

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

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Hautamäki, P. (2021) Myynnin uudella aikakaudella teknologia on must. TAMK-blogi, 5.11.2021.

URL: <https://blogs.tuni.fi/tamkblogi/myynti/myynnin-uudella-aikakaudella-teknologia-on-must/>

Myynnin uudella aikakaudella teknologia on must

5.11.2021 — Arja Hautala

Vanha normaali ei palaa enää koskaan.

– Pia Hautamäki



Järjestimme Tampereen ammattikorkeakoulussa lokakuun lopussa jo perinteeksi muodostuneen SalesDay-tapahtuman. Korkeakoulujen rooli myyntiosaamisen edistämisessä on merkittävä, sillä teknologinen kehitys on jättänyt monen yrityksen vanhan myyntiosaamisen varaan. Jos siis huomaat paukuttelevasi henkseleitä sen suhteen, että taas teit kauppoja kasvokkain – kannattaa pysähtyä ja suunnata katse tulevaisuuteen.

[Yritystenvälisessä kaupankäynnissä kasvokkain tapahtuvilla kohtaamisilla on edelleen oma tärkeä roolinsa.](#) On kuitenkin hyvä huomata, että [täna päivänä myynti on todella paljon muutakin kuin vain kasvokkaisia kohtaamisia.](#) Puhuin SalesDay-tapahtumassa [uuden ajan myynnistä, jonka merkittävänä vauhdittajana koronapandemia on toiminut.](#) Ehkä itsekkin olet huomannut, miten näppärää on esimerkiksi saada tapaaminen aikaiseksi useammin henkilön kesken virtuaalisena. Toin tapahtumassa esiin myös yleistyneitä kokemuksia siitä, että asiakastapaaminen saattaa peruuntua heikohkon sosiaalisen median jäljen johdosta. Jos ennen yritykselle piti olla verkkosivu, jotta on olemassa – niin tänä päivänä tämä sama ajattelun analogia koskee myös sinua. Onko sinua olemassa asiantuntijana, jos sinua ei löydy verkosta?

Uuden ajan myynti vaatii uudistumista. [Myynnin tekeminen on ekosysteemistynyt ja digitalisoitunut.](#) Tämä tarkoittaa sitä, että tämän päivän myyntihenkilöllä on entistä laajempi kokonaisuus johdettavanaan. [Ensinnäkin myyntitoimenpiteisiin osallistuu koko yritys asiakaspolun eri vaiheissa. Tämän lisäksi vuorovaikutuksellisiin kohtaamisiin niin virtuaalisiin kuin kasvokkaisiin osallistuu useampi henkilö niin myyntiyrityksen kuin asiakkaankin puolelta.](#) Tämä vaatii kapasiteettia kasvaa ammatillisesti, kuten asian ilmaisi SalesDayn asiantuntijapaneelissa [Hanna Kivelä.](#)

Uuden ajan myynti vaatii myös kasvulle kestävä ja vastuullisen strategian. Uuden ajan myynissä tarvitaan siis myös johdon uudistumista, sillä nyt johdon strateginen ja osallistuva rooli on merkittävä. Ilman strategian uudistamista tuskin onnistutaan uuden aikakauden myynissä. Liian moni yritys toimii edelleen vanhan, ennen koronapandemiaa laadittuun strategiaan paneutuen. Toivottavasti teillä tämä on ketterässä ja jatkuvassa muutosprosessissa, ja uusittu strategia on jalkautunut yhteisiksi tavoitteiksi liiketoiminnan kasvua tukemaan.

Tämän kirjoituksen otsikossa mainitaan, että uuden ajan myynissä teknologian hyödyntäminen on must. No mitä se sitten tarkoittaa? Lyhyesti voisi sanoa, että [koronapandemia muutti asiakkaiden ostamisen lineaarisesta prosessista ympyrämuotoon, jossa myyntiyrityksen tärkeänä tehtävänä on keskittyä tunnettuuden kasvattamiseen, sitoutumisen vahvistamiseen ja ilahduttamiseen](#). Kyse on viimein siis [asiakkaan asettamisesta keskiöön ja asiakkaan ostopolun systemaattisesta tukemisesta](#). Tässä [digitaalisten teknologioiden rooli must-juttuna kiteytyy](#). Vai ollaanko teillä kasvokkain palvelemissa asiakkaita 24/7?

Toivottavasti teillä uuden ajan myyntiin liittyy teknologioiden tukemana rutiinien automatisoinnin kautta mahdollistuva aika itsensä johtamiselle ja paremmalle työhyvinvoinnille. Ihminen ei ole kone ja siksi tarvitaan teknologiaa. Tukemaan myyntiyritystä rutiineissa, jolloin myynti on entistä mielenkiintoisempaa tulevaisuudessa. Ehkä se sisältää myös yhä useammin niitä tärkeitä kasvokkaisia arvon yhteisrakentamista mahdollistavia kohtaamisia.

Uuden ajan myyntihenkilö vaatii johtajakseen myös näkemyksellisen johtajan, joka osaa johtaa yhteistyötä ja myönteisen tunneilmapiirin rakentumista. Toki uuden ajan myyntihenkilö toimii myös itse yhteistyötä ruokkivan työympäristön rakentajana. Uuden ajan myyntihenkilö haluaa myös Hanna Kivelän sanoin antautua coachattavaksi, mikäli mahdollisuuksia löytyy. Millaisella tasolla teidän myyntiyrityksen psykologinen turvallisuus on? Se selviää, kun lähdet käymään keskustelua teknologian roolista uuden ajan myynissä. Onnea matkaan!

Kirjoittaja: KTT Pia Hautamäki toimii Tampereen ammattikorkeakoulun TAMK:n Liiketalous ja Media -osaamisyksikössä myynnin johtamisen yliopettajana, myynnin tutkimusryhmän jäsenenä ja ROBINS-tutkimushankkeen johtajana. Pian ajatteluun ovat myönteisesti vaikuttaneet tiivis yritys yhteistyö, tutkimustyö läheisten kollegoiden kanssa ja uusien julkaistujen tutkimustietojen. Mikäli haluat pysyä uuden aikakauden myynnistä perillä, verkostoidu Pia:n kanssa Linkedissä. Löydät Pia:n LinkedIn-profiilin [tätä linkkiä klikkaamalla](#). Seuraava SalesDay -tapahtuma järjestetään lokakuussa 2022.

Kuva: Shutterstock, muokannut Pia Hautamäki