



# Myyntipäällikkönä kehittyminen IT-alalla

Petri Asp

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Myyntipäällikkönä kehittyminen IT-alalla

Petri Asp  
Liiketalouden koulutusohjelma,  
Tradenomi  
**Opinnäytetyö**  
Joulukuu 2021

Petri Asp

Myyntipäällikönä kehittyminen IT-alalla

Vuosi 2021

Sivumäärä 37

---

Asiantuntijuudella sekä omien vahvuuksien tunnistamisella on merkittävä rooli työkuulttuurissamme. Asiantuntijuus ja osaaminen pirstaloituu koko ajan, jolloin moniosaajille syntyy valtavaa kysyntää. On siis tärkeää tunnistaa vahvuutensa, jotta pystyy hakeutumaan omaa osaamista vastaavaan työtehtävään.

Tämän päiväkirjaopinnäytetyön tavoitteena oli parantaa osaamistani asiantuntijaroolissa, sekä kehittää kykyäni vahvuuksiani tunnistettaessa. Yritykseni kannalta tavoite oli tarkentaa myyntipäällikön työnkuvaa ja tehtävien laajuutta perehdytyksen tueksi. Pyrin löytämään oman kehitykseni kautta parempia prosessin vaiheita, jota hyödyntämällä työnteon laatu paranee.

Päiväkirjaopinnäytetyössä seurattiin kymmenen viikon aikana työpäiviä ja niiden sisältöä. Jokaisen viikon päätteeksi viikkoanalyysissä analysoitiin ammattikirjallisuuteen pohjautuen viikon aikana esille nousseita aiheita ja kehittämiskohteita. Päiväkirjaopinnäytetyön perusteella toimeksiantajalle syntyi kuva siitä, millainen on myyntipäällikön työnkuva, sekä vaadittavat taidot työtehtävien suorittamiseksi.

Jatkossa kehitystä painotetaan toimialaosaamisen ja vahvuuksien tunnistamisen hyödyntämiseen työelämässä. Kehityksessä nojataan vahvasti substanssiosaamiseen ja jatkuvasti uusien asioiden oppimiseen.

Asiasanat: ajanhallinta, osaamisen kehittäminen, vahvuuksien tunnistaminen

Petri Asp

Development of a Sales Manager in the IT industry

Year

2021

Pages

37

---

Expertise and the identification of one's own strengths play an important role in the modern work culture. Expertise and know-how are being fragmented all the time, creating a huge demand for multi-experts. It is therefore important to identify one's strengths to be able to apply for a job that matches your own skillset.

The objective of this journal thesis was to improve the author's skills in an expert role, as well as to develop his ability to identify his strengths. From the author's employer company's point of view, the purpose is to refine the job description and scope of duties of a sales manager to support orientation. Through my own development, I strived to find better stages in the process, which will help me improve the quality of work.

The journal thesis monitors working days and their content for ten weeks. At the end of each week, the weekly analysis analyzes the topics and areas for development that emerged during the week, based on professional literature. Based on the journal thesis, the commissioner receives an idea of what the job description of the sales manager is like, as well as the skills required to perform the work tasks.

In the future, emphasis will be placed on utilizing industry expertise and identifying strengths in working life. Development relies heavily on substantive competence and constantly learning new things.

Keywords: competence development, identification of strengths, time management

## Sisällys

|      |                                           |    |
|------|-------------------------------------------|----|
| 1    | Johdanto.....                             | 6  |
| 1.1  | Toimeksiantajan esittely.....             | 6  |
| 1.2  | Työympäristön ammattikäsitteet .....      | 8  |
| 2    | Nykytilanne ja osaaminen .....            | 9  |
| 2.1  | Minun työtehtäväni .....                  | 9  |
| 2.2  | Perehdytys .....                          | 10 |
| 2.3  | Kehittäminen .....                        | 11 |
| 2.4  | Sidosryhmät .....                         | 12 |
| 2.5  | Vuorovaikutustaidot työympäristössä ..... | 12 |
| 2.6  | Opinnäytetyön tavoitteet .....            | 13 |
| 3    | Päiväkirjaraportointi.....                | 14 |
| 3.1  | Viikko 1 .....                            | 14 |
| 3.2  | Viikko 2 .....                            | 16 |
| 3.3  | Viikko 3 .....                            | 18 |
| 3.4  | Viikko 4 .....                            | 20 |
| 3.5  | Viikko 5 .....                            | 21 |
| 3.6  | Viikko 6 .....                            | 22 |
| 3.7  | Viikko 7 .....                            | 25 |
| 3.8  | Viikko 8 .....                            | 27 |
| 3.9  | Viikko 9 .....                            | 28 |
| 3.10 | Viikko 10.....                            | 30 |
| 4    | Analyysi ja johtopäätökset.....           | 32 |
|      | Lähteet.....                              | 35 |
|      | Kuviot .....                              | 37 |

## 1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on kirjoitettu päiväkirjamuodossa syksyllä 2021 Vetonaula Oy:n toimeksiannosta. Raportointiosio koostuu päivittäisten työtehtävien raportoinnista sekä viikoittaisista analyyseistä. Opinnäytetyön tavoite on parantaa itsensä johtamista, työtehtävien organisointia sekä kehittää myyntitaitoja. Työn tarkoituksena on luoda kattava dokumentaatio siitä, millaista on myyntipäällikön arki asiantuntijaorganisaatiossa. Kehitystä on odotettavissa raportoinnin aikana, sillä olen työskennellyt työpaikassa ja toimialalla vasta kolme kuukautta ennen opinnäytetyön aloittamista.

Ajanhallinta, itseohjautuvuus, priorisointi, vuorovaikutus- ja viestintätaidot ovat tärkeimpiä ominaisuuksia arkityössäni sekä työtehtävieni laadukkaassa suorittamisessa. Lisäksi työtehtäviäni suorittaessa on tärkeää osata reagoida äkillisiin työtehtäviin, joita ei pysty ennustamaan edellisenä päivänä. Myös muutoksista huolimatta, päivälle ennalta määritettyjen työtehtävien suorittaminen osoittaa kyvykkyyttä. Aikatauluttaessa tehtäviä, tulisi ensin arvioida kuinka paljon aikaa niiden suorittamiseen kuluu. Yksinkertaisimpien, selkeiden sekä lyhyiden työtehtävien kohdalla on mahdollista onnistua hyvin arvioinnissa. Pääasiassa kaikki arviot kuitenkin heittävät suuntaan tai toiseen. (Vanhala, 2016.)

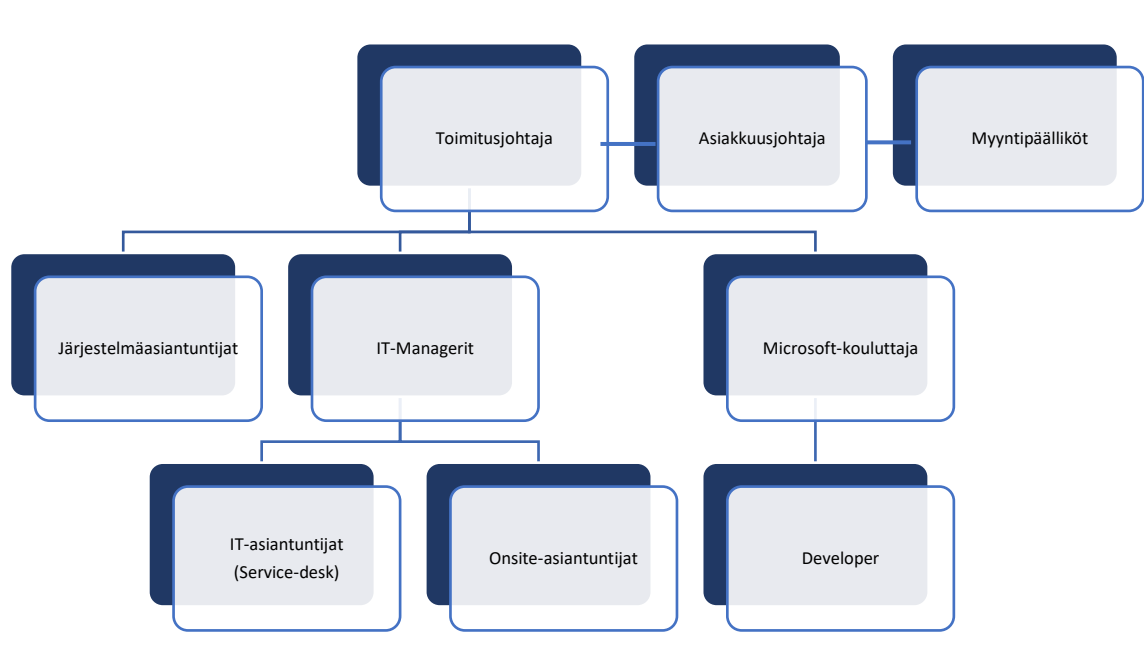
Tässä opinnäytetyössä raportoin 13.09-19.11.2021 välisen ajan arkityöstäni myyntipäällikkönä. Raportointiviikon päätteeksi kokoan viikon onnistumiset ja opit viikkoanalyysiin, mikä kattaa laajemman kuvan viikon tuntemuksista. Analyysissa hyödynnän tukena teoriaa kasvattaakseni oppimistani ja kehitystäni.

Työn alkupäässä olen kartoittanut työnkuvaani, toimeksiantajaa sekä osaamistani ennen opinnäytetyön aloittamista. Seuraava osio sisältää 10 viikon raportointijakson sekä lopussa kokoan raportoinnin johtopäätöksiksi tavoitteiden toteutumisen ja osaamisen kehittymisen myötä.

### 1.1 Toimeksiantajan esittely

Työskentelen myyntipäällikkönä tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimivassa Vetonaula Oy:ssä. Vetonaula on IT-ulkoistuksia yrityksille myyvä Suomalainen yritys, jossa työskentelee tällä hetkellä 20 henkilöä. Suurin osa asiakkaista on pk-yrityksiä, mutta suuryrityksiäkin alkaa löytymään asiakasportfoliosta enenevissä määrin. IT on nyky-yrityksille välttämätön osa-alue, sillä digitalisaation myötä kaikilla menestyvillä yrityksillä tulee olla olemassa verkkosivut, tietoturva sekä työhön käytettävä laitteisto. (itewiki, 2021) Vetonaula tarjoaa yrityksille helpon

ratkaisun IT:n hoitoon ulkoistuspalvelun avulla. Siinä Vetonaula ottaa vastuulleen asiakkaan koko IT:n ja sen jatkuvan kehityksen kohti nykyajan hyödyllisimpiä ominaisuuksia. (Vetonaula 2021a.)

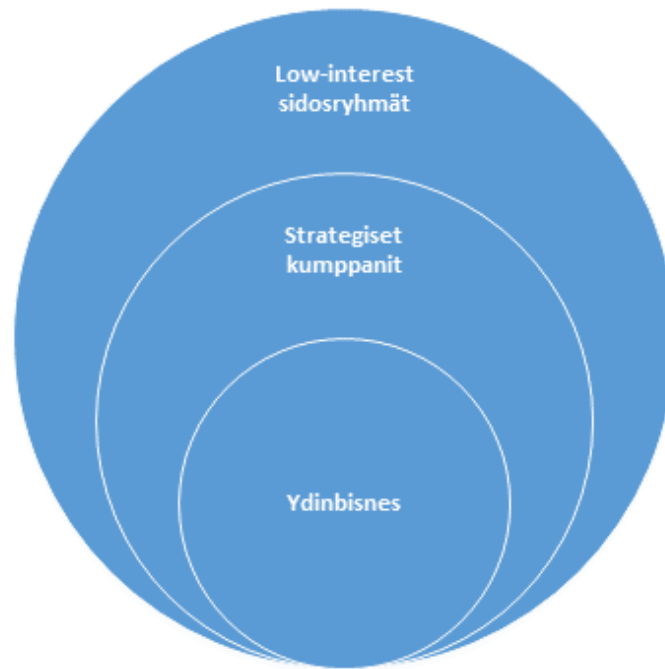


Kuvio 1: Vetonaula Oy organisaatiokaavio

Vetonaulan organisaatio on hyvin kevyt, eikä se sisällä kerrostumia. Myynti tekee läheistä työtä johdon kanssa, eikä muita lähiesimiehiä ole. Asiakkuuksien johtamiseen on olemassa kolme asiakaskoria, joihin asiakkuuksia jaetaan tasaisesti. Asiakaskori sisältää yhden IT-managerin, yhden järjestelmäasiantuntijan sekä 3-4 IT-asiantuntijaa. Asiakkuusjohtaja, Microsoft-kouluttaja sekä koodari ovat kaikkien käytettävissä tarpeen mukaan.

Core-bisnes, eli ydinbisnes tarkoittaa yrityksen ydinosaa ja on liiketoiminnan kulmakivi. Ydinbisnekseen kiteytyy yrityksen huippuosaaminen, ja suurin osa taloudellisista resursseista sekä henkilöstöresursseista ohjataan siihen. Yritys usein ulkoistaa pienempiä osa-alueitaan keskittyäkseen tähän. Yrityksellä on myös strategisia kumppaneita, jotka ovat usein ulkoistettuja toimia tuottavia yrityksiä. Ne ovat erittäin tärkeitä yrityksen toiminnalle. Vahvan digitaalisen ympäristön omaavilla ja siihen keskittyneillä asiakkailla IT-palvelu on merkittävässä osassa jokapäiväistä toimintaa yrityksen menestyksen kannalta. Täten ulkoistetun IT:n palveluntarjoaja, kuten Vetonaula on heille strateginen kumppani. Vaikka tietotekniikka ei olisikaan osa yrityksen ydinbisnestä, toimiva IT mahdollistaa ydinbisneksen laadukkaan toteuttamisen. Ulkoistettu IT on yrityksille tukipalvelu ja erittäin tärkeä sellainen. (Rauhala, 2020.)

Joillekin toimijoille IT-palvelu on toissijaisempi osa heidän toimintaansa ja siitä käytetäänkin usein nimitystä low-interest tuote. Sellaisia ovat esimerkiksi sähkösopimukset ja puhelinliittymät, jotka ovat osa jokapäiväistä toimintaa, muttei vaikuta olennaisesti yrityksen toimintaan. Tällaisia palveluiden ostajia ovat usein pienemmät toimijat sekä teollisen alan toimijat, joille on tärkeintä, että työt tulevat tehdyiksi ilman sen suurempia ongelmia.



Kuvio 2: Ydinbisnes

Yllä esitetystä kuviossa on kuvattuna ydinbisneksen kerrostuma sekä sidosryhmien asettelu ydinbisneksen ympärillä. Strategiset kumppanit ovat lähimpänä ydintä ja sen vuoksi vaikuttavammissa roolissa. Low-interest sidosryhmät ovat osa yrityksen kokonaisuutta, mutta eivät omaa niin suurta roolia.

## 1.2 Työympäristön ammattikäsitteet

Tässä työssäni esiintyy useamman kerran käsite *liidi*. Liidi tarkoittaa potentiaalista asiakasta, eli päättäjää tai yritystä, joka osoittaa kiinnostusta tai sitoutuneisuutta palvelua kohtaan. Liidin merkitys terminä riippuu siitä, mistä perspektiivistä asiaa katsoo. Esimerkiksi myyjille hyvät liidit ovat monesti asiakkaiden suoria yhteydenottopyyntöjä, kun taas markkinointitiimin näkökulmasta laadukkaita liidejä voivat olla erilaisten markkinointikampanjoiden yhteydessä kerätyt asiakkaiden yhteystiedot. (Kupli, 2018.)

Käytän myös termiä *käyttöönotto*, joka tarkoittaa uuden asiakkuuden lisäämistä asiakasrekisteriin. Tämä toteutetaan tekemällä ylläpitäjätunnukset asiakkaan IT-



infrastruktuuriin, tunnusten luomista meidän laitehallintaportaaliimme ja tiketöintijärjestelmäämme sekä tietoturvapoliitiikan määrittämistä. (Vetonaula. 2021b.)

*Outbound-myynti* tarkoittaa perinteistä kylmää myyntityötä. Digitalisaation myötä se on jäänyt hieman taka-alalle, *inbound-myyntiin* vallatessa alaa. Outboundissa olennaista on se, että myyjä tekee ensimmäisen liikkeen asiakasta kohti. Ideana on siis luoda asiakassuhde täysin tyhjästä. Inbound-myyntissä taas asiakas tekee itse liikkeen ensin myyjää kohti, joko ottamalla suoraan yhteyttä tai osoittamalla kiinnostusta yrityksen palvelua kohtaan muita kanavia pitkin. (Aaltonen, 2019.)

*Prospekti* tarkoittaa potentiaalista asiakasta. Prospekti on yrityksesi asiakasprofiiliin istuva henkilö tai yritys, jota halutaan tavoitella. Tällaisen profiilin määrittelemistä kutsutaan prospektoinniksi. (Jokela, 2019.)

## 2 Nykytilanne ja osaaminen

Nykytilanteessani olen päivätyössä, joka vastaa koulutusalaani. Pääsen työssäni hyödyntämään monipuolisesti koulutuksen kautta hankittua osaamista ja tietotaitoa. Tämä osio tulee käsittämään nykyiset työtehtäväni, osaamiseni sekä sidosryhmät. Kuvaan myös opinnäytetyön tavoitteita.

### 2.1 Minun työtehtäväni

Työskentelen Vetonaula Oy:ssä myyntipäällikkönä. Työni myyntipäällikkönä on todella monipuolista ja päivien välillä onkin paljon vaihtelua työtehtävien muodossa sekä haastavuudessa. Myyntipäällikön rooli on hyvin uusasiakashankintapainotteista, sillä avatessaan uuden asiakkuuden, siirtää myyntipäällikkö sen johtovastuun IT-managerille. IT-manageri toimii asiakkuusvastaavan roolissa ja johtaa asiakkuuden kehitystä sekä ylläpitoa. Minulla ei ole suoria johdettavia alaisia, mutta teetan työssäni paljon muiden osa-alueiden työtehtäviä muilla organisaation asiantuntijoillamme. Työssäni käytän henkilöstöresurssiamme esimerkiksi asiakastapaamisissa, joihin tarvitaan palvelumme syvempää osaamista. Lähimmät kollegani ovat toimitusjohtaja, asiakkuusjohtaja, sekä toinen myyntipäällikkö. Heidän kanssaan olen päivittäin tekemisissä ja hyödynnän heitä tukena omien työtehtävieni suorittamisessa.

Päivittäistyössä työtehtäviini kuuluvat puhelimitse tapahtuva uusasiakashankinta, jossa sovin itselleni asiakastapaamisia ja samalla avaan ovia uusiin asiakkuuksiin. Teen myös sähköpostiautomaation kautta tapahtuvaa uusasiakashankintaa, pidän yhteyttä puhelimitse sekä sähköpostitse myyntiprosessin eri vaiheissa oleviin asiakkaisiin, toimin markkinoinnissa sosiaalisen median sisällöntuottajana, tapaan asiakkaita sekä luon tarjouksia ja sopimuksia myyntiprosessin aikana. Uuden asiakkuuden avauksessa olen avainroolissa, sillä minun on

informoitava asiakkuuskorin asiantuntijatiimillemme kaikki myyntiprosessin aikana kerätyt tietoni asiakkaasta. Näin he voivat aloittaa käyttöönottoprojektin mahdollisimman helposti ja nopeasti. Vetonaulan palvelutarjoomaan kuuluu myös ilmainen pilvipalvelu, jolla tuodaan helppoutta IT:n hallintaan. Kyseistä palvelua kutsutaan Vetonaula Liveksi. Saadessani Live-asiakkaan, hoidan itse asiakkuuden avaamisen ja tunnusten luomisen Live-järjestelmään. Näin asiakas saa palvelun käyttöönsä mahdollisimman nopeasti. Live-asiakkaat pyritään kaupallistamaan laitekaupalla, sekä myymällä pienempiä osia, kuten tietoturvaa, laitehallintaa tai konsultaatiota. Tämän tavoitteena on kuitenkin pienen mutkan kautta tapahtuva, tulevaisuuden palveluasiakkuus.



Kuvio 3: Vetonaulan myyntiprosessi.

Yllä esitetyn kuvion mukaisesti Vetonaulan myyntiprosessi alkaa ensikontaktista, eli kylmäsoitosta. Kylmäsoitosta käytetään myös nimitystä CTA, eli call to action, joka tarkoittaa toimintakehotetta. Sen tarkoituksena on ohjata esimerkiksi yrityksen verkkosivuilla vierailevaa henkilöä tekemään tietty, haluttu toiminto. Yleisesti CTA on verkkosivuilla, ohjelmassa, sähköpostissa tai verkkokaupassa sijaitseva hyperlinkki tai painike, jossa kannustetaan käyttäjää toteuttamaan toiminto. Tällaisia toimintoja voivat olla esimerkiksi uutiskirjeen tilaaminen, verkko-oppaan lataaminen tai tiettyyn tapahtumaan osallistuminen. CTA voi olla myös klikattava kuva tai video. (Pitkospuu, 2021.)

Ensikontaktissa tutustutaan asiakkaan liiketoimintaan sekä IT-infraan, jotta luodaan ymmärrystä palvelun tarpeesta. Useimmiten ensikontaktissa sovitaan myös tapaaminen. Seuraavissa tapaamisissa jatketaan ensikontaktissa syntynyttä keskustelua. Mahdollisessa tarjouksen esittelytapaamisessa käydään läpi asiakkaalle tehtyä tarjousta ja hänen tuntemuksiaan siitä. Sopimusneuvotteluissa hiotaan pienemmät nyanssit kuntoon yhteistyötä varten. Kauppa syntyy asiakkaan päättävän tahon allekirjoituksesta. Siitä alkaa palvelun käyttöönoton suunnittelu ja silloin prosessi siirtyykin myyjältä IT-managerille.

## 2.2 Perehdytys

Minun perehdyttämiseni työhön oli mielestäni riittävä, mutta olisin kaivannut lisää selkeyttä. Vetonaulalla on koottuna perehdytyslista, josta löytyvät kaikki työssä osattavat asiat. Kyseinen lista on kuitenkin suunnattu enemmän tekniikan puolella työskenteleville. Aloitin urani Vetonaulassa samaan aikaan, kun minulla oli vielä harjoittelujaksoa jäljellä toisessa yrityksessä.

Ensimmäisenä päivänä kävimme nykyisen kollegani kanssa läpi Vetonaulan palveluita sekä hänen aikataulutustaan, työtehtäviään ja niiden jakautumista työviikolle. Perehdytyspäivän jälkeen tein muutamia päiviä soittotyötä huhti-toukokuussa. Kävin läpi asiakkaita soittamalla heille perehdyttäjänä kanssa yhdessä luotua soittospiikkiä käyttäen. Varsinaisen työsopimuksen alkaessa käytimme ensimmäisen viikon pitkälti perehdytykseen sekä talon toimintatapojen läpi käymiseen. Aloitimme uuden IT-Managerin kanssa samalla viikolla, joten sain osakseni myös paljon teknistä asiaa. Perehdytykseni oli luonteeltaan enemmän ”hands on”-tyylistä tekemistä, jossa kysyin kollegaltani epäselvät asiat ja oppiminen tapahtui saman tien. Koin tämän oppimistavan hyväksi ja toimivaksi, sillä käytännön oppiminen sopii minulle.

### 2.3 Kehittäminen

Työpaikkana Vetonaula on minulle vielä suhteellisen uusi, olen raportoinnin aloitushetkellä työskennellyt siellä kolme kuukautta. Paljon oppia ja uutta on siis vielä edessä. Työssäni on tärkeää osata B2B-myyntin lainalaisuudet, myyntiprosessin johtaminen sekä työn jaksottaminen laadukkaan työtuloksen saavuttamiseksi. Vetonaulassa saan laajan läpileikkauksen niin IT-alaan, kun muihinkin toimialoihin kumppaniemme myötä. Tämä on omiaan kartuttamaan osaamistani kohti B2B-myyntin ammattilaista. IT-ala on kehittyvimpiä toimialoja maailmassa, jonka myötä jatkuva itsensä kehittäminen on keskiössä työtehtävissäni pärjäämiseen pitkällä aikavälillä. (Duunitori, 2018)

Työkokemukseni B2B-myyntistä käsittää 5kk-mittaisen harjoittelujakson myyntin vauhdittamisen palveluita myyvässä yrityksessä, joka kuuluu Vetonaulan verkostoon ja sitä myötä johti myös minun rekrytoimiseeni. Aikaisemmin minulta löytyy kuuden vuoden kokemus B2C-myyntistä palveluvetoisessa asiantuntijaorganisaatiossa. B2C-myyntissä olennaista oli asiakkaan kuunteleminen, sillä se oli ratkaisevassa roolissa tarjoamani tuotteen osalta. Asiakkaan haastattelemisen ja oikeanlainen haastaminen tuli siinä osaksi osaamispankkiani ja hyödynnän niitä taitoja yhä työssäni.

Osaamistani Vetonaulassa kehitetään määrätietoisesti osa-alue kerrallaan, jolloin ei tule liian suuria kokonaisuuksia kerrallaan, vaan minulla on aikaa jäsenellä vastaanottamaani tietoa. Kehitystä seurataan viikoittaisilla tapaamisilla esimieheni kanssa ja pohtimalla seuraavan viikon oppimista ja kohdennettua fokusaluetta. Koen itseni tiedonjanoiseksi ja aktiiviseksi opiskelijaksi, joka kiinnostuessa aiheesta uppoutuu siihen ja pyrkii kasvattamaan osaamistaan aktiivisesti. Tämän vuoksi työskentely Vetonaulan kaltaisessa asiantuntijaorganisaatiossa on minulle sopiva paikka aloittaa työelämä. Seuraan paljon vierestä alan ammattilaisia ja imen tietoa heistä parhaani mukaan kartuttamaan omaa osaamistani ja itsevarmuuttani.

## 2.4 Sidosryhmät

Vetonaulan sidosryhmät ovat hyvin perinteisiä yrityksen sidosryhmiä. Näitä ovat esimerkiksi asiakkaat, yhteistyökumppanit sekä kilpailijat. Kuviossa 2 on kuvattuna Vetonaulan sidosryhmät.



Kuvio 4: Vetonaulan sidosryhmät

Vetonaulan asiakkaita ovat pääosin pk-yritykset, liitot ja järjestöt, mutta suuryrityksiäkin löytyy asiakasportfoliosta enenevissä määrin. Vetonaulan palvelu sopii kaiken kokoisille yrityksille toimialasta riippumatta, sillä palvelu räätälöidään aina asiakaslähtöisesti mahdollisimman joustavaan ja helppoon muotoon. Yhteistyökumppaneita ovat laitevalmistajat, tukkurit, teknologiayritykset kuten Microsoft ja F-Secure, sekä alihankkijaverkosto valtakunnallisen palvelun tuottamiseksi. Kilpailijoita alalla on valtavasti.

## 2.5 Vuorovaikutustaidot työympäristössä

Työympäristömme on matalan hierarkian työpaikka, jossa keneen tahansa voi olla yhteydessä epäselvissä tilanteissa ja apua tarjotaan todella avoimesti. Olen päivittäin yhteydessä useiden kollegojeni kanssa. Aloitin työni koronaviruspandemian aikana, jolloin valtaosa työntekijöistä on etätyössä. Koronakriisin aika on varmasti yksi haastavimmista ajoista aloittaa uudessa työssä ja yhteisössä toimiminen. Onnekseni olen kokenut Microsoft Teamsin avulla kommunikoinnin mieluiseksi ja helpoksi tavaksi toimia. Nopeat asiat käydään läpi soittamalla sekä viestittely on dokumentaation vuoksi toinen tehokas tapa kommunikoida. Työympäristössäni hyvät vuorovaikutustaidot ovat tärkeitä, sillä asiakasrajapinnassa toimivana saan paljon kysymyksiä,

jotka delegoin eteenpäin. Olennaista siis on, että kykenen viemään asiakkaan viestin oikeassa muodossa eteenpäin, jotta meidän asiantuntijamme pystyvät niihin vastaamaan oikeanlaisella ratkaisulla. Myös asioiden oikeanlainen viestiminen asiakkaiden suuntaan on ydinroolissa työssäni. Taito osata johtaa tilannetta ja keskustelua asiakkaan kanssa, on tärkeää. Johdattelevien ja fasilitoivien kysymysten esittäminen asiakkaalle on helppo keino johdatella myyntitilannetta. Laittamalla asiakkaan pohtimaan yrityksensä toimintaa ja kokemuksiaan heidän tarpeista, avautuu samalla myyjälle aikaa kehitellä vastauksia asiakkaan kysymyksiin. Näin asiakasta miellyttävien ja sopivien ratkaisujen tarjoaminen helpottuu ja todennäköisyys onnistuneelle kaupalle kasvaa. Oikein johdettu myyntitilanne tuo asiakkaalle turvallisen ja luotettavan olon, hänet ja hänen tarpeensa on huomioitu, hän on tullut kuulluksi, hänelle on personoitu ratkaisu hänen tarpeisiinsa sekä hänelle on tarjottu mahdollisuus oppia uutta. Kun nämä asiat toteutuvat myyntitilanteessa ja tuote on kunnossa, on erittäin todennäköistä, että kauppa syntyy. (Alamäki & Kaski, 2015, 1193-96.)

Asiakastapaamisissa tehtäväni on luoda palvelumme tarinaksi sekä ongelmia ja haasteita ratkovaksi ratkaisuksi, jonka asiakkaat haluavat itselleen käyttöön. Tämä vaatii erinomaista ihmistuntemusta ja neuvottelutaitoja. Päättäjät, joiden kanssa keskustelen, ovat useimmiten minua vähintään 10 vuotta vanhempia. Tämä tuo lisähaastetta henkilön vakuuttamiseen, sillä hän on varmasti nähnyt monenlaisia myyjiä sekä omaa taitoa haastaa meitä. Olen kokenut kyseiset tilanteet hyvällä tavalla haastaviksi sekä kehittäviksi osaamistani peilaten. Olen vielä uusi alallamme, joten minulla on paljon opittavaa varsinkin henkilöiden eleiden tulkittamisessa, sekä oikeista naruista vetämisessä keskustelun aikana. Kaikki asiakastapaamiset ovat olleet etäyhteydellä, mikä tuo lisähaastetta asiakkaan lukemiseen.

Vuorovaikutuksellinen arvon luominen on yksi tärkeimpiä asioita myynnissä. Arvolla tarkoitetaan jotain konkreettista hyötyä, mikä syntyy asiakkaan ostaessa tuotteen tai palvelun. Arvon luominen pelkästään etäyhteydellä on huomattavasti vaikeampaa verrattuna kasvotusten, sillä asiakkaiden reaktioiden huomaaminen ja tulkitseminen on todella vaikeaa. Kasvotusten tapahtuva arvon luominen onnistuu tarttumalla positiivisiin reaktioihin sekä painottamalla ominaisuuksia, mitkä selvästi kiinnostavat asiakasta. Proaktiivisesti keskustelemalla ja molemminpuolista hyötyä etsimällä, pyritään luomaan molemmille osapuolille arvoa, jolloin yhteistyöhön panostaminen on molemmille kannattavaa. Arvon luominen on yksi tärkeimmistä asioista, ellei tärkein, sillä sitä tehdään, jotta asiakas ostaisi. (Alamäki & Kaski, 2015, 1193-1196.)

## 2.6 Opinnäytetyön tavoitteet

Tavoitteeni opinnäytetyölle on parantaa itsensä johtamista, työtehtävien organisointia sekä kehittää myyntitaitojani. Selkeitä haasteita on vaikea määritellä, mutta kehityskohteita on tullut esille. Toimeksiantajayritys odottaa minulta raportointijakson aikana kehitystä

myyntityön asiantuntijuudessa sekä tehokkuudessa. Toimeksiantaja pitää mahdollisena, että tätä opinnäytetyötä voidaan käyttää tulevaisuudessa perehdyttämisen välineenä. Tavoitteena olisi myös löytää konkreettisia kehityskohtia, joihin voisin omassa työssäni puuttua ja niitä osa-alueita kehittää. Myyntiprosessin kehitys on yksi osa-alue, mitä yrityksemme voisi viedä eteenpäin. Eräänlaisena pullonkaulana on huomattu olevan asiakkaan onboarding, eli asiakkuuden aloitus ja siirto asiakasmanagerin haltuun. Minulla myyjänä ei ole selkeää, että mitä kaikkea ennakkotietoa tarvitsemme palvelumme käyttöönoton yhteydessä IT-manageriamme varten. Siksi olisi tärkeää kehittää dokumentaatiota, jolla saataisiin asiakkaan sisäänheitto mahdollisimman kivuttomasti hoidettua sekä samalla parannettua myyntiprosessiamme. Aionkin ehdottaa tämän pohjalta asiakkaan sisäänheittoa varten tehtävää dokumenttia, jossa käydään läpi keskeisimmät kohdat asiakkuuden haltuun ottamiseksi.

### 3 Päiväkirjaraportointi

#### 3.1 Viikko 1

Maanantai 13.09.

Aloitin työviikkoni vilkaisemalla ToDo-listaani, johon kerään aina akuuteimmat työtehtävät ja niiden sen hetkisen tilanteen. Tämän jälkeen hahmotin päivän tulevia työtehtäviä niiden kiireellisuuden mukaan. Kävin koko henkilöstön yhteisessä aamupalaverissa kuuntelemassa viikon agenda ja henkilöstöresurssin tilannetta, jotta osaan itse varautua saatavuuteen omissa töissäni. Luin myös viikonlopun aikana tulleet sähköpostit ja otin yhteyttä asiakkaaseen, joka oli jättänyt yhteydenottopyynnön. Tarkistin myyntiputkessa olevien asiakkuuksien tilanteita ja edistin niitä yhteydenotoilla. Tein useamman tunnin kylmäsoittoa, joista ei tänään tapaamisia poikunut. Sain kuitenkin mielestäni hyviä keskusteluja auki. Iltapäivästä olin palaverissa kollegani kanssa. Keskustelimme ensimmäisen kvartaalin seurantalaverista ja siihen tarvittavista materiaaleista. Kyseisessä palaverissa käydään läpi myyntitehokkuudet ja lasketaan provisioeurot seuraavaan palkkaan.

Tiistai 14.09.

Tänään kirjoitin muistiinpanoja keskiviikkoista seurantalaveria varten ja tein soittotyötä. Soittaminen oli melko hiljaista ja ihmisiä sai todella huonosti kiinni. Soittaminen on tärkeä osa työtäni, sillä outboundista tuleva liidimäärä kattaa valtaosan myyntiputken asiakkuuksista. Minulla on soittamiseen liittyviä tavoitteita ja saadessani tietyn määrän puheluita, saan siitä myös provisiota. Soittotyön yksi tärkeä elementti on vahvistaa Vetonaulan tunnettuutta, kun keskustellaan Vetonaulan palveluista yrityspäätäjien kanssa. Kävin myös palaverissa kollegani kanssa ja pohdimme markkinointitoimenpiteitä tulevaisuutta silmällä pitäen.

Keskiviikko 15.09.

Tämän päivän agendana oli seurantalaveri yrityksen johtohenkilöiden kanssa ensimmäisen kvartaalin myyntitehokkuuksista ja provisiolaskennasta. Palaverissa käytiin läpi myyntiputken rakennetta ja avoinna olevia asiakas-caseja. Näin pystymme kehittämään prospektien hallintaa parempien tulosten saavuttamiseksi. Palaverissa kävimme myös läpi myynninseurannan seuraavia askeleita ja suunnittelimme tulevaisuuden seurantalavereita, niiden ennakkotehtäviä sekä ajolistoja. Lounaan jälkeen minulla oli tapaaminen asiakkaan kanssa verkkokaupparamme personoinnista heidän tarpeisiinsa. Tapaaminen meni hyvin ja löysimme mielestäni hyvät askelmerkit seuraavaan steppiin, eli laitehankintakanavan vakiinnuttamiseen. Tapaamisen jälkeen keskustelin kollegani kanssa asiakaskohtaisista tarjoushinnoista, jotka tukkurilta tulisi pyytää. Määrittelin kollegalleni tarpeet ja tietokoneiden ominaisuudet, joka lähestyy tukkuria asiasta. Kokonaisuudessaan koin osaamiseni riittävän päivän työtehtäviin ja opin monta uutta asiaa laitehankintaprosessistamme.

Torstai 16.09

Tänään aloitin päiväni henkilöstön sisäisessä palaverissa, missä kävimme läpi tiketöintiä ja seurasimme tikettien määrää. Itseäni tämä ei suoraan kosketa, mutta keskustelen kuitenkin aiheesta paljon asiakkaiden kanssa. Seuraavaksi minulla oli tapaaminen asiakkaan kanssa palveluistamme. Tapaaminen sujui hyvin, asiakas innostui keskustelemaan ja löysimme mielestäni yhteisen sävelen. Koin joissain kysymyksissä, etten osannut täysin vastata ja lupasinkin asiakkaalle selvittää ne jälkikäteen. On parempi myöntää, ettei tiedä asiaa kuin keksiä mitään ylimääräistä. Lounaan jälkeen kirjoitin aiemmin tapaamalleni asiakkaalle tarjousta sekä tein soittotyötä. Etenin soittotehtävissäni hyvin ja kontaktoin myös muutamia jo tapaamiani asiakkaita sekä kartoitin heidän nykytilannettaan.

Perjantai 17.09

Perjantain aloitin soittotyöllä. Tuntuu, että saan hyviä keskusteluja aikaiseksi, mutta datan joukosta ei löydy paljoa potentiaalisia asiakkaita. Asia laitetaan isompaan pohdintaan ensi viikolla. Minulla oli myös tapaaminen asiakkaan kanssa, joka meni mielestäni erittäin hyvin. Onnistuin löytämään asiakkaan puheesta selkeitä kipukohtia, joihin meidän palvelumme sopisi erittäin hyvin. Tein myös tarjouksen asiakkaalle, jonka tapaan uudemman kerran ensi viikolla.

Viikko 1 analyysi

Tarkastellessani tätä viikkoa, jää päällimmäiseksi mieleeni epäonnistumisen tunne tapaamisessa, jossa en osannut vastata asiakkaalle kaikkiin kysymyksiin hänen haluamallaan tavalla. Tästä kuitenkin oppineena ja asiat selvittäneenä lähdän levollisin mielin viikonloppuun. Mielestäni ajankäyttöni työpäivän aikana oli onnistunutta ja sain suoritettua kaikki vaadittavat

työtehtävät. Selkein kehityskohta seuraavalle viikolle on tehokkuuden kasvattaminen soittotyössä ja siihen liittyvissä toimenpiteissä. Volyymiä kasvattamalla tuloksetkin seuraavat väistämättä perässä.

Tehokkuuden kasvattaminen lähtee työajan jaksottamisesta ja työtehtävien oikeanlaisesta jakamisesta päivän ajalle. Työaika voidaan jaksottaa eri tavoin. Ideaalitulanteessa käytetty työaika on linjassa yrityksen ja työntekijän yksilöllisten strategisten tavoitteiden kanssa. On siis olennaista ymmärtää, että mitkä ovat sinun yrityksesi tavoitteet käytettävissä olevan työajan osalta. Ajankäytön suunnittelussa kannattaa aloittaa siitä, että pohtii, millaisia työtehtäviä kyseisen päivän tai viikon aikana tulee tehdä. Tällä tavoin usein huomataan, että osa tehtävistä on aikaan sidottuja, kun taas osa voidaan tehdä joustavasti esimerkiksi kuluvan viikon aikana. Tällä tavalla suunniteltuna ajankäytön organisointiin ja tehostamiseen kasvavat huomattavasti. (Procomp, 2013.)

### 3.2 Viikko 2

Maanantai 20.09.

Tämä viikko tulee olemaan tapaamisten osalta hiljainen, eli painotus on soittamisessa. Tämän viikon tavoitteeksi otan soittodatan raikastamisen sekä tapaamismäärän kasvun. Soittaminen sujui mielestäni hyvin ja tapaamisiakin sain aikaiseksi, joten olen tyytyväinen päivääni.

Tiistai 21.09

Tänään soittaminen jatkui ja sain hyvin ihmisiä kiinni. Tulos jäi laihemmaksi kuin eilen, mutta lähetin sähköpostilla muutamalle lisämateriaalia jatkoa varten. Täytin myös erääseen kilpailutukseen liittyviä dokumentteja, jotka lähetämme asiakkaalle viikonloppuun mennessä. Soitin myös asiakkaalle, jonka kilpailutukseen olimme osallistuneet. Valitettavasti olimme hävinneet kilpailutuksen, mikä ihmetytti minua. Olin ollut todella luottavainen asian suhteen, mutta tämä tapaus muistutti siitä, että mikään ei ole varmaa, ennen kuin nimet ovat paperissa. Tapasin iltapäivästä yhden asiakkaan, jonka kanssa olimme sparrailleet useita kertoja ja tuntui, että saimme asiaa vietyä eteenpäin sekä iskostettua palvelumme lisäarvoa tuottavia tekijöitä asiakkaan ajatusmaailmaan.

Keskiviikko 22.09

Tänään keskityin aamupäivällä soittamiseen ja sainkin hyvin soittoja aikaiseksi. Päivä katkesi lääkärikäyntiin, mutta iltapäivällä tapasin asiakkaan. Tapaaminen meni mielestäni todella hyvin ja mukana ollut kollegani antoi myös hyvää palautetta. Tapaamisen jälkeen tein asiakkaalle tarjouksen palveluistamme ja konsultoin kollegaani hinnoittelussa. Päivän lopuksi olin henkilöstön yhteisessä palaverissa kuuntelemassa viikon tapahtumia.



Torstai 23.09

Aamun aloitin henkilöstöpalaverilla, jossa käytiin läpi asiakaspalvelupalautteita myynnin suuntaviivoja. Tämän jälkeen pidimme kolmen tunnin mittaisen seurantalaverin ensimmäisen kvartaalin (01.05-31.7) myyntiluvuista ja provisiopalkkioista. Lisäksi kävimme läpi uusia soittolistoja sekä sähköpostimyyntin skriptejä. Lounaan jälkeen tein hetken aikaa soittotyötä ja sain ihmisiä hyvin kiinni. Iltapäivästä kävimme läpi kilpailutus-casen ominaisuuksia ja rakensimme sitä varten tarjouksen palveluistamme. Varsin moniulotteinen päivä, joka piti sisällään paljon uutta tietoa ja tekemistä.

Perjantai 24.09

Heti aamusta lähetin kilpailutuksen materiaalit eteenpäin kilpailutuspyyntöön. Tämä oli osaltani todella iso projekti, sillä kasasin materiaalit ensimmäistä kertaa itse. Kilpailutus tuntui vaikealta, sillä en osannut pyytää tarvittavaa tukea materiaalien tekoon. Iso osa materiaaleista oli sellaisia, joissa kokeneempi asiantuntija osaisi sanoittaa konkreettisen ratkaisun sen sijaan, että minä vastasin ”onnistuu”. Julkiset kilpailutukset ovat perin harvinaisia Vetonaulan asiakkuuksissa, sillä haemme selkeästi pitkäkestoisia ja vakaita sopimuksia, eikä julkiset kilpailutukset 2-3 vuoden välein osu intresseihimme. Tämä poikkeustapaus osoitti, miksi näitä ei tehdä usein, sillä kilpailutuksen hävitessämme olemme käyttäneet siihen moninkertaisesti aikaa verrattuna normaaliin myyntiprosessiin. Tämän jälkeen tein soittotyötä lounaaseen asti kohtalaisilla tuloksilla.

Viikko 2 analyysi

Soittoviikko kokonaisuudessaan oli melko hiljainen, mutta siinä toteutui meille tärkeä teema, eli volyymi. Volyymi on yksi ainoista keinoista saada tehokasta myyntiä aikaiseksi tällä alalla, sillä yhteydenoton ajankohta on erittäin herkkä ja paljolti kiinni siitä, millainen päivä vastaajalla on meneillään.

Tuntui, että en osannut ottaa kilpailutusta erillisenä projektina, joka olisi pitänyt irtaannuttaa muusta työstä. Kyseessä oli kuitenkin täysin uusi kokonaisuus itselle, jolloin siihen olisi pitänyt paneutua tarvittavalla huomiolla sekä panoksella. Projektiin käytetty työaika ei mennyt hukkaan, mutta vastaisuudessa vastaavanlaiseen projektiin käytettävä työaika on käytettävä huomattavasti tehokkaammin.

Projektihallinnassa on kolme tavoitetta, jotka jokaisella projektia johtavalla on mielessä. Laatu, aikataulu sekä kustannukset. Mikäli joissain näissä kolmessa tapahtuu muutoksia, vaikuttaa se kahteen muuhun väistämättä. Näiden tavoitteiden tarkoituksena on toteuttaa projekti aikataulun mukaisesti, kustannukset mahdollisimman tehokkaasti optimoiden sekä laadusta tinkimättä. (Litke & Kunow, 2004, 16.)

### 3.3 Viikko 3

Maanantai 27.09.

Aloitin viikkoni henkilöstön palaverilla, jossa käytiin läpi viikon agenda projektien osalta. Tämän jälkeen kävimme myyntitiimin kesken läpi edellisen viikon tapahtumia ja avointen projektien tilanteet. Käsittelimme myös sähköpostimyynnin sisältöä sekä kokonaisuutta uusia myyntipulseja varten. Loppupäivän tein soittotyötä. Mielestäni sain hyvän alun viikolle, sillä sain siivottua työtehtäviä pois sekä aloitettua uusia tehtäviä.

Tiistai 28.09.

Päiväni alkoi järjestelmäasiantuntijamme kanssa palaverilla, jossa loimme tarjouksen yhdessä asiakkaalle. Tarvitsin järjestelmäasiantuntijan apua palvelinympäristön määrittelyssä sekä konesaliresurssin laskemisessa. Tänäpäin opin palvelinympäristöjen hinnoitteluperusteita, joita pystyn käyttämään hyödykseni asiakkaiden kanssa keskustellessani. Koen kokeneempien työkalureiden lisäarvon valtavaksi eduksi omaan tekemiseeni. Heillä on todella hyvä ymmärrys minun tämänhetkisestä osaamisestani ja osaavat opettavilla metodeilla tuoda oman osaamisensa esiin niin, että se on samalla oppimistilanne minulle. Tämä on omiaan myös kehittämään osaamistani kohti IT-alan ammattilaista. Tarjouksen lähetettyäni tein soittotyötä. Sain todella hyvin ihmisiä kiinni, sillä olin vaihtanut soittolistaa täysin uuteen, missä vastausprosentti on aina korkeampi. Listalla oli pienempiä yrityksiä, johon ei tule niin paljon puheluita.

Keskiviikko 29.09.

Aamu alkoi koulutuksella sisällöntuotannosta meidän yrityksemme sosiaalisen median kanaviin. Koulutuksessa kävimme läpi sisältöä, avainsanoja sekä metadatta, jotka tulee olla kunnossa, jotta julkaisu menestyy. Koulutuksen päätteeksi loimme suunnitelman verkkosivuillamme sijaitsevien blogipostausten nostamisesta sosiaalisen median kanaviin. Loimme myös ensimmäisen julkaisun yhdessä myyntitiimin kesken. Loppupäivän tein soittotyötä. Päivä tuntui raskaalta, sillä sosiaalisen median markkinointi on itselleni täysin uusi alue sekä siinä on paljon uutta asiaa itselleni käsiteltäväksi ja opittavaksi.

Torstai 30.09.

Torstai alkoi henkilöstöpalaverilla, jossa käytiin läpi kevyempiä aiheita kuin muissa palavereissa tällä viikolla. Tämän jälkeen minulla oli asiakastapaaminen, joka meni erittäin hyvin. Tapaaminen meni jopa hieman pitkäksi, kun keskustelu vei mukanaan. Tapaamisen jälkeen kävin läpi esimieheni kanssa asiakastapaamisen jatkoa, sillä kyseessä olisi toinen julkinen kilpailutus, mikäli tarjouksemme vaikuttaisi asiakkaan kantilta mielenkiintoiselta. Lounaan jälkeen kävin läpi toimitusjohtajamme kanssa yhteistyökumppaniltamme saatua liidiä, joka

pitäisi ottaa käsittelyyn. Loppupäivän tein tarjousta sekä aamun asiakkaalle että kilpailutukseen liittyen. Päivä oli kaikkiaan kiireinen ja tekeminen tuntui miellyttävältä.

Perjantai 01.10.

Perjantaina kalenterini oli mukavan tyhjä, eikä minulla ollut yhtä tapaamista lukuun ottamatta mitään ohjelmassa. Kerkesin siis hyvin siivota kaikki tekemättömät työt ToDo-listalta pois ja soittaa hyvin pitkälle iltapäivään. Kaikkiaan onnistunut ja mukava viikko takana.

Viikko 3 analyysi

Viikko oli todella monipuolinen ja se sisälsi paljon erilaisia työtehtäviä markkinoinnista myyntityöhön ja sisäisten prosessien kehittämiseen. Yhtenä hyvänä oppina oli sähköpostimyyntin tehostaminen siirtämällä soittopyynnöt suoraan CRM-järjestelmään, jolloin soittoprosessi oli todella paljon tehokkaampaa ja yksinkertaisempaa.

Kylmäsoiton osalta koen osaltani kehitystä edellisiin viikkoihin ja kuukausiin nähden. Olen oppinut haastamaan asiakasta oikeanlaisella tavalla ja saan keskusteluista pidempiä sekä asiakkaat ajattelemaan ja paneutumaan aiheeseen. Tällä saan parempia tuloksia aikaiseksi todennäköisemmin verrattuna nopeaan ja pinnalliseen keskusteluun, missä asiakas ei keskity aiheeseen. Todennäköisyys sopia hedelmällisiä tapaamisia kasvaa huomattavasti, kun osaava myyjä on yhteydessä yrityksiin oikeasta syystä, sekä muokkaa oman lähestymistapansa asiakkaan mukaiseksi (Turunen, 2019).

Uusimpana asiana minulle tuli sosiaalisen median markkinointitoimenpiteet ja niiden suunnittelu. Minulla ei ole minkäänlaista ennakkokokemusta asiasta, minkä vuoksi on paljon omaksuttavia ja käsiteltäviä asioita. Tunnistan kuitenkin sosiaalisen median markkinoinnin merkityksen ja haluan oppia siitä paljon lisää. Uskon saavani siitä yhden tukielementin myynnin uralleni.

Sosiaalisen median kanavat ovat loistavia väyliä verkostoitua, luoda keskusteluita suoraan asiakkaiden kanssa, tuoda yrityksen brändiä asiakaskeskeisesti esille ja oikein toimimalla erottua kilpailijoista. Käyttämämme kanavat keräävät myös valtavan määrän hyödyllistä tietoa asiakkaista, jota hyödyntämällä on helpompaa jatkossa tehdä kohdennettua markkinointia myös uusissa kanavissa. Some-päivitysten tulisi sisältää jotakin merkityksellistä, mikä erottaa sinut toisista ja josta katsoja, kanavista riippuen, kokee saavansa julkaisusta hyötyä. On siis tärkeää löytää itsensä sieltä missä kohderyhmätkin ovat. Olennaista on ymmärtää, että mitkä kanavat ovat asiakkaiden ja kohderyhmien käytössä. Yrityksen tulee miettiä, että ketkä voisivat olla kiinnostuneita yrityksen palvelusta tai tuotteesta. Julkaisuiden ajastaminen ennalta määritettyyn ajankohtaan on todella tärkeää. Sosiaalisen median kanavissa toimimiselle tulee asettaa selkeitä tavoitteita ja mittareita. Eri kanavat tarjoavat hyödyllistä tietoa julkaisun

menestyksestä. On olemassa erilaisia työkaluja, jotka auttavat seurannassa ja kehittävät tavoitettavuutta. (MMA, 2019).

### 3.4 Viikko 4

Maanantai 04.10.

Aamu alkoi henkilöstöpalaverilla, missä käytiin läpi tämän viikon teemoja ja resursointia. Tämän jälkeen kävimme myyntitiimin kesken läpi viime viikkoa ja sen onnistumisia. Myyntitiimin vuorovaikutus on avointa, kannustavaa sekä opettavaista. Kollegani myyntitiimissä on huomattavasti kokeneempi alalla kuin minä, ja hänestä onkin tullut minulle todella helppo kanava kysyä mitä tahansa matalalla kynnyksellä. Tämä on vaikuttanut positiivisesti oppimiseeni. Loppupäivän tein soittotyötä hyvillä tuloksilla ja positiivisella tunteella. Pohdimme palaverissa myös datan merkitystä myynnissä ja mahdollisia kehityskohtia oman datan hyödyntämisessä. Myös sähköpostimyyntimme uudistettu rakenne lähti tänään rullaamaan ja huomenna saa soittaa asiakkaita läpi.

Tiistai 5.10

Tiistaina tein ensimmäisenä aamulla sosiaalisen median kanaviin julkaisun, missä nostettiin esiin hieman vanhempaa blogikirjoitusta verkkosivuiltamme. Aamupäivästä tapasin asiakkaan ensimmäistä kertaa ja tuntui heti, että meidän palvelustamme löytyy useita lisäarvoa tuottavia tekijöitä asiakkaan liiketoiminnalle. Lounaan jälkeen soitin sähköpostimyyntin asiakaslistaa ja mielestäni keskustelut olivat paljon hedelmällisempiä kuin aiemmin. Keskusteluiden laatuun vaikutti mielestäni uudistettu viesti, joka on paljon suoraviivaisempi ja informatiivisempi. Vaikka asiakas ei ollut vastannut sähköpostiini, niin hän oli silti vastaanottavaisempi asialleni, sillä yrityksestämme oli jo syntynyt jonkinlainen muistijälki asiakkaalle. Mielestäni osasin kääntää keskusteluita paremmin asiakkaalle mieleisiksi rennolla ja asiakkaan tuntemuksiin mukautuvalla tavalla.

Keskiviikosta perjantaihin olin sairauslomalla.

Viikko 4 analyysi

Asiakasymmärrys on olennainen osa myyntityötä. On tärkeää ymmärtää asiakkaan tunteita ja käyttäytymistä, jotta voi tarjota oikeanlaisia ratkaisuja sopivassa vaiheessa ostoprosessia. Ostajien toiminta on suuremmassa muutoksessa kuin ikinä aiemmin. Muutos vaikuttaa merkittävästi myyjän tapaan tehdä myyntityötä, sillä myyjän on oltava entistä reaktiivisempi. Suurimpia muutoksia ostajakäyttäytymisessä on omatoimisuuden ja aktiivisuuden kasvaminen ostamista kohtaan. On todettu, että ostajan rooli on yhtä tärkeä kuin myyjän, onnistuneen kaupan toteutumiseksi. Tämän myötä ostajan odotukset kasvavat merkittävästi myyjää

kohtaan, jolloin lisäarvon tuottaminen on merkittävässä osassa kaupan onnistumista. (Laine, 2015, s.ekirja)

Pohdimme tällä viikolla myös datan hyödyntämistä myynnin tukena. On tärkeää osata käyttää dataa monipuolisesti myynnissä, sillä datan oikeanlainen hyödyntäminen helpottaa huomattavasti asiakasymmärryksen muodostamista. Mielestäni dataan ja sen merkitykseen ei keskitytä tarpeeksi ja siinä on meillä iso kehityksen paikka yrityksenä ja yksilöinä. Datan hyödyntäminen myynnin tukena voisi olla yksi kehityskohteistamme.

Asiakkaista kerättävän datan avulla voidaan personoida ja kohdentaa myyntiä. Kaikki mitä kohderyhmän henkilö tekee internetissä, on dataa ja se voidaan kerätä sekä jalostaa yrityksen käyttöön. Suomessakin on useita yrityksiä, jotka myyvät dataa asiakkailleen helpottamaan heidän myyntiään, esimerkiksi Vainu. Asiakkaista voidaan kerätä dataksi muun muassa käyttäytymistä, ostodataa sekä mielipiteitä ja asenteita. Jokaisen yrityksen täytyy miettiä mitä dataa kerätään mihinkin tarkoitukseen. (Matter 2019.)

### 3.5 Viikko 5

Maanantai 11.10.

Viikko alkoi tuttuun tapaan henkilöstöpalaverilla, jonka päälle oli myyntitiimin kokoontuminen. Viime viikko jäi tyngäksi sairaslomani vuoksi, mutta sen vuoksi lähdin entistä odottavaisemmalla asenteella tähän työviikkoon. Minulla oli useampi tarjouksen läpikäynti asiakkaiden kanssa ja kaupantekoon on hyvät mahdollisuudet. Koko loppupäivä meni oikeastaan ToDo-listan tyhjentämisellä ja viikon työtehtäviin valmistautumisella.

Tiistai 12.10.

Tiistaina minulla oli puhdas soittopäivä. Koin olevani liikkeellä hyvällä ja optimistisella asenteella, mutta vastaanotto jäi kuitenkin todella laihaksi. En saanut oikeastaan minkäänlaisia keskusteluja aikaiseksi ja päivän tulos olikin nolla tapaamista. Minun täytyy reflektoida itseäni ja omaa tekemistäni asian tiimoilta, että moiselta päivältä välttyttäisiin tulevaisuudessa. Mielestäni olen nuoreksi myyjäksi kasvattanut melko paksun nahkan ja kestäen epäonnistumisia. Minulla on suunnitteilla hieman muokata puheluspiikkiäni seuraavalle kvartaalille.

Keskiviikko 13.10

Meillä on joka toinen keskiviikko johdon kanssa myynnin seurantapalaveri, jossa käydään läpi avoimet, voitettut ja hävityt myyntiprosessit sekä myyntitehot. Palaverissa todettiin, että olen hieman jäljessä tavoitteistani, mutta tulevina lähiviikkoina useamman prosessin loppuun saattamisella, olisi mahdollista vielä päästä tavoitteisiin. Tämän jälkeen tapasin asiakkaan, jonka kanssa tuntui heti löytyvän yhteinen kemia ja pystyinkin hyvin vastaamaan heidän

tarpeisiinsa. Osan päivästä käytin soittoihin ja sainkin ihmisiä hyvin kiinni, mutta potentiaalisia asiakkuuksia en onnistunut löytämään. Iltapäivällä minulla oli tarjouksen läpikäynti asiakkaan kanssa, joka meni hyvin ja saimmekin edistettyä pohdintaa siitä, että millainen palvelukokonaisuus sopisi tälle asiakkuudelle. Kaikkiaan aika kiireinen päivä, mutta tehokkuudeltaan korkea.

Torstai 14.10

Torstaina aloitin aamuni asiakkaan kanssa tarjouksen läpikäynnillä, ja teemana meillä oli siinä Microsoftin tietoturva. Palaveri meni hyvin ja mukaan tuomani IT-Manageri onnistui tuomaan paljon lisäarvoa keskusteluun. Palaverin jälkeen rupesin tekemään asiakkaalle tarjousta. Iltapäivästä minulla oli vielä toinen tapaaminen asiakkaan kanssa, josta pääsemme jatkamaan johtohenkilön tapaamisella ja tällä kasvattamaan kaupan todennäköisyyttä.

Perjantaina 15.10 minulla oli vapaapäivä.

Viikko 5 analyysi.

Minulla oli varsin aktiivinen viikko ja sain hyvin aikaiseksi soittoja, tapaamiset menivät mallikkaasti ja muutenkin jäi hyvä tunne viikosta. Tiistain huono soittopäivä ei vaikuttanut kokonaisuuteen, sillä silloinkin sain onneksi soittoja aikaiseksi. Yhtenä pohdintana minulle nousi työajankäyttö. Välillä tuntuu, että minulla on koko päivä buukattuna erinäisiä sisäisiä ja ulkoisia palavereita, jolloin lennosta tulevia työtehtäviä en kerkeä hoitamaan. Päätin siis tutkia hieman teoriaa työajan käytöstä ja oppia siitä asioita oman kalenterini hallintaan. Löysin hyvän teorian, jota aion jatkossa käyttää omassa ajanhallinnassani.

Työaika on vaikeasti määriteltävä aika, sillä back-office-työssä sinulla ei varsinaisia työvuoroja ole, vaan sinulla on kasa tehtäviä, jotka työpäivän aikana tulee suorittaa. Usein back-office-työssä mitataankin työhön käytettävää aikaa vain kalenterin täyttöasteella. Tämän on varsin huono mittari, sillä pöydällä on usein paljon muutakin kuin palavereita ja tapaamisia. Työajasta kalenteriin tulisiikin täyttää vain osa. Parhaillaan kalenterin täyttöaste tulisi olla 60 prosenttia. Jäljelle jäävä 40 prosenttia tulisi varata akuutteihin ja lennosta syntyviin työtehtäviin ja asioihin, jotta et joutuisi raivaamaan niille erikseen tilaa kesken tapaamisten. (Knoblauch & Wöltje 2004, 51.)

3.6 Viikko 6

Maanantai 18.10.2021

Maanantai alkoi tuttuun tapaan henkilöstö- sekä myyntitiimin palavereilla, jossa käytiin läpi tulevaa viikkoa. Myyntitiimin palaverissa riitti puhuttavaa, sillä useampi asiakkuus oli nytkähtänyt lähemmäs kauppooja. Analysoimmekin seuraavia peliliikkeitä, jotta olisimme

vahvoilla neuvotteluissa. Tämän jälkeen soitin muutamalle asiakkaalle kysyäkseni kuulumisia ja käyttöönoton jälkeistä aikaa, eli arkea meidän kumppanimme. Asiakkaat selkeästi ilahtuivat yhteydenotostani ja kertoivat avoimesti tuntemuksiaan meistä. Tein loppupäivän aktiivista soittotyötä ja sain ihmisiä hyvin kiinni ja keskustelemaan. Päivän päätteeksi kävimme yhdessä läpi markkinointivideon sisältöä, joka kuvataan perjantaina kumppanimme tiloissa.

Tiistai 19.10

Tiistaina minulla oli taas aktiivinen soittopäivä ja sain hyvin ihmisiä kiinni sekä tapaamisia aikaiseksi. Tällä alalla on hyvin vaikeaa saada tapaamisia, sillä puhutaan niin kutsutusta ”low interest”-tukipalvelusta. Mikäli kaikki toimii moitteettomasti ja ylläpito on välttävällä tasolla, siihen ei usein yrityksissä puututa sen suuremmin, vaikka kehitysvelkaa olisikin runsaasti. Iltapäivällä tapaamisemme oli ensimmäistä kertaa urallani englannin kielellä, mikä mietitytti minua paljon ennen palaveria. Osaisinko riittävästi alan sanastoa ja osaisinko poimia asiakkaan puheesta oikeat asiat. Mielestäni onnistuimme kuitenkin hyvin palaverissa ja asiakaskin poistui siitä hymyissä suin. Onnistuimme vastaamaan kysymyksiin hyvin ja olimme luontevia. Palaverista jäi opiksi valmistautumisen merkitys, kuten termistön opiskelu ja palaverin johtamiseen liittyvät seikat.

Keskiviikko 20.10

Keskiviikko alkoi markkinointipalaverilla, jossa kävimme läpi markkinointitoimenpiteitä loppuvuodelle. Sovimme ja aikataulutimme seuraavien kuukausien toimenpiteitä sekä rupesimme suunnittelemaan potentiaalisille asiakkaille tarjoamaamme jalkapallo-ottelun yhteyteen pienimuotoista tilaisuutta. Asiakkaat pääsisivät siellä tutustumaan meihin ja meidän palveluumme lähemmin. Innostuin siitä kovasti ja koenkin sen lisäävän runsaasti kaupan mahdollisuuksia valituissa asiakkaissa. Erityisesti innostuin live-tapaamisesta asiakkaiden kanssa rennossa ympäristössä, jossa koen olevani parhaimmillani. Pystyn luomaan rentoa ja luottavaista vuorovaikutusta kyseisessä ympäristössä, mikä on varmasti edukseni myyntiprosesseissa. Iltapäivällä kävimme asiakkaan kanssa tarjousta läpi, mikä miellytti häntä ja päätimme jatkaa keskustelua ensi viikolla. Olin onnistunut rakentamaan tarjoukseen asiakkaalle arvokkaita elementtejä ja ratkaisuja heidän keskeisiin ongelmiinsa. Kaikkiaan melko vauhdikas päivä, sillä sain myös äkkiseltään selvitettävää asiakkaita mietityttäviin kysymyksiin.

Torstai 21.10.

Torstai oli soittopäivä. Huomasin alkuvuikosta, että olen rutkasti jäljessä soittotavoitteissani ja kvartaalia on jäljellä enää ensi viikko. Soitin siis torstaina runsaasti ja sain hyvän vastaanoton ja palaverinkin sovittua. Kirin hyvin tarvittavia läpikäyntejä, jotta ensi viikolla perustason soittaminen riittää tavoitteisiin pääsyyn. Tapasin myös yhden asiakkaan ensimmäistä kertaa,

tuloksena oli varmasti urani surkein tapaaminen asiakkaan puolelta, sillä hän ei ollut lainkaan kiinnostunut meidän tarinastamme. En myöskään onnistunut puhaltamaan häneen yhtään eloa tai intoa keskustelemaan, vaikka kokeilin monia erilaisia tapoja fasilitoida keskustelua ja saada häntä pohtimaan asioita omasta näkökulmasta. Huomasin kuitenkin, että asiakas oli ottanut palaverin vain kalenterin täyttämisen ilosta, joten lopetimme sen melko nopeasti asiakkaan ilmaistua kiinnostuksen puutteen suoraan. Palaverin jälkeen minulla oli todella huono fiilis, sillä olin valmistautunut hyvin ja käyttänyt työaikaani siihen. Totesin kuitenkin tilanteen päätteeksi, että tällaisilta ei varmasti voi täysin välttyä tulevaisuudessakaan. Myös vielä huonompia tapaamisia saattaa tapahtua myös jatkossa, joten päätin olla murehtimatta asiasta sen enempää.

Perjantai 22.10.

Perjantaina tulin toimistolle tekemään työpäivää. Oli todella mukavaa nähdä työkavereita ja käydä lounastamassa yhdessä. Pääteema päivälle oli soittaminen ja ihmetyksekseni ihmiset vastailivat todella hyvin läpi viikon. Ehkä syynä oli, että johdon mahdollisesti lomaillessa työn kiireellisyys on saattanut vähentyä, jolloin työntekijöillä löytyy enemmän aikaa vastata. Sain viikon aikana todella hyvin soittoja aikaiseksi, johon olen erittäin tyytyväinen. Tästä on hyvä jatkaa ensi viikkoon.

Viikko 6 analyysi

Viikon hienoin juttu oli asiakastapahtuman suunnittelu jalkapallo-ottelun yhteydessä. Tämä on sellainen osa, mitä olen kovasti odottanut. Koronapandemian vuoksi tällainen asiakkaiden kohtaaminen vapaa-aikamuotoisesti ei ole ollut mahdollista, mutta rajoitusten vähentyminen on mahdollistanut näiden järjestämisen. Itse koen vastaavanlaiset tapahtumat erittäin tärkeinä ja myyntiprosessia rikastuttavina asioina ja innolla odotankin kyseistä sekä tulevia tapahtumia. Kutsuin tähän tilaisuuteen myös yhden uuden asiakkaan, joka on erinomainen tapa ottaa asiakas mukaan toimintaamme ja aloittaa tällä tavalla asiakkuuden hoito. Kaikki tällainen toiminta on loistava tapa sitouttaa asiakasta yritykseen myyntiprosessin aikana sekä asiakkuuden alussa.

Asiakaskokemus on varmasti tärkein asiakkaan sitouttamiseen vaikuttava ominaisuus. Asiakaskokemuksen voi kiteyttää niin, että se on asiakkaiden yrityksestä muodostettavien mielikuvien, kohtaamisten ja tuntemusten summa. Asiakaskokemukseen vaikuttavia tekijöitä ovat vuorovaikutus, jossa asiakas on yrityksesi kanssa. Koko yrityksen toiminnalla on suuri merkitys asiakaskokemukseen. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi tarina, mitä yrityksesi kertoo itsestään, arvot, mitkä heijastuvat asiakkaalle asti, yrityksesi kyky vastata asiakkaan tarpeisiin sekä millaisia mielikuvia ja tunteita saat aikaiseksi. (Suomen Digimarkkinointi, 2021.)



### 3.7 Viikko 7

Maanantai 25.10.2021

Tänään oli vähän erilainen työpäivä. Olimme kuvaamassa markkinointivideota yhteistyökumppanimme tiloissa. Videon aiheena oli pilvimyytinmurtajat ja myyttinä oli tulostukseen liittyvät vanhanaikaiset tavat ja ympäristöt. Tämä oli ensimmäinen kerta, kun esiinnyin kameran edessä ja se hieman jännitti minua ennakkoon. Minun roolini oli olla enemmän haastattelija ja asiantuntija vastasi kysymyksiini. Aamupäivä meni kuvatessa ja saimme mielestämme hyvän lopputuloksen, vaikka välillä oli haasteita saada pidettyä käsikirjoitus kasassa. Iltapäivällä tutustuimme kumppanimme palvelutarjoomaan, mikä ainakin itselläni avasi käsitystä heistä ja heidän palveluistaan. Heidän tilansa ovat meidän käytettävissämme työntekoon ja asiakkaiden vastaanottamiseen, mikä tuo selkeästi lisäarvoa omaan myyntiprosessiini. Päivän päätteeksi lähetin asiakkaalle sopimuspaperit luettavaksi allekirjoittamista varten.

Tiistai 26.10.

Tänään minulla on soittopäivä ja tavoitteena onkin saada hyvin läpikäyntejä aikaiseksi. On kvartaalin viimeinen viikko ja tavoitteisiin on vielä matkaa. Soittotavoite on lähimpänä, mutten ole kaukana myyntitavoitteistakaan. Minulla on useampi tapaaminen tällä viikolla, jossa käydään läpi hankintapäätöksiä meidän palveluillemme. Ensimmäinen tapaaminen meni hyvin ja tuntui, että osasimme vastata todella hyvin asiakkaan esittämiin kysymyksiin. Asiakas pohtii hankintaa vielä pari viikkoa, mutta olen melko luottavainen sen suhteen, että saisimme asiakkuuden. Ei pidä nuolaista ennen kuin tipahtaa, mutta olen todella tyytyväinen työhöni jo nyt tässä myyntiprosessissa.

Keskiviikko 27.10.

Keskiviikko alkoi myynnin seurantalaverilla, missä kävimme läpi seurantakäytäntöjä ja mittareita, joita haluamme palaverissa johdolle esittää. Sovimme myös jatkotoimenpiteenä kehittävämme toisen myyntipäällikön kanssa CRM-järjestelmäämme kaavioita, joiden avulla pysyy helpommin kartalla määrätyn aikavälin tavoitteista sekä työtahdista. Tämän jälkeen minulla oli palaveri asiakkaan kanssa, jonka päätteeksi allekirjoitimme palvelusopimuksen. Tämä asiakkuus oli minulle isoin onnistuminen tähänastisella urallani ja ensimmäinen kylmäsoitosta tehty kauppa Vetonaulassa. Olin todella iloinen onnistumisestani ja kollegani myös onnittelivat minua siitä. Palaveri oli mielenkiintoinen, sillä asiakas oli tulostanut palvelukuvauksemme paperille ja kävimme läpi kaikki kohdat, jotka häntä mietitytti ennen sopimukseen päättymistä. Suoriuduin mielestäni tästä erittäin hyvin ja osasinkin vastata asiakkaan esittämiin kysymyksiin todella kattavasti ja laadukkaasti. Iltapäivällä minulla oli tapaaminen asiakkaan kanssa, jota olen tavannut jo useamman kerran. Hän on selkeästi

kiinnostunut, mutta vaihtaminen tutusta ja turvallisesta kumppanista on hänelle suuren kynnyksen takana. Olemme käyneet keskustelua meidän tekniikan väen kanssa sekä asiakkaan kanssa kahdestaan. Kutsuin myös hänet jalkapallo-ottelun yhteydessä järjestettävään tilaisuuteemme, jotta saisimme madallettua mahdollisen vaihtamisen kynnystä. Tapahtuma voisi edesauttaa asiakkuuden saamisessa, jollain aikavälillä tulevaisuudessa. Monipuolinen päivä, mutta erittäin mieleinen sellainen.

Torstai 28.10.

Tänään minulla oli tavoitteena saada kvartaalin soittotavoite täyteen, missä onnistuin ja saan sen ansiosta provikat. Kävimme myös tekniikan kanssa uuden asiakkuuden läpi, jotta käyttöönotto olisi mahdollisimman mutkaton. Tajusimme palaverin aikana, että olisi hyvä tehdä jonkinlainen lomake, missä olisi meitä hyödyttävää tietoa käyttöönottoa ajatellen, minkä kävisimme asiakkaan kanssa läpi allekirjoituksen yhteydessä. Tämä on Vetonaulassa yksi parhaimmista puolista. Pystymme kehittämään toimintaamme jatkuvasti ja luomaan aina vaan parempia prosesseja sekä omaan että asiakkaidemme käyttöön.

Perjantai 29.10.

Tänään aloitin päiväni soittamalla asiakkaalle sovitusti. Asiakkaan päässä oli mietitty meidän palveluiden sopivuutta heidän yritykselleen, ja he olivat tulleet siihen tulokseen, että täytyy ottaa pieni aikalisä pohdinnassa johtuen päättävän henkilön kiireellisyydestä. Tämän jälkeen tutkin hieman erilaisia lähteitä kylmäsoittoon liittyen, jotta saavuttaisin parempia tuloksia seuraavalla kvartaalilla. Aion kokeilla hieman suoraviivaisempaa tyyliä saavuttaakseni enemmän tapaamisia, kuitenkin laadusta tinkimättä.

Viikko 7 analyysi

Tällä viikolla suurimpana oppina oli asiakkaan tarpeiden ja toiveiden ymmärtäminen. Kävimme useita hyviä keskusteluita asiakkaiden kanssa, jotta saisimme kasvatettua mahdollisuutta kauppoihin sekä luotua selkeämpää kuvaa toiminnastamme asiakkaalle. Koen suurta ylpeyttä omista kyvyistäni vastata asiakkaiden kysymyksiin ja haastamisiin. Dialogi ja tiimipelaaminen oli vahvasti läsnä tapaamisissa. Nykyään myyntitapaamiset ovat enemmän yhteisiä projekteja, jossa toimitaan ikään kuin tiimissä, ei kahdessa ryhmässä, jotka argumentoivat vastakkain. Ratkaisukeskeinen ajattelu on vahvasti läsnä. Suurena teemana nykypäivän myyntitapaamisessa on molemminpuolinen ymmärtäminen. Nykyään myyjäorganisaatio etsii yhdessä asiakkaan kanssa ratkaisuja asiakkaan tarpeisiin laajalla dialogilla ja tiiviillä yhteistyöllä, joka mahdollistaa myös täysin uusien innovaatioiden syntymisen myyjäorganisaation tarjoaman ulkopuolelta. Yhteistyöllä tehdään asiakkaan olo tärkeäksi, jolloin luottamuksen rakentaminen on huomattavasti helpompaa ja asiakkaasta saadaan paljon enemmän rehellistä dataa irti. Proaktiivisessa myyntitapaamisessa asiakas on aktiivinen kuuntelija, hän kyselee tarkentavia

kysymyksiä, esittää omia näkemyksiään ja tuo esille omia ajatuksiaan tarpeistaan, tunteistaan sekä ohjaa tilannetta huomattavasti aiempaa aktiivisemmin. Asiakas osallistuu aktiivisesti ratkaisun muotoiluun eikä vain tyydy odottamaan, että myyjä esittää hänelle sellaisen. Myyjän tehtäväksi jää pitää huolta siitä, ettei asiakas ota liikaa valtaa tilanteessa, vaan itse johtaa tilannetta kaupan suuntaan ja pitää esimerkiksi aikataulusta kiinni. Hyvällä dialogilla ja osallistavalla tyylillä tapaamisesta saa paljon enemmän irti ja myyjällä on isommat mahdollisuudet päästä kiinni asiakkaan piileviin tarpeisiin ja sitä kautta kattavampiin yhteistyösopimuksiin ja kauppoihin. (Alamäki & Kaski, 2015, 193-196).

### 3.8 Viikko 8

Maanantai 01.11.2021

Viikko alkoi tuttuun malliin henkilöstön palaverilla sekä myyntitiimin viikkopalaverilla. Näiden jälkeen luin sähköpostitse tulleen tarjouspyynnön asiakkaalta. Siinä oli todella tarkasti määritelty vastaanotettavien tarjousten sisältö ja ominaisuudet. Keskustelimme siitä myyjäkollegani kanssa ja varasimme loppuviikosta ajan sen tekoa varten. Tarjousrakenne tulee olemaan todella erilainen normaaliin PowerPoint-tarjoukseen nähden. Se tulee sisältämään enemmän tekstiosioita, missä on pureuduttu syvemmin tarjouspyynnössä määriteltyihin kohtiin ja tarjotaan asiakkaalle sitä mitä he hakevat. Asiakkuus olisi valtava, lähes 200 henkilön yritys, missä on todella raskas palvelin-infra. Tämä asiakkuus tulisi olemaan todella iso kauppa, mikäli kilpailutus voitettaisiin. Päätin siis ottaa isosti kopin tästä ja keskittyä tähän tällä sekä ensi viikolla suurella aikaresurssilla. Haluan voittaa tämän kilpailutuksen ja se vaatii minulta todella ammattimaista tekemistä ja tarvittavan tuen hankkimista muilta kollegoilta.

Tiistai 02.11.

Tänään kutsuin asiakkaita jalkapallo-ottelun yhteydessä järjestettävään tapahtumaan ja sain hyviä asiakkuuksia kiinnostumaan aiheesta. Tämän lisäksi kokeilin hieman uutta spiikkiäni soittotyössä. Se vaatii hieman hiomista, jotta sen puhuminen luonnistuu paremmin, mutta uskon sen olevan edellistä parempi. Päivä kului kuitenkin pitkälti kilpailutusmateriaaleja tutkiessa sekä sähköpostimyyntin spiikkiä hioessa.

Keskiviikko 03.11.

Tänään aamu alkoi myyntin kvartaalipalaverilla, jossa käytiin läpi mennyttä kvartaalia ja sen tavoitteita. Olin itse onnistunut menneellä kvartaalilla ihan kohtalaisesti. Sain soittotavoitteen täyteen ja ihan hyvin kauppaakin, mutta nälkää jää reilusti seuraavalle kvartaalille. Tämän jälkeen kutsuin asiakkaita jalkapallo-otteluun ja kävin läpi soittopyyntöjä. Huomasin, että asiakkaiden kutsuminen ei olekaan niin helppo tehtävä, kuin kuvittelin. Tästä huolimatta sain tarvittavan määrän asiakkaita kutsuttua.

Torstai 04.11

Tänään keskityin kilpailutusmateriaaliin ja kävimme kollegani kanssa läpi kilpailutusta ja sen sisältöä. Loimme tarjouspohjan, johon kirjaan kaikki tarjouspyynnössä lueteltavat tiedot. Koin tämän päivän opettavaiseksi, sillä en ole aikaisemmin tehnyt tekstimuotoista tarjousta näin laajalla sisällöllä. Iltapäivällä meillä oli sisäinen palaveri Live-IT-hallintatyökalun kehityksestä ja nykytilanteesta. Tämä toi hyvää perspektiiviä asiakkaidemme kanssa keskusteluihin, sillä pystyn paremmin tarjoamaan ajankohtaista tietoa Liven tilanteesta sekä suunnasta. Tapasimme myös yhden asiakkaan kanssa liittyen Microsoftin pilvipalveluihin ja sen ominaisuuksiin. Totesimme palaverin päätteeksi kollegani kanssa, että kaupan mahdollisuudet ovat pienehköt, sillä asiakas on hyvin syvälle juurtunut oman IT-kumppaninsa kanssa.

Perjantai 05.11

Aamulla kollegani soitti minulle ja pyysi osallistumaan hänen asiakastapaamiseensa, sillä hän oli sairaana, eikä pystynyt puhumaan kunnolla. Hyppäsin lennosta parissa minuutissa palaveriin ja vedin sen mielestäni hyvin ja sain asiakkaan keskustelemaan hyvin. Palaverin jälkeen täytin tarjousta asiakkaalle sekä tein soittotyötä.

Viikko 8 analyysi

Tällä viikolla tapahtui monipuolisesti eri asioita ja koin työntekijänä itseni hieman paikan höyläksi, sillä olin niin monessa erilaisessa tehtävässä mukana. Pääsin käyttämään runsaasti vahvuuksiani erinäisissä työtehtävissä, mutta myös hieman haastamaan itseäni vieraammissa asioissa. Viikosta jäi kokonaisuudessaan hyvä olo, mutta koen tarpeelliseksi parantaa aktiivisuutta työtehtäviin tarttumisessa seuraavilla viikoilla. Olen myös huomannut, että mitä enemmän olen vuorovaikutuksessa eri sidosryhmien kanssa, niin sitä helpompi minun on sanoittaa oma osaaminen itselleni.

Vuorovaikutus ja sosiaalinen kanssakäyminen ihmisten kanssa on erittäin hyvä rajapinta oman osaamisensa tunnistamiselle. Vuorovaikutuksessa muiden kanssa usein ymmärtää, että itseltä löytyy osaamista asioissa, mitä muilta ei. Itselle itsestään selvä asia voi olla toiselle täysin tuntematon taito. Esimerkiksi positiivinen palaute on yksi tehokkaimmista tavoista oman osaamisen tunnistamisessa ja on suuressa roolissa siinä, että herääkö itselle motivaatiota hankkia enemmän osaamista. (Personalhuset, 2021.)

3.9 Viikko 9

Maanantai 08.11.2021

Viikko alkoi tuttuun malliin henkilöstön sekä myyntitiimin palaverilla. Mitään erityistä ei ollut viime viikolla tapahtunut, mutta kävimme läpi hieman kuvioita tälle viikolle. Loppupäivä meni

työlistaa siivotessa, sähköposteihin vastaillessa sekä puhelintyön parissa. Melko hiljainen päivä, mutta sain hyvin asioita aikaiseksi.

#### Tiistai 09.11

Tänään minulla oli kolme erilaista asiakastapaamista. Ensimmäinen oli taas tuuraamista kollegan tapaamisessa. Tapaaminen meni hyvin ja innostuimme kollegani kanssa asiakasyrityksen tunnettuudesta ja referenssimahdollisuudesta. Toinen palaveri koski Microsoftin uutuustietokonetta ja sen pilotointia, mikä on mielestäni ominaisuuksiltaan todella. Kolmas palaveri koski Live-IT hallintatyökalua ja sen hyötyjä yritykselle. Asiakas oli asiasta kiinnostunut, mutta hieman epäluuloinen asian suhteen. Sain kuitenkin vakuutettua hänet palvelun hyödyistä ja sovimme jatkopalaverin asiaan liittyen. Minulla jäi päivän tapaamisista hyvä tunne, sillä olin onnistunut fasilitoimaan asiakkaita hyvin ja löysimme uusia ajatuksia asiakkaiden auttamiseksi.

#### Keskiviikko 10.11.

Tänään pohdimme kollegani kanssa hinnoittelua pienemmälle konsulttiyritykselle, jotta saisimme rakennettua kannattavan kokonaisuuden. Hinnoittelu parin ihmisen yrityksille on vaikeaa, sillä kannattavuus tulee usein massasta, jossa yksittäisen käyttäjän merkitys on huomattavasti pienempi tukipalveluita määriteltäessä. Kävin myös useamman asiakkaan kanssa puhelimitse läpi meidän palveluitamme ja jatkotoimenpiteitä niihin. Koin onnistumisen kokemuksen, kun sain käännettyä puhelinkeskustelun palaveriksi, jotta pääsemme tutustumaan asiakkaan infraan ja luotua tarjouksen vankemmalle pohjalle.

#### Torstai 11.11

Torstai alkoi henkilöstön palaverilla ajankohtaisista asioista. Kävimme läpi muun muassa Apple-käyttäjien käyttöönottoa, joka on sisällöltään meille suhteellisen uusi. Tämän jälkeen tapasin yhden asiakkaan ensimmäistä kertaa ja tuntui, että olimme oikeaan aikaan liikenteessä, sillä asiakas oli jo hetken aikaa miettinyt IT-palveluiden ulkoistamista. Loppupäivän tein juoksevia asioita ja keskustelin esimieheni kanssa tämän hetken ajatuksista ja myyntiputkesta. Sain hyvää palautetta ja olin todella tyytyväinen ja onnellinen.

#### Perjantai 12.11

Käytimme perjantain lähinnä tiistaisen jalkapallotapahtuman suunnitteluun ja kutsukirjeen valmisteluun. Kokosimme materiaalit sähköpostiin ja lähetimme ne asiakkaille. Saimme kaikki paikat täytettyä, mikä oli positiivinen yllätys. Päivä päättyi puolenpäivän tienoilla, kun kävin lääkärissä sekä lopetin päivän aikaisemmin viikonloppureissun takia.

## Viikko 9 analyysi

Tätä viikkoa katseltaessa kokonaisuutena, herää mieleen asiakastyö ja sen monimuotoisuus. Asiakasrajapinnassa minun on löydettävä sopiva yhteys kaiken tyylisten ihmisten kanssa, enkä voi liikaa tuudittautua yhdenlaiseen minään. Olenkin huomannut työtäni tarkemmin reflektoidessa, että minun vahvuuteni asiakastyössä on löytää sopiva taso keskustelussa ja esimerkiksi huumorin roolille myyntiprosessissa. Jotkut asiakkaat ovat täysin kivikasvoja, joille vitsien kertominen rennosti ei toimi vaan pysytään tiukasti asiassa ja faktapohjaisessa keskustelussa. Joidenkin asiakkaiden kanssa taas huumori toimii ja vitsejä kerrotaan puolin ja toisin keventämään tunnelmaa tapaamisessa.

Tyypillisesti tulemme juttuun ihmisten kanssa, jotka ovat saman luonteisia kuin me. Ihmiset ovat kuitenkin todella erilaisia persoonallisuuksiltaan. Asiakaskontakteissa vastaan tulee tosi paljon erilaisia ihmisiä. Jos olen henkilönä asiakkaan näkökulmasta miellyttävä, helposti lähestyttävä ja turvallinen, niin asiakas ohjautuu ostamaan. Päinvastaisessa tilanteessa asiakas joutuu keksimään syitä olla ostamatta. (Trustmary, 2021.)

### 3.10 Viikko 10

Maanantai 15.11.2021

Maanantai alkoi tuttuun tapaan henkilöstöpalaverilla ja perään myyntitiimin viikkopalaverilla. Kummassakaan ei ollut mitään mainittavaa ja ne olivat nopeasti ohitse. Tämän jälkeen minulla oli asiakkaan kanssa tapaaminen. Tämä oli jo kuudes tapaamisemme, mikä tuntuu jo hieman turhautavalta, sillä asiakasta jarruttaa selvästi tietynlainen mustasukkaisuus siitä, kuinka iso valta hänellä on IT-asioissa ulkoistamisen jälkeen. Olen useasti todennut, että valta pysyy heillä ja he tekevät kaikki päätökset, me vain ehdotamme ja ohjaamme toteutuksen. Asiakas totesi, että heillä alkaa olemaan kiire päätöksen kanssa, mutta eivät ole vielä mitään päättäneet. Loppupäivän tein soittotyötä, mutta vastaanotto oli hyvin tymeätä ja sain huonosti ihmisiä kiinni.

Tiistai 16.11

Tänään menin aamusta toimistolle tulostamaan otteluliput tapahtumaamme varten. Myytti tulostamisen olevan top3-vaikeimmista asioista toimistotyössä osoittautui tänäänkin todeksi, sillä käytin tunnin työaikaani tulostimen etsimiseen ja yhdistämiseen laitteeseeni. Totesimme yhdessä kollegani kanssa, että tulostamisen yrittämiseen koneeltani kulutettu aika oli turhaa ja tulostimme liput kollegani tietokoneelta. Lounaan jälkeen siirryin kotiin työskentelmään loppupäiväksi, sillä minun piti olla jo kello kuudelta tapahtumassamme Helsingissä. Tapahtumasta lisää huomisen pohdinnassa, sillä käytämme silloin aikaa sen purkamiseen.

## Keskiviikko 17.11

Tapahtuma eilen oli todella onnistunut. Kaikki asiakkaat pääsivät paikalle ja vaikka pari peruutusta tulikin, niin saimme paikat lopulta täytettyä. Meillä oli osaavat puhujat ja ilmaistua referenssejämme hyvin livenä sekä keskusteltua vapaammin asiakaspotentiaaliemme kanssa. Itse koin tällaisen tapahtuman tukevan hyvin vahvuuksiani sosiaalisissa tilanteissa ja varsinkin, kun nämä olivat ensimmäiset live-tapaamiset asiakkaiden kanssa urallani. Löysin useamman asiakaspotentiaalin kanssa hyvän yhteyden ja saimme aikaan todella rennon ja miellyttävän tunnelman, jossa huumori kukki ja kaikki nauttivat.

Meillä oli markkinoinnin palaveri, jossa sovimme tulevia toimenpiteitä markkinoinnin osalta. Itse saavuin siihen aika lopussa, sillä saavuimme kotiin myöhään illalla. Tämän jälkeen minulla oli tapaaminen asiakkaan kanssa, joka meni mielestäni todella hyvin ja löysimme siinä hyvän keskusteluyhteyden sekä tarpeita, joita meidän palvelumme täyttää.

## Torstai 18.11

Tämä päivä koostui tiistain asiakaspotentiaalien kontaktoinnista, josta jokaisesta sovin jatkopalaverin, mihin olin todella tyytyväinen. Pääsemme jatkamaan keskusteluista lämpimämmällä tunnesiteellä sekä kattavammalla tuntemuksella meidän palveluistamme sekä asiakkaan tahtotilasta. Olen hyvin tyytyväinen tapahtumaan omalta osaltani aina valmisteluista toteutukseen ja jälkihoitoon. Tällaisia tapahtumia toivon lisää jatkossa, jotta pääsen käyttämään vahvuuksiani kaupanteon mahdollistamiseksi. Tein myös soittotyötä jonkin verran, mutta mitään konkreettista ei tullut vastaan.

Perjantaina 19.11 olin sairaslomalla.

## Viikko 10 analyysi

Tämän viikon isoin teema oli tiistain tapahtuma. Tapahtuma oli erittäin onnistunut ja sain siitä valtavasti oppia itselleni. Pidin kovasti asiakkaiden tapaamisesta livenä ja osasin mielestäni todella hyvin yhdistää rentoon keskusteluun meidän palvelumme sekä niiden hyödyt. Saimme aikaiseksi hyviä keskusteluja sekä pääsin vastailemaan asiakkaiden esittämiin kysymyksiin koskien meidän palveluitamme. Osasin löytää hyvin kipupisteitä asiakkaiden IT-ympäristöstä ja tarttua niihin.

Potentiaaliset ostajat usein kokevat, että heillä on kaikki hyvin ja myyjät vain tuhlaavat heidän aikaansa. Ongelmien tunnistaminen kysymällä on silloin vaikeaa. Nykyään myyjän on osattava löytää kipupisteet jo etukäteen. Hänen on luotava uskottavasti skenaario siitä, mihin suuntaan päättäjän vastuualue on menossa, mikäli asialle ei tee mitään ja kuinka skenaario on vältettävissä myyjän tarjoaman ratkaisun avulla. (Määttä, 2016.)

#### 4 Johtopäätökset ja kehittämisehdotukset

Viikot kuluivat ja raportointi tuli päätökseensä. Aika kului nopeasti, vaikka alkuun se tuntui hieman työläältä. En ole mikään aktiivinen kirjoittaja ja tämä vaati minulta paljon ponnisteluja, että sain raportoinnit kultakin viikolta tehtyä. Mielenkiintoisinta raportoinnin aikana oli huomata, että kuinka monipuolista työni on ja kuinka paljon varieteettia päivieni välillä on. Alkuun pohdin ohjaajani antamasta vinkistä teemaviikkoja, mutta totesin hyvin nopeasti saavani parhaan lopputuloksen nostamalla viikkoanalyysiin jonkin viikon aikana esille nousseen teeman ja kirjoittavani siitä. Alkuun kirjoittaminen oli lähinnä kertausta päivän aikana tehdyistä työtehtävistä, eikä siinä ollut juurikaan analyttistä otetta. Loppua kohden sain mukaan enemmän reflektiota ja johtopäätöksiä, mikä ohjasi toimintaani tulevilla viikoilla. Itselleni tämä kirjoitusmuoto oli varsin sopiva, sillä päivätyön ohessa laajemman opinnäytetyön tekeminen kuulostaa utopistiselta. Minulla oli myös ongelmia motivoitua tämän opinnäytetyönkirjoittamiseen johtuen siitä, että minulla oli yksi tavoite ja päämäärä aloittaessani opinnot. Tavoite oli työllistyä työpaikkaan, jossa oikeasti viihdyn ja se kehittää minua. Tämän tavoitteen täytettyäni, on ollut vaikeampaa asennoitua opiskeluun liittyviin asioihin, vaikka ymmärrän tutkintotodistuksen merkityksen. Minulla on ollut antoisia ja opettavaisia hetkiä tämän työn parissa peilaten oppimisprosessiin, mutta toisinaan kirjoittaminen oli puurtamista.

Ammatillisen kehityksen näkökulmasta olen erittäin tyytyväinen saamaani tukeen kollegoilta erilaisissa myyntiprosesseissa ja asiakkuuksissa. Minua ei ikinä jätetä yksin vaikeidenkaan asioiden kanssa vaan ne käydään kanssani huolellisesti läpi niin, että seuraavalla kerralla olen valmiimpi vastaavaan tilanteeseen. Huomasin myös merkittävää kehitystä omassa osaamisessa palveluidemme myynnissä eli asiakaspalvelukyvyssäni. Kykyäni keskustella asiakkaiden kanssa sekä haastaa ja argumentoida on noussut uudelle tasolle, mikä tulee auttamaan minua merkittävästi urallani Vetonaulassa. Kehitystä näkyi myös omien vahvuuksieni todentamisessa, kun niitä joutui tämän työn myötä reflektoimaan. Tämän myötä vahvuuteni ovat kirkkaammin mielessäni. Pääsen jokapäiväisessä työssäni käyttämään omia vahvuuksiani, jolloin tiedän olevani juuri oikeassa paikassa.

Opin raportointijakson aikana tästä alasta ja sen rakenteesta paljon. Suurena syynä on kilpailijoihin törmääminen, asiakkaideni kanssa käydyt keskustelut kilpailijoiden tarjonnasta sekä kilpailijoiden tutkiminen itsenäisesti. Oppimiseni on edelleen jokapäiväistä ja suurimpana lähteenä siihen ovat työyhteisöni jäsenet ja asiakastapaamiset. Työkaverini jaksavat neuvoa minua edelleen eteen tulevaisuudessa kysymyksissä ja tapaamisten erilaisuuden kirjo ruokkii kokemuspohjaani. Raportointijakson aikana minulle on kerääntynyt huomattavasti laajempi tietotaito, liittyen meidän omiin palveluihimme ja niiden räätälöimiseen asiakkaiden tarpeisiin. Sain taitopankkiini useita asiakastyöhön sekä viestintään liittyviä taitoja. Asiakastyössä osaan peilata paremmin asiakkaan tarpeita meidän palveluihimme ja tunnistaa kipukohtia asiakkaan



IT-ympäristöistä. Viestinnän osalta osaan paremmin viestiä sisäisesti erilaisten asiakkuuksien osalta asioita selvittäessäni. Tuon ilmoille entistä enemmän ratkaisuja ongelmien sijaan ja uskon tämän johtuvan lisääntyneestä ymmärryksestä koskien yrityksemme prosesseja. Myös itsevarmuus ja omiin kykyihin uskominen ovat tärkeitä asioita myyjälle. Jos et itse usko omiin myyntitaitoihisi, miten asiakaskaan voisi uskoa. Koen, että viestinnän taidot tulevat olemaan entistä tärkeämpiä tulevaisuuden B2B-myyntissä, joten olen tyytyväinen kehitykseeni tällä osa-alueella.

Opinnäytetyön tavoitteisiin nähden onnistuin hyvin kasvattamaan osaamistani asiantuntijamyyjänä sekä tunnistamaan omia vahvuuksiani ja hyödyntämään niitä vahvemmin myyntityössä. Konkreettisenä kehitysideana yritykselleni löytyi asiakkaan sisään heiton yhteydessä tarvittava informaationvaihto, jossa kerron kaiken tietämäni tiedon IT-managerille sekä muulle tekniselle tiimille. Tähän voitaisiin luoda eräänlainen käsikirjoitus siitä, että mitä asioita minun tulisi selvittää asiakkaalta, jotta IT-managerin olisi mahdollisimman helppo ottaa koppi asiakkuudesta. Uskon, että tämän työn pohjalta myyntipäällikön työn sanoittaminen ja havainnollistaminen on helpompaa organisaatiomme sisällä. Aloimme tekemään dokumentointia asiakkaan sisään heiton kehittämiseksi. Loimme myyntitiimille dokumentin, jossa on listattuna olennaiset asiat, joita teknisen tiimin tulee tietää asiakkuuden vastaanottaessaan. Tämä luo synergiaa myyntitiimin ja tekniikan välille.

Oppimiseni hyöty yritykselleni on myyntitaitojeni kehittyminen sekä asiantuntijuuteni syventyminen, mikä johtaa parempiin tuloksiin myyntikentällä. Työssäni kehittyi myös todella paljon kokemuksen kautta. Myös myyntiprosessin kehitys on ottanut mielestäni askeleita eteenpäin. Aloimme tekemään dokumentointia asiakkaan sisään heiton kehittämiseksi. Loimme myyntitiimille dokumentin, jossa on listattuna olennaiset asiat, joita teknisen tiimin tulee tietää asiakkuuden vastaanottaessaan. Tämä luo synergiaa myyntitiimin ja tekniikan välille. Pystyn jatkuvasti tekemään työtäni itsenäisemmin, jolloin tarpeeni avulle vähenee ja muun työntekijäresurssin käyttö optimoituu. Saan muiden tiedoista tukea omalle sisällölleni, enkä joudu korvaamaan niillä täysin omiani. Minulla on iso vastuu yrityksen bränditarinasta ollessani etulinjassa asiakkaiden kanssa keskustelussa. Uskon, että persoonani ja sosiaaliset taitoni tuovat paljon virtaa yrityksemme sekä onnistun luomaan uskottavaa ja kiinnostavaa tarinaa Vetonaulasta. Minulla on myös todella syvä ja aito kiinnostus alaamme kohtaan, joka mahdollistaa oppimiseni jatkuvuuden ja tehokkuuden.

Tulevaisuuden kehitykseni painottuu vielä syvempään tuntemukseen meidän palveluistamme, jolloin olisin entistä valmiimpi kohtaamaan erilaisia asiakasympäristöjä, jotka ovat hieman moniulotteisempia kuin valtaosa meidän asiakkaidemme ympäristöistä. Tällaisissa ympäristöissä asiantuntijuus on tärkeää ja varsinkin, kun meidän palvelullamme luotava lisäarvo on asiakkaalle kiistaton. Suurin haaste tässä on juuri omata riittävästi osaamista kumppanuuden aloittamiselle ja Vetonaulan palveluiden sovittamisella asiakkaan ympäristöön.

Tätä oppimista minun kohdallani tuetaan Vetonaulassa hyvin, sillä pääsen osallistumaan tekniikan sisäisiin palavereihin ja kuulen konkreettisesti toteutuksista. Tämä ikään kuin venyttää rooliani myyntiprosessin aikana horisontaalisesti, sillä pystyn luomaan itselleni syvempää käsitystä käytännön toteutuksesta asiakkuuden sisään heiton aikana. Tätä tietoa pystyn hyödyntämään omassa osuudessani myyntiprosessin aikana. Koen, että tästä on hyvä jatkaa matkaani kohti IT-alan ammattilaista.

## Lähteet

### Painetut

- Knoblauch, J. / Wöltje, H., 2004. Ajanhallinta. Helsinki: Oy Rastor AB. Viitattu 16.10.2021
- Litke, H.-D. / Kunow, I. 2004. Projektinhallinta. Helsinki: Oy Rastor AB. Viitattu 16.10.2021
- Laine, K. 2015. Myynti on rikki: B-to-B Myynnin uusi aika. Helsinki: Talentum Pro. Viitattu 29.10.2021

### Sähköiset

- Aaltonen, J. 2019. Outbound-myyjä versus inbound-myyjä. Viitattu 01.11.2021. <https://www.salescommunications.fi/blog/outbound-myyja-versus-inbound-myyja>
- Alamäki, A. & Kaski, T. 2015. Characteristics of Successful Sales Interaction in B2B Sales Meetings. Viitattu 29.10.2021. <https://publications.waset.org/10001048/pdf>
- Duunitori. 2018. Digitalisaatio kasvattaa IT-alaa kiihtyvällä vauhdilla. Viitattu 08.09.2021 <https://duunitori.fi/tyoelama/digitalisaatio-kasvattaa-it-alaa>
- Itewiki. 2021. IT-infrapalvelut. Viitattu 08.09.2021 <https://www.itewiki.fi/opas/it-infrapalvelut/>
- Jokela, M. 2019. Prospekti vs liidi vs ostosignaali. Viitattu 01.11.2021 <https://www.vainu.com/fi/blogi/prospekti-vs-liidi-vs-ostosignaali/>
- Kupli. 2018. Ruokolainen. Liidi, mikä se oikein on? Viitattu 08.09.2021 <https://www.kupli.fi/liidi-mika-se-oikein-on/>
- Matter. 2019. Asiakasdatan hyödyntäminen markkinoinnissa. Viitattu 29.10.2021 <https://matter.fi/asiakasdatan-hyodyntaminen-markkinoinnissa/>
- Myynnin ja Markkinoinnin Ammattilaiset. 2019. Some-markkinoinnin lyhyt oppimäärä. Viitattu 18.10.2021 <https://lehti.mma.fi/ajankohtaista/artikkelit/some-markkinoinnin-lyhyt-oppimaara/>
- Määttä, T. 2016. Myymisen ja ostamisen anatomia osa 1. Viitattu 23.11.2021 <https://kasvujohtaminen.com/2016/06/24/myymisen-ja-ostamisen-anatomia-osa-1/>
- Personalhuset. 2021. Miten tunnistaa kertynyt osaaminen. Viitattu 22.11.2021 <https://www.personalhuset.fi/tyoenhakijalle/Blogi-tyoenhakijoille/Miten-tunnistaa-kertynyt-osaaminen>
- Pitkospuu. 2021. CTA, markkinointisi näppärä apuri. Viitattu 01.11.2021 <https://pitkospuu.fi/cta-markkinointisi-nappara-apuri/>
- Procomp. 2013. Näin tehostat ja järkiperaistat työajan käyttöä. Viitattu 29.10.2021 <https://procomp.fi/nain-tehostat-ja-jarkiperaistat-tyoajan-kaytttoa/>

Rauhala. 2020. Kokonaisratkaisu Rauhalasta. Viitattu 09.09.2021 <https://www.rauhala.fi/blog/tutustu-konsernimme-kokonaisratkaisu-rauhalasta>

Suomen Digimarkkinointi. 2021. Asiakkaidensitoutuneisuus. Viitattu 29.10.2021 <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/asiakkaiden-sitoutuneisuus>

Turunen. 2019. Kylmäsoitto ei ole kuollut. Viitattu 18.10.2021 <https://www.vainu.com/fi/blogi/myyntipuhe-buukkaus-kylmasoitto/>

Trustmary. 2021. 10 kylmää totuutta myynnistä. Viitattu 22.11.2021 <https://www.trustmary.com/fi/blogi/myynti/10-kylmaa-totuutta-myynnista-osa-9-asiakkaat-ovat-erilaisia-myyjan-tehtava-on-mukautua/>

Vanhala, T. 2016. Apua stressiin: Ajanhallinta. Viitattu 03.11.2021 <https://headsted.fi/apua-stressiin-ajanhallinta/>

Julkaisemattomat

Vetonaula. 2021a Yrityksen sisäinen materiaali. Palvelukuvaus.

Vetonaula. 2021b Yrityksen sisäinen materiaali. Käyttöönottosuunnitelma.

## Kuviot

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| Kuvio 1: Vetonaula Oy organisaatiokaavio ..... | 7  |
| Kuvio 2: Ydinbisnes .....                      | 8  |
| Kuvio 3: Vetonaulan myyntiprosessi. ....       | 10 |
| Kuvio 4: Vetonaulan sidosryhmät .....          | 12 |