



# Myynnin tuki

Santeri Kirves

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Myynnin tuki

Santeri Kirves  
Liiketalous tradenomi  
Opinnäytetyö  
2021

**Laurea-ammattikorkeakoulu**

**Tiivistelmä**

Liiketalous tradenomi

AMK

Santeri Kirves

**Myynnin tuki**

Vuosi 2021

Sivumäärä 28

Opinnäytetyö toteutetaan päiväkirjamuodossa seuraten myyjän työtehtäviä. Työskentely tehdään yritykselle, joka tuottaa kotimaassa IT ja tulostuspalveluita.

Opinnäytetyön ideana on löytää kehityskohteita myyjän saamaan ja tarvittavaan tukeen tehdäkseen uusasiakashankintaa ja pitääkseen yllä jo olemassa olevia asiakkuussuhteita.

Kehitysideoita on tullut viikkotasolla työn aikana tehtyjen havaintojen perusteella ja tuotu tueksi kirjallisuutta. Kehitysehdotuksia on tehty tämän opinnäytetyön pohjalta yritykselle.

Yleisimpiä haasteita ovat uusasiakashankinta ja tunnettuus ja näihin pohditaankin vastauksia.

Asiasanat: uusasiakashankinta, myynnintuki, Myynti

Santeri Kirves

**Supporting sales**

Year            2021

Pages           28

This thesis was a diary from my work environment. The study was conducted for a company that provides IT and printing services in Finland.

The idea of thesis was to chart needs for improvement in salesman's work routines including new customer acquisition and maintaining old customers.

Improvements have been made every week based on the observations from the work environment and then added some theory from literature. Suggestions of improvements have been made to the company on the basis of this thesis.

Common challenges are new customer acquisition and conspicuousness and these questions are dealt with in the study.

**Keywords: new customer acquisition, sales support, sales**

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Nykytilanne.....	7
3	Päiväkirja toteutus.....	9
3.1	Viikko 7.....	9
3.2	Viikko 8.....	11
3.3	Viikko 9.....	14
3.4	Viikko 10.....	16
3.5	Viikko 11.....	18
3.6	Viikko 12.....	19
3.7	Viikko 13.....	20
3.8	Viikko 14.....	21
3.9	Viikko 15.....	22
4	Yhteenveto työjaksosta.....	23
	Lähteet.....	25
	Kuviot.....	26
	Liitteet.....	27

## 1 Johdanto

Opinnäytetyön kirjoittaja työskentelee IT- ja tulostuspalveluita tuottavassa yrityksessä. Yritys toimii koko Suomen alueella. Pääkonttori sijaitsee Pohjois-Suomessa ja kirjoittaja työskentelee Helsingin toimipisteellä. Yritys on pohjoisesta lähtöisin ja näin ollen ollut vähemmän aikaa Etelä-Suomessa läsnä. Tämä tarkoittaa työskentelyn Helsingissä olevan enemmän uusasiakashankintaa ja maineen kasvattamista asiakkaiden keskuudessa kuin vanhemmilla toimipisteillä missä asiakaskanta on jo vuosien aikana saatu nostettua. Tavoitteena on etsiä ongelmakohtia, joihin myyjät törmäävät Helsingin kilpailluilla markkinoilla ja mitä apuvälineitä myyjät tarvitsevat. Yritys tarjoaa esim. Service deskia, eri IT-lisenssejä, tietoturvapalveluita, verkkopalveluita ja myös rautamyyntiä. Rautamyynti tarkoittaa IT-laitteita esimerkiksi kannettavia tietokoneita. Yritys tarjoaa kaiken mitä asiakas IT-ympäristöönsä tarvitsee.

Opinnäytetyö on tarkoitus toteuttaa 8.2-19.4.2021. Tänä aikana seurataan työskentelyä myyjän roolissa kyseisessä yrityksessä.

Keskeiset ammattikäsitteet:

Uusasiakashankinta: Yritykselle uusia palveluista kiinnostuneita ja maksavia asiakkaita.

Canvas käynti: Käydään ovelta ovelle kertomassa yrityksestä ja sopimassa tapaamisia paremmalla ajalla.

CRM-järjestelmä: Customer relationship management. Myyjän tärkein työkalu mihin kirjoitetaan muistiinpanot asiakkaista ja talletetaan sopimukset.

Kylmäsoitto. Soitetaan prospektille, jonka kanssa ei olla oltu missään tekemisissä ennestään.

Liidi. Yleensä markkinoinnin tuottama ”lämmen” prospekti, joka on jo osoittanut kiinnostuksensa tiettyyn tuoteryhmään.

Prospekti. Prospekti on henkilö/yritys, joka ei ole vielä maksava asiakas vaan koitetaan sellaiseksi saada.

## 2 Nykytilanne

### 2.1 Työtehtäviä

Uusasiakashankinta. Uusasiakashankinta on eri kanavissa tapahtuvaa uusien myyntimahdollisuuksien etsimistä. Kanavia on monta erilaista, kuten perinteiset kylmäsoitot, sähköposti, LinkedIn tai Canvas-käynnit. Kylmäsoitot tarkoittavat, kun soitetaan asiakkaalle, jonka ostoaikeista ei ole takeita tai tunne yritystäsi. LinkedIn on ammatillinen sosiaalisen median kanava. Sieltä löytää nykypäivänä hyvin yritysten päättäjätason henkilöitä. Canvas käynnit tarkoittavat "ovelta ovelle" kiertämistä. Käydään asiakkaan luona vierailulla ja koitetaan saada tapaaminen paremmalla ajalla toteutumaan.

Asiakkuuksien hoito. Olemassa olevien asiakkaiden kanssa käydään säännöllisesti kehityspalavereita, missä käydään läpi, mitä heillä on tapahtunut ja mitä tulevaisuudessa tulee tapahtumaan. Silloin käydään läpi, jos heillä on tarpeita uusille palveluille tai muokata olemassa olevia palveluita.

Myynti. Asiakas kiinnostuu tietystä tuotteesta tai palvelusta, jolloin myyjän roolina on tuottaa asiakkaalle tarpeeksi tietoa laitteesta, esim. kokoamalla yhteen asiantuntijat, jotka kertovat teknisiä kuvauksia ja ratkovat ongelmia. Myyjä johdattelee asiakkaan läpi myyntiprosessin ja hakee ostopäätöstä. Myynnissä tavataan asiakkaita ja ollaan eri kanavissa heihin yhteydessä tuottaen lisäarvoa hankintoja miettien.

Asiakastapaamiset. Yrityksellä on monia päämiehiä, joiden tuotteita edustamme. Asiakkaille vastataan kysymyksiin laitteista ja palveluista ja tuotetaan ratkaisuja. Kiinnostuneita asiakkaita viedään show-roomeihin tutustumaan liveinä mahdollisiin hankintansa kohteisiin. Siellä tuotteita esitellään ja vastailaan kysymyksiin. Asiakastapaamisiin valmistaudutaan etukäteen ja sovitaan millä agendalla tavataan. Valmistautumiseen kuuluu kurkkaus Crm:ään mitä palveluita asiakkaalla jo on ja mitä on aiemmin sovittu. Pikainen googlaus asiakkaasta ei myöskään ole pahitteeksi, jos sieltä löytyy uusia mainintoja mitä heillä on tapahtunut. Täysin uusi asiakas on aina hyvä katsoa taloustiedot ja nettisivut, jotta saa käsityksen mitä yritys tekee. Oikeat henkilöt kannattaa käydä lisäämässä LinkedIn kontakteihin, joko ennen tapaamista tai sen jälkeen. Tapaamisessa kirjoitetaan muistiinpanot ja ne viedään CRM-järjestelmään.

Työtehtävissä tarvitaan taitoa ihmisten kanssa. Myynti on paljolti henkilöiden kemiaa ja usein sanotaankin, että ihmiset käyvät kauppaa keskenään eivät yritykset.

Teknistä taitoa tarvitaan myös, sekä ongelmanratkaisukykyä. Tuotesalkku on erittäin laaja, jolloin on osattava verkostoitua oikeiden ihmisten kanssa, jotta löytää avun.

Kaikki palvelut ja laitteet ovat teknisiä, joten teknisestä taustasta ja osaamisesta on apua. Myyjillä on kuitenkin iso tuotesalkku, joten pääpiirteitä tulisi osata erittäin monesta asiasta ja tiimityöskentelyn avulla tukeutua syvällisiin osaajiin tarpeen vaatiessa.

Verkostoituminen on erittäin tärkeä osa selviytymistä työtehtävissä. Pitää osata verkostoitua sisäisesti ja ulkoisesti. Tietää omasta yrityksestä kuka osaa minkäkin alueen parhaiten ja keneltä kysyä. Sekä tukkurit ja muut yhteistyökumppanit kuka auttaa missäkin. Sen lisäksi, että myyntiä saadaan aikaiseksi, on löydettävä jatkuvasti uusia asiakkaita.

IT-alan perusymmärrys on tärkeitä työtehtävissä, koska kaikki palvelut perustuvat yritysten IT-ympäristön tuottamiseen.

Päämiehiltä tulee usein koulutuksia ja infomateriaalia eri laitteista ja palveluista. Näihin tutustumalla pidetään huolta, että pysytään mukana kehityksessä ja osataan kertoa asiakkaalle uutuuksista.

Myynnillisiä työtehtäviä kirjoittanut on hoitanut 2 vuotta ja on tasoltaan aloitteleva toimija myyntialalla. Alan käytännöt ja tavat toimia alkavat aueta, mutta palveluita on laajasti ja niitä on usein harvoin samaa tarvetta heikentää prosessien omaksumista. Tukiryhmiin joutuu tukeutumaan aina alueittain palveluissa mistä löytyvät syväosaajat.

Ammatillisessa kehittämisessä olen edennyt urani aloituksesta. Toimintani alkaa olla jo varmaa ja ainoastaan teknisissä asioissa joutuu turvautumaan syväosaajiin. Jatkossa panostus on prospektien saamiseksi asiakkaaksi. Siihen tarvittavia välineitä aion tässä opinnäytetyössä käsitellä. Alan prosessit ja käytännöt alkaa olla itsellä hallussa.

## 2.2

Sidosryhmät:

Sisäiset: Osaamisryhmät, Myynnin tukitiimi, Helsingin tiimi

Ulkoiset: Asiakkaat, Päämiehet, tukkurit

Asiakkaan intressit ovat tietysti tärkeitä, koska heitä varten olemme olemassa.

Päämiehet ovat myös tärkeässä asemassa, koska he korkeammilla kumppanuustasoilla alkavat vaatimaan tiettyä menekkiä.

Helsingin tiimillä on yhteinen tavoite myynnille ja onnistumisille, joten kaikkien tekeminen vaikuttaa.



### 2.3 Vuorovaikutustaidot

Työssä vuorovaikutustilanteita tulee myyjien ja tekniikan välillä. Tekniikka on auttamassa myyjiä kertomassa teknisiä toteutuksia tai tulevat mukaan asiakastapaamiseen asiakkaalle suoraan kertomaan. Myyjä on usein yhteyksissä tekniikkaan ja osaamisryhmiin, koska heiltä löytyy varsinainen syvälinen tieto ja taito.

Asiakkaiden kanssa ollaan tekemässä paikan päällä ja eri kanavia käyttäen. Sähköpostit, puhelin ja some kanavat esim. LinkedIn. Myyjä yhdistää asiakkaan tekniikkaan tai päämieheen. Myyjä kulkee asiakkaan kanssa matkaa kohti hankintaa ja yhdistää oikeat tekijät asiakkaan luokse.

Haasteita tuottaa laaja tuotesalkku, jolloin joutuu useasti turvautumaan teknisen asiantuntijan apuun. Silloin täytyy sopia aikataulut monen eri tahon kanssa.

### 2.4 Kehittäminen

Työtehtävääni voisin kehittää tekemällä selkeitä ohjeita, toimintatapoja, materiaaleja mitä myyjät jatkuvasti työtä tehdessä tarvitsevat mutta ovat toistaiseksi vajavaisia.

### 2.5 Opinnäytetyön tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa yritykselle tietoon ongelmakohtia, joiden kanssa Helsingin uusiasiakas painotteisessa toimipisteessä kamppaillaan. Tämän avulla yritys voisi halutessaan niihin panostaa ja saada kasvua Helsinkiin.

Itselläni on tavoitteena tarkastella omaa tekemistä ja kasvaa työssäni. Haluan kasvattaa omaa osaamistani eri osa-alueilla. Kuten teknistä osaamista ja kaupan saamista.

## 3 Päiväkirjatoteutus

### 3.1 Viikko 7

#### 15.2

Tästä lähti opinnäytetyön työjakso-osuus. Maanantait alkavat viikkopalaverilla Helsingin toimiston kesken. Sen lisäksi päivään mahtui myös uusasiakashankintaa. Soittolistat löytyvät exceliltä ja sovitut tapaamiset merkataan CRM-järjestelmään. Sen lisäksi asiakkaalle laitetaan kutsu sähköpostiin agenda mukana. Nykypäivänä rajoitusten takia kaikki asiakastapaamiset ovat siirtyneet Teamsiin. Ennen tavattiin yleensä asiakkaan tiloissa kasvokkain. Silloin pääsi paremmin tulkitsemaan eleitä ja ilmeitä, sekä sai paremmin tutustuttua asiakkaaseen. On tärkeä luoda yhteys asiakkaaseen, koska lopulta ihmiset ostavat ihmisiltä myös yritysten välillä.

#### 16.2

Tiistaisin on aamusta tekniikan palaveri. Siellä käydään läpi tikettejä Helsingin toimipisteen järjestelmäasiantuntijoiden kanssa. Siellä pääsee kuulemaan vinkkejä ja ongelmakohtia mitä on asiakkailta ratkottu. Sen lisäksi päivään kuului uusasiakashankintaa.

## 17.2

Päivä alkoi erään päämiehen jälleenmyyjille tarkoitetulla viikkopalaverilla. Siellä käydään lävitse heidän markkinoillensa tuomia uutuuksia. Heidän tuotevalikoimastansa me myymme operaattori-palveluja eli liittymiä ja nettiyhteyksiä. Keskeltä päivää oli siirretty tapaaminen parilla viikolla asiakkaan toiveesta. Se tarkoitti, että minulle jäi enemmän aikaa uusasiakashankintaan. Lähdin soittamaan useammalle vanhalle asiakkaalle ja selvittelin nykytilaa, sekä milloin kannattaisi olla uudelleen yhteydessä, jos nyt ei ollut tarpeita. Sen lisäksi päivässä oli muutama asiakkaiden yllättävä tarve mitä sähköpostilla lähdettiin selvittämään. Eräällä asiakkaalla oli työasema mennyt rikki ja tarvittiin heti uutta tilalle. Tässä kohtaa astuu esiin joustavuus mihin pitää pyrkiä asiakassuhteita hoitaessa. Olin heti yhteydessä meidän varastoomme ja lupasin asiakkaalle tunnin sisällä varalaitteen ja palataan uuden hankintaan sitten rauhassa, koska tukkureilta menee usein seuraavalle päivälle toimitukset. Tällaisiin hätätilanteisiin pyrin reagoimaan nopeasti ja auttaa asiakasta kaikilla mahdollisilla tavoilla. Tällaisissa tilanteissa joustaminen tuo asiakkaalle luottamusta meitä kohtaan ja arvoa. Toisella asiakkaalla oli ongelma, kun tarvitsivat läppäriä heti, mutta eräällä päämiehellä oli toimitusongelmia tietyssä laitemallissa, jota kaivattiin. Tässä lähdin tukkureiden kanssa selvittämään samoilla varusteilla heti varastossa olevia malleja. Sellainen löytyi ja asiakas oli tyytyväinen, kun sai tarvitsemansa laitteen heti. Loppupäivä meni meidän suurimman päämiehemme jälleenmyyjille tarkoitetussa koulutuksessa. Jälleenmyymme heidän laitteitansa ja sovelluksia. Yrityksemme myynnille järjestetään säännöllisesti koulutuksia tämän päämiehen uutuuksista ja ajattelutavasta mullistuvassa markkinassa. Aihealueita oli useita sekä puhujia. Lopuksi julkistettiin myyntikilpailuja jälleenmyyjien kesken.

## 18.2

Työpäivä alkoi asiakastapaamisella. Olemassa olevan asiakkaan kanssa olimme sopineet demon F-Securen Radar ja RDR palveluista. Myyjänä järjestin kaikilta, asiakkaalta ja meidän tekniikaltamme ajat kalenteriin ja tein teams kutsun. Itse tilaisuuden vetää tekninen henkilömme, joka tietää palvelusta laajasti. Tilaisuudessa esitellään asiakkaalle palvelua ja sen toimintaa ja vastataan mahdollisiin kysymyksiin. Palaverin jälkeen laitoin asiakkaalle hinnoittelut palveluista ja palaamme ostopäätökseen uudessa palaverissa. Seuraava tapaaminen toisen olemassa olevan asiakkuuden kanssa. Siellä asialistalla oli MDM-palvelu. Se tarkoittaa Mobile Device Management-palvelua eli mobiililaitteiden hallintaa. Kyseisellä palvelulla saa yrityksen puhelimet etähallintaan, jolloin esimerkiksi puhelimen kadotessa voi

tiedot poistaa. Palaverissa oli asiakas ja meidän tekninen asiantuntijamme mukana. Palaverissa koulutimme asiakasta käyttämään ratkaisua ja ruudunjaolla asiakas pääsi näkemään palvelun itse. Sen lisäksi puhuimme F-Securen palveluista, joista oli ollut puhetta jo aiemmin. Tämän lisäksi päivään kuului sähköposteja ja uusasiakashankintaa. CRM-järjestelmä:stä saa listan asiakkaista, jotka ovat joskus olleet yhteydessä meihin ja soittelin tänään sieltä uusia tapaamisia. Tämä on helpompaa kuin kylmäsoitot, sillä asiakkaat silloin jo entuudestaan meidät tuntevat. Sain sovittua muutaman uutta tapaamista seuraaville viikoille.

## 19.2

Työpäivä alkoi Teams palaverilla. Uuden mahdollisen asiakkaan kanssa käytiin läpi Yrityksemme palveluita ja mitä he tarvitsevat. Tarve oli lisensseille sekä kiinnostusta uutta palvelumallista printtilaitetta kohtaan. Tapaamisessa käytän pientä PowerPoint esitystä. Enemmän keskityn kyselemään asiakkaalta ja kanssakäymiseen asiakkaan kanssa. Powerpoint kannattaa pitää lyhyenä, koska yleensä siitä saa vain tarvittavan taustan. Asiakkaan kuunteleminen ja ymmärtäminen on tärkeämpää kuin PowerPointit. Tapaamisen jälkeen sovittiin, että laitan asiakkaalle lisää materiaalia kyseisistä palveluista. Sen jälkeen päivä jatkui sähköposteilla ja uusasiakashankinnalla. Yrityksemme on näin korona aikana järjestänyt henkilöstön kahvittelu Teams palaverin. Meillä se järjestetään perjantaisin. Siellä on ideana päästä keskustelemaan työkavereiden kanssa vapaammin ja ylipäättään etätöissä kuulemaan muita. Tämä tuo piristystä, kun saa kuulla muiden mielipiteitä ja tapahtumia viikolta. Etätöitä on kestänyt jo vuoden ja se alkaa myyjiä ainakin ahdistamaan, kun ei saa sosiaalisia kontakteja.

### Viikkoanalyysi:

Työ on hyvin uusasiakaspainotteista. Uusia tapoja tulee aina etsittyä uusien asiakkaiden löytämiseksi. Esimerkiksi itseään kiinnostavat yritykset tulee usein kontaktoitua. Sen lisäksi usein yritykset, jotka mainostavat tai ovat uutisissa esillä on helppo kontaktoida. Hyvä tapa on myös, jos olemassa olevat asiakkaat kertovat sinusta eteenpäin. Prospektointi on kuitenkin aikaa vievää ja siihen on kaava, että noin 100 soittoa ja niistä yksi tapaaminen ja 10 tapaamisesta yhdet kaupat. Tämä kaava pitää aika hyvin paikkansa mitä olen omia soittoja seurannut. Kontaktoinnissa tulisi tavoitella aina suoraan päättäjää, jotta aikaa kuluu vähemmän ja päästään puhumaan asiaa. (Tirkkonen 2013.)

## 3.2 Viikko 8

### 22.2

Maanantait alkavat meillä viikkopalaverilla. Palaverissa kokoontuu Helsingin toimipisteen tekniikka ja myynti eli kaikki paikalla. Viikkopalaverissa käydään läpi kaikkien viime viikon

tapahtumia ja tulevan viikon tehtäviä. Viikkopalaverissa saa kaikki äänensä kuuluviin ja käydään koko henkilöstöllä asioita lävitse. Tämä auttaa kommunikoinnissa, jos joku on huomannut ongelmia tai uusia toimintatapoja niin kaikki ne saavat tietoon. Viikkopalaverin jälkeen jatkamme myynnin palaveriin. Siellä käymme myynnin porukalla läpi mitä asiakas caseja on kelläkin menossa ja miten niitä edistetään. Myynnin palaveri on tärkeä, kun silloin pystymme myyntiporukalla välittämään oppeja ja tietoja, miten kannattaa eri tapauksissa toimia. Tässä käydään esimerkiksi läpi hinnoitteluja ja mitä laitteita tai lisenssejä asiakkaille mihinkin tarpeeseen on suositeltu. Myynninpalaverissa voi myös kysyä eri alueiden osaavilta myyjiltä apuja tarvittaessa. Viikkopalaverien jälkeen päivä jatkui uusasiakashankinnan parissa. Sen lisäksi tein tarjouksia viime perjantain tapaamisiin liittyen ja kaivoin materiaalia. Tässä huomasin yhden kehityksen kohteen. Myyntimateriaalit ovat joissain palveluissa puutteellisia ja niitä on tallennettu moneen eri paikkaan. Tämä vaikeuttaa myyjän tekemistä, kun asiakas kaipaa uudesta palvelusta lisätietoja eikä ole selvää mistä materiaalia sai mihinkin palveluun. Olen tästä ilmoittanut ylemmille tahoilla ja sanonut sen tuottavan tuskaa ja hidastavan myynnin tekemistä. Ylempi taso kiitti palautteesta ja lupasivat asiaa parantaa ja asia on kehityslistalla.

## 23.2

Tiistait alkavat IT-palaverilla. Siellä käydään tekniikan kanssa läpi asiakkaiden auki olevia tikettejä ja miten asiat etenevät ja tarvitaanko niihin apuja. Tämä palaveri helpottaa kommunikaatiota meillä sisäisesti. Varsinkin korona aikana, kun ketään ei tule nähtyä on tärkeää käydä läpi, miten asiakkailla menee. Tämän lisäksi päivä oli uusasiakashankintaan painotettu. Helsingin toimistolle olemme sopineet soittopäivän, joka merkitään kalenteriin. Tämä muistuttaa tärkeydestä saada uusia asiakkaita ja helpottaa omaa aikatauluttamista. Sen lisäksi sähköposteihin vastailua. Selvittelin asiakkaalle sopivat Adobe lisenssit tukkurilta. Tukkuareita pystyy käyttämään hyvin apuna, jos ei itse muista tiettyä asiaa. Heillä on syväosaajia valmiina auttamaan. Tässä täytyy vaan oppia mitä laitteita ja lisenssejä kukakin tukkuri myy. Heidän suuntaansa pystyy laittamaan myös avointa viestiä, että mitä he ehdottavat asiakkaan kysymykseen ratkaisuksi. Törmäsin myös ongelmaan, kun ulkomailta asiakas halusi sopimuksia, että meillä ei kaikkia sopimuksia ollut vielä käännetty monelle kielelle.

## 24.2

Aamu alkoi toimistolta. Meillä on etätyösuositus, mutta toimistolla saa tarpeen vaatiessa käydä. Itse tarvitsin tulostinta pariin sopimukseen niin oli toimistolla käytävä. Pariin otteeseen on sama tarve tulostimelle tullut, mutta muuten etätyöskentely on sujunut teknisittä ongelmitta. Olin sopinut uuden asiakkaan kanssa tapaamista, mutta asiakkaan pyynnöstä siirrettiin tämä ensi viikolle. Asiakkaalle oli kuulemma tilanne päällä järjestelmän

kanssa. Sovittiin heti uusi aika kalenteriin ja laitoin kutsua. Tämä on tärkeää, että tapaaminen pysyy muistissa. Myyjän näkökulmasta, jos tapaamista siirretään tai perutaan kannattaa heti käydä läpi mahdollinen syy ja mille päivälle siirretään. Päivällä Helsingin porukalla oli sisäistä koulutusta meidän eri palveluistamme. Tämä on hyvä ja tärkeä asia. Syystä, että meillä tuotteita riittää hyvin laajasti on hyvä aina välillä kerrata mitä kaikkea meillä palveluita olikaan ja niiden perusasioita. Tämä helpottaa myyjän työtä, kun silloin muistaa asiakkailta kysyä paremmin, miten mikäkin asia heillä hoidettu ja tarjota kaikkia meidän palveluitamme. Iltapäivästä minulla oli toinen uusasiakastapaaminen. Käytiin läpi heidän nykytilannettansa ja sovittiin, että he toimittavat meille materiaaleja, jonka perusteella voimme tehdä tarjousta. Tämän jälkeen käydään asiantuntijoiden mukana ollessa heidän ympäristönsä läpi ja miten voimme heitä auttaa. Asiakasmateriaalit ovat pieni haaste, kun meillä on niin laajasti palveluita ja kaikkeen omat materiaalit. Tukkuoreilta ja päämiehiltä voi tähän myös onneksi kysyä apua ja he mielellään esittelevät tuotteitaan.

## 25.2

Päivä alkoi asiakkaan pienillä ongelmilla. Asiakkaalta oli tehty työpöytä IP-osoitteiden muutoksista ja tähän oli tehtävä kiireellä muutokset tai asiakkaalla katkeaisi yhteydet. Asiakas oli jo hyvissä ajoin tilannut työn, mutta osa siitä oli jo suoritettu muiden toimesta. Tässä oli pieni virhe päässyt käymään ja keikka suljettu, kun ensimmäinen osa oli tehtynä. Niinpä lähdin selvittämään mistä saadaan resurssit tämän keikan kiireelliseen hoitamiseen. Meillä työpäällikkö määrää resurssit ja soitin hänelle ja selitin tilanteen. Keikka oli suljettu liian aikaisin ja nyt järjestelmä näytti väärin, että kaikki olisi valmista, vaikka muutoksia osoitteisiin piti vielä tehdä. Saimme työpäällikön kautta kuitenkin järjestettyä järjestelmätuen paikalle vielä samana päivänä ja keikka saatiin hoidettua. Pieni osuus jäi vielä seuraavalle päivälle, mutta onnistuimme aikataulussa pysymään ja asiakas pidettiin ajan tasalla. Tämän lisäksi minulla oli asiakastapaaminen. Olemassa oleva asiakas miettii uutta palvelinratkaisua, kun vanha alkaa olla jo teknisen käyttöikänsä lopussa. Meidän asiantuntijamme kanssa kävimme läpi tarpeen ja sovimme jatkoon palaverin päämiehen kanssa. Siellä osataan vastata kaikkiin teknisiin kysymyksiin ja miten palvelimet toimivat muiden järjestelmien ja varmistusten kanssa.

## 26.2

Päivä alkoi henkilöstöinfolla. Yrityksemme omistaja on vaihtunut ja sulaudumme uuteen yritykseen. Tästä on pidetty monta tiedotusta jo henkilökunnalle eri asioiden merkeissä. Tässä käsitelimme henkilöstöetujen muutoksia ja minkä liiton työehtoja jatkossa noudatetaan. Sen lisäksi viimeistelin tarjouksia ja tein jatkotoimenpiteitä asiakastapaamisiin mitä viikolla oli alkanut. Sopimus pohjia löytyy englanniksi vähän. Minulla on muutama prospekti jo kyseltyt sopimuksia ja tuottanut haasteita antaa englanninkielistä materiaalia.

Tähän ratkaisu olisi käännöstoimiston etsintä ja laittaisi kerralla sopimukset sinne niin ne olisivat tulevaisuutta varten kunnossa. Tällä hetkellä joutuu liian paljon käyttämään aikaa sopimusten etsimiseen muilta myyjiltä. Silloin ei välttämättä edes löydä materiaalia, jos sitä ei vielä ole olemassa. Tässä tapauksessa kuitenkin sain kollegalta tarvitsemani dokumentit englanninkielisinä. Olen huomannut, että jotkut materiaalit ovat tiettyjen henkilöiden takana. Helpompaa olisi, jos materiaalit olisivat kaikki valmiina omissa kansioissa niin aikaa säästy, kun joutuu kyselemään yrityksen läpi, löytyykö mistään materiaaleja.

Viikkoanalyysi:

Korona pakotti meidät kaikki etätyöhön. Myyjälle se tuo lisähaasteita, kun ketään ei enää paikanpäälle pääse tapaamaan. Myyjällä on vaikeampi löytää yhteinen sävel asiakkaan kanssa, koska etänä ei välttämättä ole edes kameraa päällä. Silloin on vaikeampi tulkita ilmeitä ja eleitä. Päätöksen teko on nopeutunut ja työtunnit myös, kun esim. Matkoihin ei enää kulu aikaa. Hyvänä puolena tosin työtavat tulevat varmasti tehostumaan, kun ei ole pakko enää tavata paikan päällä joka kerta. (Virolainen 2021.) Meidänkin firmassamme on alettu hyväksymään enemmän etätyöskentely ja varmasti jatkossa siitä tulee uusi normi.

### 3.3 Viikko 9

#### 1.3

Maanantai alkoi viikkopalaverilla ja jatkui myynninpalaveriin. Maanantai oli kuun ensimmäinen päivä, joten laskutukset tuli muistaa. Käytännössä myyjä tarkastaa IT-laskut, jotka lähtevät asiakkaalle. Sieltä käydään läpi työt mitä on tehty ja kirjauksien paikkansa pitävyys. Sen lisäksi päivä sisälsi asiakkaan ja tukkureiden kanssa asioiden selvittelyä. Pientä ongelmaa tuli huomanneeksi, kun kaikkia työtapauksia ei ole nimetty kellekään, mikä mahdollistaa välillä tapausten unohtamisen. Ehdotuksena ja korjauksena virheelle oli työpäällikölle maininta, että jokaiseen tikettiin mikä aukeaa tulisi nimetä tekniikan henkilö vastaavaan edistymisestä. Silloin ei mikään tiketti jäisi unohduksiin ja asiakas joutua kyselemään missä mennään.

#### 2.3

Tiistai alkoi tekniikan viikkopalaverilla. Taas käytiin läpi olemassa olevia asiakastapahtumia. Työpäälliköltä pyysin selvittämään minulle resursseja asiakkaiden töihin mitkä oli tehtävä, mutta tekijä vielä puuttui. Päivä jatkui uusasiakastapaamisella. Tapaaminen meni hyvin ja asiakas oli erittäin kiinnostunut meidän palveluistamme. Lisensointimallit esim. Microsoftin ja F-Securen palveluissa tulee monelle asiakkaalle yllätyksenä. Monet ostavat vuodeksi kerrallaan lisenssit, vaikka ne saa joustavasti kuukausimaksulla samaan hintaan. Tämä

helpottaa asiakasta monella tapaa. Ensinnäkään ei tarvitse muistaa uusia lisenssejä vuoden jälkeen vaan lisenssit pysyvät voimassa ja ne voi irtisanoa kuukausi tasolla. Sen lisäksi asiakas pystyy maksamaan erissä kuukausitasolla lisenssit vuosisumman sijaan. Hinta pysyy silti kutakuinkin samana. Silloin asiakkaalle jää kassaan rahat ja maksut kuukausitasolla. Loppupäivästä olemassa olevan asiakkaan kanssa käytiin palvelinasioita lävitse. Tuotemerkin edustaja oli mukana vastaamassa teknisiin kysymyksiin. Tämä on hyvä, sillä päämieheltä löytyy syväosaajat, jotka pystyvät tekniset toteutukset asiakkaalle kertomaan. Eli itse avaa casen ja päämiehet jatkavat tekniseen toteutukseen ja sitten itse pystyy viimeistelemään kaupan.

### 3.3

Keskiviikko alkoi HR-infolla. Yritys, jossa opinnäytetyön teen on yhdistymässä toisen yrityksen kanssa. Meillä on ollut useita infoja, joissa kerrotaan mitä tahtia etenemme. Tällä kertaa puhuttiin tuntikirjauksista jatkossa. Siihen on oma järjestelmänsä. Seuraavaksi oli uusasiakastapaaminen. Kävimme Teamsissa läpi meidän palomuuriasiantuntijamme kanssa asiakkaan nyky-ympäristöä ja määritimme heille oikeanlaista palomuuria. Tässä on taas tärkeää myyjän saada tekniikalta apua niin saadaan oikeanlainen laite ja oikea hinnoittelu. Asiakas oli tyytyväinen, kun sain hänelle nopeasti hinnoittelut samana päivänä. Uusasiakashankinnassa kannattaa asiakkaalle tarjota jotain ekstraa, kuten hinnanalennuksia jos hän vaihtaa toimittajaa. Kilpailu on kovaa pääkaupunkiseudulla. Tässä tapauksessa kuulin asiakkaalta, että meidän hintamme olivat paljon edullisempia kuin nykyisen kumppanin. Päämiehiltä voi hakea bid-hinnoittelua tuotteisiin, jolloin itsellekin jää enemmän mahdollisuuksia, jos tarjous menee hintakilpailuun. Meillä on myös tekninen osaaminen tässä kohtaa hyvin korkeaa ja meiltä löytyy sertifioitu kouluttaja. Niitä ei kilpailijoilla ole Suomessa. Tämän jälkeen kävin toisen uuden asiakkaan kanssa lävitse heidän projektiansa missä he tarvitsevat meidän apuamme. Heidän oma IT-ostasto sijaitsee ruotsissa ja koronan takia lähituki ei onnistu. Vielä ei sopimusta ole tehty, mutta lupasimme tehdä tämän yksittäisen projektin ilman sopimusta, että saamme asiakkaan tyytyväiseksi ja katsottua rauhassa sopimusta, kun se saadaan valmiiksi. Asiakas oli meidän tapaamme erittäin tyytyväinen ja meiltä tuli kuittaus projektin aikatauluistakin ensi viikolle. Päivän viimeinen tapaaminen oli olemassa olevan asiakkaan sopimuksen päivittämiseen liittyvä. Sopimukseen ei kummempia muutoksia tule eikä hinnannostoja. Tarkoitus oli vain GDPR takia lisätä pari liitettä vanhaan sopimukseen. Asiakas on jo pitkäaikainen asiakkaamme. Asiakkaan kanssa kävimme läpi sopimuksen sisältöä ja he kommentoivat paria kohtaa, jotka selvitetään ja palataan korjauksien kanssa allekirjoitusta hakemaan.

### 4.3

Päivä oli sopimusten lähettelyä alkuviikon tapaamisista ja asioiden edistämistä. Muutama keikka jäi lievästi epäselviksi, kun tekijä oli sairauslomalla. Tähän pyysin työpäälliköltä apua ja uudet resurssit saatiin hoidettua paikkaamaan. Tässä tuntui, että tekijöitä voisi olla enemmän, kun tekniikka ja Service desk valittelevat kamalaa kiirettä. Päivän päätteeksi oli tapaaminen uuden asiakkaan kanssa. Yrityksemme on heille vanha tuttu ja kävimme läpi kuulumisia ja sovimme, että palaamme asiaan toimitusjohtajan lomien jälkeen lähempänä kesää.

### 5.3

Päivä oli asioiden edistämistä ja toteutumisten varmistamista. Välillä keikkoihin tulisi nimetä tekijä ja varahenkilö, koska nyt löysin pari asiakkaan pyyntöä, mitkä odottelivat edelleen tekijää, vaikka sitä olin jo pyytänyt. Sen lisäksi pitäisi olla tietty kaava, että asiakasta pari kertaa tavoitellaan, jos hän ei vastaa. Tässä tapauksessa asiakkaalle oli lähetetty sähköposti meiltä ja jääty odottamaan vastausta. Asiakkaalle ei kuitenkaan postia ollut tullut perille ja hän odotteli edelleen meiltä vastausta. Tämä ristiriita onneksi ratkesi, kun soitin itse asiakkaalle ja kysyin, joko meiltä oli autettu lisenssien käynnistämässä. Tässä pitäisi olla tietty prosessi meillä, että tekniikka soittaa pari kertaa muutaman päivän sisällä ja sitten laittaa sähköpostia, jos asiakasta ei saada kiinni. Muuten voi käydä huonosti ja asiakas ei ole tyytyväinen, jos yhden yrityksen jälkeen ei meiltä enää olla yhteydessä.

#### Viikkoanalyysi:

Yrityksessä tuli yhtenäinen linja LinkedIn profiilien käytöstä. Someen alettiin panostamaan muutenkin enemmän esim. Inbound markkinoinnin näkökulmasta. Some ja myynti yhdistyy hyvin social selling termillä. Silloin ollaan esillä somessa ja saadaan sitä kautta asiakkaiden huomio ja kiinnostus. LinkedIn keskustelut tuovat hyvin näkyvyyttä. Sen lisäksi myyjänä olen usein käynyt katsomassa profiileja linkedInissä, milloin omistaja saa huomautuksen, että hänen profiiliansa on katsottu. Silloin hän huomaa, että katsoja olen minä ja mistä yrityksestä olen. (Kunnas 2017.)

### 3.4 Viikko 10

### 8.3

Päivä alkoi henkilöstöinfolla. Meillä on tulossa monia uusia järjestelmiä uudelta omistajalta ja näitä käydään läpi henkilökunnalle. Sen jälkeen pidimme maanantaisin viikkopalaverin Helsingin porukalla. Jouduin lähtemään siitä aikaisemmin asiakastapaamiseen. Uusi mahdollinen asiakas oli kiinnostunut kuulemaan palomuurista tarjousta. Kävimme asiaa läpi meidän asiantuntijoiden kanssa mikä olisi heidän IT-ympäristönsä sopiva laite. Sovimme tapaamisessa palaavamme hintojen ja toteutuksen kanssa asiakkaalle. Kun Helsingissä



taistellaan asiakkaasta ja halutaan voittoa kilpailu, joudutaan usein toteen näytetyn osaamisen lisäksi hintakilpailuun. Helsingissä on monta eri tarjoajaa samaa ja eri merkkejä esim. Palomuureista. Tällöin asiakkaille voidaan alkuun antaa alennuksia tai asennustöitä kaupanpäälle. Saman merkkisestä palomuurista on teknisesti helppo vaihtaa saman valmistajan muuriin niin on helppo antaa alennuksia asennustöistä. Iltapäivästä oli toinen tapaaminen toisen prospektin kanssa. Hän oli aikaisemmin kuullut yrityksestämme ja halusi kuulla mitä muutoksia vuosien saatossa tapahtunut. Puhuimme printti ja IT-laitteista ja niiden hankinnoista tulevaisuudessa. Hän piti meidän tarjoamastamme ja sovimme palaavamme asiaan kevään aikana, kun hänellä herää tarve uusille laitteille. Loppupäivä oli uusasiakashankintaa.

### 9.3

Päivä alkoi monilla sisäisillä koulutuksilla ja tekniikan viikkopalaverilla. Loppupäivästä kävimme läpi asiakkaan kanssa tekemäämme ratkaisua päämiehen asiantuntijoiden kanssa. Päämiehiltä saa aina teknistä tukea myyntikeikkoihin. Silloin asiakas saadaan vakuutettua osaamisesta, kun he huomaavat, että myös päämieheltä ollaan mukana. Iltapäivästä kävimme vielä erästä keikkaa läpi esimiesten kanssa. Siinä oli ollut teknisiä ongelmia järjestelmässä, ja myyjänä paikkasin tätä soittamalla tekijöitä läpi ja kertomalla asiakkaalle tilanteen.

### 10.3

Päivä alkoi ensimmäisellä myynnin kuukausipalaverilla uuden myyntijohdon myötä. Kävimme läpi tuloksia ja myynnillisiä asioita sekä uusia palveluita mitä meillä on tulossa. Loppupäivä oli sähköposteja ja uusasiakashankintaa. Herättelin vanhaa prospektia, jotka ovat meistä kovin kiinnostuneita. Kyselin kuulumisia, että pysymme mielessä ja sovimme tapaamisesta keväälle.

### 11.3

Päivä meni yleisiä asioita edistäen ja uusasiakashankintaan keskittyen.

### 12.3

Uusasiakashankintaa uudella listalla. Pystymme määrittelemään työkalulla millaisia kontakteja haluamme. Esim. toimialat tai liikevaihdot, alueet ja henkilömäärät. Tällä pystymme valitsemaan oman segmentin asiakkaista, jotka meille olisivat parhaita.

Viikkoanalyysi:

Viikko oli uusiasiakas- ja prospektipainotteinen. Uusien asiakkaiden hankkiminen kylmäsoitoilla on hyvin raskas ja hidas tapa. Se ei ainoana tapana ole kovin toimiva. Tähän kannattaa

yhdistää inbound-markkinointia nykyajan somealustoilla. Yrityksen tulisi pystyä sivuillaan tarjoamaan asiakkaalle mielenkiintoista tietoa ja relevanttia sisältöä. (Rubanovitsch,2019). Meillä tulisi enemmän tuottaa materiaalia ja käyttöehdotuksia tuotteille.

Markkinointimateriaalia asiakkaiden luettavaksi olisi hyvä tuottaa. Meillä on todella paljon osaamista ja teknisesti pätevää henkilökuntaa. Sieltä olisi helppo valita esim. Kuukausi tasolla eri alojen asiantuntijoita kertomaan omasta valikoimastaan ja kuvaamaan asiakkaalle ratkaisuja. Nettisivujen kävijämäärä kasvaa laadukkaalla materiaalilla ja sen jakamisella, sekä ostetun, että orgaanisen näkyvyyden kautta. Nettisivut tuottavat siten liidejä kun asiakkaat siellä käyvät asioita tutkimassa ja sen jälkeen pystytään olemaan yhteydessä. Helppo tapa tehdä kauppa on johdattaa asiakas itse järjeilemään ratkaisun hyöty. Sen lisäksi referenssit ovat hyvin tärkeitä. Meillä on paljon hyviä yrityksiä asiakkaana ja niitä tulisi hyödyntää enemmän markkinoinnissamme. Moni prospekti kyselee kuka muu meihin luottaa ja isot tunnetut firmat asiakkaana helpottavat aina ostopäätöstä.

### 3.5 Viikko 11

#### 15.3

Päivä alkoi uusien järjestelmien käyttöönotolla. Sehän on tunnetusti aina pientä tutustumista ja takkuilua. Sen lisäksi uusasiakashankintaa.

#### 16.3

Tekniikan palaveri heti aamusta. Käytiin läpi avoinna olevia keikkoja. Loppupäivästä prospektin tapaaminen ja yrityksen esittely. Sen lisäksi uusasiakashankintaa.

#### 17.3

Tarjousten tekemistä asiakkaalle. Loppupäivästä käytiin olemassa olevan asiakkaan kanssa läpi meidän ehdotustamme sopimuspäivitykselle. GDPR takia sopimuksia joutuu päivittämään ja viimeiset ovat näissä menossa.

#### 18.3

Aamusta meille kerrottiin palaverissa uusista kampanjoista meidän eräältä päämieheltä. Sen lisäksi sopimusten laatimista ja lähettämistä asiakkaille. Loppupäivästä vielä järjestelimme olemassa olevia tekniikan keikkoja ja sovimme vastuuhenkilöistä.

#### 19.3

Aamusta kävimme asiakkaan kanssa läpi ehdotusta heidän tarpeeseensa. Tässäkin jälleen päämies auttamassa Teams-palaverissa ja ottamassa kantaa teknisiin toteutuksiin. Loppupäivästä kävimme läpi asiakkaan tekemiä muutosehdotuksia heidän sopimukseensa.

Viikkoanalyysi:

Kiireinen viikko ja etätyöskentely vaikeuttaa tekemistä. Ennen etäaikoja, kun kaikki olivat toimistolla, oli mahdollista käydä tekniikan kanssa keskustelua tekemisten ohella. Nykyään kaikki avuntarve on sovittujen Teams-palavereiden takana ja pienimmät asiat jäävät silloin helposti kysymättä. Henkilöstöä tulisia näinä aikoina erityisesti motivoida ja kannustaa jaksamaan. Näinä aikoina tekeminen menee liian helposti yksinään toimimiseen ja tiimityöskentely jää vähälle. Silloin on alttiimpi virheille, kun asioita katsotaan vain yhden henkilön toimesta. Hyvä tapa piristää etätyötä on tauot ulkona ja henkilöstön yhteiset some-kanavat. (Heikkilä 2021.) Meidän yrityksessämme kannustetaan usein ulkoilemaan aina välillä työn ohessa. Sen lisäksi meillä on henkilöstön yhteisiä virtuaali-kahvihetkiä missä saa keskustella muutakin kuin työaiheita.

### 3.6 Viikko 12

#### 22.3

Viikko alkoi tuttuun tapaan viikkopalavereilla. Alkuun koko Helsingin toimipiste ja sen jälkeen myyjien palaveri. Loppupäivä oli uusasiakashankintaa ja sähköposteja.

#### 23.3

Tiistai alkoi taas tekniikan palaverilla. Sen lisäksi päivässä oli monta tapausta, joihin selviteltiin resurssseja. Lomapäivät takasivat sen, että tekemistä ja selvittelyä riitti asiakkailla. Tekniikan resurssihin on meillä tietty vastaava henkilö. Häneltä saa apuja kiireisissä tilanteissa. Eräällä asiakkaalla oli kiireinen työtilaus, johon selvitimme äkkiä resurssin. Alalla on yleisesti vasteaikoja, milloin luvataan jotain tehdä. Meillä toteutuu hyvällä prosentilla kiireisten ongelmien ratkaisu ja niihin saadaan tekijät.

#### 24.3

Kävimme asiakkaan kanssa läpi palvelin ratkaisua heille. Asiakas sai nyt kaiken tiedon mitä tapaukseen tarvitsee ja hinnoittelut rahoituksen kanssa. Seuraavaksi asiakas käy itse läpi heillä sisäisesti meiltä saatujen tietojen mukaan heille oikeaa ratkaisua palvelimesta. Tässä on tärkeä antaa asiakkaalle rauha, mutta olla tarvittaessa valmiina auttamaan, jos tulee vielä lisäkysymyksiä.

#### 25.3

Päivä alkoi henkilöstöinfolla koskien yrityksen muutoksia. Sen jälkeen kävimme läpi mahdollista uutta toimitilaa yritykselle. Loppupäivä oli asiakashankintaa ja sähköposteja.

### 26.3

Pidimme Helsingin toimipisteen tilanteesta kokouksen yrityksen johdon kanssa. Kävimme läpi tulevaa ja mitä Helsingin toimipiste tarvitsee menestyäkseen tulevaisuudessa.

Viikkoanalyysi:

Uusiasiakashankintaan menee meillä paljon aikaa. Meillä tehdään paljon perinteisiä kylmäsoittoja. Silloin täytyy vielä tarkistaa asiakkaan tiedot ennen tapaamista. Tähänkin saa hyvin aikaa. Valmiita työkaluja tähän jo olisi, joka säästää aikaa. Modernit työkalut tuovat suoraan CRM-järjestelmään tiedot asiakkaista ja heidän yrityksestensä. Esim. Liikevaihto ja viimeisimmät uutiset on tullut tarkistettua aina ennen tapaamisia. Vaikeinta on soittaa oikealle yritykselle oikealla hetkellä perinteisillä kylmäsoitoilla. Ulkomailla on paljon valikoimaa kehittyneissä työkaluissa, jotka tuottavat kaiken myyjälle valmiiksi. (Karppanen 2016.)

### 3.7 Viikko 13

### 29.3

Maanantai alkoi viikkopalaverilla. Jouduin poistumaan asiakaspalaveriin vähän etuajassa. Asiakkaat menevät aina sisäisten asioiden edelle. Palaverissa koulutettiin asiakasta, miten näyttöjenhallinta palvelumme toimii. Asiakas osti testiin erän laitteita ja jos niistä pitää, kun käyttää ostaa enemmän. Tämä on hyvä tapa asiakkaalle tutustua laitteeseen ja saada käyttökokemusta. Samalla se helpottaa lisämyyntiä, kun asiakas huomaa meidän palvelujen toimivan. Sen jälkeen kävin toisen asiakkaan kanssa lävitse heille ehdotettua sopimusta. Asiakas oli tyytyväinen ja sanoi, että voidaan palata kesäkuun puolella, kun heillä kiireet hellittävät. Loppupäivä oli sähköposteja. Loppupäivästä käytiin läpi toisen asiakkaan kanssa heidän ehdotustansa ja hinnoittelua läppäreistä.

### 30.3

Päivä alkoi tekniikan palaverilla. Seuraavaksi oli asiakastapaaminen. Uusi asiakkaamme oli kiinnostunut myös verkkoratkaisuista, kun olimme hoitaneet aiemman keikan todella hyvin ja luottamus on osoitettu. Päivään mahtui myös prospektin tapaaminen ja sisäistä palaveria. Loppupäivästä oli sisäistä koulutusta tietoturvasta.

### 31.3

Päivään sisältyi uusasiakastapaaminen. Käytiin läpi meidän palveluitamme. Sen lisäksi erittäin paljon kaikkea taustaselvittelyä aikaisempiin keikkoihin. Tukkureilta esimerkiksi raspberry pi selvittelyä mistä saadaan ja muita teknisiä laitteita. Sen lisäksi sisäisesti käytiin asiantuntijan kanssa läpi läppäritarjousta.

#### 1.4

Kävimme asiakkaan kanssa läpi meidän sopimusehtojamme palveluun liittyen. Sen lisäksi paljon sähköposteja ja asioiden selvittelyä. Tilasin myös asiakkaan tilaukselle kuljetusta meidän toimistoltamme, että saatiin laitteet äkkiä asiakkaalle. Loppupäivästä oli fiilistely niminen Teams kokous. Tässä meidän Helsingin toimisto kävi kuulumisia läpi ja toivotti hyvät pääsiäiset! Tämä nostaa mukavasti tiimihenkeä, kun edes välillä kuulee kollegoista.

Viikkoanalyysi:

Ajankäyttö on yksi tärkeä tekijä myyjän työssä. Olen pyrkinyt käyttämään kalenteria ja muistiinpanoja apuvälineenä. Usein tosin tulee yllättäviä pyyntöjä asiakkaalta, mikä saa aikataulut unohtumaan. Aikataulutus on kuitenkin ehdotonta, jos pyrkii työskentelemään tuloksellisesti! (Wiskari 2014.) Pieninä määrinä stressi on hyvästä, koska sen avulla saa paremmin aikaan. Priorisointi on myös tärkeä osa. Ajan myötä oppii tuntemaan mitkä asiat ovat tärkeitä ja mitä voi tehdä myöhemminkin. Myyntityössä asiakkaat menevät aina sisäisten töiden edelle.

#### 3.8 Viikko 14

#### 6.4

Pääsiäinen takasi pitkän viikonlopun. Viikonlopun jälkeen aloitimme koko yrityksen sisäisellä palvelukoulutuksella. Aiheita oli paljon mm. printtiin ja tiedonhallintaan liittyen. Tapahtumassa oli monta eri sisäistä osa-alueiden osajaa puhumassa. Koulutuksen jälkeen ehdin vielä yhden palaverinkin asiakkaan kanssa pitämään. Aiheena oli tietoturva-auditoinnit mitä myös pystymme tekemään. Siinä meidän asiantuntijamme selvittää asiakkaan teknistä ympäristöä ja antaa kehitys ja korjausehdotuksia järjestelmiin tietoturvan kannalta. Sen lisäksi oli myös tilausten käsittelyä.

#### 7.4

Sisäinen koulutus jatkui myös tänään. Meille kerrottiin järjestelmämuutoksista ja uusista ominaisuuksista.

#### 8.4

Aamu alkoi sisäisellä palaverilla henkilökunnan kesken. Meille kerrottiin taas lisätietoa tulevista muutoksista. Päivä jatkui asiakaspalaverilla. Prospektin kanssa kävimme läpi heidän nyky-ympäristöänsä ja mitä voisimme heille tarjota. Loppupäivästä kävimme läpi toisen asiakkaan verkkoratkaisua, jota ehdotimme.

#### 9.4

Päivä meni uusasiakashankinnan ja sisäisten asioiden edistämisessä mm sähköposteja ja puheluita.

Viikkoanalyysi: Yrityksellä on todella laaja tuotesalkku ja lisämyynti olisi siksi tärkeää, että saadaan olemassa oleville asiakkaille mahdollisimman paljon meidän palveluistamme. Asiakkaat puhuvat omien asiakkaiden kanssa ja näin maine kirii, kun asiat hoitaa hyvin. "Huippumyyjien asiakkaat ovat usein tyytyväisiä palveluun ja puhuvat siitä eteenpäin suositellen." (Rummukainen 2015.) Uusiin prospekteihin on oltava nopeasti yhteydessä ja se on paljon helpompaa suosittelijan kautta. Uusia asiakkaita on vaikeampi saada kylmiltään, joten on myös tärkeää muistaa vanhat prospektit, jotka eivät aikoinaan ostaneet. He tuntevat jo yrityksen ja heitä on helpompi lähestyä. (Huippumyyjä 2015,97).

#### 3.9 Viikko 15

#### 12.4

Meidän oli tarkoitus aloittaa viikko näkemällä Helsingin porukalla Nuuksiossa ulkona. Valitettavasti koronarajoitukset ei antaneet periksi ja peruimme tapahtuman. Pidimme viikkopalaverin Teamsin avulla. Sen lisäksi päivään kuului uusasiakashankintaa.

#### 13.4

Tekniikanpalaveri aamusta. Sen jälkeen prospektin kanssa tapaaminen. Myöhemmin sisäistä selvittelyä tietoturva auditoinnista mitä asiakas meiltä kyseli. Loppupäivästä asiakkaan kanssa kävimme läpi ehdottamaamme turvatulostus ratkaisua.

#### 14.4

Viikko alkoi myynnin kuukausipalaverilla. Tämä oli ensimmäinen myyntipalaveri uudella myyntijohdolla. Palaverissa käytiin läpi lukuja ja tiedotteita myyjille tulevista palveluista ja muutoksista. Tämän jälkeen pidimme sisäistä palaveria asiakkaiden vastaavien järjestelmäasiantuntijoiden kanssa. Kävimme läpi mitä palveluita asiakkailta on ja kannattaako tarjota jotain lisää. Sen jälkeen kävimme sisäisesti läpi iltapäivän seurantalopalaveria asiakkaan kanssa. Iltapäivästä oli yksi prospekti tapaaminen. Viimeisenä vielä kehityspalaveri asiakkaan kanssa mitä aamulla sisäisesti kävimme läpi.

## 15.4

Päivään mahtui prospekti tapaamista ja sisäisiä asioiden edistämistä. Loppupäivästä oli vielä tietoturvakoulutus. Siellä päämies kertoi jälleenmyyjille muutoksista ja uutuuksista heidän palveluissaan.

## 16.4

Aamusta sain työjohdon sisäiseen palaveriin suunnittelemaan tietoturva-auditointi-projektia. Sen jälkeen oli prospekti tapaaminen IT-palveluihin liittyen. Loppupäivästä oli sisäisiä palavereita asiakkaiden hoitoon liittyen. Postitin asiakkaalle myös laitteita mitä hän oli tilannut. Loppupäivästä meillä oli perjantainen fiilistelypalaveri Helsingin porukan kesken.

## Viikko:

Asiakkailla on usein haastavaa tiedostaa meidän laajaa valikoimaamme. Inbound-markkinoinnilla voitaisiin tuottaa asiakkaalle heitä kiinnostavaa materiaalia ja saada sitä kautta tutustumaan enemmän yritykseen. Markkinointi on ollut pienessä roolissa tähän asti, mutta siihen on muutoksia tulossa. Myyjän työtä helpottaa selvästi, jos tulisi liidejä asiakailta päin myös, että ovat kiinnostuneita tietystä tuotteesta. Yrityksen tulisi tuottaa enemmän asiantuntijamateriaalia jokaisesta tuoteryhmästä, jota haluamme myydä. Verkkosivuilta on nykyään myös helppo seurata minkä parissa asiakkaat ovat viihtyneet. <https://mma.fi/ajankohtaista/artikkelit/mma-idea-outboundista-inbound-markkinointiin/>

## 4 Yhteenveto työjaksosta

Opinnäytetyössä oli ideana kartoittaa haasteita mitä Helsingissä uusasiakashankinnassa kohdataan. Omaa tekemistä seuraamalla tarkoitus oli myös tehostaa omaa työntekoa ja saada siitä oppia. Suuri osuus työstäni on uusasiakashankintaan liittyvää. Toinen suuri osa on jo olemassa olevien asiakkuuksien hoitaminen. Yksi kehitysidea olisi ottaa käyttöön on smartbound-myynti. Siinä yhdistetään perinteistä myyntiä ja sen tukena markkinointitiimin saamat tarkemmat tiedot asiakkaan tarpeista saadaan välitettyä myynnille. (Rubanovitsch, 2018, 85). Se helpottaa myyjän työtä, kun tietää etukäteen mistä asiakas suunnilleen on kiinnostunut. Kylmäsoitoista on paljon pienempi mahdollisuus edetä kaupolle asti. Yksi esiin tullut ongelma oli myös resurssien etsiminen, joka tuotti välillä haasteita. Vastaavia järjestelmäasiantuntijoita tarvitsisi lisää, että asiakkaille saadaan taattua kehitystä ja tiedostetaan jo etukäteen mahdolliset ongelmat heidän järjestelmissään. Iso tekijä tekemässä muutosta oli myös yrityskaupat, joiden tekemät muutokset alkoivat tulla vauhdilla opinnäytetyötä kirjoittaessani. Järjestelmät alkavat uudistua ja yhdistyä kun meidän yrityksemme liitetään tähän toiseen. Se tuottaa haasteita, kun pitää nopeasti omaksua uudet

järjestelmät ja yhteyshenkilöt esim. Palkkahallinnon kanssa. Tiedottaminen näistä muutoksista, sekä monesta vielä tulevasta sellaisesta olisi parantamisen varaa. Henkilökunnalla on tärkeä viestiä mitä tulee tapahtumaan ja milloin, ettei huhut ala kiertämään ja aiheuta turhaa stressiä henkilöstössä. Moni odottaa innolla tulevaa uutta aikaa uudessa omistuksessa. Epätietoisuutta tulisi hälventää ja onneksi meillä henkilöstöinfoja kuukausitasolla onkin, mutta isoista muutoksista moni haluaisi tietää enemmän.

Itse olen kehittynyt tämän seurantajakson aikana mm. aikatauluttamisessa. Opinnäytetyötä kirjoittaessa on tullut vielä tarkemmin seurattua mihin oma työaika menee ja saanut tärkeämmät asiat priorisoitua. Meillä on työajanseurannat ja CRM-järjestelmä mihin tosin myös merkataan asiakaspalaverit. Minulla tosin on paljon työtehtäviä, kuten asiakkaan sähköpostiin vastaaminen ja sen jälkeiset kysymyksen selvittelyt, mitä on vaikea merkata järjestelmiin. Nämä syövät valtavasti aikaa, kun joudun selvittämään oikean tahon auttamaan vastauksessa ja sen jälkeen vastauksen asiakkaalle vielä muotoilemaan painokelpoiseen muotoon. Ennen rajoitteita ja Teams-aikakautta oli helppo saada apua toimiston tekniikan huoneesta missä aina teknisiä henkilöitä päivysti. Nykyään pienetkin asiat pitää hoitaa Teamsin tai puhelimen kautta mikä hidastaa tekemistä paljon. Olen tuonut ylemmän tason henkilöiden tietoon kehitysideoitani ja niitä on otettu kehityslistalle.



## Lähteet

### Painetut

Rubanovitsch. 2018. Myynti kapina. Kopio Niini.

Rubanovitsch. 2019. Stop myynti. Punamusta.

Rummukainen. 2015. Huippumyyjä. Eura print.

### Sähköiset

Heikkilä. 2021. Yhteisöllisyys etätyössä. Viitattu 12.3.2021.

<https://www.sofokus.com/fi/blogi/2020/03/26/yhteisollisyys-etatyossa-yrityksen-selviytymisopas-osa-4/>.

Karppanen. 2016, uusia työkaluja asiakashankintaan. Viitattu 26.3.2021.

<https://mma.fi/ajankohtaista/artikkelit/uusia-tyokaluja-asiakashankintaan/>.

Kunnas. 2017. Kylmäsoitoista social sellingiin. Viitattu 5.3.2021.

<https://mma.fi/ajankohtaista/artikkelit/kylmasoitoista-social-sellingiin/>.

Tirkkonen. 2013. Prospektointi ja kontaktointi. Viitattu 19.2.2021.

<https://terhotirkkonen.com/2013/12/15/prospektointi-ja-kontaktointi/>.

Virolainen. 2021. mikä on myynnin uusi normaali. Viitattu 24.2.2021.

<https://mma.fi/ajankohtaista/artikkelit/mika-on-myyntin-uusi-normaali/>.

Wiskari. 2014. Ajankäyttö ja aikatauluttaminen. Viitattu 1.4.2021.

<https://oppimateriaalit.jamk.fi/oppijantyokalut/verkko-opiskelun-aidot-2/ajankaytto-ja-aikatauluttaminen/>.

**Kuviot**

**Kuvio 1: Numerointipainike ..... Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**

**Kuvio 2: Mallikuvio ..... Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**

**Taulukko 1: Esimerkki taulukosta ..... Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.**

## Liitteet

Liite 1: Ensimmäisen liitteen otsikko .....	<b>Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.</b>
Liite 2: Toisen liitteen otsikko .....	29



Liite 2: Toisen liitteen otsikko