

Please note! This is a self-archived version of the original article.

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Heikinheimo, M. & Hautamäki, P. (2021) Tiimioppiminen antaa valmiuksia johtaa B2B-myyntin muutosta. TAMK-blogi, 9.4.2021.

URL: <https://blogs.tuni.fi/tamkblogi/myynti/tiimioppiminen-antaa-valmiuksia-johtaa-b2b-myyntin-muutosta/>

Tiimioppiminen antaa valmiuksia johtaa B2B-myyntin muutosta

9.4.2021 — Arja Hautala



On yleisesti tiedossa, että digitalisaatio ja kehittyvät teknologiat tulevat sekä muuttamaan että korvaamaan olemassa olevia työtehtäviä ja ammattinimikkeitä. Lisäksi tiedämme, että työn tekemisen tavat tulevat muuttumaan. Jo tällä hetkellä rutiinipitoisia, helposti automatisoitavissa olevia myyntin työtehtäviä siirtyy koneen tai robotin hoidettaviksi.

Tulevaisuudessa ihmiselle jää töitä, joissa korostuvat itsenäinen ja kriittinen ajattelu, luovuus, yhdessä tekeminen ja tehtäviä, joissa hyödynnetään saatavilla olevaa dataa, tehdään datan pohjalta erilaisia johtopäätöksiä ja toimenpiteitä ([Hiila, Tukiainen & Hakola, 2019](#)). Digitaalisten teknologioiden, kuten tekoälyn vaikutus koko myyntikenttään on todennäköisesti merkittävämpi kuin minkään muun teknologian aiemmin ([Singh ym., 2019](#)).

Tämä muutos näkyy jo nyt myynnissä. Rutiinipitoiset myyntin tehtävät, kuten ostamista helpottavan tiedon tarjoaminen, sopimuksen teko ja jopa osa asiakastarpeen kartoittamisesta digitalisoituu ja siirtyy enemmän asiakkaan itse tehtäväksi. Ostajat pystyvät jo nyt tekemään näitä tehtäviä mm. myyvän yrityksen verkkosivuston tai tarpeeseen rakennetun digitaalisen alustan kautta. Vuorovaikutus asiakkaan kanssa siirtyy erilaisiin digikanaviin ja ensimmäiset vuorovaikutustilanteet voivat tapahtua esimerkiksi chatbot-avusteisesti tai somekanavissa. Nämä digitaalisuuden mahdollistamat uudet tavat toimia muuttavat osaltaan myyntin rooleja. Toisaalta vielä tarvitaan lisää tutkimusta siitä, millainen rooli myynnillä on tulevaisuudessa asiakasarvon tuottajana ([Singh ym., 2019](#)). Helposti saatavilla oleva tieto kasvattaa asiakkaan odotuksia myyntikohtaamisissa ja jokaiseen tapaamiseen olisi tuotava jotain uutta. Etenkin,

kun asiakas onnistuu jo nyt tuottamaan arvoa itselleen saatavilla olevan tiedon pohjalta (kts. esim. [Rusthollkarhu ym., 2020.](#))

Asiakkaiden ostokäyttäytymisen lisäksi globaalien alustatoimijoiden, kuten Amazonin toiminnan laajentuminen Pohjoismaihin pakottaa myös perinteisempien toimialojen yritykset tarkastelemaan laajeneviin ekosysteemeihin ja verkostoihin liittymistä uudella tavalla. Lisäksi COVID-19 -pandemian tuomat globaalit matkustusrajoitukset, lähikontaktien välttäminen ja laaja etätyöskentely ovat pakottaneet yritykset käyttämään vaihtoehtoisia viestintävälineitä asiakaskohtamisissa ja jopa lykkäämään uusia avauksia ([Bond III ym., 2020](#); [Sharma ym., 2020](#)). Yhteenvetona voidaan todeta, että pysyäkseen kasvu-uralla, yritysten myynnin johdon on osattava johtaa myyntiorganisaatiota monimutkaisissa muutostilanteissa, mikä edellyttää poisoppimista vanhoista käytänteistä ja mielenmalleista.

Miten valmennamme myynnin johtamisen opiskelijoita johtamaan tätä muutosta?

Tampereen ammattikorkeakoulussa on jo vuodesta 2018 alkaen valmennettu kansainvälisen myynnin ja myynnin johtamisen osaajia. Tämä ylempi korkeakoulututkinto keskittyy valmentamaan osaajia edellä mainitun kaltaisiin muutostilanteisiin organisaatioissa. Näistä osaajista suurin osa toimii jo nyt tai rekrytoituvat vaativiin kansainvälisen myynnin johtamisen tehtäviin. Opinnot pohjautuvat tiimioppimiseen ja tavoitteena on jokaisen opiskelijan maksimaalinen oppimiskokemus. Tiimioppimisen voidaan kuvata olevan Hautamäen, Koskirannan ja Hämäläisen ([2020](#)) määrittelyn mukaisesti *“dialoginen prosessi, jossa tiimi tavoitteensa saavuttamiseksi ottaa riskejä, ratkaisee ongelmia, muuttaa omia mielenmallejaan sekä synnyttää jakamisen ja uudelleen yhdistämisen avulla kokonaan uusia ajattelutapoja ja toimintamalleja.”*

Valmennuskerrat eivät siis pohjautu valmentajien luennointiin, vaan valmennusjaksoilla oppimista edistävät ja uudenlaista ajattelua herättelevät alan kokeneet asiantuntijavierailijat. Kun kyseessä on maksimaalisen oppimiskokemuksen mahdollistaminen, osallistuvat myös opiskelijatiimit eli solut luonnollisesti valmennusjaksojen valmisteluun. Jokainen solu saa vuorollaan valmistella valmennusjaksolle sytykkeen opetussuunnitelmaan pohjautuen.

Tiimioppiminen mahdollistaakin omien ajattelumallien ja oman yrityksen toimintatapojen haastamisen. Lisäksi tiimimuotoinen toiminta tarjoaa mahdollisuuden synnyttää yhteistä ajattelua samojen haasteiden ympärillä niin koko opiskelijaryhmässä kuin pienemmissä soluissa. Kaiken lähtökohtana opintomatalla on luottamuksellisuus ja psykologinen turvallisuus. Tässä ympäristössä jokaisella on mahdollisuus olla avoin ja oma persoonansa ja tuoda yhteiseen tarkasteluun myös keskeneräisiä ajatuksia pelkäämättä tulevansa nolatuksi. Usein myynninjohtaja toimii omassa organisaatiossaan melko yksin, jolloin opiskelukavereista muodostunut verkosto toimii tärkeänä alustana sparraukselle. Jo nyt on nähty, että sparrausalusta toimii myös valmistumisen jälkeen.

Tiimioppiminen on kokemuksemme mukaan taito, jota tulevaisuuden menestyvä myyntijohtaja tulee tarvitsemaan myös B2B-myynnissä käsillä olevan muutoksen johtamisessa. Tätä perustelemme sillä, että yhteisessä vuorovaikutuksessa tiimi pystyy tuottamaan yhteistä ajattelua ja reagoimaan nopeasti muutokseen ja hallitsemaan kokonaisuuksia, jotka yksilölle ovat liian laajoja ja haastavia ottaa haltuun (Kts. myös [Hiila, Tukiainen ja Hakola, 2019](#)). Tiimioppiminen pedagogisena valintana myös kannattaa, sillä

tiimioppimiskokemukset opintojen aikana siirtyvät myös valmistuneen työelämään (Hautamäki, ym., 2020), mikä osaltaan vahvistaa myös opiskelijan kykyä edistää ja johtaa työelämän muutosta myös valmistumisen jälkeen.

Tampereen ammattikorkeakoulussa tiimioppimista on hyödynnetty ja kehitetty jo yli 20 vuoden ajan. Tiimioppimiselle pohjautuu myös uuden ajan oppimisen systeemi, Sähkörausku, jossa tähdätään monialaiseen oppimiseen. Tavoitteena on, että ensimmäiset opiskelijat aloittaisivat uudessa ohjelmassa vuoden 2022 alkupuolella. Lisätietoja:
<https://sites.tuni.fi/sahkorausku/>

Teksti: DI Minna Heikinheimo ja KTT Pia Hautamäki toimivat Tampereen ammattikorkeakoulun kansainvälisen myynnin ja myynnin johtamisen tutkintokoulutuksen valmentajina.

Kuva: Pexels