

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

Huom! Tämä on rinnakkaistallenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdetä:

Jokiniemi, S. (2021) Tunteet ovat myynnin kovaa ydintä. Myynnin ja Markkinoinnin ammattilaiset -blogi, 14.4.2021.

URL: <https://mma.fi/ajankohtaista/blogi/tunteet-ovat-myyntin-kovaa-ydinta/>

# Tunteet ovat myynnin kovaa ydintä



Siellä missä on ihmisiä, on myös tunteita. Koska B2B-myyntiin liittyy ihmisiä niin myyjinä kuin ostajinakin, tunteet ovat jatkuvasti läsnä myös myynnin tekemisessä. Silloin tällöin myyjän tunteet (tai hermot) ovat pinnassa, mutta useimmiten olo on perustyytyväinen. Kiiretilanteissa pitää joskus laittaa tunteet sivuun, jotta saa asioita edistettyä nopeasti.

Tunteet vaikuttavat myös myyjän ajatuksiin ja aikomuksiin. Sama koskee asiakkaita. Tätä aihepiiriä on opinnäytetyössään selvittänyt 4. vuoden liiketalouden tradenomiopiskelija **Moona Kortesmäki**. Myynnin tunneälytaitojen valmentaja **Mikko Parikka** Adeptus Partners Oy:stä sekä Moonan opinnäytetyön ohjaaja, myynnin yliopettaja Sini Jokiniemi Tampereen ammattikorkeakoulusta, tapasivat virtuaalisesta Moonan kanssa maaliskuun puolivälissä. Kolmikko lähti keskustelemaan opinnäytetyön aihepiiristä eli myyjien tunnetaidoista ja niiden kehittämisestä. Keskustelun kiinnostavimmat teemat ovat koottu tähän blogiin.

Tavoitteemme on, että jokainen lukija saa kipinän pohtia omia ja koko työyhteisönsä tunnetaitoja sekä niiden merkitystä myynnillisessä onnistumisessa!

## ”No ne nyt on niitä pehmoiluja”

Tunteet voi helposti sijoittaa pehmeän vaaleanpunaiseen, töihin kuulumattomaan ulottuvuuteen. Onni ja suru, kaiho ja hellyys kuuluvat kaunokirjallisuuteen, eivät B2B-myyntiin. Tunteiden kirjo on kuitenkin yllättävän laaja. Asiakkaan kokemus luottamus, tyytyväisyys ja uteliaisuus ovat tunteita, joiden syntymiseen myyjä voi omalla toiminnallaan myötävaikuttaa. Ehkä myyjän hyväntuulisuus ja varmuus yhdistettynä rentouteen sai asiakkaan tuntemaan olonsa innostuneeksi ja helpottuneeksi sekä toteamaan ”vihdoin tähän asiaan saadaan toimiva ratkaisu!”

Tunteet ovat myynnin kovaa ydintä. Tunteisiin liittyviä keskeisiä avaintaitoja voi myös kehittää. Tunnetaidoissa on pohjimmiltaan kyse sekä omien että muiden tunteiden

tunnistamisesta ja ymmärtämisestä, tunteiden ilmaisemisesta sekä tunteiden hallinnasta. Tunneilmaisuaan manipuloiva feikkaaja ei kuitenkaan pääse pitkälle, sillä ihmiset ovat taitavia erottamaan muiden ihmisten aidot ja epärehelliset tunteet toisistaan.

## **”On sitä aiemminkin pärjätty, vaikkei tunteista ole puhuttu mitään”**

Moona haastatteli opinnäytetyötään varten yhdeksää HRD-ammattilaista ja kartoitti heidän näkemyksiään B2B-myyntin tunnetaitojen kehittämisestä. Yksi haastatelluista koki, että ”suomalainen kulttuuri on aika usein semmosta, että tunteista ei puhuta”, koska se on vielä ”sellainen peikko”. Toinen taas totesi tunnetaitojen kehittämisen olevan aika vieras ja uusi asia. Myös Mikon laaja kokemus kentältä on samankaltainen. Kiinnostus tunnetaitojen kehittämiseen myyntiorganisaatioissa on kuitenkin selkeästi heräilemässä.

Kun puhutaan työssä koetuista tunteista, jokaisella on oikeus suhtautua teemaan torjuvasti pitämällä kädet tiukasti puuskassa. Tunteet ovat osa yksityistä minää, mutta ihminen tekee kuitenkin kokonaisuutena töitä. Tunteet ohjaavat omaa ajattelua sekä toimintaa ja välittyvät siten kollegoille ja asiakkaille puheen, elekielen ja muun käytöksen kautta. Halusi omia tunnetaitojaan kehittää tai ei, vaikuttaa myyjän tunnetaitavuus joka tapauksessa asiakkaan kokemuksiin, ajatuksiin ja aikomuksiin meneillään olevassa myyntikeskustelussa.

Myös sinun tunteesi tarttuvat muihin. Minkälaisessa tunnelmassa sinä käyt parhaat myyntikeskustelut? Mitä tunteita sinä haluaisit asiakkaassa herättää ja miksi? Minkälaisissa tunnelmissa haluaisit asiakkaittesi kertovan sinusta eteenpäin?

## **”Paljonko tunteet tuovat sitten lisää viivan alle?”**

Objektiiviset mittarit ja numeeriset faktat puhuvat aina selkeää kieltä. Kaikkia asioita ei voi kuitenkaan kesyttää mitattaviksi rahassa, ajassa tai aktiviteettimäärissä. Henkilökohtaiset kokemukset ja tunteet väistelevät perinteisiä mittareita. Vai millaiseen dashboardiin laitetaan itsetuntemuksen ja -luottamuksen kasvaminen, omien toimintatapojen tarkasteleminen ja kehittäminen, uudenlainen tekemisen draivi ja asiakkaan parempi ymmärtäminen, joita Moonan haastateltavat toivat esille tunnetaitojen kehittämisen hyötyinä?

Tunnetaidot muodostavat yhteen kietoutuvan ja toisiaan vahvistavan kokonaisuuden myyjän muun asenne-, taito- ja tieto-osaamisen kanssa. Mikon mukaan vaikutusta voi todentaa muun muassa työhyvinvoinnin ja työntekemisen ilmapiirin vahvistumisena.

Tunnetaitoja kehittäessään myyjä voi tunnistaa itsessään esimerkiksi tunnepohjaisia myyntin tekemisen esteitä. Esteen tunnistettuaan ja sen ylitettyään myyjä voi saada oman potentiaalinsa täydemmin käyttöön – tällainen muutos voi henkilökohtaisella tasolla olla mittaamattoman arvokas. Yrityksen näkökulmasta muutos näkyy myyntitulosten kehittymisessä, työtyytyväisyyden kasvussa sekä yhä positiivisempina asiakaskokemuksina. Voidaankin väittää, että mitä useampi myyjä saa potentiaalinsa paremmin käyttöön tunnetaitoja kehittämällä, sitä varmemmin myyntiorganisaatio saavuttaa tavoitteensa.

Moonan opinnäytetyö julkaistaan vielä kuluvan kevään aikana, ja tiedotamme siitä mm. Tampereen ammattikorkeakoulun [Myyntin tutkimusryhmän](#) sivuilla. Tutkimusryhmämme

jatkaa Adeptus Partnersin kanssa ”Tutkitusti myyntitunteista” -teeman parissa syyskaudella 2021 osana [Tutkitun tiedon teemavuoden](#) aktiviteetteja.

Miltä myynti tuntui tänään? Miltä haluaisit sen tuntuvan?

Myynnin vuorovaikutuksen yliopettaja

[Sini Jokiniemi](#)

Tampereen korkeakouluyhteisö