



## **Itsensä johtaminen B2B-myyntin etätöissä**

Niklas Mäkinen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Haaga-Helian amk-tutkinnot

Amk-opinnäytetyö

2022

## Tiivistelmä

<b>Tekijä(t)</b> Niklas Mäkinen
<b>Tutkinto</b> Tradenomi
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Itsensä johtaminen B2B-myyntin etätöissä
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 21
<p>Opinnäytetyön tavoitteena on käydä läpi mitä itsensä johtaminen on ja miten B2B-myyjä voi hyödyntää itsensä johtamisen taitoja etätöissään. Covid-19 pandemian aikana etätöskentelyn määrä kasvoi huomasti ja sitä myötä itsensä johtamisen taitojen arvostus nousi. Työ on narratiivinen kirjallisuuskatsaus.</p> <p>Mitä itsensä johtaminen on? Itsensä johtaminen on omien ajatusten, kehon ja arvojen ohjaamista. Itsensä johtamisen teoriassa esitellään termin historiaa, Oy Minä Ab – malli sekä itsensä johtamisen strategiat. Itsensä johtamisen strategiat voidaan jakaa kolmeen eri kategoriaan: käyttäytymiseen keskittyvät strategiat, luonnollisen palkitsemisen strategiat sekä rakentavien ajattelumallien strategiat. Erityisesti itsensä johtamisen strategioita B2B-myyjät voivat hyödyntää työskennellessään etänä.</p> <p>Mitä henkilökohtainen B2B-myynti pitää sisällään? Henkilökohtainen B2B-myynti pitää sisällään kaikki myyntiprosessin vaiheet. Myyntiprosessi pitää sisällään esimerkiksi prospektoinnin, kontaktoinnin, tapaamisen, tarjouksen jättämisen, kaupan päättämisen, asiakkuudesta huolehtimisen sekä oman toiminnan arvioinnin. B2B-myynti osiossa kirjoittaja käy läpi nämä myyntiprosessin vaiheet läpi yksityiskohtaisemmin.</p> <p>Miten B2B-myyntiä tehdään etänä? B2B-myyntiä tehdään etänä hyödyntäen moderneja myynnin työkaluja kuten CRM-järjestelmää, videoneuvotteluita sekä sähköistä allekirjoitusta. Teknologian ansioista koko myyntiprosessin pystyy tekemään etänä, mutta se vaatii myyjältä hieman lisää keskittymistä.</p> <p>Miten B2B-myyjä voi hyödyntää itsensä johtamista työssään? B2B-myyjä voi käyttää itsensä johtamisen strategioita hyödykseen. Niiden avulla myyjä voi tehdä töiden tekemisestä tehokkaampaa sekä motivoivampaa.</p>
<b>Asiasanat</b> Itsensä johtaminen, B2B-myynti, etätö

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Tutkimus.....	1
1.2	Opinnäytetyön rakenne ja peittomatriisi .....	1
2	Tutkimuksen toteutus .....	3
2.1	Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu .....	3
2.2	Tutkimusmenetelmät .....	4
3	Mitä itsensä johtaminen on.....	6
3.1	Itsensä johtamisen historia .....	6
3.2	Oy Minä Ab - malli .....	6
3.3	Itsensä johtamisen strategiat .....	7
4	B2B-myynti.....	10
4.1	B2B-myyntiprosessi.....	10
4.2	B2B-myynti etänä .....	13
5	Teorian yhteenveto ja tulokset.....	15
5.1	Mitä itsensä johtaminen on .....	15
5.2	Mitä henkilökohtainen B2B-myynti pitää sisällään.....	15
5.3	Miten B2B-myyntiä tehdään etänä .....	16
5.4	Miten itsensä johtamisen taidot tukevat B2B-myyjää etätyössä? .....	16
6	Pohdinta.....	18
6.1	Johtopäätökset .....	18
6.2	Jatkotutkimusehdotukset .....	18
6.3	Tutkimuksen luotettavuus .....	18
6.4	Opinnäytetyö prosessin arviointi .....	19
	Lähteet .....	21

# 1 Johdanto

Tämän työn tavoitteena on tutkia miten B2B-myyjät voivat hyödyntää itsensä johtamisen taitoja etämyynissä. Nykypäivän työelämässä itseohjautuvuus ja itsensä johtamisen taidot korostuvat erittäin paljon. Erityisesti Covid-19 pandemian ansiosta etätyöt ovat lisääntyneet monilla aloilla, kuten B2B-myyynissä. Hyvät itsensä johtamisen taidot ovatkin nousseet todella tärkeäksi taidoksi lyhyessä ajassa. Kirjoittaja on käynyt melkein koko ammattikorkeakoulun etänä ja myös siksi uskoo itsensä johtamisen taitojen olevan myös tärkeitä tulevaisuuden ammatissa. Nämä aiheet yhdistämällä syntyi tutkimuksen tutkimuskysymys.

Tämän opinnäytetyön ensimmäinen teoria osuus keskittyy kysymykseen mitä itsensä johtaminen on. Itsensä johtaminen on varsin uusi käsite ja sille on siksi useita eri määritelmiä. Teoria osuus keskittyy moniin eri itsenä johtamisen määritelmiin ja esittelee mitä erilaisia itsensä johtamisen strategioita on. Toinen teoria osuus tarkastelee mitä B2B-myyjän arkeen kuuluu.

## 1.1 Tutkimus

Tämä opinnäytetyö on kuvaileva kirjallisuuskatsaus, jonka tavoitteena on tutkia, miten itsensä johtamisen taidot tukevat B2B-myyjää etätyössä. Työssä tarkastellaan itsensä johtamisen taitoja ja miten B2B-myyjät voivat hyödyntää näitä taitoja etätyömaailmassa. Opinnäytetyön tuloksia voi hyödyntää erityisesti B2B-myyjät, myyntityön opiskelijat sekä itsensä johtamisesta kiinnostuneet ihmiset.

Tutkimuskysymys: Miten itsensä johtamisen taidot tukevat B2B-myyjää etätyössä?

Alakysymys 1: Mitä itsensä johtaminen on?

Alakysymys 2: Mitä henkilökohtainen B2B-myynti pitää sisällään?

Alakysymys 3: Miten B2B-myyntiä tehdään etänä?

Alakysymys 4: Miten B2B-myyjä voi hyödyntää itsensä johtamista työssään?

Seuraavasta kappaleesta löytyy opinnäytetyön peittomatriisi, josta voi tarkemmin katsoa missä luvuissa kysymyksiä käydään tarkemmin läpi ja missä luvuissa niihin löytyvät vastaukset ovat.

## 1.2 Opinnäytetyön rakenne ja peittomatriisi

Opinnäytetyö koostuu johdannosta, tutkimuksen toteutuksesta, tietoperustasta, teorian yhteenvedosta sekä pohdinnasta. Luvussa 2 käydään läpi, miten tutkimus on toteutettu ja mitä

vaiheita sen tekemisessä on ollut. Luvusta 2 löytyy esimerkiksi projektin aikataulu sekä mitä tutkimusmenetelmää työssä on käytetty.

Luvussa 3 pureudutaan itsensä johtamisen teoriaan ja määritellään mitä itsensä johtaminen on. Tämän jälkeen luvussa 4 siirrytään B2B-myyntiin ja siihen, miten sitä tehdään etätyönä. Luvusta 5 löytyy teorian yhteenveto sekä vastaukset tutkimuskysymyksiin.

Luvussa 6 on kirjoittajan omia pohdintoja, johtopäätöksiä, jatkotutkimusehdotuksia sekä opinnäytetyö prosessin arviointia.

Alla oleva taulukko havainnollistaa mistä luvuista löytyy kysymyksiä tietoperusta ja mistä tulokset.

Taulukko 1. Peittomatriisi

Tavoitteet	Tietoperusta (luku)	Tulokset (luku)
Pääkysymys: Miten itsensä johtamisen taidot tukevat B2B-myyjää etätyössä?	3, 4	5, 6
1. Mitä itsensä johtaminen on?	3	5, 6
2. Mitä henkilökohtainen B2B-myynti pitää sisällään?	4	5, 6
3. Miten B2B-myyntiä tehdään etänä?	4	5, 6
4. Miten B2B-myyjä voi hyödyntää itsensä johtamista työssään?	3	5, 6

## 2 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen vaiheet sekä aikataulu missä tutkimus on toteutettu. Luvussa käsitellään myös kuvailevaa kirjallisuuskatsausta tutkimusmenetelmänä ja miksi se sopii hyvin tämän tutkimusongelman ratkaisemiseen.

### 2.1 Tutkimuksen vaiheet ja aikataulu

Opinnäytetyöprosessi alkoi syksyllä 2022 ja tavoitteena oli saada työ valmiiksi vuoden 2023 maaliskuun alussa. Opinnäytetyön ensimmäisenä vaiheena oli projektisuunnitelman tekeminen ja sen hyväksyttäminen ohjaajalla. Projektisuunnitelman tekeminen ja ohjaajan kanssa siitä puhuminen helpotti opinnäytetyön kirjoittajaa hahmottelemaan mitä opinnäytetyön eri osiot tulisivat pitämään sisällään. Prosessi ja aikataulussa pysyminen oli kuitenkin odotettua hankalampaa. Opinnäytetyön aikataulusuunnitelma näkyy alla olevassa taulukossa 2.

Opinnäytetyön tekeminen alkoi suunnitellusti tiedon hakemisella ja opinnäytetyön hahmottelulla, jonka jälkeen vasta alkoi teorian kirjoittaminen. Ensimmäinen teoria osuus saatiin aikataulussa kirjoitettua. Heti ensimmäisen palautuksen jälkeen kirjoitukseen tuli pidempi tauko. Toisen teoria osuuden ohella opinnäytetyöhön kirjoitettiin johdantoa sekä tutkimusmenetelmien osuudet. Aikataulua siirrettiin tässä vaiheessa muutamalla viikolla eteenpäin. Työn viimeiset vaiheet olivat teorian yhteenveto sekä pohdinta. Viimeisten palautteiden ja viimeistelyjen jälkeen lopullinen palautus tehtiin viikolla 13.

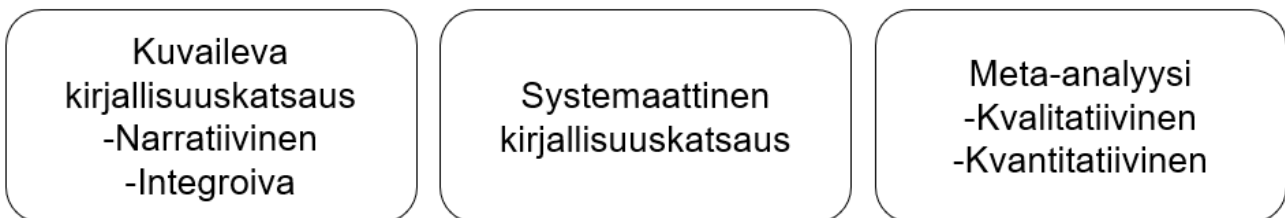
Taulukko 2. Opinnäytetyön aikataulusuunnitelma

Viikko	Tehtävä	Vaihe
43	Suunnittelua	Aloitus
44	Opinnäytetyön hahmottelua	
45	Menetelmät	
46	Lähteiden etsiminen	
47	Teorian kirjoittamista	Vaihe 1/3
48	Teorian kirjoittamista	
49	Teorian yhteenveto	
50	Teorian yhteenveto	
51	Loma	
52	Loma	
1	Loma	
2	Pohdinta	Vaihe 2/3
3	Johdanto ja tiivistelmä	
4	Johdanto ja tiivistelmä	
5	Varaviikko	

6	Varaviikko	
7	Varaviikko	
8	Viimeistely	
9	Viimeistely	Vaihe 3/3
10	Varaviikko	
11	Varaviikko	

## 2.2 Tutkimusmenetelmät

Tässä osiossa esitellään kirjallisuuskatsauksien kolme perustyyppiä: kuvaileva kirjallisuuskatsaus, systemaattinen kirjallisuuskatsaus sekä meta-analyysi. Opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valikoitui näistä kolmesta kuvaileva narratiivinen kirjallisuuskatsaus. Tästä osiosta löytyy myös perustelut, miksi se sopi parhaiten tämän työn tutkimusongelman ratkaisemiseen.



Kuva 2. Kirjallisuuskatsauksen tyypittely (mukaiillen Salminen 2011)

Kuvaileva kirjallisuuskatsaus on ensimmäinen kirjallisuuskatsausten perustyypeistä. Kuvailevassa kirjallisuuskatsauksessa ei ole tarkkoja sääntöjä ja aineisto kokonaisuudet voivat olla laajoja. Työn tekemistä ja aineistojen hankintaa ei rajoita metodiset säännöt. Myös tutkimuskysymykset voivat olla hieman väljempiä verrattuna muihin kirjallisuuskatsauksien perustyyppisiin. Kuvaileva kirjallisuuskatsaus pystytään vielä jakamaan kahteen eri alakategoriaan: narratiivinen sekä integroiva katsaus. (Salminen 2011)

Narratiivinen on työtavoiltaan kevyin. Siinä usein annetaan aiheesta laaja kuva tai käydään läpi sen aiheen historiaa ja kehitystä. Tavoitteena on yhdistellä epäyhtenäistä tietoa yhdeksi kokonaisuudeksi, joka on mahdollisimman helppolukuista. Narratiivista kirjallisuuskatsausta voi tehdä monella tapaa, mutta yleensä sillä tarkoitetaan yleiskatsausta. Tässä kirjallisuuskatsauksen muodossa on tavoitteena tiivistää aikaisempia aiheen tutkimuksia, mutta hankittua aineistoa ei välttämättä ole hankittu systemaattisesti. Narratiivinen kirjallisuuskatsaus on erinomainen tapa tiivistää ajankohtaiset tiedot samaan paikkaan. (Salminen 2011)

Integroivaa kirjallisuuskatsaus on kuin systemaattinen kirjallisuuskatsaus, mutta narratiivisella otteella. Suurin ero narratiivisen ja integroivan kirjallisuuskatsauksella on se, että siihen kuuluu

kriittinen tarkastelu. Tämä myös tarkoittaa, että siinä tutkimusmateriaalilla on tietyt kriteerit. (Salminen 2011)

Systemaattinen kirjallisuuskatsaus on kirjallisuuskatsauksien toinen perustyyppi. Systemaattinen kirjallisuuskatsauksessa pääosassa on aihepiirin aikaisempien tutkimusten olennaisin sisältö. Siinä pyritään rakentamaan tiivistelmä tutkimusten tuloksista sekä arvioida niiden johdonmukaisuutta. (Salminen 2011)

Kolmas kirjallisuuskatsauksien perustyypeistä on meta-analyysi. Meta-analyysit jaetaan kahteen eri suuntaukseen: kvalitatiivinen sekä kvantitatiivinen meta-analyysi. Kvalitatiivista meta-analyysiä voi tehdä kahdella eri tavalla, jotka ovat metasynteesi ja metayhteenvedo. Metasynteesi on monella tapaa erittäin samankaltainen kuin systemaattinen kirjallisuuskatsaus. Kuten systemaattisessa kirjallisuuskatsauksessa metasynteessin pääperiaate on yhdistää aikaisemmat saman aihealueen tutkimukset ja rakentaa niistä selkeä kokonaisuus. Metayhteenvedossa puolestaan käytetään kvantitatiivisia menetelmiä tutkimuksen tiivistämiseen. Metayhteenvedo tehdään laskemalla yleisyyden efektikoko ja voimakkuuden efektikoko. Yleisyyden efektikokon laskemalla saadaan selville ovatko tutkijat saaneet samankaltaisia tutkimustuloksia keskenään. Voimakkuuden efektikokon laskemisella pystytään tarkastamaan, kuinka keskeinen tutkimusraportti on suhteessa tutkimusongelmaan. (Salminen 2011)

Kvantitatiivinen meta-analyysi on tutkimusmenetelmä, jossa hyödynnetään kvantitatiivisia tutkimuksia ja niitä yhdistellään tilastotieteen menetelmin. Tämän kaltainen meta-analyysi on erittäin vaativa tehdä ja se vaatii tekijältään tilastotieteen osaamista. Se on myös erittäin uskottava sillä tulokset ovat numeerisia. Kvantitatiivinen meta-analyysi vaatii korkeatasoisia tutkimuksia, joita hyödyntää. Metodi sopii erinomaisesti, jos aiheesta on tehty useita tutkimuksia, jotka ovat ristiriitaisia keskenään. Kvantitatiivista meta-analyysiä hyödynnetään erityisesti tieteisiin, jossa tutkimuskohteet ovat pysyviä ja joissa tutkijan omalla mielipiteellä ei ole merkitystä. (Salminen 2011)

Näistä kolmesta opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valikoitui narratiivinen kirjallisuuskatsaus. Itsensä johtaminen on varsin uusi käsite ja siitä on paljon eri määritelmiä, jotka voivat vaihdella keskenään hieman. Myös B2B-myyntiin on ilmennyt muutoksia etätyöskentelyn lisääntyessä. Narratiivisen yleiskatsauksen menetelmin voimme tarkastella aihetta laajasti ja tiivistää tämän hetken tilanteen. Lähteitä on myös laajasti, joten vähäisellä seulonnalla aiheesta saa helposti hyvän näkemyksen.



### 3 Mitä itsensä johtaminen on

Tämän kappaleen tavoitteena on ymmärtää mitä itsensä johtaminen on ja mitä se sisältää. Ensin käymme itsensä johtamisen historiaa läpi ja alkuperäisten termien syntymistä. Tämän lisäksi tästä kappaleesta löytyy itsensä johtamisen eri teorioita ja malleja, kuten Oy Minä Ab – malli sekä itsensä johtamisen strategiat.

Itsensä johtaminen on vaikuttamisprosessi, jossa henkilö ohjaa omaa kehoaan, ajatuksiaan, tunteita ja arvoja kohti syvällisempää tietoisuutta. Itsensä johtamisen taitojen merkitys on kasvanut huimaa tahtia viime vuosien aikana. Työelämä on jatkuvassa muutoksessa ja se edellyttää joustavuutta, nopeaa reagointia, luovuutta sekä kykyä uudistua. Työorganisaatioissa kuljetaankin kohti jaettua johtajuutta, jonka myötä työntekijät joutuvat ottamaan enemmän vastuuta itsensä johtamisessa. Monesti ihmisillä olisi tarpeeksi tietoa, kuinka johtaa itseään hyvin, mutta he eivät vie tietoa käytäntöön. Itsensä johtaminen vaatiikin konkreettisia toimia pitkäjänteisesti. (Sydänmaanlakka 2010.) Itsensä johtaminen on päivittäinen valinta ja loputon prosessi. (Bryant & Kazan 2013)

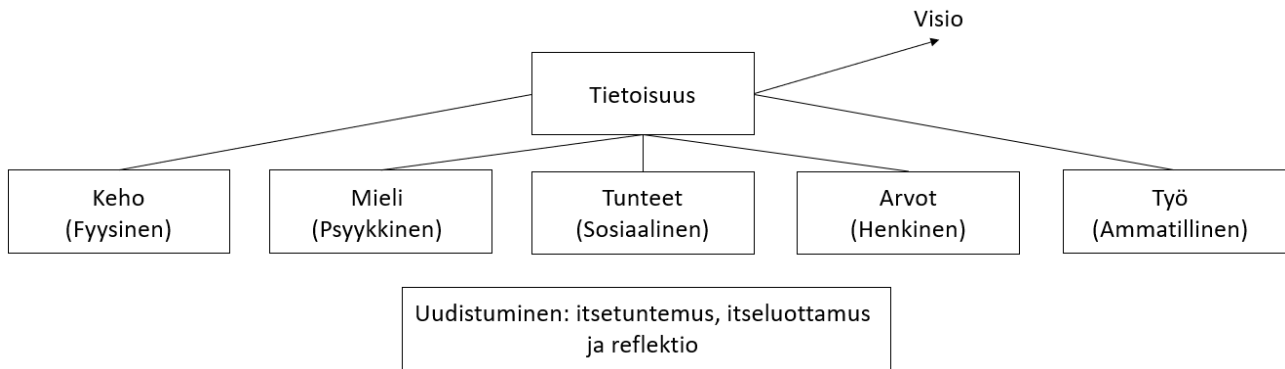
#### 3.1 Itsenä johtamisen historia

Self-leadership eli itsensä johtaminen on varsin uusi termi. Sen juuret tulevat 1980-luvun termistä self-management. 1980-luvun self-management tutkimuksissa keskityttiin yksilöiden ajanhallintaan sekä tehokkuuteen tilanteissa, joissa he tekevät töitä yksin. Muita hyviä self-management kykyjä ovat esimerkiksi tavoitteiden asettaminen, päätöksenteko, keskittyminen, suunnittelu, aikatauluttaminen, tehtävien seuranta, itsearvionti sekä itsensä kehittäminen. (Bryant & Kazan 2013)

Modernin itsensä johtamisen määritteli Manz vuonna 1986. Hän kuvaili itsensä johtamista matkana itsensä löytämiseen, itsetyytyväisyyteen, itsevaikuttamisen menetelmäksi, itsetehokkuuden tekniikaksi, käyttäytymisen ohjaamisen lähteeksi sekä itsensä toteuttamisprosessiksi. Self-management pyrkii ammatillisiin tuloksiin sekä tehokkuuteen, kun taas self-leadership on laajempaa itsevaikuttamista, joka tähtää myös henkilökohtaiseen täyttymykseen. (Bryant & Kazan 2013)

#### 3.2 Oy Minä Ab - malli

Sydänmaanlakka (2010) on rakentanut aikaisempien mallien ja teorioiden pohjalta Oy Minä Ab – mallin kuvatakseen itsensä johtamista. Mallissa jokainen on oman yrityksensä toimitusjohtaja. Johtamistaidon mukaan selviää oman yrityksen tilanne. Yritys on jaoteltuna kehon, mielen, tunteiden, arvojen, työn sekä uudistumisen osastoihin. Kuvassa 1 on Oy Minä Ab-malli kuvitettuna.



Kuva 3. Oy Minä Ab-malli. (Mukaillen Sydänmaanlakka 2010)

Keho on fyysisten toimintojen osasto. Keho on tärkein osasto sillä ilman kehoa meitä ei olisi olemassa. Siksi kehosta tulisi pitää hyvää huolta syömällä, liikkumalla, lepäämällä, nukkumalla sekä rentoutumalla. Moni tiedostaakin kehosta huolehtimisen tärkeyden, mutta silti usein emme toimi niin. Mallin toinen osasto on mieli eli psyyke. Osaston toimintoja ovat havaitseminen, ajatteleminen, muistaminen sekä oppiminen. Oman mielen hallinta on tärkeä osa itsensä johtamista. Kolmas osasto on tunteet. Tunteet voivat luoda meille energiaa sekä myös ajoittaisia konflikteja. Tunteet voivat olla arvaamattomia ja siksi niiden analysointi sekä määrätietoinen hallinta on tärkeää itsensä johtamisessa. Ymmärtämällä omat sekä myös muiden ihmisten tunteet voit edesauttaa hyvien sosiaalisten tilanteiden rakentamisessa. Neljännellä osastolla avainasemassa on arvot. Ihminen kaipaa merkitystä elämäänsä ja siksi on tärkeää ajoittain miettiä omia arvojaan ja miettimään toimimme arvojemme mukaisesti. Viidentenä mallissa on työn osasto. Työn osastolla olisi tärkeää, että meillä olisi selkeät työtehtävät, tavoitteet, riittävä osaaminen ja että saamme palautetta ja kehitymme jatkuvasti. (Sydänmaanlakka 2010)

Mallissa toimitusjohtajan asemassa toimii tietoisuus, joka johtaa ohjaa näitä osastoja. Itsensä johtaminen on prosessi, jossa kehoa, mieltä, tunteita ja arvoja ohjataan itsereflektoinnin avulla. Reflektointi ja jatkuva itsetutkistelu ovat välttämättömiä prosesseja hyvässä itsensä johtamisessa. Uudistumisen osasto käy kaikkien eri osastojen läpi menevät prosessit. Uudistuminen vaatii yksilöltä hyvää itsetuntemusta, riittävästi itseluottamusta sekä reflektointitaitoja. (Sydänmaanlakka 2010)

### 3.3 Itsensä johtamisen strategiat

Itsensä johtamisen strategioiden tavoitteena on auttaa yksilöä parantamaan tehokkuuttaan erilaisten käyttäytymis- ja ajattelumallien avulla. Itsensä johtamisen strategiat voidaan jakaa kolmeen eri kategoriaan: käyttäytymiseen keskittyvät strategiat, luonnollisen palkitsemisen strategiat sekä rakentavien ajattelumallien strategiat. (Neck 2006) Näistä kolmesta strategiasta tai

niiden yhdistelmästä juuri oikean löytäminen voi viedä aikaa. Näitä strategioita voi myös muokata omia tarpeitaan varten. (Bryant & Kazan 2013)

**Käyttäytymiseen keskittyvät strategiat:** tavoitteena on nostattaa yksilön itsetietoisuutta, jota hyödyntämällä yksilö pystyy paremmin ohjaamaan omaa käyttäytymistään. Tästä on erityisesti hyötyä, kun joutuu tekemään epämiellyttäviä tehtäviä. Käyttäytymiseen keskittyvät strategiat sisältävät itsensä havainnoinnin, tavoitteiden asettamisen, itsensä palkitsemisen, itsensä rankaisemisen sekä itseohjautuvuuden. (Neck 2006)

Itsensä havainnoinnilla pyritään ymmärtämään miksi ja milloin käyttäydymme eritavoin. Itsetietoisuuden lisääminen havainnoinnin avulla on erittäin tärkeää, jotta yksilö pystyy muuttamaan tai lopettamaan huonoksi todetut käyttäytymismallit. Kun yksilöllä on tarpeeksi tietoa omasta käyttäytymisestään, on myös realististen tavoitteiden ja suunnitelmien tekeminen näiden muuttamiseksi helpompaa. Tarpeeksi haastavien ja tarkkojen tavoitteiden asettaminen lisää yksilön mahdollisuutta suoriutua näistä haasteista. Itseään voi palkita onnistumisista onnittelemalla itseään tai vaikka lomamatkalla pitkän projektin päätteeksi. Itseään ei kannata rankaista liikaa epäonnistumista, sillä se voi haitata omaa suorituskyykyään. Tarkoituksena on antaa itselleen palautetta virheistään ja pyrkiä miettimään mitkä toimintamallit vaikuttivat epäonnistumiseen. Itseohjautuvuutta voi lisätä esimerkiksi tekemällä muistiinpanoja, listoja tai vaikka motivaatiota lisäävällä taustakuvalla. Näiden tarkoituksena on lisätä positiivisia käyttäytymismalleja ja samalla karsia huonot tavat pois. (Neck 2006)

**Luonnollisen palkitsemisen strategiat:** tarkoituksena on luoda tilanteita, joissa henkilö tuntee olonsa motivoituneeksi ja palkituksi tehtävästä tai työstä sen luonnollisten ominaisuuksien ansiosta. Luonnollisen palkitsemisen strategioita on kahdenlaisia. Ensimmäisessä strategiassa tehtävästä luodaan mukavampi ja siihen integroidaan nautinnollisia ominaisuuksia, joidenka ansiosta tehtävä on luonnostaan palkitsevampi. Toisessa strategiassa huomiota siirretään pois tehtävän huonoista puolista tehtävän hyviin puoliin. Molemmat näistä strategioista ovat hyviä luomaan pätevyyden ja itseohjautuvuuden tunteita. (Neck 2006)

Luonnollisen palkitsemisen strategioita hyödyntämällä toistuvista tai haastavista tehtävistä voi tehdä palkitsevampia. Hyviä tapoja lisätä tehtävien palkitsevuutta on esimerkiksi: Löytää mukava paikka missä työskennellä, kuten luonnon ääressä. Palkitsemalla itseään elokuvalla, jos on saanut tehtävän tehtyä ajoissa. Keskittymällä työn parhaaseen ja mielekkäimpään osaan tai käyttämällä sitä palkintona, kun on tehnyt jonkun epämiellyttävän tehtävän ensin. (Bryant & Kazan 2013)

**Rakentavien ajattelumallien strategiat:** tarkoituksena on edistää rakentavien ajatusmallien syntyä, joista voi olla positiivinen vaikutus työn tulokseen. Rakentavien ajatusmalleihin kuuluu väärin uskomusten, ajatusten ja oletusten huomaaminen ja korvaamaan ne rakentavammalla ajatusmallilla. Negatiiviset ja itsetuhoiset ajatukset tulisi huomata ja korvata ne positiivisemmilla ajatuksilla. Tarkkaan analysoimalla omia ajatusmalleja ja puheita on mahdollista korvata negatiivisuus positiivisuudella. Yksilöt, jotka uskovat onnistuvansa tehtävässä pärjäävät yleensä paremmin kuin ne, jotka ajattelevat epäonnistuvansa. (Neck 2006) Rakentavien ajatusmallien strategiat voidaan jakaa neljään osaan: uskomusten kehittäminen, mielikuvituksen käyttäminen suorituskyvyn parantamiseksi, sisäisen puheen käyttäminen sekä uusien paranneltujen ”käsikirjoitusten” oppiminen ja käyttäminen. (Bryant & Kazan 2013)

Ensimmäinen rakentavien ajatusmallien strategia on omien uskomusten kehittäminen. Uskomukset ohjaavat jokapäiväistä käyttäytymistämme, mutta osa näistä uskomuksista voivat vaikuttaa negatiivisesti tavoitteisiimme. Esimerkiksi uskomus ”nyt on liian myöhäistä tehdä muutos” voi estää muutoksen tekemisen. Uskomusten kehittämisen vaiheet ovat: 1. löydä uskomus, joka estää sinua tekemästä mitä haluat. 2. Tajua, että tämä uskomus ei ole totta. 3. Muotoile uskomus uudestaan. 4. Ota uusi uskomus haltuusi ja ala toimia sen mukaisesti. 5. Varmista, että uusi uskomus vie sinua lähemmäksi tavoitteitasi. (Bryant & Kazan 2013)

Toinen strategia on mielikuvituksen käyttäminen suorituskyvyn parantamiseksi. Ammattiurheilijat käyttävät tätä strategiaa saavuttaakseen tavoitteensa, mutta sitä voi käyttää kuka tahansa. Strategian tavoitteena on harjoitella jokin tilanne mielikuvituksen avulla useita kertoja, jotta kun tilanne tapahtuu oikeasti, osaat toimia tilanteessa haluamallasi tavalla. (Bryant & Kazan 2013)

Kolmas strategia on sisäisen puheen käyttäminen positiivisesti. Itselleen kannattaa puhua rohkaisevalla ja positiivisella asenteella, niin kuin kannustaisit ystävää. Voit kannustaa itseäsi esimerkiksi sanomalla itselleen ”voin oppia tämän” tai ”tämä vie minua lähemmäs tavoitteitani”. Kannattaa alkaa miettimään millä tavalla puhut itsellesi ja millä tavalla voisit muuttaa sitä saavuttaaksesi tavoitteesi. (Bryant & Kazan 2013)

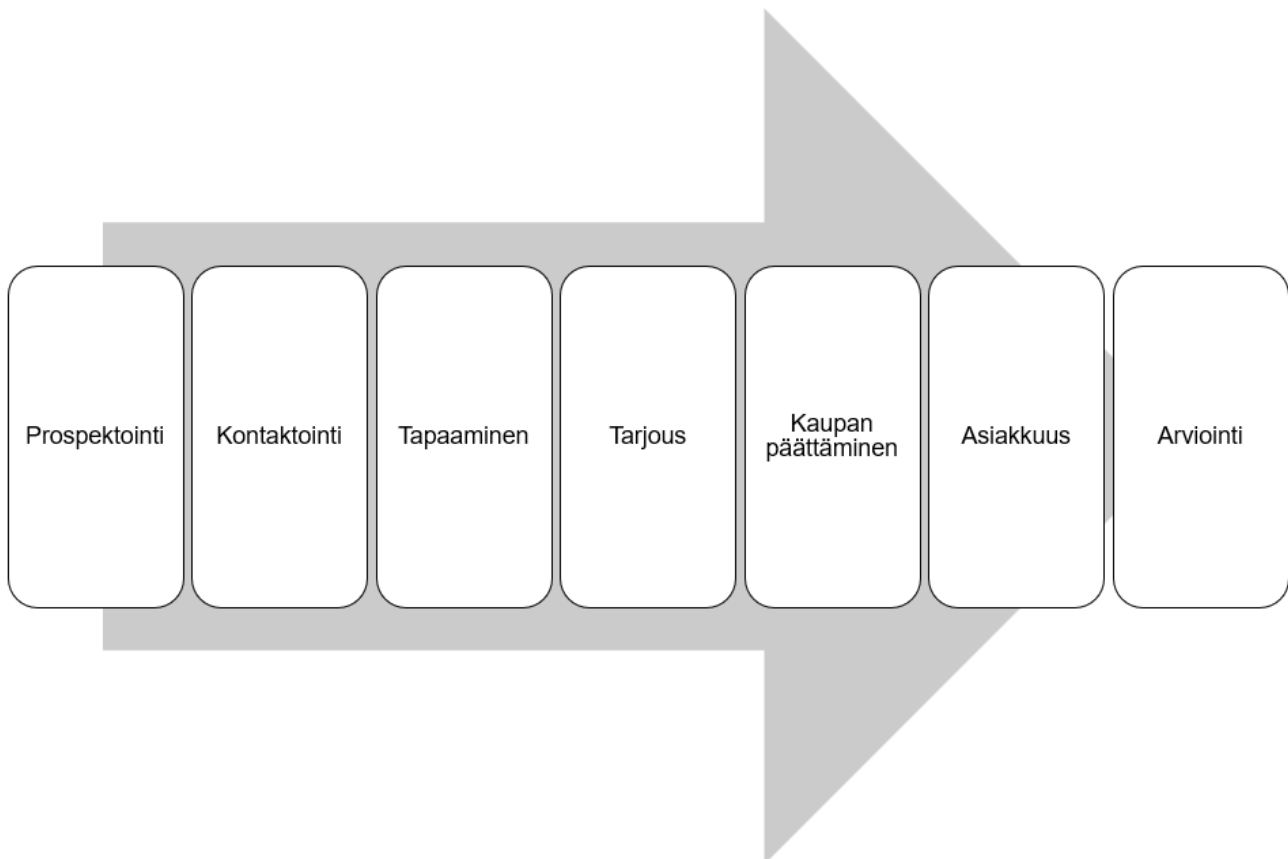
Neljäs ja viimeinen strategia on uusien paranneltujen käsikirjoitusten oppiminen ja käyttäminen. Jokainen meistä on oman elämämme käsikirjoittaja ja ohjaaja. Monet ihmiset jäävät jumiin tiettyihin samoihin käsikirjoitukseen tiedostamattaan. Kaikilla on kuitenkin mahdollisuus muokata omaa käsikirjoitustaan ja muokata mitä tapahtuu seuraavaksi. Kun huomaat, että käyt samaa käsikirjoitusta uudestaan ja uudestaan läpi voi olla aika miettiä mistä se on tullut, onko se vielä hyvä ja olisiko aika muuttaa sitä? Uuden käsikirjoituksen tekemiseen voi mennä aikaa eikä se ole aluksi helppoa, mutta uskomalla itseensä kaikki on mahdollista. (Bryant & Kazan 2013)

## 4 B2B-myynti

B2B-myynti viittaa siihen, kun yritys myy tuotteitaan tai palveluitaan toiselle yritykselle eli business to business. Tässä kappaleessa kerrotaan B2B-myyjän työstä. Ensimmäisenä käydään läpi mitä B2B-myyntiprosessi voi pitää sisällään ja toiseksi, miten B2B-myyntiä tehdään tehokkaasti etänä.

### 4.1 B2B-myyntiprosessi

Myyntiprosessilla tarkoitetaan työskentelyn eri vaiheita, mitä seuraamalla päästään lähemmäksi kaupan tekemistä. Myyntiprosessien pituus ja vaiheiden määrä vaihtelee eri alojen ja tuotteiden välillä. Tyypillisesti B2B-myyntiprosessi koostuu asiakkaiden etsimisestä, yhteydenotosta, tapaamisista, tarjouksesta sekä kaupasta. Viimeisenä vaiheena on raportointi ja kaupan eteenpäin vienti esimerkiksi asiakkuusvastaavalle. (B2BMyynti.fi) Hyvä myyntiprosessi auttaa myyjää automatisoimaan toistuvia asioita, sekä helpottamaan itsensä arviointia sekä kehitystä. (Helander 2019)



Kuva 4. B2B-myyntiprosessin vaiheet

Prospektoinnilla tarkoitetaan potentiaalisten asiakkaiden etsimistä. Parhaimpia prospekteja ovat sellaiset yritykset, joilla on jokin ongelma, jonka ongelman voit ratkaista. Hyvin tehdyn

prospektoinnin ansiosta myyjillä menee vähemmän aikaa seuraavassa vaiheessa, kun ei tarvitse täysin sattumanvarassa tehdä soittoja. (B2BMyynti.fi) Prospektoinnissa voi hyödyntää ihanneasiakasprofiilin rakentamista (lyhennettynä IAP). IAP on yritys, joka hyötyy paljon myyjän tarjoamasta palvelusta, eikä vaadi suurta vaivaa saada asiakkaaksi. IAP voi merkitä yrityksen toimialan, henkilöstömäärän, liikevaihdon kasvuvauhdin, web-sivuilla käytetyt teknologiat sekä toimiston sijainnin. Yritysten sisällä asiat voivat muuttua nopeasti, siksi IAP merkataan myös oikea hetki ottaa yhteyttä. Näiden lisäksi ihanneasiakasprofiiliin tarvittavat henkilön, jonka kautta pääset kontaktiin yrityksen kanssa. Mitä korkeammassa asemassa oleva henkilö sen parempi. (Helander 2019)

Seuraavassa vaiheessa eli kontaktoinnissa tärkeintä on selvittää, onko myymällesi palvelulle tarvetta. Yhteydenottotapoja on useita. Yksi yleisimmistä tavoista on lähettää asiakkaille personoitu sähköposti, joissa keskitytään asiakkaan ongelmiin. Tällä tavalla saadaan parempia tuloksia kuin kaikille lähetetyillä massasähköposteilla. Puhelin soitoilla kuitenkin myyjä pystyy antamaan asiakkaalle enemmän lisäarvoa ja se luo paremman mielen yrityksestä. Puhelimitse myyjä pystyy myös seuraamaan myyntiprosessin edistymistä paljon paremmin ja asiat on helpompi käydä läpi asiakkaan kanssa. (B2BMyynti.fi) Ennen soittoa myyjän kannattaa vielä miettiä kertaalleen miksi on soittamassa tälle henkilölle. Jos asiakas vaikuttaa kiinnostuneelta voi myyjä alkaa sopia tapaamista. (Helander 2019)

Tapaamista sovittaessa myyjän tehtävänä on tarjota asiakkaalle ratkaisua ja syytä miksi tavata. Ehdota tapaamisaikaa ja lähetä puhelun jälkeen selkeä kutsu. Kirjoita kutsuun lyhyesti ja selkeästi tapaamisen sisältö. (Helander 2019) Ennen varsinaista tapaamista myyjän on hyvä myös valmistautua huolellisesti tapaamiseen. Tässä vaiheessa on hyvä lukea aikaisempia muistiinpanoja ja rakentaa myyntiargumentteja niiden mukaiseksi. Perehtymällä tarkasti asiakkaan toimintaan myyjä pystyy pohtimaan jo etukäteen asioita mitä hänen tarjoamansa palvelu voi tehdä asiakkaalle. (B2BMyynti.fi)

Tapaaminen on ehkä B2B-myyntiprosessin tärkein osa. Myyjän tulee ohjata keskustelua kysymyksillään. Tavoitteena on, että asiakas puhuu enemmän ja kertoo asioita ilman, että niistä tarvitsee edes erikseen kysyä. (B2BMyynti.fi) Myyntitapaamisessa tärkeintä on olla oma itsensä sekä kohdata ostaja ihmisenä. Myyntitapaamisen alussa voi olla mukava esimerkiksi tutustua hieman ostajaan, kunhan muistaa palata takaisin tapaamisen agendaan. Tapaamisen tavoitteena on selvittää yrityksen tilanne sekä ongelmat. Kun myyjä on saanut kerättyä tarpeeksi tietoa asiakkaan tilanteesta, on hyvä aika tehdä ratkaisuehdotus. Ennen tapaamisen päättymistä myyjän kannattaa sopia miten prosessi etenee. (Helander 2019)

Tapaamisen jälkeen myyjän kannattaa edetä prosessissa eteenpäin luontevasti. Tapaamisen jälkeen myyjä voi laittaa asiakkaalleen rennon sähköpostin, missä on vastauksia asiakkaan kysymyksiin tai vaikka lähettää tarjouksen. B2B tarjoukset voivat usein todella teknisiä ja siksi asiakkaan kanssa voi myös sopia ajan tarjouksen läpikäyntiin. Tarjousta läpi käydessä asiakkaalta voi kysyä onko tarjouksessa kaikki sovitut asiat tai jos siihen pitää vielä tehdä joitain muutoksia. (B2BMyynti.fi) Tässä vaiheessa myyjän on myös hyvä kirjoittaa ylös kaikki tieto mitä tähän mennessä on tullut ilmi. Myyjä voi esimerkiksi hyödyntää päätöksenteon portaita, joka on kuvattu kuvassa 5. (Helander 2019)

### 1. Kipu ja hyöty

- Ongelma jota ratkaistaan ja kuinka tarjoamasi sen ratkaisee.

### 2. Hinta ja budjetti

- Onko hinnassa ja budjetissa suuria eroja?

### 3. Päätöksentekijät

- Ketkä kaikki ovat mukana päätöksenteossa? Ovatko kaikki tietoisia mitä ollaan ostamassa?

### 4. Aikataulu

- Milloin päätös ollaan tekemässä? Onko järkevää odottaa vai yrittää saada päätös nyt.

### 5. Muut esteet

Kuva 5. Päätöksenteon portaat (Mukaiillen Helander 2019)

Kaupan päättämisesä on tärkeää saada jonkinlainen, päätös oli se sitten kyllä tai ei. Jos asiakas sanoo kyllä, voidaan myyntiprosessi viedä loppuun. Jos asiakas sanoo ei, kannattaa kysyä miksi asiakas ei halunnut ostaa. B2B-myynnissä kaikki tieto on arvokasta, jotta myyjä voi jatkossa välttää samankaltaisia tilanteita. (B2BMyynti.fi) Myynnillisesti myyjä on tässä vaiheessa jo tehnyt kaikkensa, joten liiallista vatvomista kannattaa välttää. (Helander 2019)

Kun kaupat on lyöty lukkoon, on raportoinnin ja kaupan eteenpäin viennin aika. Tässä vaiheessa kauppa voi siirtyä eteenpäin asiakkuusvastaavalle. Kaikki mahdollinen tieto asiakkaasta kannattaa raportoida sillä se voi lisätä asiakastyytyväisyyttä ja helpottaa lisämyyntiä. (B2BMyynti.fi) Helpoin tapa luovuttaa asiakas eteenpäin on kirjaamalla kaikki oleellinen heti alusta alkaen CRM järjestelmään. Myös tässä päätöksenteon portaisiin kerätyt tiedot voivat olla hyödyksi asiakasvastaavalle. (Helander 2019)

Hyvä myyjä voi myös ottaa yhteyttä asiakkaaseen ja tarkastaa, että kaikki meni hyvin tuotteen toimituksessa, asennuksessa ja ettei mitään ongelmia ole ilmennyt tuotteeseen liittyen.

Osoittamalla aitoa kiinnostusta asiakasta kohtaan myös kauppojen sulkemisen jälkeen lisää mahdollisuuksia, että sama asiakas ostaa sinulta myös uudestaan. Asiakkaan mukaan yhteyttä kaupan jälkeen voi ottaa puhelimitse, sähköpostilla tai jopa käymällä asiakkaan luona. (Jobber 2012)

Viimeisenä vaiheena myyntiprosessia myyjän kannattaa arvioida prosessin toimivuutta. Olisiko johonkin asiaan esimerkiksi voinut valmistautua paremmin? Hyvä myyntiprosessi on henkilökohtainen ja se rakentuu ajan myötä. Työn eri vaiheisiin voi tehdä valmiita kokonaisuuksia, kuten kysymyslistoja, joita voi hyödyntää jokaisen asiakkaan kanssa. (Helander 2019)

## **4.2 B2B-myynti etänä**

Teknologian kehittyminen on mahdollistanut B2B-myyntin tekemisen etänä. Erityisesti Covid-19 pandemia vauhditti yritysten siirtymistä etätyöskentelyyn. Hyvillä työkaluilla varustettuna myyntiprosessin pystyy suorittamaan etänä ilman mitään ongelmia.

Etätyöskennellä voi periaatteessa missä tahansa, mutta tila, jossa voi työskennellä rauhassa ja hoitaa asiakastapaamisia häiriöttä olisi suositeltavaa. Rauhallisen tilan lisäksi myyjä tarvitsee myynnin työkaluja, mutta hyvä uutinen on se, että näitä työkaluja käytetään myös, vaikka myyntiä tehtäisiin kasvotusten. Myynnin työkaluihin kuuluu esimerkiksi asiakkuudenhallintajärjestelmät (CRM), videoneuvottelut (esim. Teams ja Zoom), sähköinen allekirjoitus, chat ja asiakaspalvelujärjestelmät. Erityisesti etämyynnissä tärkeimmät työkalut ovat videoneuvottelu sekä sähköinen allekirjoitus. (Honkanen 2020)

Myyntiprosessin ensimmäisessä vaiheessa eli prospektoinnissa etätyöskentely ei vaikuta juuri lainkaan työskentelyyn. Myyjän sijainnilla tässä vaiheessa ei ole väliä ja se on jopa tehokkaampaa kuin normaalisti. Normaalisti myyjällä menee aikaa esimerkiksi tapaamisiin matkustamiseen, mutta etänä tämän ajan voi käyttää jatkuvaan prospektointiin. Myös kontaktointi tapahtuu puhelimitse tai sähköpostitse. (Honkanen 2020)

Tapaamiset etänä voivat olla hankalampia kuin normaalit tapaamiset. Etätapaamisessa kehonkielen tulkitseminen voi olla vaikeampaa tai jopa mahdotonta, siksi myyjän pitää valmistella ja harjoitella etätapaamista. Myyjän tulee opetella käyttämään valitsemaansa videopuhelu sovellusta ja pysymään ajan tasalla, jos siihen tulee muutoksia. Myös itse tapaamiseen kannattaa valmistautua normaalia paremmin: tutustu huolella prospektin yritykseen sillä geneeriset myyntipuheet eivät välttämättä kiinnosta enää ketään. Etätapaamisissa aikataulut ovat yleensä



tiukempia, joten asiakkaaseen tutustumiseen ja jään rikkomiseen jää vähemmän aikaa. Hyvä tapa tutustua asiakkaaseen on käyttää kameraa ja esittäytyä ja antaa toiselle osapuolelle myös mahdollisuus esittäytyä. (Honkanen 2020)

Etätapaamisen yksi hienouksista on näytönjako ja diaesitykset. Myyjän tulee varmistaakin, että tapaamisessa käytettävät materiaalit ovat täydelliset ja visuaaliset. Etätapaamisen aikana asiakas saattaa tehdä jotain muuta, siksi tavoitteena on herättää asiakkaan kiinnostus. Myyjän kannattaakin pitää keskustelu rikkaana molemmin puolin, esittää kysymyksiä, mutta myös rohkaista asiakasta tekemään samoin. Ennen kuin etätapaaminen loppuu myyjän pitää sopia jatkotoimenpiteistä, eli aikatauluttaa seuraava vaihe. (Honkanen 2020)

Etätapaamisen jälkeen myyjän tavoitteena on ylläpitää tapaamisessa saavutettu yhteys asiakkaaseen. Tärkeintä on pysyä ajan tasalla prospekti yrityksen tapahtumista ja tehdä sovitut asiat huolellisesti. Kun on aika klousata kaupat on sähköinen allekirjoitus nopeampi, turvallisempi sekä alentaa myös kustannuksia. (Honkanen 2020)

Kuten normaalissa myyntiprosessissa prosessia ei kannata lopettaa allekirjoitukseen tai negatiiviseen päätökseen. Myös etänä kannattaa aina reflektoida prosessin onnistumisia sekä epäonnistumisia. CRM järjestelmän siistinä pitäminen ja sinne raportointi helpottaa koko organisaation toimintaa ja muutosten tekemistä. (Honkanen 2020)

## 5 Teorian yhteenveto ja tulokset

Tässä kappaleessa on lyhyet yhteenvedot jokaisesta tutkimuksen alakysymyksestä, sekä pääkysymyksestä. Lopuksi tämä kappale sisältää visualisoinnin itsensä johtamisen strategioista, joita B2B-myyjät voivat hyödyntää työssään.

### 5.1 Mitä itsensä johtaminen on

Itsensä johtamisen määritteli Manz vuonna 1986. Silloin hän kuvaili itsensä johtamista matkana itsensä löytämiseen, itsetyytyväisyyteen, itsevaikuttamisen menetelmäksi, itsetehokkuuden lähteeksi, käyttäytymisen ohjaamisen lähteeksi sekä itsenä toteuttamisprosessiksi. Tämän ja muiden aikaisempien teorioiden pohjalta myös Sydänmaalakka (2010) on rakentanut Oy Minä Ab – mallin, missä itsensä johtaminen eri osa-alueet on jaettu kuuteen eri osaan: keho, mieli, tunteet, arvot, työ sekä tietoisuus. Itsensä johtamisen tavoitteena on itsetuntemuksen ja reflektion avulla uudistua kaikissa näissä osa-alueissa.

Itsensä johtamisen strategioiden tavoitteena on auttaa yksilöä itsensä johtamisessa. Neck (2006) jakoi itsensä johtamisen strategiat kolmeen eri kategoriaan: käyttäytymiseen keskittyvät-, luonnollisen palkitsemisen-, sekä rakentavien ajattelumallien strategiat. Käyttäytymiseen keskittyvien strategioiden tavoitteena on ymmärtää käyttäytymismallimme ja korvata ne paremmilla. Luonnollisen palkitsemisen strategioiden avulla pyritään lisäämään tehtävien palkitsevuutta. Rakentavien ajattelumallien strategioiden tavoitteena on hyödyntää omia ajatuksiaan suorituskyvyn parantamiseksi. Näitä strategioita voi myös B2B-myyjät hyödyntää työssään.

### 5.2 Mitä henkilökohtainen B2B-myynti pitää sisällään

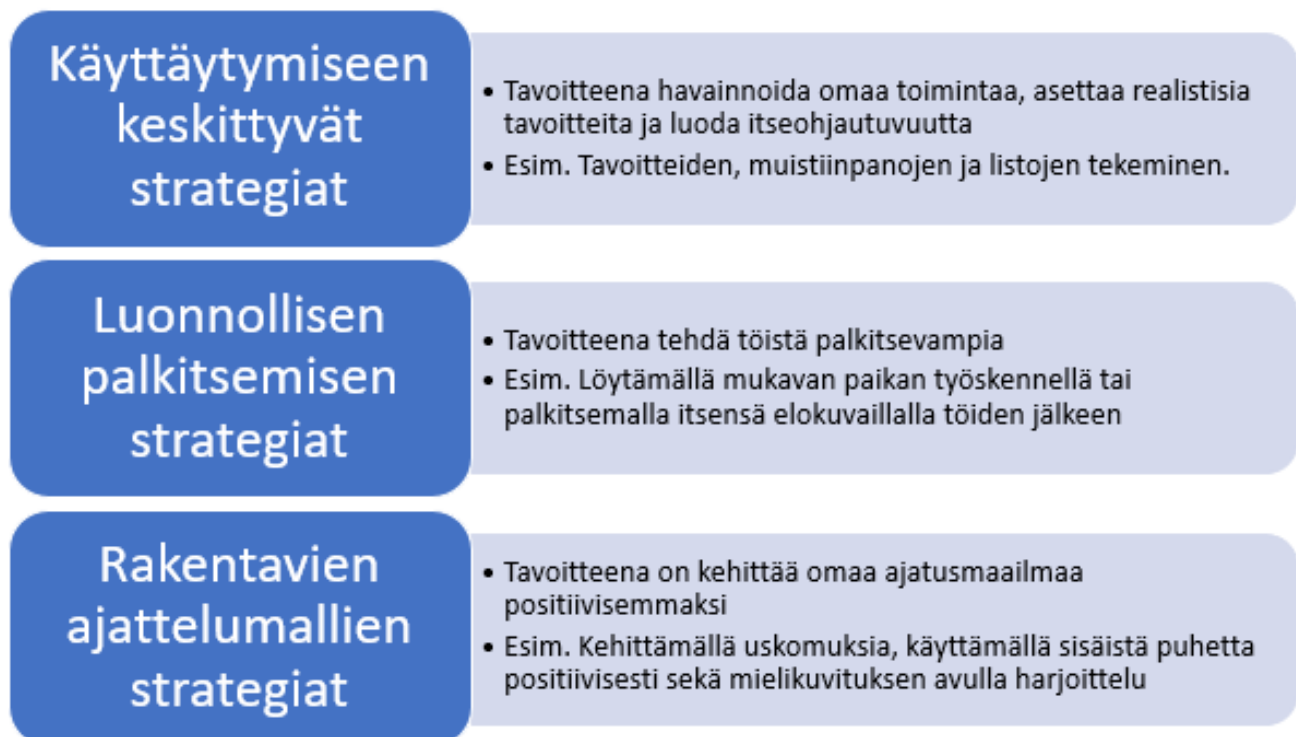
Henkilökohtaisen B2B-myyntin vaiheet voidaan tiivistää myyntiprosessiin. Myyntiprosessi pitää sisällään kaikki vaiheet, jotka myyjä tekee työssään. Myyntiprosessien pituus ja vaiheet vaihtelevat asiakkaan ja tuotteen mukaan. Myyntiprosessi alkaa prospektoinnilla, jonka tavoitteena on löytää potentiaalisia asiakkaita. Tämän jälkeen myyjä kontaktoi ja ottaa selvää onko hänen myymälleen tuotteelle tarvetta ja sopii tapaamisen. Tapaamisen tavoitteena on kartoittaa asiakkaan tarpeet ja tehdä niiden pohjalta ratkaisuehdotus. Tapaamisen jälkeen asiakkaalle annetaan tarjous ja kauppa päätetään. Hyvä myyjä lopuksi arvioi toimintaansa ja kehitystä sekä pitää huolen, että uudesta asiakkaasta pidetään huolta.

### 5.3 Miten B2B-myyntiä tehdään etänä

Teknologian ansiosta kaikki myyntiprosessin vaiheet on myös mahdollista tehdä etänä. Suurimpia eroja normaaliin myyntiin on tapaamisen järjestäminen videopalvelun kautta sekä sähköinen allekirjoitus. Myyjältä etätyöskentely vaatii hyvää ajanhallintaa, sillä etätapaamisissa aikataulut ovat yleensä tiukempia. Myös videopuhelun välityksellä kehonkielentulkitseminen on vaikeampaa. Videopuheluissa kannattaakin hyödyntää näytönjakoa ja diaesityksiä, jotka herättävät asiakkaan kiinnostuksen. Myyjänä on tärkeää pitää keskustelu rikkaana molemmin puolin sekä varmistaa asiakkaan kanssa jatkotoimenpiteistä normaalia tarkemmin.

### 5.4 Miten itsensä johtamisen taidot tukevat B2B-myyjää etätyössä?

B2B-myynti etänä vaatii työntekijältä joustavuutta, reagointi kykyä, luovuutta sekä kykyä uudistua. Etätyöskentelyssä korostuu itsensä johtamisen taitojen tärkeys. Itsensä johtamisen strategiat tukevat B2B-myyjää parantamaan omaa tehokkuuttaan, motivoituneisuuttaan sekä työssä onnistumista. Alla kuva 6 tiivistää Bryant & Kazan (2013) sekä Neck (2006) määrittelemät itsensä johtamisen strategiat.



Kuva 6. Itsensä johtamisen strategiat

Näiden kolmen itsensä johtamisen strategian avulla B2B-myyjä voi tehdä etätöiden tekemisestä tehokkaampaa, motivoivampaa sekä palkitsevampaa. Käyttäytymiseen keskittyvät strategiat pohjautuvat itsensä tuntemiseen. Kun myyjä tuntee itsensä, on hyvien käyttäytymismallien

tekeminen helpompaa. B2B-myyjä voi esimerkiksi tehdä realistisia tavoitteita, muistiinpanoja ja listoja. Näiden pohjalta B2B-myyjä voi miettiä mitkä toimintatavat olivat toimivia. Luonnollisen palkitsemisen strategioiden tavoitteena on tehdä töiden tekemisestä palkitsevampaa. B2B-myyjä voi esimerkiksi tehdä töitä mieluisassa paikassa kuten parvekkeella. Toinen tapa tehdä työstä palkitsevampaa on palkita itseään esimerkiksi elokuvailalla tai muulla mielekkäällä tekemisellä töiden jälkeen. Kolmantena strategiana B2B-myyjä voi hyödyntää rakentavien ajattelumallien strategioita. Näiden strategioiden tavoitteena on kehittää omaa ajatusmaailmaa positiivisemmaksi. B2B-myynti etänä on huomattavasti mukavampaa, jos luottaa itseensä. Yksi esimerkki rakentavien ajattelumallien strategioista on mielikuvituksen avulla harjoittelu. B2B-myyjä voi mielikuvituksen avulla harjoitella myyntitapaamista niin paljoin kuin haluaa. Hyvän harjoittelun jälkeen B2B-myyjä osaa toimia tapaamisessaan haluamallaan tavalla.

## 6 Pohdinta

Pohdinta kappaleessa kerrotaan opinnäytetyön päätulokset ja niistä tehdyt johtopäätökset. Esitetään jatkotutkimusehdotus ja mietimme tutkimuksen luotettavuutta. Näiden lisäksi kirjoittaja myös arvioi opinnäytetyö prosessia.

### 6.1 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää mitkä itsensä johtamisen taidot tukevat B2B-myyjää etätyössä. Teoria osuudessa esille nousivat erityisesti itsensä johtamisen strategiat. Itsensä johtamisen strategioiden avulla B2B-myyjä voi parantaa omaa tehokkuuttaan, itseohjautuvuuttaan sekä lisäämään motivaation tunnetta.

Covid-19 pandemian vauhdittamana etätyöskentelyn määrä kasvoi runsaasti. Kuten aikaisemminkin on mainittu, opinnäytetyön kirjoittaja on käynyt melkein koko ammattikorkeakoulun etänä. Etätyöskentelyssä korostuu entistä enemmän itsensä johtamisen taitojen merkitys. Etätyöskentelyssä tehokkuudesta, ajanhallinnasta sekä hyvinvoinnista on vastuussa itse.

Yhtä lailla B2B-myyntissä itsensä johtamisen taitojen sekä itsensä ohjautuvuuden taitojen osaamisesta on suuresti hyötyä. Etätyöskentely päivinä pitää pystyä johtamaan itseään ilman kenenkään ohjausta. Itsensä johtamisen strategioita hyödyntämällä B2B-myyjät voivat parantaa omaa tehokkuuttaan, itseohjautuvuuttaan, motivaatiotaan sekä jaksamistaan työssään ja elämässään.

### 6.2 Jatkotutkimusehdotukset

Kirjoittajan mielestä mielenkiintoinen jatkotutkimusehdotus olisi tutkimus, jossa vertaillaan uusien B2B-myyjien toimintaa, tuloksia sekä työhyvinvointia. Osalle myyjistä opetettaisiin itsensä johtamisen strategiat ja toisille ei. Tämän kaltaisella tutkimuksella pystyttäisiin mittaamaan ja vertailemaan itsensä johtamisen strategioiden hyödyllisyyden myynnissä, sekä myyjien hyvinvoinnissa.

Toinen jatkotutkimusehdotus keskittyy jo pitkään B2B-myyntiä tehneisiin. Jokainen ihminen on hieman erilainen ja jokaiselle toimii hieman eri strategiat. Haastattelututkimuksen avulla saisimme hyviä käytännön vinkkejä ja ideoita itsensä johtamiseen.

### 6.3 Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointi ei ole yksinkertaista, eikä siihen ole mitään tarkkaa ohjetta. Luotettavuutta voi kuitenkin arvioida esimerkiksi miettimällä tutkimuksen kohdetta

ja tarkoitusta, omat sitoumukset tutkijana tässä tutkimuksessa, aineiston keruu, tutkimuksen kesto, aineiston analyysi, tutkimuksen luotettavuus sekä tutkimuksen raportointi. Tutkimuksessa on erittäin tärkeää sen johdonmukaisuus. (Tuomi & Sarajärvi 2018)

Tutkimuksen kohteena ja tarkoituksena oli tutkia mitä itsensä johtamisen taitoja B2B-myyjä voi käyttää hyödyksi etätöissä. Tutkimuskohde valikoitui sen ajankohtaisuuden vuoksi, sillä covid-19 pandemian takia etätöskentely lisääntyi huomasti erityisesti B2B-myyntissä. Tämä lisäsi kirjoittajan mielenkiintoa itsensä johtamisen taitoihin. Aineistoa kerättiin tutkimuskysymyksissä olevilla sanoilla kuten itsensä johtaminen ja B2B, Haaga-Helian verkkokirjastosta sekä eri hakuselaimilla. Tutkimuksen tekeminen alkoi syksyllä 2022 ja valmistui 2023 alkuvuodesta, joten tutkimuksen tekemiseen on ollut riittävästi aikaa. Opinnäytetyö on kirjoitettu Haaga-Helian pitkälle raportointipohjalle.

Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuuden kriteerinä voidaan pitää uskottavuutta, mutta uskottavuuden määrittelyssäkin on eroja. Tyhjälän (1991) mukaan uskottavuutta on totuusarvo, sovellettavuus, pysyvyys sekä neutraalisuus. Parkkila (2000) puolestaan määrittelee uskottavuuden tutkimuksen osallistuneiden riittävällä kuvauksella sekä arviolla aineiston totuudenmukaisuudella. (Tuomi & Sarajärvi 2018) Tämä opinnäytetyö on näiden yllä mainittujen kriteerien mukaisesti luotettava. Opinnäytetyö on kirjoitettu neutraalisti, sekä sen taustat on kerrottu selkeästi. Myös käytetyt aineistot ovat uskottavia ja totuudenmukaisia. Opinnäytetyössä käytyt asiat ovat sovellettavissa.

Toisena laadullisen tutkimuksen yleisesti käytettävänä luotettavuuden mittarina voidaan käyttää siirrettävyyttä. Parkkilan (2000) mukaan tulosten luotettavuutta mitataan niiden siirrettävyydellä tutkimuskontekstin ulkopuoliseen kontekstiin. (Tuomi & Sarajärvi 2018) Myös tämän kriteerin mukaisesti tutkimus on luotettava. Opinnäytetyössä esille tulleet aiheet ja tuloksia voi käyttää myös tutkimuskontekstin ulkopuolisiin konteksteihin.

#### **6.4 Opinnäytetyö prosessin arviointi**

Opinnäytetyöprosessi oli kirjoittajalle täysin uutta. Opinnäytetyön idean keksiminen tuotti paljon vaikeuksia kirjoittajalle, sekä tutkimuskysymysten tekeminen. Myös aikataulusuunnitelman tekeminen alussa oli vaikeaa, koska työn sisältö ja vaiheet olivat vielä hieman hukassa. Työ kuitenkin pysyi alun ongelmista ja epäselkeästä aikataulusta huolimatta kiitettävästi aikataulussa. Aikataulussa pysymisessä auttoi erityisesti viikkokohtaisten suunnitelmien tekeminen.

Itse varsinaisen opinnäytteen kirjoittaminen alkoi ensimmäisellä teoria osuudella. Jälkikäteen ajateltuna olisi ollut järkevämpää aloittaa kirjoittamalla eri tutkimusmenetelmistä, jotta alusta alkaen

kirjoittajalla olisi ollut selkeämpi visio minkälainen opinnäytetyö on kyseessä. Myös jokaiseen teoria osuuteen kirjoittaja olisi halunnut kerätä hieman lisää lähteitä, ja paneutua aiheisiin hieman syvemmin kuin nyt aikaa oli. Näistä seikoista huolimatta kirjoittaja on tyytyväinen valmiiseen lopputulokseen ja uskoo, että työ tiivistää aiheista olennaisen.

## Lähteet

- B2BMyynti.fi. B2B-myyntiprosessi ja vinkkejä sen edistämiseen. Nettisivu.  
<https://www.b2bmyynti.fi/blogi/b2b-myyntiprosessi-ja-vinkkejä-sen-edistämiseen> Luettu: 27.1.2023
- Bryant, A & Kazan, A. L. 2013. Self-Leadership. How To Become A More Successful, Effidient, And Effective Leader From Inside Out. McGraw-Hill. E-kirja. Luettu 21.2.2023
- Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. 2022. Opinnäytetyö, AMK-opinnot. <https://www.haaga-helia.fi/fi/opinnaytetyo-amk-opinnot> Luettu: 14.10.2022
- Helander, J. Myyntiprosessi: Mikä se on ja kuinka rakennat omasi? Blogi.  
<https://www.vainu.com/fi/blogi/myyntiprosessi/> Luettu: 30.1.2023
- Honkanen, M. Käytännön vinkkejä B2B-myyntiin etänä. Blogi.  
<https://www.vainu.com/fi/blogi/etatyö-b2b-myynti/> Luettu 30.1.2023
- Jobber, D. 2012. Selling and sales management. Pearson Education.
- Neck, C. 2006. Self-leadership. Bradford Emerald Group Publishing Limited. E-kirja. Luettu 26.11.2022
- Salminen, A. 2011. Mikä kirjallisuuskatsaus. Vaasan yliopisto. Luettavissa:  
[https://www.uwasa.fi/materiaali/pdf/isbn\\_978-952-476-349-3.pdf](https://www.uwasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-349-3.pdf) Luettu: 22.11.2022
- Sydänmaanlakka, P. 2010. Älykäs itsensä johtaminen: näkökulmia henkilökohtaiseen kasvuun. Alma Talent. Helsinki. E-kirja. Luettu 21.11.2022
- Tuomi, J & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. E-kirja. Luettu 13.3.2023