sekä edellä kirjoittamani kirjallisen kehityssuunnitelman pohjalta tehty Oman kehityssuunnitelman matriisi. Se on työkalu, joka tukee omien kehityskohteiden ja vahvuuksien tunnistamista myyntiesiintymisessä, sekä auttaa vahvistamaan havaitsemisensa kehityskohteissa konkreettisten askelien ja tavoiteaikataulun asettamisen kautta. Matriisi on ennen kaikkea työkalu tekijän henkilökohtaiseen

kehittymiseen, mutta siitä hyötyvät myös kaikki myyjät ja myynnin opiskelijat, jotka haluavat kehittyä myyntiesiintymisessään. Jotta matriisia (Taulukko 3) on mahdollista hyödyntää, kannattaa käyttää taulukkoa 2 omien vahvuuksien ja kehittymiskohteiden määrittämiseksi.

Taulukon 3 sarakkeessa 1 luetellaan eri vaikuttavan esiintymisen tekijät. Koska olen määritellyt osan vaikuttavan esiintymisen tekijöistä omaksi vahvuusalueikseni (taulukossa 2), jätän niiden rivit tyhjäksi matriisissa. Määritellyille kehityskohteille kuvataan oma tavoitetila sarakkeessa 2. Tavoitetilan saavuttamiselle asetetaan tavoiteaikataulu sarakkeessa 3, sillä hyvä tavoite edellyttää aina aikaan sitovuutta. Aikatavoitteiden tulee olla samalla sekä riittävästi painetta aiheuttavia että realistisia. Matriisissa kuvataan konkreettiset askeleet havaittujen kehityskohteiden ratkaisemiseksi sarakkeessa 6, sillä tavoitetilan saavuttamiseksi on välttämätöntä luoda itselleen selkeät ja konkreettiset ratkaisuaskeleet.

Taulukko 3. Oman kehityssuunnitelman matriisi

Vaikuttavan esiintymistaidon tekijät	Tavoitetila	Aikataulu	Askeleet kehityskohteen ratkaisemiseen
Persoona ja karisma			
Sanallinen viestintä			
Sanaton viestintä	Vivahteikkaampi ääni (pois monotonisuudesta) ja luontevampi käsillä elehtiminen	2 vuotta	<ul style="list-style-type: none"> - Käsien tietoinen käyttäminen. Ensin yhden asian painottaminen käsillä jokaisessa puheenvuorossa ja vähitellen lisää - Ongelman tiedostaminen ja vivahteikkouteen keskittyminen neuvottelussa - Asento, joka tukee äänen kulkemista - Etukäteen suunnittelu, mitä asioita haluaa painottaa
Vuorovaikutus asiakkaaseen	Asiakkaan kehonkielen ymmärtämisen ja rivien välistä lukemisen oppiminen.	1 vuosi	Asiakkaan tarkka kuunteleminen ja seuraaminen
Esiintymisjännityksen hallinta	Haluan päästä myyntiesiintymisestä eroon, jotta kykenen olemaan rento ja vapautunut yleisön edessä. Minun on toisaalta huomioitava, että pieni jännitys voi olla hyväkin asia tuomaan keskittymistä ja energiaa esiintymiseen.	4 vuotta	<ul style="list-style-type: none"> - Oikea suhtautuminen - Voima-asento ennen neuvottelua ja ryhdikäs kehon asento - Hengittäminen syvään & tauot - Ympäristöön keskittyminen - Hyvä valmistautuminen

Itse näen esiintymisjännityksen omista kehityskohteistani kaikkein suurimmaksi ongelmaksi ja vaikeimmaksi ratkaista, joten asetan sen tavoiteaikataulun muita tavoitteita pidemmäksi, neljään vuoteen. Sanattoman viestinnän tavoitetilan haluan saavuttaa kahdessa vuodessa. Koen asettamani asiakkaan vuorovaikutuksen tavoitetilan kaikkein helpoimmaksi, joten asetan tavoitteen yhteen vuoteen.

Kukaan ei ole huippuesiintyjä hetkessä, vaan vaikuttavaksi esiintyjäksi kehittyminen on prosessi. Jotta esiintyjänä voi päästä koko potentiaaliinsa, omia kehityskohteita ja niiden ratkaisutapoja on hyvä tarkastella ja päivittää säännöllisin väliajoin. Itse näen tällä hetkellä taulukossa 2 määrittämäni kehityskohteet suurimmiksi haasteikseni esiintymisessä, mutta

samalla näen kehityskohteita muuallakin. Tiedostan kuitenkin, että mikäli kehityskohteita on samanaikaisesti liian monta, ongelmien ratkaiseminen muuttuu mahdottomaksi, koska ratkaisun kohdistaminen pirstoutuu liian moneen suuntaan. Kehityskohteita kannattaa asettaa itselleen maksimissaan kolmesta vaikuttavan esiintymistaidon tekijästä kerrallaan. Suunnitelmani on tehdä seuraava kehityssuunnitelma neljän vuoden päästä, jolloin tämänhetkisen kehityssuunnitelman aikataulu päättyy.

5.11 Luotettavuus

Olen pyrkinyt kuvaamaan rehellisesti ne tilanteet tai vaiheet elämässäni lukioikäisestä nykyhetkeen, joissa esiintymistaitoni on paljastunut. Eri esiintymistilanteet ovat alaotsikoiden alla kronologisessa järjestyksessä. Olen pyrkinyt olemaan reflektiossa mahdollisimman objektiivinen.

6 Pohdinta

Tässä luvussa pohdin opinnäytetyön onnistumista ja sen merkityksellisyyttä alalle. Pohdin, kuinka työtä olisi mahdollista kehittää eteenpäin ja minkälaisia ideoita jatkotutkimukselle opinnäytetyön kirjoittaminen minussa herätti. Arvioin lisäksi omaa oppimista ja opinnäytetyöprosessin onnistumista.

6.1 Tuotoksen merkitys, hyödyllisyys ja ajankohtaisuus tekijälle ja alalle

Kehittymissuunnitelma -osuudessa luomani oman myyntiesiintymisen nykytilanteen yhteenveto (Taulukko 2) sekä oman kehittymissuunnitelman matriisi (Taulukko 3) ovat mielestäni hyödyllisiä työkaluja omalle kehitykselleni esiintyjänä. Samalla uskon, että niistä hyötyvät myös myynnin opiskelijat tai myyjät, jotka haluavat kehittyä myyntiesiintymisessään. Pidän opinnäytetyöni aiheita alan kannalta tarpeellisena, hyödyllisenä ja ajankohtaisena. Esiintyminen on aina ollut tärkeää myyntityössä, mutta ei voi sanoa, että sen merkitys suinkaan olisi vähentymään päin. Mielestäni esiintymistaidon merkitys myyntielämässä on sen sijaan tärkeämpää kuin koskaan. Johdannossa puhuin hieman siitä, että pehmeiden taitojen osaamisen tärkeys, mukaan lukien esiintymistaidon, vahvistuu työelämässä yleisesti, sillä niitä eivät koneet pysty korvaamaan. Uskon, että se heijastuu kaikessa työnteossa, kuten myyntityössä.

Videoneuvottelujen suosio on kasvanut ja sen myötä myyntineuvotteluja on kenties enemmän kuin koskaan, sillä etänä tapahtuessaan ne vievät vähemmän sekä myyjän, että asiakkaan resursseja. Asiakkaan vakuuttamiseen ja luottamuksen rakentamiseen on videoneuvotteluissa tyypillisesti vähemmän aikaa ja vähemmän keinoja, joten esiintymistaidon merkitys korostuu.

Lisäksi alan kannalta merkittävä muutos on se, että tietoa on nykypäivänä asiakkaan saatavilla valtavasti ja maailmanlaajuiset markkinat ovat lisänneet kilpailua useilla aloilla. Asiakasta ei myyntineuvottelussa kiinnosta kuulla ratkaisun ominaisuuksia, jotka olisivat muutenkin hänen saatavillaan. Myyjälle ei riitä, että hän tietää oman tuotteensa ja osaa kertoa sen erinomaisista ominaisuuksista asiakkaalle, vaan hänen on osattava rakentaa asiakkaan luottamus siihen, että tuote on paras juuri asiakkaan tarpeisiin nähden. Voisin sanoa, että oikean lähestymistavan valinta, luottamuksen rakentamisen taito ja vuorovaikutustaito ovat vielä ratkaisevampia kuin esimerkiksi 20 vuotta sitten tapahtuneessa myyntityössä. Esiintymistaidon merkitys korostuu jälleen.

6.2 Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset

Koska esiintymistaito on niin merkittävässä osassa työelämää ja erityisesti myyntityötä, mielestäni siitä olisi tärkeä saada enemmän opetusta myyntityön koulutusohjelmassa. Useilla koulutusohjelman kursseilla tulee kyllä vastaan esiintymistä ja esiintymistaito varmasti kehittyä kaikkien pakollisten esiintymistilanteiden kautta, mutta näen samalla, että koulutusohjelma voisi tukea esiintymistaitoa vielä enemmän. Mielestäni koulutusohjelman kaikki opiskelijat hyötyisivät kurssista, jonka sisältö on vain ja ainoastaan esiintymisistaidossa. Esiintymistaidon kurssilla olisi tärkeää saada oppia esiintymisen teoriasta, kuten sanattoman viestinnän ja jännityksen hallinnan perusteista, sekä tehdä harjoituksia, joissa keskittyminen on ennen kaikkea siinä, miten viestitään ja vähemmän siinä, mitä viestitään.

Opinnäytetyötä kirjoittaessa minulla heräsi kiinnostus tutkia lisää persoonallista ja karismaattista esiintymistä. Hyviksi puhujiksi tai esiintyjiksi mieltämämme henkilöt voivat lähestymistavaltaan poiketa toisistaan kuin yö ja päivä, mutta kuitenkin koemme heidät yhtä lailla puoleensa vetäviksi. Vaikka miellämme heidät erilaisiksi, olisi kiinnostavaa tutkia ja havaita, mitä yhteistä kaikissa hyvissä esiintyjissä on. Myös sen näkeminen on kiinnostavaa, mitä eroja heissä on ja minkälaisissa pienissä asioissa persoonallisuus tulee eri esiintyjillä esille.

Toinen asia, jossa näen potentiaalia jatkotutkimukselle, on esiintymistaidon merkitys videoneuvotteluissa. Myyntineuvotteluista iso osa tapahtuu nykyään videoneuvotteluna etäyhteyksillä. Koska videoneuvottelut ovat hyvin tuore ilmiö verrattuna perinteisiin kasvokkain tapahtuvaan myyntineuvotteluun verrattuna, aiheesta on paljon vähemmän kirjallisuutta ja informaatiota. Näkisin, että hyödyllinen tutkimusaihe olisi, miten esiintyminen eroaa videoneuvottelussa paikan päällä tapahtuvaan myyntiesiintymiseen verrattuna ja minkälaisia asioita myyjän tulee ottaa esiintymisessään huomioon videoneuvotteluissa.

6.3 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyön kirjoittaminen onnistui mielestäni hyvin. Koska pidin valitsemaani aihetta kiinnostavana ja hyödyllisenä, motivaationi ja työtehoni pystyi korkealla koko prosessin ajan. Asiaa auttoi myös kokemus siitä, että työ eteni jatkuvasti. Määrittelin työlle selkeät tavoitteet, jotka on määritelty johdanto -luvussa, ja pitäydyin niissä hyvin. Käsittelin kutakin tavoitetta kokonaisvaltaisesti määritellyillä rajatulla alueilla. Laadin melko tiukan tavoiteaikataulun, mutta pysyin siinä hyvin. Halusin saada opinnäytetyön tehtyä kevään aikana, sillä tiesin, että minulla olisi mahdollista laittaa tähän työhön paljon aikaa keväällä.

Aikataulussa pysymistä helpotti se, että vältyin hyvin pitkälle kaikista ennalta määrittämistäni opinnäytetyöprosessin riskeistä, jotka ovat kuviossa 5. Sairastelin toisaalta hieman flunssaa ja sain allergiaoireita siitepölystä, mutta ne eivät juurikaan haitanneet opinnäytetyöprosessia.

Opin opinnäytetyötä tehdessä paljon. Ensimmäinen tietoperustan aihe, myyntineuvottelu, oli minulle hyvin tuttu, sillä se on paljon käsitelty aihe myyntityön koulutusohjelmassa. Pidin siitä, että sain vielä kerran opiskelujeni aikana käydä läpi myyntineuvottelua ja palauttaa siihen kuuluvia asioita mieleeni. Kertaus on opintojen äiti ja oli hyödyllistä palauttaa tuoreeseen muistiin tämä yksi koulutusohjelmani keskeisimmistä opetetuista asioista. Opin jälkimmäistä tietoperustan aihetta, vaikuttavaa esiintymistaitoa, kirjoittaessani paljon uutta. Uskon, että erityisen hyödyllistä minulle oli oppia keinoja hallita jännitystäni. Mielestäni sain kumpaankin tietoperustan käsitteisiin käyttämistäni lähteistä hyvän ja perusteellisen kokonaiskuvan. Käyttämäni lähteet olivat luotettavia ja melko uusia. Toisaalta lähteitä olisi voinut olla vielä enemmän. Tieteellistä vuoropuhelua kyllä oli, mutta mitä enemmän lähteitä on, sitä enemmän lähteet saa keskustelemaan keskenään.

Koen, että yksi tärkeimmistä vaiheista oppimiseni kannalta oli tietoperustan yhteenvedon kirjoittaminen. Tietoperustan vuoropuheluun saaminen vaati paljon reflektiota ja tarkkaa analysointia siitä, miten vaikuttava esiintyminen ja myyntineuvottelu liittyvät toisiinsa. Oman kehityssuunnitelman tekeminen opetti myös paljon, mutta ennen kaikkea se valoi uskoa kehittymiseen. Minulle oli mielenkiintoista ja opettavaista tarkastella omia esiintymiskokemuksia ja reflektoida, mitä niistä olen oppinut. Kun havaitsin, miten paljon olen esiintyjänä kehittynyt, auttoi se luomaan uskoa, että tulen jatkossakin kehittymään.

Jotta saan mahdollisimman suuren hyödyn ja opin opinnäytetyöstä, minun kannattaa palata opinnäytetyöhön ja tarkastella omaa kehityssuunnitelmaa muutaman vuoden välein. Minun on keskeistä nähdä, olenko kehittynyt tässä opinnäytetyössä määrittelemässäni kehityssuunnitelman osa-alueissa ja olenko päässyt tavoitteisiini. Tämän jälkeen tavoitteita on hyvä päivittää ja pohtia kriittisesti, mitä asioita haluan omassa esiintymisessään seuraavaksi kehittää. Minun on myös luotava uusille kehityskohteille ratkaisukeinot ja aikataulu. Mikäli lukijat määrittävät itselleen oman myyntiesiintymisen matriisin mukaisen kehityssuunnitelman, heidänkin on hyödyllistä palata siihen muutaman vuoden jälkeen.

Portfolio-osuus oli vaikeinta kirjoittaa, sillä sen kokonaiskuva ei ollut yhtä selkeä kuin esimerkiksi tietoperustassa. Omaa esiintymishistoriaa en voinut vain lukea kirjasta, vaan

minun piti etsiä tietoa siihen esimerkiksi käymällä läpi valtava määrä muistiinpanoja opiskelujeni varrelta. Haastavaa oli myös sen valitseminen, mitkä esiintymistilanteet haluan kuvata tarkemmin. Jokaikaisen yksittäisen esiintymistilanteen kuvaaminen elämäni varrelta olisi luonnollisesti ollut mahdotonta. Minun täytyi siis tarkastella kriittisesti, mitkä hetket ovat olleet kaikkein oleellisimpia ja kertoa niistä tarkemmin. Halusin laittaa portfolion aiheet kronologiseen järjestykseen, mutta se oli haastavaa, sillä osa aiheista tapahtui päällekkäisesti. Esimerkiksi armeijassa olin Haaga-Helian opiskeluvuosien välissä, eli se keskeytti opinnot. Onnistuin kuitenkin mielestäni lopulta saamaan portfolio-osuudesta sellaisen, joka osoittaa selkeää kehityskäyrää esiintymisestääni ja noudattaa tiettyä punaista lankaa.

Opinnäytetyöprosessi oli kokonaisuudessaan erittäin opettavainen ja hyödyllinen. Opin hyödyllistä teoriaa myynnistä ja esiintymisestä. Opin uutta itsestäni. Opin uutta luotettavan lähdeaineiston löytämisestä, kriittisestä tarkastelusta sekä käyttämisestä. Pystyin syventymään Haaga-Helian myyntityön koulutusohjelmassa oppimissani asioissa sekä soveltamaan oppimaani. Prosessi eteni suunnitellusti ja olen kokonaistulokseen tyytyväinen.

Lähteet

Aalto, E. & Rubanovitsch. Myy enemmän – myy paremmin. 2007. Imperial Sales. Helsinki.

Bowman, A. & McGowan, B. Esiinny eduksesi. 2015. Helsingin Kamari Oy. Helsinki.

Carney, D., Cuddy, A. & Yap, A. 20.9.2010. Power Posing: Brief Nonverbal Displays Affect Neuroendocrine Levels and Risk Tolerance. *Psychological Science*, 21, 10, s.1363-1368.

Ervasti, E. & Turunen, J. Pitch! : innostavan tiivistämisen taito. Kustantamo S&S. Helsinki. Luettavissa: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789515251077>. Luettu 12.4.2021.

Harrington, J. & Voehl, F. 2016. *The Innovation Tools Handbook, Volume 2*. CRC Press. Boca Raton, Florida.

Hänti, S., Kairisto-Mertanen, L. & Kock, H. 2016. *Oivaltava myyntityö*. Edita Publishing Oy. Helsinki. Luettavissa: <https://www.ellibslibrary.com/book/978-951-37-6730-3>. Luettu: 10.3.2021.

Kortesuo, K. *Karisman käsikirja*. 2015. Helsingin seudun kauppakamari. Helsinki.

Laine, K. *Myynti on rikki*. 2015. E-kirja. Talentum Pro. Helsinki. Luettavissa: <https://www.ellibslibrary.com/book/9789521426148>. Luettu: 19.3.2021.

Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010. *B-to-B-palvelujen markkinointi*. WSOY. Helsinki

Tammivuori, K. *Nauti esiintymisestä*. 2000. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Tutorkaalimuistioinpanot

Salainen

Liite 2. Ryhmäni esitysmateriaali Yrityksen taloushallinto -kurssilla

Salainen

Liite 3. Konsultatiivinen myynti -kurssin esitysmateriaali

Salainen

Liite 4. DISC-analyysi

Salainen

Liite 5. Todistus Aliupseerikurssin suorittamisesta

Salainen

Liite 6. Työtodistus Trainers' House

Salainen