



Kylmäkontaktointi Saksan markkinaan suomalaisen näkökulmasta

Iitu-Sofia Tirkkonen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tradenomin tutkinto

Amk-opinnäytetyö

2024

Tiivistelmä

| |
|---|
| Tekijä Iitu-Sofia Tirkkonen. |
| Tutkinto Tradenomi |
| Raportin/Opinnäytetyön nimi Kylmäkontaktointi Saksan markkinaa suomalaisen näkökulmasta |
| Sivu- ja liitesivumäärä 65 + 1 |
| <p>Tämä päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö käsittelee kirjoittajan päivittäisiä työtehtäviä Saksan markkinassa seurantajakson ajan. Päivittäisiä työtehtäviä seurataan vain kylmäkontaktointin osalta, vaikka kirjoittajan arkeen kuuluu myös muita työtehtäviä kuten asiakastapaamisia. Kylmäkontaktointiin liittyviä työtehtäviä seurataan kahdeksan viikon ajan aikavälillä 11.03.2024-03.05.2024.</p> <p>Kirjoittaja työskentelee kansainvälisessä organisaatiossa ja pääasiallisena työtehtävänä on kutsua uusia jäseniä yrityksen päättäjän verkostoon. Kirjoittaja on työskennellyt organisaatiossa hie- man yli puoli vuotta, mutta on jo päässyt erinomaisiin tuloksiin Suomen markkinassa. Kaksi viik- koa ennen seurantajakson aloittamista, kirjoittaja on siirtynyt työskentelemään Suomen markki- nasta Saksan markkinaa. Opinnäytetyön tavoitteena on seurata siirtymää sekä tunnistaa mark- kinoiden välisiä eroja erityisesti kylmäkontaktointiin liittyen. Opinnäytetyössä keskitytään vain kylmäkontaktointiin, sillä kirjoittaja sekä työnantaja organisaatio on tunnistanut tämän erityisen haastavaksi Saksan markkinassa.</p> <p>Opinnäytetyö koostuu johdannosta, lähtötilanteen kuvauksesta, päivittäisistä merkinnöistä, viik- koanalyysistä ja pohdinnasta. Johdanto ja lähtötilanteen kuvaus antavat taustatiedot kirjoittajan nykyisestä osaamistasosta sekä toimintaympäristöstä. Päivittäisiin merkintöihin on raportoitu ky- seisen päivän työtehtävät, jotka liittyvät kylmäkontaktointiin Saksan markkinassa.</p> <p>Seurantaviikoille on määritetty erilliset ammatillisen kehittymisen teemat, jotka ovat itsensä joh- taminen, saksalaisen kulttuurin tunteminen sekä löytää parhaat käytännöt kylmäkontaktointiin. Kirjoittaja perehtyi teemoihin liittyvään ammattikirjallisuuteen ja pyrki niiden avulla kehittämään omaa tekemistään. Tietoperusta ja oman työn analysointi löytyvät viikkoanalyysistä.</p> <p>Lopun pohdinnassa kirjoittaja analysoi koko kirjoitusprosessia ja sen aikana oppimiaan asioita. Erityisesti Saksan markkinan haastavuus yllätti kirjoittajan ja itsensä johtaminen nousi tärkeäksi kehityskohteeksi. Kirjoittaja huomasi myös kulttuurillisten erojen vaikuttavan kylmäkontaktointin tuloksiin ja aikoo tulevaisuudessa perehtyä kohdemarkkinan kulttuuriin paremmin, jos saa mah- dollisuuden työskennellä kansainvälisessä roolissa. Seurantajakson perusteella kirjoittaja huo- masi erityisesti oman työn sekä kehityskohteiden analysoinnin olevan tärkeää ja aikoo myös tu- levaisuudessa raportoida sekä analysoida omaa tekemistään järjestelmällisemmin.</p> |
| Asiasanat Kylmäkontaktointi, Saksa, Itsensä johtaminen, Kylmäsoittaminen, Resilienssi, Motivaatio |

Sisällys

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 1.1 | Yrityksen kuvaus | 1 |
| 1.2 | Ammatillisen kehittymisen teemat | 2 |
| 2 | Lähtötilanteen kuvaus..... | 4 |
| 2.1 | Oman nykyisen työ analysointi | 4 |
| 2.2 | Sidosryhmien esittely | 6 |
| 2.3 | Työpaikan vuorovaikutustilanteet | 7 |
| 3 | Seurantajakson raportointi viikkoanalyysineen | 9 |
| 3.1 | Seurantaviikko 1. Motivaatio..... | 9 |
| 3.2 | Seurantaviikko 2. Työntekijätaidot | 17 |
| 3.3 | Seurantaviikko 3. Resilienssi | 24 |
| 3.4 | Seurantaviikko 4. Saksalainen kulttuuri | 30 |
| 3.5 | Seurantaviikko 5. Saksalainen kulttuuri | 37 |
| 3.6 | Seurantaviikko 6. Parhaat käytännöt kylmäkontaktointiin | 43 |
| 3.7 | Seurantaviikko 7. Parhaat käytännöt kylmäkontaktointiin | 49 |
| 3.8 | Seurantaviikko 8. Parhaat käytännöt kylmäkontaktointiin | 55 |
| 4 | Pohdinta | 61 |
| | Lähteet..... | 65 |
| | Liitteet | 68 |
| | Liite 1. Seurantaviikkojen soittamisen luvut | 68 |

1 Johdanto

Opinnäytetyössä tarkastellaan siirtymää Suomen markkinasta Saksan markkinaan. Tavoitteena ymmärtää markkinoiden eroja ja tunnistaa omia ammatillisia kehityskohteita. Työssä keskeisenä osana ovat myynnilliset teoriat ja prosessit, joita sovelletaan uuteen kohdemarkkinaan. Vaikka myynnin tavoitteet ja työtehtävät eivät merkittävästi muutu Saksan markkinaan siirryttäessä, opinnäytetyössä tutkitaan, miten eri kulttuurit vaikuttavat myynnilliseen työhön.

Opinnäytetyö toteutetaan päiväkirjamuotoisena osana työtäni Management Events -organisaatiossa, jossa olen työskennellyt elokuusta 2023 lähtien Network Growth Managerina. Roolini on hyvin myynnillinen, ja päätavoitteenani on kutsua uusia jäseniä Aurora Live -verkostoon. Koska verkostomme on jäsenille maksuton, myyntiprosessi on tavallista lyhyempi, sisältäen prospektoinnin, tapaamisten sopimisen ja asiakastapaamiset. Roolissa menestyminen vaatii hyviä myyntitaitoja, kuten tehokasta kommunikointia, asiakkaan tarpeiden ymmärtämistä ja sitkeyttä.

Kylmäkontaktointi on työn ydin ja vie suurimman osan ajastani. Management Events on tunnistanut, että kylmäkontaktointi on erityisen haastavaa Saksan markkinassa, mikä tekee siitä keskeisen osa-alueen työssäni. Vaikka olen tehnyt kylmäkontaktointia Suomessa viimeiset 2,5 vuotta, en ole vielä merkittävästi toiminut kansainvälisessä ympäristössä. Haluan kehittää taitojani kansainvälisessä myyntityössä ja selvittää, kuinka paljon kulttuurierot vaikuttavat myyntityössä menestymiseen. Tästä syystä opinnäytetyössä keskitytään pelkästään kylmäkontaktointiin eikä muihin työtehtäviini.

Opinnäytetyö koostuu johdannosta, lähtötilanteen kuvauksesta, päiväkirjamerkinnöistä sekä pohdinnasta. Päiväkirjaosuudet kattavat ajanjakson 11.3.2024–3.5.2024, ja niissä raportoidaan päivittäiset työtehtävät, jotka liittyvät Saksan markkinan kylmäkontaktointiin. Jokaiselle päivälle asetetaan tavoite, joka liittyy ammatilliseen kehittymiseen, ja viikon päätteeksi laaditaan viikkoraportti. Viikkoraportissa analysoidaan sekä ammatillisia kehitysteemoja että oman osaamisen kehitystä viikon aikana.

1.1 Yrityksen kuvaus

Management Events on Olli Muuraisen 1994 Suomessa perustama yritys, joka toimii nykyään 11 Euroopan maassa. Yrityksen päämääränä on tuoda Euroopan suurimpien yritysten päättäjät ja palveluntarjoajat yhteen. Liiketoiminta perustuu Aurora Live-verkostoon, joka on Euroopan suurimpien yritysten johtajien kutsuvierasverkosto. Verkoston jäsenyys, virtuaalinen materiaali sekä tapahtumat ovat jäsenille täysin maksuttomia ja verkoston jäsenet sitoutuvat kuuteen 15 minuutin tapaamiseen palveluntarjoajien kanssa kerran kvartaalissa. Management Eventsin liikevaihto syntyy näistä

15 minuutin tapaamista sekä tapahtumien sponsorointi elementeistä. Verkoston kohderyhmänä on kunkin markkinan 500 suurimman yrityksen ylin johto. Verkosto on nykyään vahvasti keskittynyt IT-, digi- ja tietoturva-johtajiin. Joissain markkinoissa, kuten Suomessa, on myös mukana talous-, HR- sekä toimitusketjusta vastaavia johtajia.

Management Events toimii tällä hetkellä Suomessa, Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, Sveitsissä, Itävallassa, Belgiassa, Hollannissa, Saksassa, Iso-Britanniassa ja Ranskassa. Toimistot sijaitsevat Helsingissä, Tukholmassa, Amsterdamissa, Berliinissä, Kööpenhaminassa ja Kuala Lumpurissa, jossa tosin toimii vain markkinointi ja muita tuki funktioita. Yrityksen virallinen kieli on englanti ja asiakkaiden sekä verkoston jäsenien kanssa työskennellään joko englanniksi tai paikallisella kielellä. Yrityskulttuuri on hyvin kansainvälinen ja yrityksessä työskentelee noin 200 työntekijää. Management Events liikevaihto oli vuonna 2023 hieman yli 30 miljoonaa.

1.2 Ammatillisen kehittymisen teemat

Päiväkirjaopinnäytetyön ensisijaisena tavoitteena on ammatillinen kasvu, joka sidotaan aiemmin määrittelyihin teemoihin ja työtehtäviin. Opinnäytetyössä keskitytään vain kylmäkontaktointiin ja ammatillisen kehittymisen teemat on valittu tukemaan tätä. Ensimmäisillä viikoilla keskitytään itsensä johtamisen teemoihin, sillä siihen sisältyvät asiat vaikuttavat vahvasti myynnillisissä rooleissa menestymiseen. Itsensä johtamisella tarkoitetaan oman toiminnan suunnittelua, ohjaamista ja muuttamista sekä omien tunteiden sekä ajatusten sääntelyä (Moilanen 2021)

Itsensä johtaminen liittyy myös vahvasti kylmäkontaktointiin, sillä tapaamisten sopiminen vaatii paljon omaa aktiivisuutta ja aikaa, joten omaa aikaa on hallittava tehokkaasti. Myynnillisissä rooleissa on myös tärkeää pitää huolta omasta motivaatiosta eikä lannistua pettymyksistä. Itsensä johtamiseen liittyvät keskeiset lähteet ovat Martellan ja Jarenkon *Draivi*-kirja (2015), Mannermaan *Työntekijätaidot*-kirja (2024) sekä Resilience Alliancen resilienssi-valmennus.

En ole aiemmin työskennellyt Saksan markkinassa, joten haluan ymmärtää paremmin paikallista kulttuuria ja tapoja, jotta osaan myös puhutella saksalaisia oikein ja kunnioittavasti. Pyrin ymmärtämään saksalaista kulttuuria paremmin perehtymällä Riemhoferin kirjaan *Doing Business in Germany: A Concise Guide to Understanding Germans and Their Business Practices*. Haluan myös kehittää taitojani kylmäkontaktoinnissa ja erityisesti kylmäsoittamisessa, joten viimeinen ammatillisen kehittymisen teema on löytää parhaat käytännöt kylmäkontaktointiin. Viimeisillä viikoilla perehdytään Sobczakin kirjaan *Smart Calling: Eliminate the Fear, Failure, and Rejection from Cold Calling, Third Edition* (2020).

| Oman ammatillisen kehittymisen tavoitteet | Tietoperustan luku raportissa | Seurantaviikko | Oman ammatillisen kehittymisen tulokset |
|---|-------------------------------|------------------|---|
| Itsensä johtaminen | 3.1, 3.2 ja 3.3 | Viikot 1, 2 ja 3 | 3.1, 3.2, 3.3 ja 4 |
| Saksalainen kulttuuri | 3.4 ja 3.5 | Viikot 4 ja 5 | 3.4, 3.5 ja 4 |
| Parhaat käytännöt kylmäkontaktointiin | 3.6, 3.7 ja 3.8 | Viikot 6, 7 ja 8 | 3.6, 3.7, 3.8 ja 4 |

Taulukko 1. Peittomatriisi tekstinsisäisistä kytköksistä

2 Lähtötilanteen kuvaus

Nykyinen työnimikkeeni on Network Growth Manager ja olen työskennellyt kyseisessä roolissa hie-
man yli puoli vuotta. Tulokseni ovat olleet erinomaisia ja viime vuosipuolikkaalla saavutin omat
henkilökohtaiset tavoitteeni 175 %. Tähän asti olen työskennellyt ainoastaan Suomen markkinan
parissa, joten Saksan markkinaan siirtyminen tulee olemaan merkittävä muutos työssäni, vaikka
sen sisältö ei juurikaan muutu. Uuteen markkinaan siirtyminen tuo varmasti mukanaan esimerkiksi
kulttuuriin liittyviä haasteita, joten vahva osaaminen nykyisessä markkinassa on minulle todennä-
köisesti eduksi.

2.1 Oman nykyisen työ analysointi

Network Growth Managerin rooli organisaatiossamme on kutsua uusia jäseniä mukaan Aurora
Live-verkostoon. Rooli on suhteellisen uusi, olen tällä hetkellä Suomen markkinassa ensimmäinen
ja ainoa Network Growth Manager. Minulla on kuitenkin kollegoita, jotka vastaavat asiakassuh-
teista verkoston jäsenten kanssa ja työskentelen heidän kanssaan samassa yksikössä. Heidän
työnimikkeensä on Key Client Manager.

Aurora Live on kutsuvierasverkosto ja jäseneksi pääsee vain keskustelemalla Network Growth Ma-
nagerin kanssa. Yleensä keskustelut käydään 30 minuutin etätapaamisten muodossa ja tapaami-
sen tavoitteena on kvalifioida, onko henkilö verkostomme kohderyhmää sekä herättää hänessä
halu tulla verkostomme jäseneksi. Network Growth Managereiden vastuu verkoston jäsenistä lop-
puu, kun henkilö on kvalifioitu ja sitoutettu mukaan verkostoon seuraavaksi kvartaaliksi. Tämän jäl-
keen vastuu jäsenten sitouttamisesta sekä asiakasyhteydenpidosta siirtyy Key Client Managereille.

Jokainen Network Growth Manager sopii omat tapaamisensa ja vastaa osittain myös prospektoin-
nista. Tietokanta tiimi tukee prospektoinnissa tuottamalla raakalistaa potentiaalisista jäsenistä,
mutta Network Growth Managereiden on laadullistettava prospektilistaa. Prospektoinnissa hyödyn-
nämme suurimmaksi osaksi LinkedIniä sekä Sales Navigatoria ja yhteystietojen hakuun Funderia
sekä Lushaa.

Suurin osa työajasta kuluu kuitenkin kylmäkontaktointiin, sillä kohderyhmänä on Euroopan suurim-
pien yritysten ylimmäntason johtajat. Heidän ovat pääsääntöisesti hyvin kiireisiä, jonka takia kon-
taktointiin kuluu paljon aikaa. Pääasialliset kanavat kontaktointiin ovat sähköposti, LinkedIn ja pu-
helut. Eniten aikaa käytämme kylmäsoittamiseen, sillä organisaatiomme on havainnut sen olevan
tehokkain kanava sopia tapaamisia päättäjien kanssa. Kärjistäen Network Growth Managerin myyn-
tiprosessi etenee prospektoinnista tapaamisen sopimiseen, jonka jälkeen tavataan päättäjän

kanssa ja kvalifioidaan hänet verkoston jäseneksi. Rooliin kuuluu myös hallinnollista työtä sekä asiakaspalvelua Aurora Live-verkoston tapahtumissa.

Kylmäkontaktointi ja erityisesti kylmäsoittaminen on keskeinen osa Network Growth Managerin roolia. Jos et saa itsellesi tapaamisia sovittua, on vaikeaa kutsua uusia jäseniä mukaan verkostoon. Minulla on jo ennestään vahva tausta kylmäsoittamisesta sekä näyttöä siinä onnistumisessa. Työskentelin kaksi vuotta Trainers' House nimisessä organisaatiossa, joka tarjoaa kylmäsoittamisen ulkoistamiseen liittyviä palveluita. Tein aluksi vain kylmäsoittamista ja suoriuduin siinä korkealla tasolla. Ylenin myös nopeasti projektijohtajaksi, jonka myötä pääsin laajentamaan osaamistani huomattavasti kylmäkontaktointiin liittyen. Suuntautumiseni Haaga-Heliassa on myynti ja asiakkuudet, joten olen opintojen kautta kartuttanut myynnillistä osaamistani.

Myös Management Eventsillä kylmäkontaktointi on ollut yksi vahvuuksistani ja olen jopa päässyt valmentamaan kollegoitani aiheesta. Ensimmäisen puolenvuoden aikana sovin itselleni yli 360 tapaamista ja rikoin organisaation ennätyksiä tapaamisten sopimisessa päivä- sekä viikkotasolla. Prospektointi on minulle myös ennestään hyvin tuttua aiemman työkokemuksen kautta ja aktiivinen prospektointi on ollut yksi avain kylmäkontaktoinnissa onnistumiseen. Olen myös käynyt asiakastapaamisissa ennen Management Eventsille siirtymistä, mutta näissä osaamiseni ei ole yhtä vahvalla tasolla, kuin kylmäkontaktoinnissa. Olen kuitenkin pärjännyt myös näissä erinomaisesti ja vuorovaikutustaitoni ovat kehittyneet valtavasti. Asiakastapaamisissa niin sanottu "hit-rate" eli prosentuaalinen määrä tapaamisia, jotka johtavat jäsenyyteen, on ollut alusta alkaen noin 50 %.

Työnkuvani on keskustella Euroopan suurimpien yritysten johtajien kanssa ja kokeneiden neuvottelijoiden kanssa vuorovaikutustaitojen tulee olla erinomaisella tasolla. Erityisesti asiakkaan kuunteleminen ja tarpeiden tunnistaminen ovat keskiössä. On myös oltava itsevarma, niin omista taidoista kuin verkoston tuomasta arvosta, jotta osaat tuoda nämä ilmi myös päättäjille. Aurora Live-verkoston sekä Management Eventsin toimintaa ja asiakkaan saamaa arvoa täytyy myös ymmärtää erinomaisesti, jotta osaat vastata ammattimaisesti asiakkaiden ja verkoston jäsenten yllättäviinkin kysymyksiin.

Vaikka olen vasta urani alussa, minulta löytyy jo hyvin kokemusta myynnillisistä työtehtävistä. Haluan tulevaisuudessa työskennellä myynnin parissa, joten oman ammatillisen kehittymisen kannalta myynnilliset taidot ovat erityisen tärkeitä. Erityisesti myynnin alkupään työtehtävät, eli prospektointi ja kylmäkontaktointi, ovat minulle hyvin tuttuja ja myös yksiä vahvuuksistani. Vuorovaikutus asiakastapaamisissa on ainakin lukujen valossa hyvä, mutta tiedotan, että neuvottelutaidoissani on vielä parannettavaa, sillä olen aktiivisesti käynyt omissa asiakaspalavereissani vasta hieman yli puoli vuotta.

Vaikka minulla on hyvät prosessit töiden suunnittelua varten, koen että itsensä johtamiseen liittyvissä taidoissa on vielä parannettavaa. Annan tunteilleni usein liikaa valtaa, esimerkiksi epäonnistuessani alan usein syyttelemään itseäni ja vasta myöhemmin pohtimaan tilannetta ratkaisukeskeisesti. Yleisesti osaaminen on kuitenkin riittävällä tasolla Network Growth Managerin tehtävässä menestymiseen ja minulla on myös näyttöä tästä. Lukujen valossa olen kärkipäässä uusien jäsenten rekisteröimisen määrässä ja olen myös päässyt valmentamaan uusia kollegoita kylmäkontaktitoimiseen liittyen. Yksi iso syy Saksan markkinaan siirtymiseen on ollut se, että olen pärjännyt Suomen markkinassa niin hyvin.

2.2 Sidosryhmien esittely

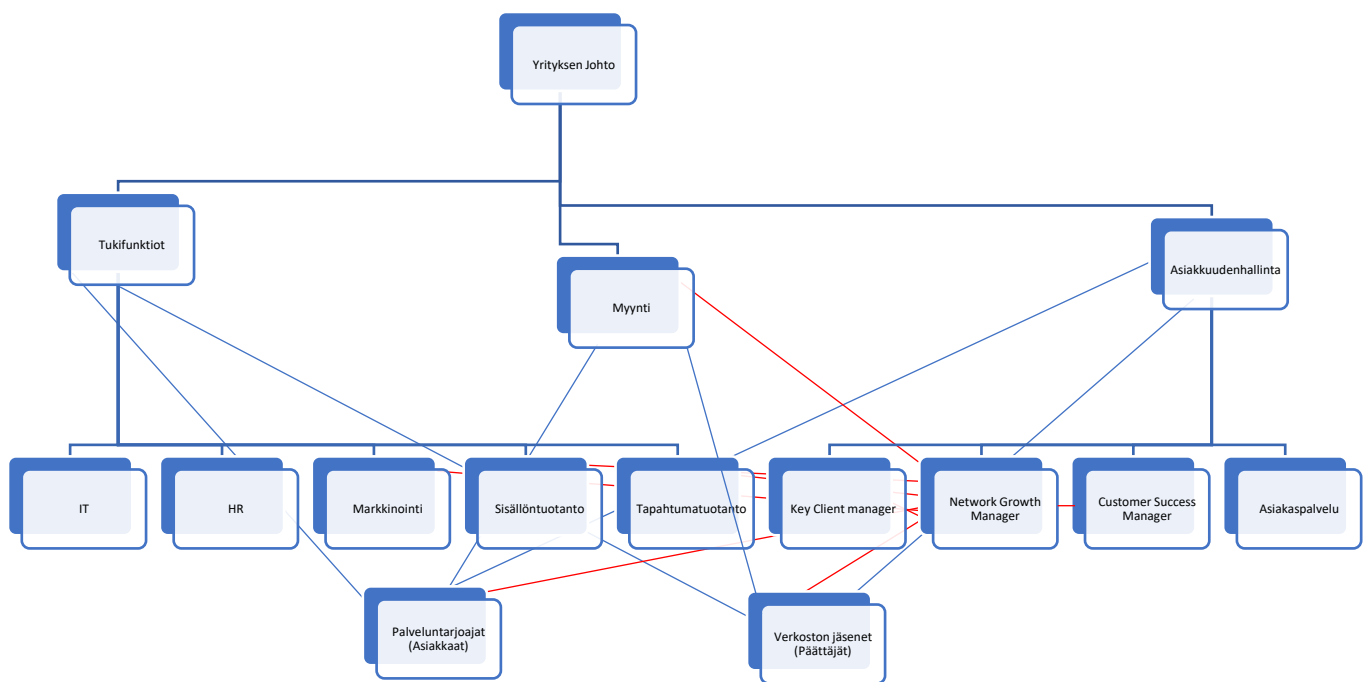
Management Eventsin organisaatio on jaettu kolmeen osa-alueeseen: myynti, asiakkuudenhallinta ja tukifunktiot. Network Growth Managerit kuuluvat asiakkuudenhallinta organisaatioon yhdessä Key Client Managereiden, Customer Success Managereiden ja asiakaspalvelun kanssa. Key Client Managerit ovat Network Growth Managereille tärkein sidosryhmä, sillä he vastaavat asiakassuhteista verkoston jäsenten kanssa. Kommunikaatio roolien välillä on oltava sujuvaa, jotta verkoston jäsenet saadaan sitoutettua toimintaan mukaan. Asiakaspalvelu vastaa verkoston toiminnan sujuvuudesta erityisesti kumppanitapaamisten osalta. Network Growth Managerit eivät ole aktiivisesti tekemisissä asiakaspalvelun kanssa, sillä Key Client Managerit vastaavat asiakassuhteista verkoston jäsenten kanssa, joten ongelmien ilmetessä he vastaavat yhteydenpidosta niin sisäisesti kuin asiakkaiden välillä.

Myyjät vastaavat luonnollisesti Management Eventsin myynnistä, käytännössä he siis myyvät 15 minuutin kohtaamisia verkoston jäsenten ja eri palveluntarjoajien välillä. Customer Success Managerit taas vastaavat asiakassuhteista palveluntarjoajien kanssa. Network Growth Managerin on oltava yhteydessä myös heidän kanssaan ja ymmärrettävä, millaiset palveluntarjoajat ovat asiakkaitamme. On tärkeää keskustella ja analysoida, millaisia päättäjiä palveluntarjoajat haluavat tavata, jotta voimme kustua verkostoon mukaan heille relevantteja henkilöitä. Myös myynnin on ymmärrettävä verkoston jäsenten tarpeita ja mielenkiinnon kohteita, jotta he osaavat myydä palveluamme oikeille yrityksille. Jokaisella markkina-alueella on omat myynti ja asiakkuudenhallinta organisaatiot, mutta tukifunktiot on järjestetty keskitetysti.

Tukifunktioihin kuuluvat HR-, IT- ja talousorganisaatiot sekä markkinointi, sisällöntuotanto ja tapahtumatuotanto. Tapahtumatuotanto on tärkeä sidosryhmä, sillä he vastaavat kaikesta tapahtumiin liittyvästä. Network Growth Managerin on tiedettävä milloin ja missä tapahtumia on sekä onko niihin mahdollisuutta kutsua lisää osallistujia mukaan. Management Eventsin sisällöntuotanto toimii hyvin asiakaslähtöisesti ja aiheet webinaareihin valitaan aina verkoston jäsenten mielenkiinnon

mukaan. Tämä vuoksi on tärkeä viestiä sisällöntuotannolle aiheista, joita verkosto jäsenet nostavat esiin. Markkinointi tukee Network Growth Managereita ja myyntiä prospektoinnissa tuottamalla prospekteja markkinointikampanjoiden avulla.

Tärkein ulkoinen sidosryhmä Network Growth Managerille on uudet potentiaaliset verkoston jäsenet sekä olemassa olevat verkoston jäsenet. Nykyinen verkosto on tärkeää tuntea, jotta siitä osaa kertoa myös uusille jäsenille. Olemassa olevilta verkostonjäseniltä saa usein myös suosituksia verkoston jäseniksi ja näin he auttavat myös löytämään uusia prospekteja.



Kuva 1. Management Events organisaatio kaavio

2.3 Työpaikan vuorovaikutustilanteet

Network Growth Managerin roolissa vuorovaikutustaidot korostuvat, sillä yhteydenpito potentiaaliin verkoston jäseniin on roolissa keskiössä. Vuorovaikutustaitojen on oltava kunnossa niin puhelimessa, viesteissä, virtuaalitapaamisissa kuin kasvotusten, sillä Network Growth Managerit pitävät yhteyttä asiakkaisiin näiden kaikkien kanavien kautta. Asiakastapaamisten ja kylmäkontaktoinnin lisäksi Network Growth Managerit pääsevät tapaamaan asiakkaita myös Aurora Live-verkoston tapahtumissa, jolloin asiakaspalveluhenkisyys kohtaamisessa korostuu.

Myös kollegoiden kanssa kohdataan usein virtuaalisesti, sillä samassa palaverissa saattaa olla henkilöitä usean eri kaupungin toimistolta. Management Events on asettanut raamit etätöille, jotta

kollegoita tavattaisiin kasvotusten useammin. Nykyisin myynti ja asiakuudenhallinta organisaatio työskentelee etänä korkeintaan yhden päivän viikossa. Oman tiimin kanssa vuorovaikutus tapahtuu siis lähinnä kasvotusten.

En ole huomannut suuria puutteita vuorovaikutustaidoissani, sillä olen hyvin ulospäinsuuntautunut ja empaattinen henkilö, joten keskusteluun osallistuminen, muiden kuuntelu ja muiden näkemyksien huomioon ottaminen ei tuota minulle vaikeuksia. Osaan myös tuoda oman näkemykseni esille ja kyseenalaistaa käytäntöjä, jotka eivät ole mielestäni tehokkaita. Olen hyvä refleктоimaan omaa tekemistäni ja ottamaan rakentavaa palautetta vastaan. Tunnistan omissa vuorovaikutustaidoissani kuitenkin kehitettävää. Innostuessani saatan puhua toisten päälle ja joskus reagoin asioihin liikaa tunteella. Esimerkiksi tasa-arvoon työelämässä saatan kommentoida kärkevästi, jos toinen osapuoli on vahvasti erimieltä kanssani.

3 Seurantajakson raportointi viikkoanalyysineen

Tähän luvussa seurataan päivittäistä työskentelyäni ajalta 11.3.2024-3.5.2024. Seurantaa tehdään siis yhteensä 8 viikon ajan ja jokaiselle viikolle on valittu oma ammatillisen kehittymisen teema, johon kyseisellä viikolla keskitytään. Ennen jokaista viikkoa viikon teemalle tehdään tiivis pohjustus ja viikkoanalyysissä pohditaan kehittymistä valittuihin teemoihin peilaten. Jokaisella viikolla myös pohditaan konkreettisia keinoja kylmäkontaktoinnin tehokkuuden parantamiseen Saksan markkinassa.

3.1 Seurantaviikko 1. Motivaatio

Tällä viikolla aion keskittyä erityisesti motivaation löytämiseen. Olen soittanut Saksaan nyt kaksi viikkoa, mutta en ole vielä saanut tapaamisia sovittua. Motivaatio on tämän vuoksi ollut melko alhaalla ja olen alkanut kyseenalaistamaan omia taitojani. Oma motivaatio on kuitenkin tärkeä osa-alue myyntityössä menestymiseen, joten haluan haastaa itseäni löytämään motivaatiota haastavan tilanteen keskeltä. Valitsin tämän viikon kirjaksi *Draivi - Voiko sisäistä motivaatiota johtaa?* (Martela & Jarenko 2015). Halusin ymmärtää paremmin, mitkä asiat vaikuttavat motivaatioon ja kuinka siihen itse voi vaikuttaa. Kirjassa on paljon konkreettisia esimerkkejä suomalaisista yrityksistä, joissa kerrotaan miten sisäistä motivaatiota, johdetaan ja miksi se on tärkeää.

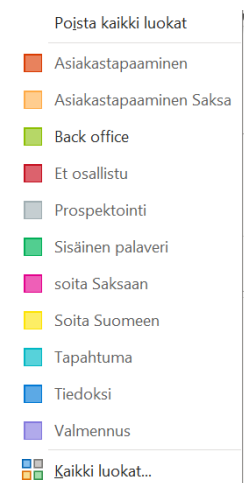
Koska motivaatiota on ollut vaikea löytää ja olen jopa hieman vältellyt Saksaan soittamista, aion tällä viikolla keskittyä juuri itseni motivoimiseen sekä kalenterin kurinalaisempaan hyödyntämiseen. Kun suunnittelen tekemistäni paremmin, olen tehokkaampi ja voin saada parempia tuloksia, joka puolestaan nostaa motivaatiota. Kalenteria hyödyntämällä voin seurata tekemistäni tehokkaammin varmistamalla, että soitan Saksaan tarpeeksi, enkä tee muuta turhaa työtä. Kalenterin hyödyntäminen on minulle tuttua erityisesti edellisestä työpaikastani Trainers' Houselta, joten minulta löytyy jo omat käytännöt sitä varten. Kiireen takia en ole alkuvuoden jälkeen hyödyntänyt kalenteria niin aktiivisesti kuin ennen.

Saksassa on vaikeampi tavoittaa päättäjiä ja soittoyrityksiä on tehtävä enemmän, jos haluaa tavoittaa saman verran päättäjiä kuin Suomessa. Myös tämän vuoksi kalenterin hyödyntäminen ja oman työajan optimointi ovat erityisen tärkeitä elementtejä. Ennen oman ajan kalanteroimista on hyvä tiedostaa, mikä on oman työsi tavoite ja mitä haluat saavuttaa. (Indeed 2022) Kun tavoitteet ovat tiedossa, pystyt paremmin suunnittelemaan mihin asioihin on varattava aikaa ja kuinka paljon. Tiedän esimerkiksi, että organisaatiossamme on tavoitteena saada vähintään 60 soittoyritystä päivässä. Tämän vuoksi merkkeään kalenteriin konkreettisesti, milloin soitan ja kuinka paljon minun on soitettava tuona ajankohtana, jotta pääsen vähintään 60 soittoyrityksen tavoitteeseen.

On myös tärkeää tunnistaa, mitkä asiat ovat tärkeitä ja mitä eivät, jotta et käytä liikaa aikaa vähemmän tärkeisiin työtehtäviin. (Indeed 2022) Värikoodaus voi auttaa tässä, sillä se auttaa erottamaan tärkeät tehtävät muista ja huomaamaan jo kalenteria vilkaisemalla, kuinka paljon aikaa käytät tärkeisiin työtehtäviin. Hyödynnän värikoodausta jo aikaisemmasta ja olen esimerkiksi aina merkanut asiakastapaamiset punaisella värillä, punainen nousee kalenterista hyvin esille ja auttaa erottamaan asiakastapaamiset sisäisistä palavereista. Omat työtehtävät on hyvä merkata kalenteriin ja väri koodata kokonaisuudessaan, jotta tiedät aina mitä teet seuraavaksi. Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Aikaa täytyy kuitenkin varata myös joustoihin ja taukoihin.

Maanantai 11.03.2024 Päivän tavoite: Viikon työtehtävien merkitseminen kalenteriin

Tämän päivän tavoitteena on merkata omat työtehtävät kalenteriin loppuviikolle. Pyrin myös soittamaan Saksan markkinaa mahdollisimman paljon, jotta saisin onnistumisia myös sieltä ja tätä kautta myös uskoa omaan tekemiseen. Haluan parantaa kalenterin hyödyntämistä esimerkiksi värikoodauksella, jotta yhdellä vilkaisulla on helpompi katsoa, mitä viikkoni pitää sisällään. Olen jo aiemmin hyödyntänyt kalenteria töissäni runsaasti, mutta viime aikoina olen merkinnyt sinne vain tärkeät muistettavat asiat. Palaan nyt kuitenkin perusasioihin, joita opin edellisessä työpaikassani. Merkkaan kalenteriin kaiken, johon tulen kyseisen viikon aikana käyttämään aikaa. Kuten esimerkiksi sähköpostien lukemisen ja CRM-merkintöjen tekemisen. Merkkaan myös soittoaikoihin, kuinka monta puhelua haluan soittaa kyseisenä aika. Tavoitteeni on saada tunnissa lähtemään 20 soittoyritystä. Teen myös eri työtehtäville värikoodit.



Kuva 2. Kalenterin värikoodit eri työtehtäville

Merkkasin tulevan viikon työtehtävät kalenteriin heti aamulla. Aion tehdä tästä viikoittaisen rutiinin, jotta voin seurata, mihin työtehtäviin käytän eniten aikaa viikoittain. Ehdin iltapäivällä soittaa Saksan markkinaa ja yhteensä aktiivista soittoaikaa Saksaan tuli kolme tuntia. Sain yllätyksekseni jopa viisi päättäjää kiinni. Heistä kukaan ei ollut valmis keskustelemaan kanssani, vaan ilmaisivat heti, etteivät ole kiinnostuneita kylmäpuheluista. Yksi päättäjä oli sopinut tapaamisen jo saksalaisen kollegani kanssa, mutta tästä ei ollut merkintää CRM-järjestelmässä. Olen muutenkin huomannut, että Saksan prospekttilista on huonossa kunnossa. Päättäjillä saattaa esimerkiksi olla järjestelmässä viisi vuotta vanha titteli, vaikka joku on heille vasta soittanut. Päättäjien tietoja ei ole päivitetty toivotulla tavalla.

Aloitin tänään Saksan puhelut sanomalla alkuun *Guten morgen*, jonka jälkeen vaihdoin englanniksi. Tämä lähestymistapa toimi suhteellisen hyvin. Vain yksi päättäjä ei ollut valmis puhumaan englantia kanssasi. Muut hieman nauroivat, kun tervehdyksen jälkeen pohjusti, että vasta opiskelen saksaa. Kukaan ei kuitenkaan ollut valmis keskustelemaan sen jälkeen, kun sanoin työskenteleväni muiden IT johtajien kanssa Saksassa ja Euroopassa sekä muutaman heidän kollegansa olevan jäsen verkostossa ja haluaisin keskustella, voisiko Aurora Live tuottaa myös heille arvoa. Tämän jälkeen sain joko kohteliaan "ei kiitos"-vastauksen tai päättäjät laittoivat luurin korvaan.

Tiistai 12.03.2022, Päivän tavoite: 100 soittoyritystä Saksaan

Tämän päivän tavoitteena oli saada 100 soittoyritystä Saksaan. En ole vielä sopinut yhtään tapaamista Saksaan ja edes yksi onnistuminen varmasti nostaisi motivaatiotani. Tämän vuoksi haluan keskittyä itse kontaktoimiseen. Olen myös huomannut jännittäväni saksalaisille päättäjille puhumista paljon enemmän kuin suomalaisille päättäjille. Tämän vuoksi haluan harjoitella myyntipuhetani ja päästä keskustelemaan mahdollisimman monen saksalaisen päättäjän kanssa.

Soitin Saksaan yhteensä tunnin ajan aamu yhdeksän jälkeen, mutta en tavoittanut sinä aikana ketään. Jatkoin soittamista yhdentoista aikoihin. Onnistuin tavoittamaan muutaman päättäjän ja sain jopa yhden pidemmän keskustelun käytyä. Kerroin päättäjälle työskenteleväni muiden IT johtajien kanssa ja hyödynsin hänen kollegoitaan, jotka ovat verkoston jäseniä, referenssinä. Tämän jälkeen kysyin, onko Aurora Live tuttu ja kerroin meistä tiiviisti. Tämän jälkeen ehdotin tiivistä 30 minuutin Teams tapaamista. Suomessa käytän pitkälti samaa lähestymistä. Päättäjä oli koko keskustelun ajan turhautunut ja kuulin kun hän huokaili puhelun aikana. Lopulta päättäjä kovasti pahoitteli ja totesi, ettei ole kiinnostunut aiheesta. Koitin hyödyntää vastaväitteitä ja kysyä minkä takia verkostoituminen ei ole hänelle nyt ajankohtaista ja milloin voisin olla uudelleen yhteydessä. Päättäjä sanoi, että ei ole tarvetta olla enää yhteydessä ja lopetti puhelun.

Saksan markkinassa tehdään asioita hieman eri tavalla kuin Suomessa, joka myös vaikeuttaa osaltaan soittamista. He eivät esimerkiksi ole päivittäneet CRM-järjestelmää yhtä aktiivisesti, joten minulla menee profiilien päivittämiseen aikaa. Suomessa poistan prospektin soittolistalta, jos hän ei ole relevantti jäsen verkostoon. Saksassa näin ei ole kuitenkaan tehty, joten listalla tulee vastaan prospekteja, jotka eivät ole osa kohderyhmää. Saksassa puhelinvaihteet ja vastaajat ovat yleensä Saksaksi, ja tämäkin on tuottanut minulle haasteita. En tiedä mitä vastaaja viestissä sanotaan, joten minun on vaikea päätellä, onko numero edes toiminnassa vai onko päättäjällä poissaolo tiedote vastaajassaan. Sain myös päivän tavoitteen soittoyritysten osalta iltapäivällä täyteen ja soitin yhteensä 105 soittoyritystä.

Keskiviikko 13.03.2024 Päivän tavoite: Oman soittolistan tekeminen Saksan markkina-

Tänään keskityn yhä soittamisen tehokkuuden parantamiseen, jotta saisin Saksan markkinassa enemmän tapaamisia sovittua ja tätä kautta myös motivaatiotani nostettua. Tämän päivän tavoitteena onkin työstää omaa soittolistaa Saksaan tehostaakseni soittotyötä. Olen huomannut, että Saksan soittolistoilla on paljon päivitettävää ja prospekteja, joille ei edes kannata soittaa. Tämä hidastaa soittamista melko paljon, sillä jokaisen liidin kohdalla on ensin tarkistettava LinkedInistä työskentelevätkö he samassa roolissa ja samassa yrityksessä, jotka CRM-järjestelmään on kirjattu. Lisäksi täytyy kvalifioida jokainen prospekti ennen soittamista. Olen Suomessa kerännyt tiimille niin sanottua ”prioriteettilistaa”, jossa kaikki prospektit on kvalifioitu ja niissä on ajantasaista dataa. Alan tänään muodostamaan tällaista listaa myös Saksaan. Valitsen listalle prospektit, jos heillä on LinkedIn profiili, josta pystyn tarkastamaan missä he nykyisin työskentelevät ja jos heille löytyi toimiva numero.

Ehdin soittaa tänään Saksaan 3,5 tuntia. Yhteensä sain 115 soittoyritystä, johon olen tyytyväinen, sillä tavoitteeni on soittaa 20 soittoyritystä tunnissa. Keräsin myös prospekteja omalle soittolitaleni ja sain listan hyvin alkuun. Tavoitin tänään kuusi päättäjää, joista vain yksi oli ei kiinnostunut. Hän puhui mielellään englantia, mutta kun mainitsin Aurora Liven, häntä ei kiinnostanut. Ei halunnut lisätietoa muiden kanavien kautta tai että soitan uudelleen myöhemmin. Yksi päättäjä ei halunnut puhua kanssani englantia, vaan vastasi Saksaksi. Sain tänään myös luvan lähettää sähköpostia yhdelle päättäjälle. Häntä ei ensin kiinnostanut asiani, mutta kun haastoin ja kysyin, tunteeeko meitä entuudestaan, sain luvan laittaa sähköpostilla lisätietoa. Yksi päättäjä sanoi suoraan, että lähetä sähköpostilla lisätietoa ja pari muuta, jotka tavoitin, olivat kiireen keskellä, joten pyysivät palaamaan huomenna.

Esihenkilöni suositteli Jordan Belfortin kirjaa "The Way of the Wolf" (2017, ääniraita 2), joten aloin kuunnella sitä iltapäivällä soittojen ohessa. Tämä teki soittamisesta mielekkäämpää ja saatan tulevaisuudessakin hyödyntää äänikirjojen kuuntelemista motivaation löytämiseen. Kirja sai minut pohtimaan menestystäni Saksassa verrattuna Suomeen. Belfort korostaa luottamuksen merkitystä myynnissä: asiakkaan on luotettava tuotteeseen, minuun ja yritykseeni. Tämä herätti kysymyksiä siitä, mihin saksalaiset eivät luota. Suomessa taas menestyn hyvin, vaikka myyntipuheeni ei ole kovin erilainen Saksaan verrattuna. Belfort myös korostaa itsevarmuuden ja motivaation tärkeyttä myyntityössä. Voiko motivaation tai itsevarmuuden puute olla syynä sille, että en menesty Saksassa?

Torstai 14.03.2024 Päivän tavoite: Soita vähintään 25 puhelua tunnissa Saksan markkina-

Tämän päivän tavoitteena on soittaa tunnissa vähintään 25 puhelua. Olen huomannut, että motivaation puute vaikuttaa soittamisen tehokkuuteen paljon, joten tämän vuoksi haluan kiinnittää yhä huomiota soittamisen tehokkuuteen. Olen myös jatkanut oman soittolistan kokoamista, joka nyt hieman hidastaa soittamista. Tulevaisuudessa tämä kuitenkin tekee soittamisesta tehokkaampaa, sillä minun ei tarvitse enää kvalifioida prospekteja, joille soitan. Myös soittolistan kokoamisen kannalta on tärkeää saada runsaasti soittoyrityksiä lähtemään, sillä näin saan kerättyä myös enemmän prospekteja omalle soittolistalleni.

Ehdin soittamaan Saksan markkinaa tänään vain kaksi tuntia, sillä asiakastapaamiset veivät tänään suurimman osan ajastani. Sain kuitenkin soitettua 65 soittoyritystä, joka on hyvä tulos soittoaikaan nähden. Soitin siis joka tunti noin 32 puhelua. Kokeilin tänään myös hieman erilaisia lähestymistapoja, jotka opin keskusteltuani sveitsiläisen kollegani kanssa. Hän kehotti ensinnäkin minua puhumaan hitaammin sekä jättämään sukunimen pois esittelystä. Suomalaiset sukunimet ovat saksalaisille vieraita, joten voi kuulostaa tutummalta, jos sanon vain etunimeni. Hän myös vinkkasi, että heti alkuun kannattaa sanoa soittavansa Helsingistä, mutta työskentelevänsä Saksan markkinan parissa. Keskustelimme myös, että heti puhelun alkuun kannattaa keksiä joku päättäjälle relevantti asia, jolla aloittaa. Voi esimerkiksi aloittaa sillä, että mainitsee jonkun markkina trendin, kuten tekoälyn.

Olen aiemmin aloittanut puhelut kysymällä voimmeko puhua englantia, mutta kokeilin tänään jättää sen pois. Vastaus ei kuitenkaan ollut sen parempi, sillä sain myös tätä kysymättä luurin korvaan. Tämän viikon soittamisen tulokset kielivät siitä, että saksan kielen osaaminen on tärkeää Saksan markkinaa soittaessa. Olen saanut usein ei vastauksen, kun olen kysynyt, voidaanko puhua englantia. Toinen yleinen vastaväite on, että kylmäpuhelut eivät kiinnosta. En ole juurikaan

päässyt kunnolla päättäjien kanssa tai vetämään edes kunnan myyntipuhetta, joten on todella vaikea arvioida, kuinka hyvin sama lähestymistapa kuin Suomessa toimii. On myös vaikea pohtia, miksi kukaan ei halua keskustella kanssani. Kysyin Saksan tiimin esihenkilöltä vinkkejä tähän. Hän korosti, että saksalaiset eivät todellakaan halua kylmäpuheluita, sillä heille soitetaan paljon enemmän kuin muissa markkinoissa. Vinkkinä sain, että pitää kuulostaa mahdollisimman vähän myyjältä sekä koittaa mainita heti alussa joku markkina trendi ja käyttää sitä hyödyksi myyntipuheessaan.

Perjantai 15.03.2024 Päivän tavoite: Yksi kunnollinen keskustelu Saksan markkinaan

Tämän päivän tavoitteena on saada vähintään yksi kunnollinen keskustelu saksalaisen päättäjän kanssa. Olen viimepäivien aikana huomannut, että päättäjiä on todella vaikea saada edes käymään kunnan keskustelua, sillä he usein lopettavat puhelun heti esittäytymisen jälkeen. Halusin tänään kokeilla erilaisia lähestymistapoja ja aloituksia, jotta pääsisin käymään päättäjien kanssa kattavampia keskusteluja.

Kokeilin tänään yhtä lähestymistapaa, josta keskustelimme sveitsiläisen kollegani kanssa eilen. Aloitin puhelun sanomalla vain etunimeni ja aloitin heti mainitsemalla, että työskentelen Saksan ja Euroopan IT-johtajien kanssa ja olen huomannut tekoälyn olevan heille relevantti heidän omassa työssään. Kysyin päättäjältä, onko tekoäly myös häntä kiinnostava aihe. Yllättäen hän vastasi, että tekoäly ei ole vielä konkreettinen osa hänen työtään. Kerroin tämän jälkeen, että olen kuullut samaa myös muilta IT johtajilta. He eivät vielä tiedä, mitä kaikkea tekoälyllä on mahdollista tehdä heidän omassa roolissaan, ja he kaipaavat konkreettisia esimerkkejä siitä, miten tekoälyä on oikeasti hyödynnetty. Kerroin Aurora Liven auttavan heitä pysymään kartalla uusista ratkaisuisista tarjoamalla kanavan, jossa he voivat sparrailla kollegoiden kanssa ja kuulla tekoälystä alan asiantuntijoilta. Päättäjä kiinnostui ja pyysi minua lähettämään lisätietoa. Ehdotin kuitenkin, että laitan hänelle kalenteriin aikaehdotuksen tapaamiselle ja siihen lisätietoa Aurora Livestä, johon hän voi etukäteen tutustua. Tämä sopi päättäjälle hyvin ja sain sovittua ensimmäisen tapaamisen Saksan markkinaan! Oli ihanaa saada edes yksi onnistuminen Saksan markkinaan tälle viikolle, vaikka kyseessä olikin vain aikaehdotus. Tämä nosti motivaatiotani selkeästi, kun sain edes jotain tulosta monen tunnin työskentelyn jälkeen.

Viikkoanalyysi

Ennen seurantaviikon alkamista olin soittanut Saksan markkinaan 2 viikon ajan ilman merkittävää menestystä. Keskustelu päättäjien kanssa on ollut hankalaa, ja Saksassa on vaikeampaa saada vastauksia puheluihin kuin Suomessa. Tämä on laskenut motivaatiotani, ja löysin ymmärrystä tilanteeseeni Harvard Business Reviewn artikkelista. Thomas J. DeLong ja Sara DeLong (2011) ovat huomauttaneet, että korkean suorituskyvyn omaavat ihmiset saattavat mieluummin tehdä tuttuja

tehtäviä, joissa he menestyvät, kuin kokeilla uusia haasteita. Myös yrityksen johto voi vaikuttaa siihen, että epäonnistumista pelätään ja avun pyytämistä vältetään (T. J DeLong & S. DeLong, 2011). Olen huomannut nämä seikat myös omassa työssäni. Suomen markkinan soittaminen on minulle yhä paljon mieluaisampaa, kuin Saksan markkinan soittaminen. Tiedostan että voin kehittyä ammattilaisena enemmän, kun soitan Saksan markkinaa, sillä se on paljon haastavampaa. Kuitenkin haluaisin soittaa vain Suomen markkinaa, sillä se ei ole läheskään yhtä raskasta ja saan helposti tapaamisia sovittua. Yrityksemme johto ei ole myöskään tarjonnut minulle valmennusta, vaikka olen sellaista pyytänyt.

Martelan ja Jarenkon mukaan (2015, Osa 1) ihmisellä on kaksi erilaista tapaa motivoitua. Motivaatio voi olla joko sisäistä motivaatiota tai ulkoista motivaatiota. Ulkoinen motivaatio ei synny itse tekemisestä, vaan jostain ulkopuolisesta rangaistuksesta tai palkinnosta. Esimerkiksi bonukset ovat hyvä esimerkki ulkoisesta motivaatiosta. Teet töitä saadaksesi palkinnon et sen takia, että itse tekeminen kiinnostaa ja innostaa sinua. Vain ulkoisen motivaation varassa oleminen on pitkällä tähtäimellä kuluttavaa, sillä ihminen joutuu työntämään itseään tekemään jokin asia. Sisäinen motivaatio on taas lähtöisin ihmisen halusta tehdä kiinnostavia ja innostavia asioita, jotka tuntuvat hänestä arvokkailta. (Martela & Jarenko. 2015, Osa 1) Tekeminen vetää puoleensa ja ihminen ei joudu pakottamaan itseään tekemään jotain, sillä hän on jo kiinnostunut tekemisestä. Useimmiten sisäinen ja ulkoinen motivaatio ovat samaan aikaan läsnä. Ihminen esimerkiksi käy töissä ansaitakseen rahaa, jolla voi turvata oman elämisensä, mutta voi silitti samaan aikaan kokea tekemisen hyödylliseksi ja itselleen kiinnostavaksi.

Pohdin tällä viikolla, onko oma motivaationi töissä sisäistä vai ulkoista motivaatiota ja keskustelimme tästä myös kollegani kanssa. Molemmat tunnistimme, että yrityksemme pyrkii motivoimaan työntekijöitä erityisesti palkitsemisen kautta. Ulkoisen motivaation parantamiseen siis löytyy keinot, mutta sisäiseen motivaation ei ole kiinnitetty niin paljoa huomiota. Jos sinulla on hyvä kuukausi takana, saat enemmän palkkaa, mutta kun huono kuukausi osuu kohdalle, palkka saattaa jopa puolittua. Bonusten avulla siis pyritään motivoimaan työntekijöitä, mutta palkinnoilla voidaan vaikuttaa vain ulkoiseen motivaatioon, joka ei ole pitkällä tähtäimellä kestävä (Martela & Jarenko. 2015, Osa 1). Myös bonusmallimme laskee osaltaan motivaatiotani soittaa Saksan markkinaa, sillä jos soittaisin vain Suomen markkinaa, tienaisin enemmän vähemmällä työpanoksella.

Olen yrittänyt kuitenkin löytää enemmän motivaatiota Saksan markkinan soittamiseen. Päätin jo viikon alussa, että en keskity nyt vain tuloksiin, vaan enemmän tekemiseen. Olen asettanut itselleni tekemisen osalta tavoitteet ja pidän huolen, että pääsen niihin. Tulos siis ei ole nyt ainoa tavoitteeni, vaan pyrin parantamaan tehokkuuttani yleisesti. Olen myös ottanut seuraavan kahdeksan viikon tavoitteeksi hyvän opinnäytetyön tekemisen. Huomasin, että tämä paransi motivaatiotani

soittaa Saksan markkinaa paljon. Koen itse hyötyväni Saksan markkinaa soittamisesta, vaikka en sieltä vielä hyvää tulosta saakaan.

Martela ja Jarenko esittävät *Draivi*-kirjassaan (2015. Osa 1) neljä ihmisen psykologista perustarvetta, joiden täytyminen synnyttää innostusta ja motivaatiota. Psykologiset perustarpeet ovat vahvasti kytköksissä ihmisen hyvinvointiin ja merkityksellisyyden kokemukseen. Nämä neljä perustarvetta ovat:

- Vapaaehtoisuuden tarve: Mahdollisuus tehdä itseä kiinnostavia asioita omalla tavalla. Työ ei ole ulkoapäin pakotettua, vaan edustaa sitä kuka olet ihmisenä.
- Kyvykkyyden tarve: Työ tarjoaa sopivasti haasteita sekä mahdollisuuden hyödyntää omaa osaamista. Pääset oppimaan uutta sekä kehittymään ja saat asioita aikaan.
- Yhteenkuuluvuuden tarve: Olet osa yhteisöä, jossa sinusta välitetään ja jossa sinua arvostetaan sellaisena kuin olet.
- Hyväntekemisen tarve: Koet saavasi aikaan hyvää työsi kautta. Työllä on myönteinen vaikutus esimerkiksi asiakkaisiin ja työkavereihin.

Pystyin psykologisten perustarpeiden avulla paremmin hahmottamaan, mitkä elementit Suomen markkinassa tuovat minulla motivaatiota ja mitkä asiat puuttuvat Saksasta. Ensimmäkin, Suomessa tekeminen ei tunnu pakotetulta. Päätin itse hakea töihin juuri tähän nykyiseen rooliini. Kukaan ulkopuolelta ei pyytänyt minua töihin kyseiseen rooliin, vaan se lähti minusta itsestäni. Saksan markkinassa tilanne ei ollut tämä, vaan minua pyydettiin siirtymään Saksan markkinaa. Molemmissa markkinoissa olen saanut vapauden toteuttaa työtä haluamallani tavalla, mutta Saksassa tämä on vaikeampaa, sillä en tunne Saksan markkinaa yhtä hyvin. Tästä päästään toiseen kohtaan eli kyvykkyyksiin. Suomessa minulla on kaikki kyvykkyydet tehdä työtäni ja saan asioita aikaseksi. Minulla on myös mahdollisuus kehittää itseäni, sillä esimerkiksi tänä vuonna fokus Suomen markkinassa on siirtynyt uusien jäsenien määrästä jäsenten laatuun. Olen kontaktoinut päättäjiä, joita on todella vaikea saada kiinni ja keksiä tähän uusia käytäntöjä. Saksan markkinassa minusta taas tuntuu siltä, että en saa mitään aikaseksi ja minulla ei ole riittävästi osaamista soittaa Saksan markkinaa. En ole myöskään saanut kovin paljoa apua tai perehdytystä Saksan markkinaa, joten minusta tuntuu, että pääsen kehittämään osaamistani vain kokeilun kautta.

Yhteenkuuluvuus on Suomessa myös paremmalla tasolla kuin Saksassa. Suomessa minulla on paikallinen tiimi fyysisesti läsnä toimistolla ja voin keskustella heidän kanssaan päivittäin. Tunnen myös Suomen kollegat hyvin, tulen toimeen heidän kanssaan ja vietämme aikaa myös vapaaajalla. Saksan tiimin kanssa en ole päässyt juuri olemaan tekemisissä ja minua jopa kiellettiin sparrailemasta heidän kanssaan, jotta en kopioisi heidän käytäntöjään. Minulla ei siis ole Saksan mark-

kinan osalta ketään, jonka kanssa voisin keskustella markkinan tilanteesta tai omasta tekemisestäni. Hyväntekeminen myös toteutuu Suomessa, sillä päättäjät antavat usein hyvää palautetta verkostosta ja tunnistavat sen arvon. Saksassa taas jäsenten sitoutuminen on hyvin heikkoa, ja he usein lähtevät verkostosta pois eli eivät pidä jäsenyyttä itselleen hyödyllisenä.

Sain ammattikirjallisuuden ja artikkelien avulla paremman käsityksen siitä, miksi Saksaan soittamien ei motivoi minua samalla tavalla, kuin Suomeen soittaminen. Erityisesti *Draivi*-kirja (Martela & Jarenko 2015) auttoi ymmärtämään, millaisia erilaiset motivaation muodot ovat ja mitkä tekijät vaikuttavat sisäisen motivaation kokemukseen. Jos haluan saada sisäistä motivaatiota myös Saksan markkinaan, minun on kiinnitettävä huomiota neljään psykologiseen perustarpeeseen ja pohdittava, kuinka saan nämä toteutumaan Saksan markkinassa. Erityisesti kyvykkyyden kokemukseen minun on kiinnitettävä huomiota, sillä koen tämän olevan suurin kehityskohta Saksan markkinassa. Minulla ei ole vielä riittävästi ymmärrystä markkinasta, jotta voisin tehdä työtäni tehokkaasti. Kyvykkyys parantuu onneksi jo melkein itsestään mitä enemmän työskentelen Saksan markkinan parissa.

Yleisesti viikko sujui hyvin ja pääsin joka päivä tavoitteisiin, jotka olin itselleni asettanut. Saksan markkina on ollut tuloksen valossa vaikea ja halusin tällä viikolla jonkun muunkin tavoitteen, kuin tapaamisen sopimisen. Keskistyinkin soittoyrityksiin ja yritin saada jokaisesta tunnista mahdollisimman paljon irti. Tämä auttoi motivaationkin kanssa, sillä sain onnistumisen tunteita jo siitä, että soitin Saksaan yli 100 puhelua päivässä. Useampi soittoyritys toki auttaa myös siinä, että tavoitan päättäjiä ja pääsen kokeilemaan erilaisia lähestymistapoja, vaikka tapaamista ei tulisikaan. Sain myös yhden tapaamisen sovittua Saksan markkinaan, joten yksi onnistuminenkin tuli!

| Vko 11 | Soittoaika | Soittoyritykset | Läpiviedyt puhelut | Kieltäytyneet | Sovitut tapaamiset |
|-----------------|------------|-----------------|--------------------|---------------|--------------------|
| Maanantai | 3 | 70 | 5 | 4 | 0 |
| Tiistai | 4 | 105 | 5 | 1 | 0 |
| Keskiviikko | 3,5 | 115 | 6 | 1 | 0 |
| Torstai | 2 | 65 | 5 | 1 | 0 |
| Perjantai | 2 | 60 | 6 | 1 | 1 |
| Yhteensä | 14,5 | 415 | 27 | 8 | 1 |

Kuva 3. Saksan markkinan soittamisen luvut viikko 11.

3.2 Seurantaviikko 2. Työntekijätaidot

Tällä viikolla jatketaan yhä itsensä johtamiseen liittyvillä teemoilla. Haluan tarkemmin ymmärtää, mitä itsensä johtaminen tarkoittaa ja mitkä asiat siihen liittyvät. Tämän vuoksi valitsin viikon kirjaksi Katri Mannermaan tuoreen kirjan *Työntekijätaidot-käsikirja* (2024). Kirjassa käsitellään metataitoja, jotka auttavat meitä toimimaan tuloksellisesti töissä. Kirjan yksi osa on omistettu itsensä johtamisen taidoille ja aion perehtyä erityisesti tähän osuuteen tulevan viikon aikana.

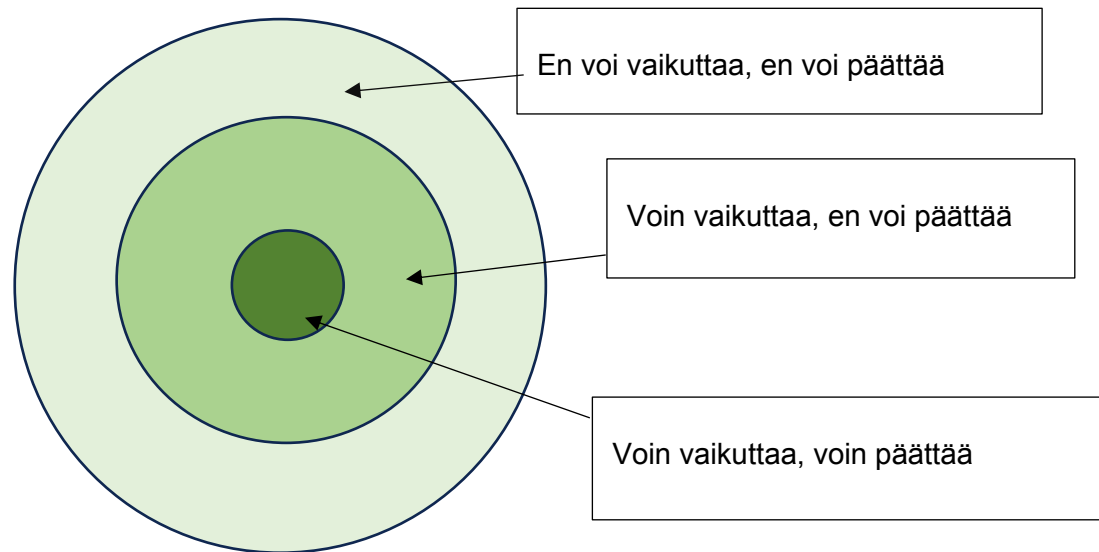
Työntekijätaidot koskettavat meitä jokaista ja ne ovat merkittävä tekijä työyhteisön hyvinvoinnin kannalta. (Mannermaa 2024, luku 1) Jotta omia työntekijätaitoja voi kehittää, ne pitää tietoisesti tunnistaa ja niiden keittämiseen tulee panostaa. Työntekijätaidot myös vaativat jatkuvaa kehitystä, sillä työkuultuuri muuttuu koko ajan. Nykyisin esimerkiksi tiedon voimakas lisääntyminen ja liiallinen sisältö pakottaa työntekijää priorisoimaan jatkuvasti. Työelämä on myös aiempaa keskeneräisempää ja pirstalaisempaa ja töitä tehdään erilaisissa tiimeissä sekä verkostoissa. Näissä kaikissa menestyminen vaatii metataitoja.

Maanantai 18.03.2024 Päivän tavoite: Valmistele valmennuksen agenda ja lähetä esihenkilölle

Tämän päivän tavoite ei liity niinkään Saksan markkinan soittamiseen, mutta tavoite liittyy kuitenkin itsensä johtamiseen. Minua pyydettiin valmistelevaan valmennus uusille kollegoille, joka tulee käsittelemään juuri itsensä johtamista kylmäkontaktoinnissa. Aion myös soittaa tänään Saksan markkinaa, mutta minun pitää saada valmennuksen agenda tänään valmiiksi, joten se on päivän ensisijainen tavoite.

Sain valmennuksen agendan valmiiksi ja sen tekeminen oli hyvää kertausta myös minulle. Esittelen valmennuksessa Hallinnan ympyrän, joka on minulle tuttu edellisestä työpaikasta Trainers' Housesta. Ideana on tunnistaa asiat, joihin itse voi vaikuttaa ja asiat, joihin ei voi itse vaikuttaa. (Åberg 2022) Näin voit paremmin tunnistaa, mihin asioihin kannattaa keskittyä ja mitkä asiat kannattaa jättää vähemmälle huomiolle.

Hallinnan ympyrä on auttanut minua myös motivaation löytämisessä ja itsensä johtamisessa. Se auttaa havainnollistamaan myös sen, että kaikkiin asioihin töissä ei voi vaikuttaa ja vaikka voisit vaikuttaa, et voi niistä päättää. Motivoin näin itseäni esimerkiksi silloin, kun kukaan ei vastaa ja tulos on jonain päivänä huono. Hyväksyn sen tosiasian, että joinain päivinä kukaan ei vastaa ja minä en voi päättää tästä. Voin vaikuttaa soittamalla enemmän ja lisäämällä listalle prospekteja, mutta en voi päättää, että nyt seuraava prospekti joka soittaa vastaa minulle.



Kuva 4. Hallinnan ympyrä

Kirjoitin valmennuksen agendalle myös monikanavaisen lähestymistavan hyödyntämisestä kylmäkontaktoinnissa. Olen luonut LinkedInin hyödyntämiseen itselleni hyvän rutiinin Suomeen ja valmennuksessa korostan, kuinka tästä kannattaa tehdä ruutini itselleen, jota tekee soittamisen ohessa. Näin sähköpostien ja LinkedInin viestien lähettämiseen ei mene liikaa aikaa. En ole kuitenkaan hyödyntänyt LinkedIniä ja sähköposteja kovin paljoa Saksan markkinassa. Aluksi ajattelin, että en halua käyttää aikaa niiden laittamiseen ennekuin soitot sujuvat kunnolla, mutta tämä on mielestäni väärä lähestymistapa ja aion korjata sen heti tällä viikolla.

Tiistai 19.03.2024 Päivän tavoite: Tee sähköposti ja LinkedIn viesti pohja Saksan markkinan

Tämän päivän tavoite liittyy vahvasti eilen tekemääni huomioon siitä, että minun olisi hyvä panostaa monikanavaisuuteen myös Saksan markkinassa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että luon itselleni hyvät pohjat sähköposteille ja LinkedIn viesteille sekä alan lähettämään viestejä soittamisen ohessa. Minulla on Suomeen hyvät viestipohjat, niin suomeksi kuin englanniksi, joita olen hyödyntänyt aktiivisesti erityisesti LinkedInissä. Suomessa panostan enemmän LinkedIniin, sillä olen huomannut sen olevan tehokkaampi kanava ja se on sopiva kanava aloittaa keskustelu verkostoitumisesta. Aion myös Saksan markkinassa panostaa LinkedIn viesteihin enemmän, sillä olen todennut sen tehokkaammaksi Suomen markkinassa.

Tein Saksaan melko samanlaisen viestipohjan, jota olen myös Suomessa hyödyntänyt. Se on melko tiivis ja tekstiä ei ole paljoa, jotta päättäjät jaksavat sen lukea. Tarjoa kuitenkin lisätietoa verkostosta, johon he voivat halutessaan tutustua. Lisään kutsuun yleensä PDF tiedoston, jossa on

lisätietoa konseptista sekä linkin Aurora Live-verkoston alustalle, josta pääsee selaamaan tulevia tilaisuuksia. Viestistä löytyy myös konkreettinen ehdotus tapaamiselle ja laitan sähköposteihin aina kalenterilinkkini, jonka kautta päättäjät voivat varata 30 min Teams tapaamisen kanssani. Kalenterilinkki on huomattavasti tehokkaampi, kuin aikaehdotukset, sillä näin minun ei tarvitse kirjata uusia aikaehdotuksia ja päättäjillä on enemmän valinnanvaraa.

Keskiviikko 20.03.2024 Päivän tavoite: Lähetä aktiivisesti LinkedIn viestejä ja sähköposteja Saksaan

Tänään aion hyödyntää eilen luomiani viestipohjia ja pyrin lähettämään viestin jokaiselle, jolle soitan, joko sähköpostitse tai LinkedInissä. Minulla ei ole tälle päivälle numeerista tavoitetta viestien osalta, sillä minulla on päivä täynnä tapaamisia. Käytän kuitenkin kaiken jäljelle jäävän ajan Saksan markkinan soittamiseen. Sovin viime viikolla tapaamisen myös yhden saksalaisen päättäjän kanssa ja lähetin aikaehdotuksen tälle päivälle. Soitin aamulla päättäjälle varmistaakseni, onhan tapaamisen aika sopiva sillä hän ei ollut hyväksynyt kutsua. Päättäjä kuitenkin sanoi unohtaneensa ja hän oli autossa, joten kuuluvuus oli huono. Sovimme, että ehdotan uutta aikaa ensi viikolta.

Lähetin tänään runsaasti sähköposteja ja LinkedIn viestejä soittamisen ohessa. Olen kuitenkin huomannut, että saksalaiset eivät käytä LinkedIniä yhtä aktiivisesti kuin suomalaiset. Heidän profiilinsa on usein melko tyhjä, he eivät julkaise mitään tai tykkää muiden julkaisuista ja heillä on vähän tuttuja lisättynä. En ole lähettänyt LinkedIn viestejä sellaisille päättäjille, jotka selkeästi eivät ole aktiivisia LinkedInissä. Sen sijaa pyrin löytämään profiileja, joilla on paljon tuttuja tai he ovat kommentoineet tai julkaisseet jotain englanniksi. Vielä en ole kuitenkaan saanut vastausta LinkedIn tai sähköpostiviesteihin.

Kuuntelin tänään Saksan soittojen ohessa taas Jordan Belfortin kirjaa The Way of the Wolf (2017, ääniraita 2). Hän puhuu kirjassaan ensivaikutelman tärkeydestä. Puhelussa on vain 4 sekuntia aikaa vaikuttaa toiseen osapuoleen, ennekuin hän on saanut sinusta jonkunlaisen ensivaikutelman. Tämän vuoksi puheluiden aloitus on erityisen tärkeä. Belfortin mukaan aloituksessa on tärkeä viestiä kolme asiaa; olet terävä ongelman ratkaisija, joka menee heti asiaan, olet innostunut siitä mitä teet ja olet ehdoton alasi ammattilainen, sillä kukaan ei halua työskennellä noviisin kanssa.

Kokeilin Belfortin opeista inspiroituneena hieman erilaista lähestymistapaa Saksaan ja se toimi yllättävän hyvin. Esittelin itseni ja yrityksen ensin, jonka jälkeen heti totesin, että tiedän päättäjän saavan runsaasti tällaisia puheluita. Tämän jälkeen mainitsen, että en ole myymässä mitään ja kerroin verkostomme konseptin yhdellä lauseella. Pyrin myös mainitsemaan päättäjää mahdollisesti kiinnostavan aiheen, kuten tekoälyn. Tämän jälkeen kysyn, onko Aurora Live tuttu entuudestaan.

Pääsin keskustelemaan päättäjien kanssa hieman pidempää enkä saanut heti luuria korvaan, joten aion hyödyntää uutta aloitusta myös tulevaisuudessa.

Torstai 21.03.2024 Päivän tavoite: Vähintään yksi kunnollinen keskustelu saksalaisen päättäjän kanssa

Tämän päivän tavoitteena on saada edes yksi kunnollinen keskustelu saksalaisen päättäjän kanssa. Minulla on tänään paljon tapaamisia, joten soittamiseen jää vähemmän aikaa. Hyödynnän tänään uutta aloitusta, sillä sain sen avulla hieman pidempiä keskusteluita eilen eikä luuri tullut korvaan heti. Huomasin esimerkiksi, että alussa ei kannata kysyä onko englantia ok tai onko päättäjällä hyvä hetki, sillä tällöin päättäjät usein laittavat luurin korvaan, puhuvat vain saksaa tai sanovat olevansa kiireessä.

Huomasin tänäänkin soittaessa saksan kielen olevan yksi pullonkaula minulle. Yksi päättäjä soitti takaisin, mutta hän ei osannut kunnolla englantia, joten ei ymmärtänyt mitä sanoin. Koitin puhua hitaammin ja käyttää yksinkertaista sanostoa, mutta meillä oli selkeä kielimuuri. Kielimuuria lisää myös se, että en itsekään ole natiivi englannin puhuja ja minunkin on vaikea ymmärtää hyvin rikkonaista englantia. Osaan englantia todellakin riittävällä tasolla, mutta luonnollisesti suomeksi keskustelu on minulle helpompaa.

Minulla oli tänään myös keskustelu esihenkilöni sekä maajohtajan kanssa. He eivät olleet kovin tyytyväisiä siihen, että olen saanut Suomen markkinassa erinomaisia tuloksia, mutta Saksan markkinassa en. Vaikka keskustelu ei ollut syyllistävää minulla tuli todella epäonnistunut olo ja motivaatio laski entisestään. Sisäistä motivaatiota on vaikea löytää, kun minusta tuntuu joka päivä enemmän siltä, että olen epäonnistunut. Mannermaa (2024, luku 2) korostaa myönteisen asenteen merkitystä työelämässä. Asenne jotain asiaa kohtaan muodostuu mielikuvista, jotka siihen yhdistämme sekä erilaisista uskomuksista. Itsensä johtamiseen liittyy vahvasti omien asenteiden ja uskomusten kyseenalaistaminen, sillä omista negatiivisista asenteista on hyvä päästä eroon. Negatiiviset asenteet luovat negatiivista todellisuutta ja päinvastoin. Tehokas keino asenteen muuttamiseen on näkökulman vaihtaminen ja asian tarkastelu eri perspektiivistä.

Haluan eroon negatiivisesta asenteestani Saksan markkinaa kohtaan. Nyt minulla on epäonnistunut olo, joka vaikuttaa itsevarmuuteeni ja työn mielekkyyteen negatiivisesti. Koitin tarkastella asiaa mahdollisuuksien näkökulmasta. Vaikka nyt on ollut vaikeaa, voin silti menestyä tulevaisuudessa. Minun on vain kokeiltava erilaisia lähestymistapoja ja pyytää saksalaisilta kollegoilta vinkkejä pärjäämiseen. On myös ymmärrettävää, että en pärjää Saksassa yhtä hyvin kuin Suomessa, sillä en puhu paikallista kieltä ja kulttuuri ei ole minulle entuudestaan tuttu. Ei siis kannata ajatella epäonnistuneensa, sillä uuden oppimiseen menee aikaa.

Perjantai 22.03.2024 Päivän tavoite: Ehdi soittaa 10 puhelua Saksaan

Minulla on tänään melko kiireinen päivä ja tiedän että Saksan markkinan soittamiseen ei jää paljoa aikaa. Oikeastaan koko päivä on täynnä asiakastapaamisia ja päivän tavoitteena on ehtiä soittaa edes muutama puhelu Saksaan tapaamisten välissä.

Minulle jäi onneksi iltapäivällä aikaa soittaa Saksaan noin 20 minuuttia ja ehdin soittamaan 10 soittoyritystä. Yllättäen tavoitin jopa neljä päättäjää, mutta heistä jokainen laittoi luurin korvaan heti kun esittelin itseni. Kuten jo viime viikolla huomasin, perjantai iltapäivä on todella hyvä aika soittaa Saksaan, sillä jopa 40 % puheluistani tänään oli läpivietyjä. Jatkossa on siis hyvä varata perjantai iltapäivät soittamiseen.

Viikkoanalyysi

Tutustuin tällä viikolla *Työntekijätaidot-käsikirja* (Mannermaa 2024, luku 2) ja kiinnitin erityistä huomiota multitaskaamista käsittelevään osuuteen. Olen alkanut multitaskaamaan nyt enemmän, kun töissä on koko ajan kiireisempää. Multitaskaminen ei kuitenkaan ole tehokasta, sillä et tee kahta asiaa yhtä aikaa, vaan hypit kahden tehtävän välillä jatkuvasti. (Mannermaa 2024, luku 2) Kun yritämme multitaskata aivojen otsalohko on kovassa käytössä, joka aiheuttaa pinnistelyn tunnetta ja jopa aivojen ylikuormittuneisuutta. Tavasta voi päästä eroon esimerkiksi kirjaamalla paperilla mitkä tehtävät ovat nyt tärkeitä ja mitkä voit hoitaa myöhemmin.

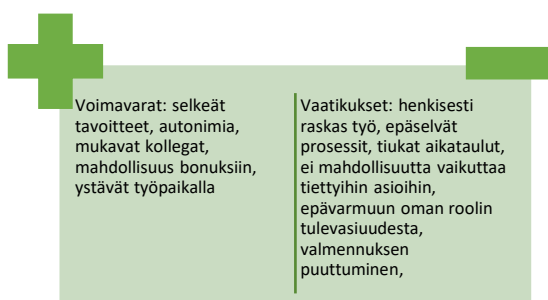
Pitkään jatkunut stressi voi olla syynä multitaskaamiseen ja huonoon keskittymiskykyyn. (Mannermaa 2024, luku 2) Nyt kun työskentelen kahdessa markkinassa ja kirjoitan opinnäytetyötä, olen huomannut olevani stressaantuneempi kuin aiemmin. Tämä on vaikuttanut myös keskittymiskykyyni ja minun on yhä vaikeampi keskittyä vain yhteen asiaan, sillä päähän tulee koko ajan muistettavia asioita ja olen huomannut reagoivani helpommin ulkopuolisiin ärsykkeisiin. Tehokas tapa parantaa keskittymiskykyä onkin vähentää kiirettä ja häiriötekijöitä. Pysin tällä viikolla tietoisesti parantamaan keskittymiskykyäni ja päästään irti myös multitaskamisesta. Parempi kalenterinhallinta on auttanut tässä, sillä olen esimerkiksi merkinnyt itselleni ajat, jolloin käyn läpi sähköpostit ja vastaan viesteihin. Näin minun ei tarvitse koko ajan reagoida viesteihin ja pystyn keskittymään kässillä olevaan työtehtävään. Multitaskamisen lopettaminen on ollut vaikeaa, sillä olen tottunut siihen. Tavasta voi kuitenkin oppia pois ja ole huomannut työskentelyn olevan tehokkaampaa, kun teen yhden asian kerrallaan.

Mannermaan (2024, luku 2) mukaan myönteinen suhtautuminen toimialaan, työnantajaan ja omaan ammattiin on edellytys työssä menestymiseen ja hyvinvointiin. Myös Martela ja Jarenko (2015) korostavat *Draivi*-kirjassaan sisäisen motivaation rakentuvat ihmisen omata innostuksesta

ja myönteisestä asenteesta omaa työtään kohtaan. Se miten suhtaudut näihin asioihin vaikuttaa paitsi motivaatioosi, myös siihen miten sinuun suhtaudutaan. (Mannermaa, 2024, luku 2) Työelämä ei ole täydellistä, mutta voit valita miten suhtaudut asioihin ja haluatko olla osa ratkaisua vai ongelmaa. Niin Mannermaa kuin Martela & Jarenko kehottavat vaihtamaan työpaikkaa, jos omaa työtään ei näe positiivisesti.

Mietin tällä viikolla paljon myös omaa asennettani ja pyrin paremmin tunnistamaan tunteitani päivittäisissä työtehtävissä. Olen huomannut, että minulla on Saksan markkinaa siirryttyäni ollut enemmän negatiivisia tunteita niin töissä kuin vapaa-ajallaankin. Epäonnistumisen tunne on ollut yksi syy negatiivisille tunteille, sillä en koe omaavani tarvittavia taitoja Saksan markkinassa menestymiseen ja tämä laskee motivaatiotani runsaasti (Martela & Jarenko 2015). Epäonnistumisista voi kuitenkin oppia ja ne ovat osa ammatillista kasvua. Uusiin haasteisiin liittyy aina epäonnistumisen mahdollisuus, joten tämän vuoksi niitä ei kannata pelätä. Jos et koskaan opettele mitään uutta, et voi myöskään kehittyä ja kasvaa ammattilaisena.

Stressi ja kiire ovat saaneet minut tietoisemmaksi rajallisista voimavaroistani. Aiemmin työni ei ole tuntunut yhtä kuormittavalta kuin nyt ja halusin pohtia mistä tämä johtuu. Perehdyin Bakerin ja Dmeroutin (2001) kehittämään Job demands-resources model eli JD-R modeliin, joka jakaa työn edellytykset vaatimuksiin ja voimavaroihin (Mannermaa 2024, luku 2). Työn voimavaroja ovat esimerkiksi autonomia, vahvat ihmissuhteet työpaikalla, etenemismahdollisuudet, valmennukset ja mentorointi sekä uuden oppiminen ja oman osaamisen kehittäminen. (MindTools s.a.) Työn vaatimuksia ovat taas esimerkiksi tiukat aikataulut, raskaat työtehtävät, stressaava työilmapiiri, oman roolin epäselvyys, henkisesti raskaat työtehtävät sekä huonot ihmissuhteet töissä. Mallin ideana on se, että ihminen pystyy sietämään vaatimuksia, kunhan voimavarat ovat tasapainossa niiden kanssa. Mietin mallin kautta, mitkä tekijät ovat omassa työssäni vaatimuksia ja mitkä voimavaroja. Huomasin vaatimuksia olevan nyt paljon enemmän, mutta osa niistä on ilmennyt vasta sen jälkeen, kun olen siirtynyt Saksan markkinaa. Esimerkiksi oman roolin tulevaisuus on nyt minua stressaava asia, sillä en tiedä mitä tapahtuu, jos en menesty Saksassa vaadittavalla tasolla.



Kuva 5. JD-R Model omaan rooliin sovellettuna

Tällä viikolla pohdin paljon itsensä johtamista ja erityisesti omaa asennettani työtehtäviäni kohtaa. Keskityin kuitenkin myös parantamaan tulostani Saksan markkinassa ja kokeilin tällä viikolla esimerkiksi erilaista myyntipuhetta ja hyödynsin LinkedIniä sekä sähköposti viestejä aktiivisemmin. Vaikka viikoanalyysseissä olenkin pohtinut enemmän itsensä johtamiseen ja motivaatioon liittyviä teemoja, jokaisen viikon tavoitteena on kuitenkin pääasiassa kehittää omaa osaamistani Saksan markkinassa kylmäkontaktoinnin näkökulmasta ja olen työpäivien aikana keskittynyt enemmän tähän. Vaikka ehdin soittaa yli sata puhelua vähemmän kuin viime viikolla, sain itseasiassa enemmän päättäjiä kiinni kuin viimeviikolla. Yhteensä soitin 275 puhelua, joista 32 oli läpivietyjä. Pystyin tällä viikolla aloittamaan soitot aikaisemmin ja huomasin aamujen olevan hyvä aika päättäjien tavoittamiseen iltapäivän lisäksi. Tällä viikolla jatkui kuitenkin sama trendi kuin viime viikolla ja aloitus on yhä suurin pullonkaula, jonka tunnistan. Saan luurin korvaan ennekuin ehdin sanoa muuta kuin nimeni.

| | | | | | |
|-----------------|-------------|------------|-----------|----------|----------|
| Vko 12 | | | | | |
| Maanantai | 2 | 50 | 5 | 1 | 0 |
| Tiistai | 4,5 | 95 | 7 | 1 | 0 |
| Keskiviikko | 3 | 80 | 11 | 1 | 0 |
| Torstai | 1,5 | 40 | 4 | 2 | 0 |
| Perjantai | 0,5 | 10 | 4 | 1 | 0 |
| Yhteensä | 11,5 | 275 | 31 | 6 | 0 |

Kuva 6. Saksan markkinan soittamisen luvut viikko 12.

3.3 Seurantaviikko 3. Resilienssi

Tämä viikon teema liittyy vielä itsensä johtamiseen, sillä motivaation kanssa on vielä työstettävää. Edellisellä viikolla perehdyin yleisesti itsensä johtamisen eri osa-alueisiin Kati Mannermaan *Työntekijätaidot*-kirjan avulla (2024). Kirjassa kerrottiin myös resilienssistä. Resilienssi on tarkoittaa kykyä kyvystä selvitä vaikeuksista vahvempana eteenpäin ja muutoskyvykkyyttä paineen alla. Se on tulevaisuuteen suuntaavaa toimintaa, ei reaktiivista sopeutumista tilanteisiin. Resilienssiin liittyy vahvasti sinnikkyys ja muutostilanteista oppiminen.

Saksan markkinaan siirtyminen on ollut minulle iso muutos ja alkua on ollut todella vaikea. Resilienssi tarkoittaa juuri kykyä selvitä vaikeuksista ja muutostilanteista vahvempana eteenpäin, joten halusin tällä viikolla tarkemmin ymmärtää mitä resilienssi oikeasti tarkoittaa ja kuinka voin kehittää omaa resilienssiäni. Uskon resilienssin auttavan myös motivaation kanssa. Meillä on keski- viikkona valmennus resilienssiin liittyen, joten koin teeman olevan todella sopiva juuri tälle viikolle. Valmennuksessa opittuja asioita hyödynnetään viikkoanalyysissä, joten tälle viikolle en valinnut erillistä kirjalähdettä.

Maanantai 25.03.2024 Päivän tavoite: Pääse yli epäonnistumisen pelosta

Minun on ollut viimeviikkoina vaikea löytää motivaatiota ja intoa Saksan markkinan onnistumiseen. Viime viikon viikkoanalyysia kirjoittaessani taisin kuitenkin löytää yhden syyn sille, miksi Saksan markkinan soittaminen tuntuu minusta raskaalta. Huomasin pelkääväni epäonnistumista ja tämän vuoksi esimerkiksi oletan, että kun päättäjät vastaa, hän kuitenkin laittaa luurin korvaan. Epäonnistumisia ei kuitenkaan kannata pelätä, vaan ne kannattaa nähdä oppimismahdollisuuksina. Keskityn tänään siihen, että soitan saksan markkinaa positiivisemmalla asenteella.

Minulla oli tänään paljon enemmän motivaatiota Saksan markkinan soittamiseen. Mannermaan (2024) kirja sai minut todella pohtimaan omaa asennettani ja kyseenalaistamaan nykyistä ajatusmaailmaani. Huomasin stressaavani myös vähemmän ja pystyin keskittymään paljon paremmin, kuin aiemmilla viikoilla. Ehdin soittaa Saksaan tänään vain kaksi tuntia, mutta ehdin soittamaan 55 soittoyritystä. Lähetin myös LinkedIn viestejä soittamisen ohessa, mutta tämä ei hidastanut soittamisen tahtia liikaa. Tavoitin aamulla päättäjiä todella hyvin, mutta iltopäivällä hieman heikommin. Sain kuitenkin yhdeksän päättäjää kiinni, joten tavoitettavuus oli todella hyvä soittoyrityksiin suhteutettuna. Suurin pullonkaula on yhä se, että en pääse keskustelemaan päättäjien kanssa kunnon, vaan he laittavat luurin korvaan heti esittelyjen jälkeen. Kokeilin tänäänkin erilaisia avauksia, mutta vastaus oli aina suoraan ei kiinnosta, vaikka en ehtinyt asiaani sen kummemmin avata. Keskityn tällä viikolla kokeilemaan myös erilaisia aloituksia, jotta vihdoinkin löytäisin sellaisen, jonka jälkeen päättäjät vielä haluaisivat keskustella kanssani.

Tiistai 26.03.2024 Päivän tavoite: LinkedIn viestien lähettäminen jokaiselle, jolle soitat

Keskustelimme eilen esihenkilöni kanssa, että minun kannattaa panostaa monikanavaisuuteen, sillä kylmäsoittaminen ei ole tuottanut Saksan markkinassa haluttuja tuloksia. Tämän päivän teemaksi valitsinkin LinkedInin aktiivisemmän hyödyntämisen. Vaikka päättäjät ei viestiini vastaisi, Aurora Live kuulostaa tutummalta myös puhelussa, kun hän on siitä jo jossain muussa kontekstissa kuullut tai lukenut.

Lähetin tänään runsaasti LinkedIn viestejä ja sain tänään jopa kaksi vastausta. Toinen päättäjät ei ollut kiinnostunut, mutta toinen hyväksyi pyyntöni ja kiitti kutsusta. LinkedIn kutsuun voi laittaa vain 300 merkkiä, joten viesti on pidettävä todella tiiviinä. Käytin samaa viestiä, jota olen lähettänyt Suomessa, sillä se on toiminut todella hyvin. Tein myös Saksaan oman viestipohjan, mutta päätin kuitenkin aluksi kokeilla toimivaksi todettua viestipohjaa. Aina kun päättäjät hyväksyvät kutsuni, laitali-sätietoja verkostosta ja ehdotan myös aikaa tapaamiselle.

Keskustelin tänään myös Suomen myyntijohtajan kanssa erilaisista aloituksista puhelimesta. Sain häneltä todella hyvät syötöt ja tein itselleni uuden myyntipuheen. Nyt kerron enemmän siitä mitä arvoa päättäjät voi verkostostamme saada, en niinkään hyödynnä trendejä, kuten aiemmin tein.

Myyntipuheeni muistuttaa nyt enemmän sitä, jota käytän Suomessa. Sain myös saksalaiselta kollegalta vinkin, että kannattaa mainita soittavansa Suomesta, sillä saksalaiset arvostavat suomalaisia ja ottavat sinut tosissaan. Yhdistin nämä vinkit ja sain sovittua itselleni tänään yhden tapaamisen Saksan markkina! Tavoitettavuus oli tänään hieman heikompi kuin eilen, vaikka soitin samoihin kellon aikoihin. Sain saman verran päättäjiä kiinni kuin eilen, vaikka soitin tupla määrän puheluita. Sama trendi kuitenkin jatkui ja suurin pullonkaula on yhä se, että saksalaiset laittavat luurin korvaan heti esittelyissä.

Tämä viikko on alkanut todella hyvin ja olen todellakin huomannut muutoksen motivaatiossa ja stressin määrässä. Olen pystynyt myös keskittymään paremmin, kun en stressaa niin paljoa ja sain tänään esimerkiksi kolmessa tunnissa yli 100 soittoyritystä lähtemään. Viime viikolla sain neljässä ja puolessa tunnissa hieman alle sata, joten paremman keskittymisen huomaa myös konkreettisesti luvuista. Multitaskaamisen lopettaminen on myös auttanut keskittymisessä sekä stressin hallinnassa. Uskon, että osa syynä stressiin on viime viikkoina ollut myös se, että olen multitaskannut enemmän.

Keskiviikko 27.03.2024 Päivän tavoite: Löydä resilienssi valmennuksesta konkreettisia työkaluja

Tänään oli hieman tavallisesta poikkeava työpäivä, sillä meillä oli aamulla kahden ja puolen tunnin resilienssi valmennus. Yhden tiimin esihenkilö piti meille valmennuksen. Hän oli itse käynyt Resiliece Allianzen koulutuksen ja saanut sieltä valmiudet valmentamiseen. Täytimme myös muutama viikko sitten kyselyn, jonka pohjalta meille luotiin Henkilökohtaiset resilienssi profiilit. Valmennus oli todella interaktiivinen ja valmentaja upotti siihen myös omia esimerkkejä sekä tarinoita, jotka auttoivat ymmärtämään resilienssiä paremmin. Tein valmennuksesta hyvät muistiinpanot ja käyn viikkoanalyysissa tarkemmin läpi, mitä kaikkea opin valmennuksessa.

En ehtinyt soittaa tänään Saksan markkina, sillä minulla meni koko päivä valmennuksessa ja tapaamisissa. Olin kuitenkin varannut iltapäivään sparrailu hetki yhden saksalaisen kollegani kanssa. Tarkoituksena oli saada häneltä vinkkejä Saksan markkinan soittamiseen ja ylipäätään sparrailla eri lähestymistavoista, joita olen kokeillut. Saksalaiset päättäjät ovat todella kiireisiä, eikä heillä ole juurikaan aikaa tai välttämättä edes kiinnostusta keskustella kanssasi. Tämän vuoksi hän kehotti jättämään pois jokaisen sanan, joka ei ole oleellinen keskustelun kannalta. Ei esimerkiksi kannata kysyä alkuun olihan tavoittelemasi henkilö puhelimessa.

Hän myös painotti relevanttien aiheiden mainitsemista, sillä Saksa on saturoidumpi markkina verkostojenkin osalta, joten kilpailu on kovaa ja päättäjät ovat jo luultavasti jossain verkostossa mukana. On siis tärkeää pureutua päättäjän haasteisiin, jotta saat kiinnostuksen heräämään. Myös

Belfort (2017, ääniraita 2) korostaa asiakkaan kipukohtiin pureutumista, sillä näin synnyttät tarvetta sekä kiireellisyyden tunnetta sekä vaikutat ammattilaiselta. Ennen soittamista kannattaa tutkia päättäjän LinkedIn profiilia ja löytää sieltä häntä kiinnostavia aiheita. Saksalaiset myös vihaavat kylmäsoittajia, sillä he saavat todella monta puhelua päivittäin. Tämän vuoksi on tärkeää olla kuulostamatta siltä, että olet myymässä jotain vaan ottaa enemmän konsultoiva lähestymistapa. Esimerkiksi liika innostus äänessä saa sinut kuulostamaan myyjältä, joten kannatta puhua rauhallisemmin. Saksalaisen kollegan vinkit olivat todella hyviä ja otan ne heti seuraavissa puheluissa käyttöön. Erityisesti innostus on yksi asia, johon minun on hyvä kiinnittää huomiota. Olen luonteeltani todella pirtsakka ja energinen, joten innostus tulee luonnostaan ja on ollut minulle aina myynnissä enemmän vahvuus kuin heikkous. Ymmärrän kuitenkin kollegani pointin. Saksalaiset eivät halua keskustella myyjien kanssa ja myyjät usein ovat energisiä ja innostuneita, joten on hyvä hillitä tätä.

Torstai 28.03.2024 Päivän tavoite: Tee uusi myyntipuhe Saksaan

Tämän päivän tavoitteena oli ottaa saksalaisen kollegan vinkit käyttöön ja tehdä uusi myyntipuhe Saksaan. Tein tämän heti aamusta ja soittaessa tarkastin aina päättäjien LinkedIn profiilista, millaiset aiheet mahdollisesti kiinnostaisivat heitä. Nykyisessä myyntipuheessani aloitan heti nostamalla esille jonkun päättäjälle relevantin aiheen ja kysyn, kokeeko hän sparrailun muiden IT johtajien kanssa tämän kaltaisista aiheista hyödylliseksi. Koitan hyödyntää ajankohtaisia aiheita tai sellaisia teemoja, joihin liittyen päättäjä on esimerkiksi julkaissut jotain LinkedIniin. Tavoitettavuus oli tänään todella huono. Ehdin soittamaan 60 puhelua, mutta sain vain kaksi päättäjää kiinni, jotka olivat molemmat lomalla. Pääsiäinen voi hyvin olla syynä huonoon tavoitettavuuteen.

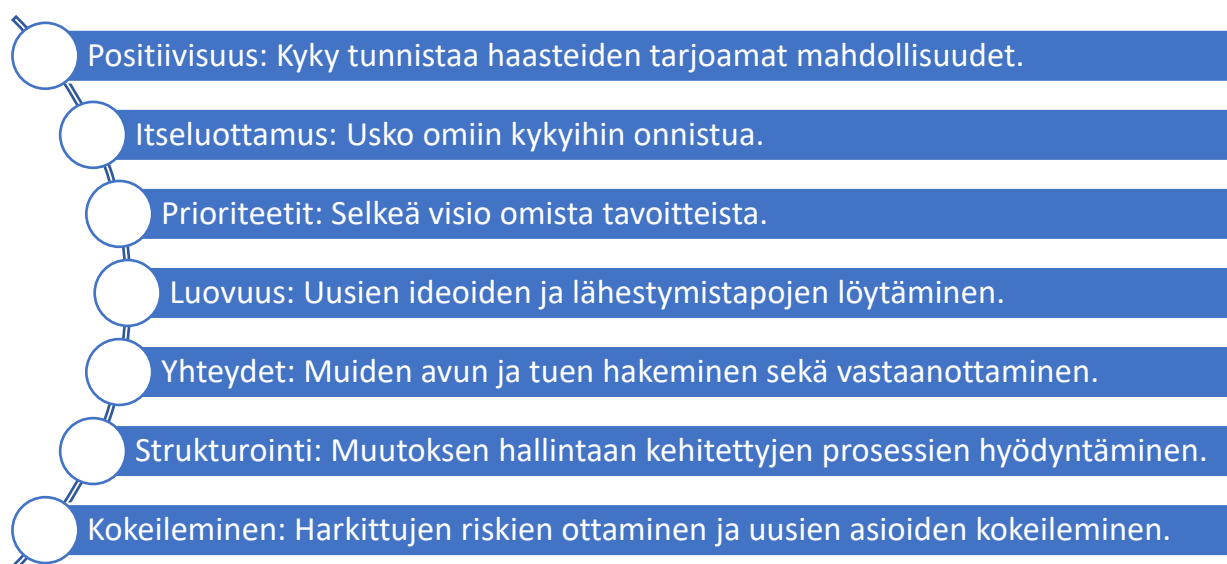
Viikkoanalyysi

Resilienssi liittyy vahvasti itsensä johtamiseen. Se tarkoittaa kykyä suoriutua tehokkaasti haasteista ja muutoksista huolimatta. (Resilience Alliance 2021) Työelämässä muutos on jatkuvaa, joka pakottaa meidät mukautumaan. Tämä taas voi kuluttaa henkistä, fyysistä tai emotinaalista energiaa. Resilienssi on avainasemassa muutoksesta sopeutumiseen tehokkaasti. Resilientit ihmiset eivät esimerkiksi koe haasteita yhtä usein, kuin matalan resilienssin omaavat, sillä he kokevat harvemman asian haasteeksi. Resilienssiin vaikuttaa esimerkiksi persoonallisuudenpiirteet, kuten itsetunto ja optimismi, mutta myös kokemukset ja aivojen kehitys vaikuttavat resilienssin määrään. Resilienssi on jatkuva prosessi, jota voimme kehittää ja parantaa kykyämme selvitä haasteista.

Eri ihmiset kokevat eri asiat haasteiksi ja myös haasteita on erilaisia. Resilience Allianzen valmennuksessa (2021) käytiin läpi, millaisia erilaisia haasteita on ja miksi muutos koetaan yleensä haasteena. Muutos on haastavaa, sillä se haastaa meidän odotuksiamme ja luo uudet todellisuuden,

joka poikkeaa odotuksistamme. Voimme siis joko koittaa muokata asioita vastaamaan odotuksiamme tai muuttaa odotuksiamme ja näin sopeutua muutoksen positiivisiin sekä negatiivisiin puoliin. Nämä kuitenkin kuluttavat paljon energiaa ja jokaisella on oma kapasiteetti siihen, kuinka paljon he pystyvät sopeutumaan. Resilienssin avulla omaa sopeutumiskykyä pystyy kasvattamaan ja omaa energiaansa pystyy ohjaamaan tehokkaammin muutostilanteissa. Haasteita on myös erilaisia. Haasteet voivat olla joko mahdollisuuksia tai vastoinkäymisiä. Esimerkiksi kun saat ylennyksen, kyseessä voi olla haaste, mutta samalla sinulla on mahdollisuus menestyä uudessa roolissa. Jos sinulla taas puhkeaa rengas, se on enemmän vastoinkäyminen, johon on sopeuduttava.

Resilienssi rakentuu seitsemästä ominaisuudesta, joita voi kehittää harjoittelun kautta. (Resillience Alliance 2021) Mitä enemmän niitä käytät sitä vahvemmaksi ne tulevat. Seitsemän ominaisuutta on:



Kuva 7. Resilienssin ominaisuudet (mukaillen Resillience Alliance, 2021)

Kukin näistä ominaisuuksista auttavat ohjaamaan omaa energiaa tehokkaammin ja sopeutumaan muutoksen paremmin. (Resillience Alliance 2021) Esimerkiksi positiivisuus ja itsevarmuus auttavat sinua suuntamaan energiasi haasteen ratkaisemiseen murehtimisen sijaan ja prioriteetit auttavat tunnistamaan kaikkein tärkeimmät tavoitteet, joihin oma energia kannattaa suunnata. Luovuus ja yhteydet taas auttaa näkemään uusia mahdollisuuksia ja resursseja vahojen tuttujen lisäksi. Rakenne auttaa luomaan tehokkaita toimintatapoja ja kokeileminen auttaa toimimaan myös epävarmuuden edessä. Erilaisten haasteiden edessä tarvitaan erilaisia lähestymistapoja ja juuri tämän vuoksi resilienssi rakentuu useasta ominaisuudesta. Eri aikoina kaikki ominaisuudet ovat tärkeitä ja

usein niitä käytetäänkin yhtä aikaa. Jokaista ominaisuutta voi myös käyttää liikkaa, jolloin esimerkiksi itsevarmuus muuttuu ylimielisyydeksi.

Teimme muutama viikkoa sitten Resillience Alliancen valmennusta varten kyselyn, jonka perusteella saimme omat resilienssi profiilit. Profiilin tarkoituksena on ymmärtää paremmin, kuinka sinulla on tapana lähestyä tuntemattomia, haastavia ja vaikeita tilanteita. (Resillience Alliance 2021) Kyselyn pohjalta vastaukset analysoidaan jokaisella seitsemällä ominaispiirteellä ja vastauksia verrataan muihin kyselyyn vastanneisiin. Näin saadaan prosenttipisteet, jotka osoittavat vertailun tulokset.

Olin omasta profiilistani melko yllättynyt, sillä huomasin käyttäväni eri resilienssin osa-alueita hyvin epätasaisesti. Esimerkiksi kokeilemiseen sain pistemääräksi 90. Tämä oli kaikista ominaisuuksistani vahvin ja se auttaa tunnistamaan ja hyödyntämään uusia mahdollisuuksia kokeilla asioita, vaikka niihin liittyisikin epämukavuutta ja riskiä. Tunnistan itseni tästä, sillä vaikka joku asia olisi epämukavaa, en silti anna sen lamaannuttaa minua. Esimerkiksi Saksaan soittaminen on ollut välillä epämukavaa, kun onnistumisia ei ole tullut paljoa, mutta olen silti pitänyt tekemisen tasosta huolen. Kokeilun halu näkyy myös siinä, että lähin ylipäättään työskentelemään Saksan markkinassa. Tiesin Saksan markkinan olevan vaikea, mutta halusin silti kokeilla, kuinka menestyn.

Oivallukseni epäonnistumisen pelosta taistelee hieman kokeilemisen korkeaa pistemäärää vastaan. Kokeilunhalu yleensä auttaa juuri siinä, että negatiivinen lopputulos ei pelota vaan ryhdyt toimeen siitä huolimatta. (Resillience Alliance 2021.) Ehkä epäonnistumisen pelko johtuukin itseluottamuksen puutteesta. Sain tästä ominaisuudesta matalimman pistemäärän, vain ykkösen. Itseluottamus antaa meille kyvyn nähdä haasteet mahdollisuuksina. Ilman itseluottamusta pelot, epäilyt ja heikkoudet voivat estää meitä toimimasta. Keskitymme helposti epäonnistumisen mahdollisuuteen ja unohdamme potentiaaliset hyödyt. Heikko itsetunto ja omien kykyjen epäily on hyvin voinut olla syynä epäonnistumisen pelolle ja koen, että minulla on itseluottamuksen kanssa paljon parannettavaa.

Resillience Alliance (2021) kehottaa analysoimaan omaa profiilia, jotta voit kehittää omaa resilienssiäsi. Profiilista kannattaa tunnistaa matalimman ja korkeimman pistemäärä ominaisuudet ja miettiä, kuinka voit jatkossa hyödyntää vahvimpia ominaisuuksia ja minkä ominaisuuden kehittämistä olisi sinulle eniten hyötyä. Profiiliin tulisi olla mahdollisimman tasapainoinen, jotta voit hyödyntää kaikkia resilienssin ominaisuuksia, sillä kukin niistä sopii eri tilanteisiin. Minulle tärkein kehityskohde on varmasti itseluottamus, sillä olen huomannut sen puutteen vaikuttavan negatiivisesti omaan resilienssiin tälläkin hetkellä. Aion panostaa itseluottamukseen tunnistamalla negatiivisen sisäisen puheen, jota minulla on aika usein, keskeyttää sen ja miettiä mistä negatiiviset ajatukset

itseä kohtaan johtuvat. Aion myös onnistumisten kohdalla miettiä, mitä tein hyvin ja missä onnistuin. Näin pystyn tunnistamaan osaamistani paremmin ja rakentaa itseluottamusta.

En ehtinyt soittaa Saksan markkinaa kovin paljoa tällä viikolla, sillä perjantai oli vapaa ja minulla oli melko paljon tapaamisia sekä muita työtehtäviä pitkin viikkoa. Sain kuitenkin tiistaina yhden tapaamisen sovittua ja ehdin tällä viikolla sparrailla usean kollegan kanssa parhaista lähestymistavoista. Erityisesti saksalaisen kollegan kanssa sparrailu oli hyödyllistä, sillä hän tuntee Saksan markkinan todella hyvin ja tietää, mitä päättäjät haluavat kuulla. Hyödynsin myös LinkedIniä aktiivisesti pitkin viikkoa ja usea päättäjähän hyväksyi viestini, mutta harva heistä vastasi mitään. Laitoin myös lisätietoa Aurora Live-verkostosta, mutta vielä en ole vastauksia paljoakaan saanut. Havaitseen yhä saman trendin kuin aiemmilla viikoilla. Päättäjät eivät halua keskustella kanssani ja sulkevat puhelun heti aloituksen jälkeen.

| | | | | | |
|-----------------|------------|------------|-----------|----------|----------|
| Vko 13 | | | | | |
| Maanantai | 2 | 55 | 9 | 0 | 0 |
| Tiistai | 3 | 100 | 9 | 1 | 1 |
| Keskiviikko | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Torstai | 2,5 | 60 | 2 | 0 | 0 |
| Perjantai | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Yhteensä | 7,5 | 215 | 20 | 1 | 1 |

Kuva 8. Saksan markkinan soittamisen luvut viikko 13.

3.4 Seurantaviikko 4. Saksalainen kulttuuri

Aiemmillä viikoilla on keskitytty itsensä johtamisen teemoihin, mutta tulevilla kahdella viikolla fokus vaihdetaan Saksan kulttuurin ja kielen parempaan ymmärtämiseen. En tuntenut saksalaista kulttuuria tai kieltä kovinkaan hyvin ennen Saksan markkinaa siirtymistä. En esimerkiksi ole koskaan käynyt Saksassa enkä puhu saksaa. Olen viimeisen kuukauden aikana oppinut kuitenkin paljon Saksasta ja osaan jo muutamia sanoja saksaksi. Haluan kuitenkin syventää osaamistani erityisesti saksalaisesta kulttuurista, sillä uskon kulttuurillisten erojen olevan suurin syy sille, miksi olen Suomessa huippu suorituja ja Saksassa taas en. Teema on tällä sekä ensi viikolla sama ja aion hyödyntää erityisesti netistä löytyviä lähteitä. Perehdyn myös A.Riemhoferin kirjaan *Doing Business in Germany: A Concise Guide to Understanding Germans and Their Business Practices* (2019).

Sillä opinnäytetyössä tarkastellaan työtäni vain kylmäkontantoinnin näkökulmasta, joka on osa myynnin alkupäätä, joten aion tällä viikolla tutkia eri kulttuurien vaikutusta myynnin näkökulmasta. Globaali myynti voi olla haastavaa, jos et tutustu eri kulttuureihin ja ymmärrä niitä. (Culture Vulture s.a.) Vaikka ostaminen ja myyminen on mekaanisesti samankaltaista ympäri maailmaa, ympäröivä kulttuuri vaikuttaa vahvasti myös myyntiin. Pahimmillaan voit jopa menettää potentiaalisen asiakkaan, jos myyntiprosessissa teet jotain, joka ei asiakkaan kulttuurissa ole tavanomaista. Joissain

kulttuureissa on esimerkiksi sopivaa hypätä myynti puheeseen heti, mutta esimerkiksi Brasiliassa tai Saudi-Arabiassa ensimmäisessä tapaamisessa kuuluu keskittyä luottamuksen ja suhteen rakentamiseen (Bryant 2020).

Jos haluat menestyä myynnissä muissa kulttuureissa, on aluksi tunnettava toinen kulttuuri ja mukautettava siihen. (Culture Vulture s.a.) Sinun on aluksi tarkasteltava nykyisiä toimintatapoja sekä myyntiprosessia ja mietittävä, mitä sinun tulee muuttaa, jotta menestyt toisessa kulttuurissa. Esimerkiksi joissain kulttuureissa suurempi lähestymistapa toimii hyvin ja kylmäpuhelut voivat olla erinomainen tapa saada päättäjät kiinni. Joissain kulttuureissa taas suora lähestymistapa ei ole osa kulttuuria, jolloin esimerkiksi kontaktointia kylmäpuheluiden kautta ei arvosteta. Tällaisissa kulttuureissa asiakkaaseen on hyvä olla yhteydessä esimerkiksi suositusten tai yhteisten tuttujen kautta.

Tiistai 02.04.2024 Päivän tavoite: Laita LinkedInissä jatko viestejä kutsun hyväksyneille päättäjille

Moni saksalainen päättäjä oli pääsiäisen aikana hyväksynyt LinkedInissä kutsuni ja tavoitteenani on laittaa heille kaikille jatkoviestiä, jossa kerron enemmän Aurora Livestä ja ehdotan tapaamista. Halusin panostaa LinkedIn viesteihin, sillä perehdyin Sales Intelligence Blogin (2021) tekstiin, jossa mainittiin LinkedInin olevan tehokas kanava puheluiden lisäksi. Prospekteja kannattaa myös seurata sosiaalisessa mediassa, sillä näin he näkevät julkaisusi ja jäät mieleen sekä saat itse heistä arvokasta tietoa. Tekstissä mainittiin saksalaisten olevan hyvin tottuneita kylmäpuheluihin ja he yleensä keskustelevat mielellään ja harvoin laittavat luuria korvaan. Tämä ei kuitenkaan ole ollut minun kokemukseni, joten haluan kokeilla, jos kontaktointi LinkedInin kautta toimisi paremmin. Pystyn näin myös puheluissa viitata lähettäneeni viestiä myös LinkedInissä.

Tavoite ei kuitenkaan täyttynyt, sillä minulla oli lopulta aikaa soittaa Saksaan vain tunti. Tein tänään Powerpoint-kalvot valmennusta varten, jonka pidän parin viikon päästä, joten melkein koko päivä meni valmennuksen suunnittelussa ja muissa tapaamisissa. Ehdin soittaa Saksaan vain tunnin ja halusin priorisoida ajan soittamiseen LinkedIn viestien lähettämisen sijaan. Sain kolme päättäjää kiinni, mutta heistä kukaan ei halunnut keskustella kanssani. Kaksi lopetti heti kun kuulivat Aurora Liven. Yhden kohdalla kokeilin uutta myyntipuhetta ja aloitin aihe edellä. Käytin datan laatua ja en edes maininnut Aurora Liveä, mutta päättäjä sanoi heti, että ei ole kiinnostunut kylmäpuheluista.

Keskiviikko 03.04.2024 Päivän tavoite: Puhuttele saksalaisia päättäjiä oikeilla titteleillä

Tämän päivän tavoitteena on puhutella saksalaisia päättäjiä oikeilla titteleillä, jos heillä sellainen on. Sanon siis puheluissa esimerkiksi Dr.Smith tai Mr/Ms.Smith, jos heillä ei ole erillistä titteliä. Tiedän usean saksalaisen kollegan tekevän näin ja aluksi käytin myös itse tätä. Olen kuitenkin Suomessa tottunut puhuttelevaan kaikkia etunimellä, joten jätin tämän pois, sillä en ajatellut tällä olevan niin väliä ja saksalainen kollegani mainitsi etunimen olevan ok. Kun perehdyin ammattikirjallisuuteen, kahdessa lähteessä korostettiin tittelien tärkeyttä ja sitä, että Saksassa ei ole yleistä puhutella businesskontekstissa etunimellä (Sales Intelligence Blog. 22.1.2021; Riemhofer 2019, kapale 4)

Ehdin tänään soittamaan enemmän kuin eilen, mutta lähetin LinkedInissä runsaasti jatkoviestejä, joten tämä hieman hidasti soittotahtia. Ehdin soittamaan neljä tuntia ja sen aikana hieman yli 80 soittoyritystä. Tavoitettavuus oli tänään todella huono ja sain vain yhden päättäjän kiinni. Linja kuitenkin pätki niin paljon, että en kuullut lainkaan mitä hän sanoi ja lopulta päättäjä löi luurin korvaan. Muistin kuitenkin alussa puhutella häntä sukunimellä. Kiinnitin myös LinkedIn viestejä lähettäessäni huomiota tähän seikkaan. LinkedInistä voi muutenkin hyvin tarkastaa, kuuluuko päättäjää puhutella jollain tittelillä, sillä he usein laittavat nämä profiileihinsa.

Torstai 04.04.2024 Päivän tavoite: Konkreettiset vinkit oman myyntipuheen parantamiseen Saksan markkinan johtajalta

Tämän päivän tavoitteena on saada mahdollisimman konkreettiset vinkit Saksan markkinan johtajalta, sillä minulla on hänen kanssaan iltapäivällä sparrailu tapaaminen soittamisesta. Hän on todella kokenut myyjä ja hän on työskennellyt ympäri maailmaa haastavissa markkinoissa, kuten Saksan ja Yhdysvallat. Vaikka hän johtaa Saksan markkinaa, hän ei ole esihenkilöni enkä ole päässyt keskustelemaan hänen kanssaan kovin usein. Myös tämän vuoksi haluan ottaa kaikki mahdolliset vinkit talteen, sillä Helsingin toimistolla ei ole paljoa henkilöitä, joilla olisi edes kokemusta Saksan markkinan soittamisesta.

Minulla ei ollut tänään kovin paljoa aikaa soittaa Saksaan, sillä päivä oli täynnä tapaamisia. Ehdin soittaa päivällä 1,5 tuntia, mutta en tavoittanut ketään. Lähetin kuitenkin aktiivisesti LinkedIn viestejä. Olen nyt muutenkin tutustunut päättäjien LinkedIn profiileihin aina ennen soittamista, jotta voin puhelussa mainita jonkun heille relevantin aiheen. Iltapäivällä soitin vielä muutaman puhelun ja sain kaksi päättäjää kiinni. Toinen oli tapaamisessa, joten ei pystynyt keskustelemaan. Toisen kanssa sain hieman pidemmän keskustelun käytyä Saksan markkinan johtajan vinkkien avulla.

Olen aina ennen sopinut tapaamisia kertomalla päättäjälle syyn miksi ja mistä soitan, avaamalla mitä tapaamisessa käydään läpi ja kertomalla mitä päättäjä itse saa tapaamisesta. Sparrailin Saksan markkinan johtajan kanssa ja hän kehui myyntipuhettani, mutta mainitsi, että se ei Saksassa tule toimimaan. Hän ensinäkin kehotti minua hidastamaan puheen tahtia. Tämä on ollut minulle aiemminkin haasteena, sillä puhun luonnostaan nopeasti. Toiseksi hän korosti intonaation ja taukojen tärkeyttä. Etenkin kun soittaa Saksaan englanniksi on tärkeää puhua hitaasti, pitää taukoja ja käyttää myös tarpeeksi simppeliä sanastoa. On myös tärkeää tehdä puhelusta henkilökohtainen ja näin erottua kymmenien muiden kylmäsoittajien joukosta. Saksassa koko myyntipuheen tulee liittyä päättäjää ja hänen tarpeisiinsa. Saksalaiset eivät jaksa kuunnella, jos kerrot vain tuotteestasi tai yrityksestäsi. Myös muiden jäsenten käyttäminen referenssinä on tärkeää, sillä näin he saavat sosiaalisen todisteen verkoston laadusta. Huumoria kannattaa myös hyödyntää. Jos päättäjä esimerkiksi alkuun mainitsee, ettei pidä kylmäpuhelusta hyvä vastaus on sanoa, ettei itsekään pidä niistä ja mainita valmistautuneensa puheluun ja luvata olla hukkaamatta hänen aikaansa.

Laitoin Saksan markkinan johtaja vinkit heti käyttöön ja tein itselleni uuden myyntipuheen. Jätin kaiken ylimääräisen pois enkä esimerkiksi kysy voidaanko puhua englantia tai onko päättäjällä hyvä hetki. Sain Saksan markkinan johtajalta myös vinkin tervehtiä sanomalla "Hallo, ich grüße sie" joka on todella formaali tapa tervehtiä saksaksi ja sillä saa päättäjän huomion heti alussa. Tämän jälkeen voi myös helposti hyödyntää huumoria toteamalla, että ei vielä osaa saksaa tuon enempää. Mainitsen myyntipuheessani myös tutustuneeni päättäjän LinkedIn profiiliin ja kertomalla sieltä jonkun faktan, jotta päättäjälle tulee olo, että halusin soittaa juuri hänelle ja auttaa juuri häntä. Kohdat, jotka on merkitty xxx ovat kohtia, joihin vaihtelen aiheita, jotta puhelusta tulee räätälöity ja henkilökohtainen. Saksan markkinan johtaja vinkkasi kiinnittämään huomiota myös intonaatioon, joten aion näissä kohdissa myös painottaa kyseisiä sanoja. Sain häneltä todella hyvät vinkit soittamiseen ja ne toimivat heti, sillä pääsin käymään yhden hieman pidemmän keskustelun, vaikka se ei tapaamiseksi kääntynytäkään. Sparraillemme uudelleen ensi viikolla ja hän myös kehotti kääntymään tiimiläistensä puoleen, jotta voin harjoitella myyntipuhettani myös heidän kanssaan.

Hallo, Ich grüße sie

I'm so happy you picked up I was just going through your LinkedIn profile and noticed that you have made an impressive career in xxx.

The reason why I'm calling you because I'm working with xxxx and xxxx. They have mentioned that xxx, xxx and xxx are something they are working with right now.

I would love to tell you how Aurora Live has helped them and discuss if we could help you as well. Would you have time for a brief 20 min Teams meeting in the up coming weeks?

Kuva 9. Saksan markkinan uusi myyntipuhe

Perjantai 05.04.2024 Päivän tavoite: Hyödynnä uutta myyntipuhetta

Tämän päivän tavoitteena on hyödyntää uutta myyntipuhetta puheluissa. Sparrailin eilen Saksan markkinan johtajan kanssa, ja hän antoi minulle paljon hyviä vinkkejä Saksan markkinan soittamiseen. Haluan heti päästä laittamaan vinkit käyttöön. Minulla on nyt paljon parempi ymmärrys siitä, miten saksalaisia kannattaa lähestyä ja mitä olen aiemmin tehnyt väärin. Minulla on kuitenkin päivä kokonaan täynnä tapaamisia, joten jos haluan hyödyntää uutta myyntipuhetta, minun on jätävä soittamaan iltapäivästä klo 16 jälkeen.

Osallistuin tänään Saksan tiimin valmennukseen, jossa keskustellaan aina vaihtuvista teemoista ja harjoitellaan esimerkiksi myyntipuhetta ja vastaväitteiden käsittelyä. Tänään aiheena oli konsultativinen myynti ja keskustelimme esimerkiksi, kuinka paljon prosentuaalisesti kylmäpuheluista tulisi olla myyntiä ja kuinka paljon konsultointia. Kylmäpuheluissa ei ehdi juuri konsultoimaan asiakasta, joten niissä suurin osa on hyvä olla myyntiä, mutta oma myyntipuhe tulee muokata asiakkaalle henkilökohtaiseksi.

Valmennus oli todella hyödyllinen, sillä pääsin myös kysymään saksalaisilta kollegoilta vinkkejä soittamiseen sekä haastamaan esimerkiksi ammattikirjallisuudesta löytyviä näkemyksiä saksalaisesta kulttuurista. Kysyin esimerkiksi, onko superlatiivien käyttäminen saksalaisten mielestä epäilyttävää, sillä yhdessä kirjassa mainittiin näin (Riemhofer 2019, kappale 5). Saksalainen kollega vahvisti tämän näkökulman ja kertoi, että superlatiivien käyttäminen saa sinut vaikuttamaan liian myyvältä ja eikä herätä luottamusta. Huumorin käyttämisen osalta saksalaiset kollegani olivat taas erimieltä ammattikirjallisuuden kanssa Riemhofer (2019, kappale 5) mainitsee saksalaisten arvostavan huumoria, erityisesti sarkasmia ja ironiaa, mutta sitä kannattaa käyttää vasta kun tunnet toi-

sen osapuolen kunnolla. Saksalaiset kollegani taas kannustivat käyttämään huumoria jo ensimmäisissä puheluissa, sillä sen avulla saat toisen ihmisen avautumaan helpommin ja saat myös hänen huomionsa.

En ehtinyt soittaa päivällä Saksan markkinaa, mutta jäin vielä neljän jälkeen soittamaan tunniksi. En kuitenkaan saanut ketään kiinni, vaikka soitin 30 puhelua. Olin hieman yllättynyt, sillä saksalaiset kollegat ovat maininneet perjantai iltapäivien olevan hyvä aika soittaa. Sain kuitenkin sovittua yhden tapaamisen LinkedInin kautta. Olin laittanut päättäjälle jo viime viikolla ensimmäisen viestin ja laitoin tällä viikolla jatkoviestiä. Hän tuli mieluusti tapaamaan ja saimme tapaamisen jo ensi viikolle. Käytin viestipohjina samoja viestejä, joita olen lähettänyt Suomen markkinassa. Viestit olivat kokonaan englanniksi, sillä päättäjän toinen äidinkieli on englanti. Tämä saattoi osaltaan vaikuttaa siihen, että hän vastasi englanninkielisiin viesteihini ja piti lähestymistapaani sopivana. Tervehdin häntä viesteissä esimerkiksi epäformaalilla ”Hi”, joka on saksalaisten mielestä liian tuttavallinen tapa tervehtiä (Riemhofer 2019, kappale 5).

Viikkoanalyysi

Suurin haasteeni Saksan markkinaa soittaessa on ollut puheluiden ensimmäiset 4 sekuntia, sillä päättäjät usein laittavat minulle luurin korvaan heti esittäytymisten jälkeen. Belfort (2017, ääniraita 2) korostaa kirjassaan ensimmäisten sekuntien tärkeyttä, sillä onnistumalla heti ensimmäisten sekuntien aikana, ostat itsellesi taas seuraavat 10 sekuntia. Suurimpana syynä tälle on varmasti se, että en tunne saksalaista kulttuuria ja heidän kommunikaatiotyyliään tarpeeksi hyvin. Tämän vuoksi halusin keskittyä myös saksalaisen kielen ja kulttuurin parempaan tuntemiseen.

Saksalainen kommunikaatio tyyli on osittain melko samanlainen kuin Suomessa. (Riemhofer 2019, kappale 4) Saksa ja Suomi ovat molemmat esimerkiksi matalan kontekstin kulttuureita, joka tarkoittaa, että viestintä perustuu sanoihin eikä kontekstilla ole niin paljon merkitystä. Saksalaiset arvostavat faktoja sekä selkeitä ohjeita ja epäselvyys tai monitulkintaisuus saavat heidät hermostuneiksi. Suora ja selkeä kommunikaatio on Saksassa avain asemassa. Myös small talkin osalta saksalaiset muistuttavat suomalaisia, sillä se on yleensä hyvin kevyttä eikä kestä kovin kauaa, ennekuin siirrytään itse asiaan. Saksalaiset myös ilmaisevat oman mielipiteensä empimättä, joskus jopa pyytämättä. He myös arvostavat rehellisyyttä ja jos he eivät ilmaise omaa mielipidettään suoraan, he näkevät tämän epärehellisenä. Kritiikkiä ei myöskään oteta henkilökohtaisesti, vaan se nähdään rakentavana palautteena, joka auttaa parantamaan lopputulosta. Nämä seikat voivat olla syynä sille, miksi saksalaiset nähdään joskus kylminä ja töykeinä.

Saksalaiset arvostavat ennustettavuutta ja välttävät epävarmuutta. (Riemhofer 2019, kappale 4) Suunnitelmallisuus ja ongelmien analysointi tuo turvallisuuden tunnetta. Tämän vuoksi saksalaiset

ovat hyvin suunnitelmallisia ja jos jotain menee pieleen, he myös aina pyrkivät löytämään syyn epäonnistumiselle, jopa ennen ongelman korjaamista. Suunnitelmista poikkeaminen ahdistaa saksalaisia ja tämän vuoksi heidät nähdään joskus hyvin joustamattomina. He kuitenkin pitävät sovitusta asioista kiinni ja odottavat samaa myös muilta, joten tämän vuoksi on tärkeää pitää sovitusta asioista kiinni ja ilmoittaa, jos muutoksia tulee. Aikataulut ovat saksalaisille tärkeitä ja edes muuttaman minuutin myöhästymistä ei katsota hyvällä. Varmista siis, että olet aina ajoissa ja mielellään muuttaman minuutin etuajassa, jos olet sopinut jotain saksalaisten kanssa.

Asiakkaan kommunikaatiotyylin selvittäminen auttaa menestymään myös kylmäpuheluissa, sillä näin voit muokata lähestymistapaasi asiakkaan kommunikaatio tyyliin sopivaksi ja tehdä puhelusta henkilökohtaisemman (Tabish 2015) Helpoiten tämän saa selville, jos saat heidät puhumaan heti puhelun alussa. DISC-analyysin on työkalu, jonka avulla voi tunnistaa ihmisten käyttäytymis- ja kommunikaatiotyyliä. Sen avulla myös eri kulttuureita voidaan jaotella kommunikaatiotyylien mukaan (Crystal Resource s.a.).

DISC on minulle jo entuudestaan tuttu teoria yhdeltä Haaga-Helian myynnin kurssilta, jossa saimme myös omat DISC-profiilit. DISC jakaa persoonallisuudet neljään pääluokkaan;

- Dominantit (D): Arvostavat tehokkuutta ja suorapuheisuutta. Heille sopivat selkeät hyödyt ja konkreettiset tulokset.
- Vaikuttavat(I): Viihtyvät sosiaalisessa myyntityössä ja arvostavat henkilökohtaista lähestymistapaa ja yhteistyötä.
- Vakaaat (S): Edistävät pitkän aikavälin suhteita ja arvostavat luottamusta ja vakautta.
- Tunnolliset (C): Reagoivat faktoihin ja loogiseen päätöksentekoon. Heille sopivat dataan perustuvat ratkaisut ja perusteelliset selitykset. (Crystal Resource s.a.)

Saksalaisten kommunikaatiotyyli on dominantti ja he arvostavat tehokkuutta, luotettavuutta ja ammattimaista lähestymistapaa. (Crystal Resource s.a.) Saksassa on tärkeää kunnioittaa muiden aikaa ja omassa myyntipuheessa kannattaa korostaa mikä on tuotteesi tai palvelusi konkreettinen hyöty, miten se voi tehostaa toimintaa sekä hyödyntää dataa ja referenssejä. Vastaväitteitä käsitellessä voi olla myös hyvin suora ja rehellinen. Kannattaa tässäkin hyödyntää muiden positiivisia kokemuksia ja korostaa konkreettista hyötyä, jonka tuotteellasi tai palvelullasi voi saavuttaa.

Kylmäsoittamisen laillisuus Saksassa on myös yksi seikka, johon törmäsin tällä viikolla lähteitä etsiessäni. Mietin tätä jo itseasiassa aiemmin, sillä kerran puhelussa yksi saksalainen päättäjä sanoi, että kylmäsoittaminen ei ole Saksassa laillista. Saksan UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) asettavat Saksassa tietyt ehdot kylmäsoittamisen laillisuudelle. (Becker 2023) UWG on

laki, jota sovelletaan erityisesti saksankielisillä markkinoilla, ja se säätelee, miten henkilötietoja voidaan myydä ja käyttää. Se kertoo saksankielisissä maissa toimiville asiakashankkijoille, miten yrityksiä saa lähestyä. Sen mukaan kylmäkontaktointi on laillisia, jos olet saanut siihen luvan tai jos yrityksellä on syy uskoa, että vastaanottaja voisi hyötyä ja olla kiinnostunut tarjottavasta tuotteesta tai palvelusta. Voit siis lähestyä asiakasta kylmäsoitolla tai sähköpostilla, jos olet saanut suostumuksen tai voit olettaa asiakkaan olevan kiinnostunut tarjoamastasi. Yhteystiedot tulee kuitenkin olla hankittu laillisesti ja asiakkaalle tulee antaa myös lupa kieltäytyä kontaktoinnista.

Olen tällä viikolla oppinut saksalaisesta kulttuurista paljon, vaikka ehdin soittamaan Saksan markkinaa vain kahdeksan tuntia. Lähteistä olen saanut paljon näkemystä erityisesti saksalaiseen kommunikaatiotyyliin ja yleisesti saksalaiseen kulttuuriin. Nyt kiinnitän enemmän huomiota esimerkiksi siihen, että puhuttelen päättäjiä oikeilla titteleillä enkä kuulosta alkuun liian tuttavalliselta tai innostuneelta. Oli myös hyödyllistä saada tietoa kylmäkontaktoinnin laillisuudesta, sillä jos joku vetoaa tähän vastaväitteenä, minulla on siihen hyvä ja kattava vastaus. Eniten hyötyä oli kuitenkin sparrauksesta Saksan markkinan johtajan kanssa, sillä sain häneltä konkreettiset vinkit juuri minun myyntipuheeni parantamiseen, jotta se vetoaisi saksalaisiin paremmin. Ensi viikolla minulla on onneksi enemmän aikaa soittaa, joten pääsen laittamaan hänen vinkkinsä heti testiin.

| | | | | | |
|-----------------|----------|------------|----------|----------|----------|
| Vko 14 | | | | | |
| Maanantai | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tiistai | 1 | 30 | 3 | 1 | 0 |
| Keskiviikko | 4 | 80 | 1 | 0 | 0 |
| Torstai | 2 | 55 | 2 | 1 | 0 |
| Perjantai | 1 | 30 | 0 | 0 | 1 |
| Yhteensä | 8 | 195 | 6 | 2 | 1 |

Kuva 10. Saksan markkinan soittamisen luvut viikko 14.

3.5 Seurantaviikko 5. Saksalainen kulttuuri

Tällä viikolla keskistytään vielä Saksan kielen ja kulttuurin parempaan tuntemukseen. Jatkan yhä Riemhoferin *Doing Business in Germany: A Concise Guide to Understanding Germans and Their Business Practices* (2019) kirjaan perehtymistä, sillä sen sisältö on auttanut minua ymmärtämään saksalaista kulttuuria ja siinä on paljon hyviä, konkreettisia esimerkkejä kulttuuri eroista Saksassa muihin kulttuureihin verrattuna. Olen löytänyt myös verkosta paljon hyödyllisiä lähteitä, joten aion tälläkin viikolla hyödyntää artikkeleja ja blogi kirjoituksia.

Eri kulttuurien tunteminen ja kommunikaatio taidot ovat avain asemassa kansainvälisessä myynnissä. Esimerkiksi myyntityyli, joka toimii kotimaassa, ei välttämättä toimi muissa kulttuureissa. (Pietilä & Pihlajarinne s.a.) Olen itse huomannut tämän Saksan markkinaa soittaessa; sama tyyli

kuin Suomessa ei ole ollut tehokas Saksan markkinassa. Halusin näin viikon alkuun kerätä listaa siitä, mitä asioita tulee ottaa huomioon myynnissä muissa kulttuureissa.

Tuntemalla paikalliset tavat ja käytännöt osoitat kunnioitusta kohdemaan kulttuuria kohtaan. Sama pätee kohdemaan kielen käyttämiseen. On hyvä opetella edes muutama fraasi, joita voit käyttää asiakaan kanssa viestissä. Tämä auttaa rakentamaan luottamusta ja osoittaa kiinnostusta asiakkaan kulttuuria kohtaan. (Crystal Resource s.a.; Glowacka 2024) On myös huomioitava erilaiset hierarkia suhteet sekä aika käsitykset, sillä joissain kulttuureissa on tärkeää olla ajallaan tai etuajassa ja puhuttava vain, jos sinua puhutellaan, kun taas toisissa kulttuureissa on tavanomaista olla hieman myöhässä ja organisaatioissa on matala hierarkia. (Pietilä & Pihlajarinne. s.a.) Erilaiset kommunikaatio tyyliä kannattaa myös huomioida ja tiedostaa onko kohdemarkkina matalan kontekstin kulttuuri vai korkean kontekstin kulttuuri. Myös neuvottelu tyyliä sekä päätösten tekemisessä on kulttuurillisia eroja. (Smith 2021) Muita huomioitavia asioita ovat esimerkiksi; riskinottohalukkuus, pukeutuminen, kehonkieli, konfliktienratkaisu, lakien ja paikallisten arvojen sekä etiikan tunteminen (Glowacka 2024).

Maanantai 08.04.2024 Päivän teema: Hyödynnä uutta myyntipuhetta soittaessa

Tein viime torstaina itselleni uuden myyntipuheen Saksan markkinan johtajan vinkkien pohjalta ja minulla oli jo perjantaina tavoitteena hyödyntää sitä. Ehdin kuitenkin silloin soittaa vain tunnin, enkä saanut ketään kiinni, joten en myöskään päässyt harjoittelemaan uutta myyntipuhetta. Tämän päivän tavoitteena oli siis päästä hyödyntämään uutta myyntipuhetta, jotta pääsen harjoittelemaan sitä ja kokeilemaan toimiiko erilainen lähestymistapa paremmin.

Pääsin hyödyntämään uutta myyntipuhetta tänään ja huomasin sen toimivan paremmin, kuin sama lähestymistapa, jota olen Suomessa käyttänyt. Avain ero on se, että nyt myyntipuheeni on paljon henkilökohtaisempi, käytän muita jäseniä referensseinä, mainitsen markkina trendejä ja mutta en kerro verkostosta paljoa. Kerron enemmän, kuinka olemme auttaneet muita jäseniä x aiheiden kanssa ja haluaisin keskustella voisiko konseptistamme olla hyötyä myös päättäjälle, jolle soitin. Tämä lähestymistapa toimii selvästi paremmin, sillä pääsin heti käymään kaksi hieman pidempää keskustelua. Yksi päättäjistä oli kuitenkin lomalla ja pyysi minua laittamaan LinkedInissä viestiä. Toinen taas oli palaverissa, joten en ehtinyt hyödyntämään vastaväiteitä kunnolla, mutta hän oli liian kiireinen tapaamaan. Yhden kanssa en juurikaan päässyt keskustelemaan, sillä hän oli tapausmisessa. Aion jatkossa hyödyntää tämän tyylistä lähestymistapaa, sillä päättäjät eivät keskeyttäneet minua heti alussa, vaan antoivat minun kertoa miksi soitin. Tämä on toki kokemukseni vasta muutaman keskustelun perusteella, mutta aion käyttää tätä myyntipuhetta ainakin tämän viikon.

Tiistai 09.04.2024 Päivän tavoite: Tutustu Saksan markkinan tapahtumiin ja käännä ne englanniksi, jotta voit hyödyntää aiheita puheluissa

Tämän päivän tavoite ei liity täysin kylmäkontaktointiin, sillä minulla on tänään myös ensimmäinen asiakastapaaminen Saksan markkinaan ja aamupäivä menee tähän valmistautuessa. Tavoitteena on kääntää Saksan markkinan tapahtumien agenda englanniksi, jotta voin hyödyntää niiden aiheita puheluissa ja kertoa tapahtumien sisällöstä asiakastapaamisissa. Saksan tapahtumien otsikot, kuvaukset ja agendat ovat alustallamme saksaksi ja hyödynnän kääntämisessä tekoälyä. Käännän vain kevään tapahtumien agendat, sillä tapahtumia on tulossa paljon eri puolilla Saksaa maan suuren pinta-alan vuoksi. Olen Suomessa usein hyödyntänyt tulevien tapahtumien aiheita, jos olen huomannut päättäjän olevan kiinnostunut joistain aiheista, joita meillä on tapahtumien agendalla. Esimerkiksi jos päättäjä mainitsee, että ei voi osallistua verkostoon kustannussäästöjen vuoksi, mainitsen verkoston maksuttomuudesta ja kerron yhdessä tapahtumassa olevan aiheena juuri kustannus säästöt. Mainitsemalla jonkun tulevan tapahtuman, voi myös luoda aikapainetta

En ehtinyt soittaa tänään paljoa, sillä minulla meni aikaa tapaamisiin ja käytin melkein koko aamupäivän Saksan markkinan tapaamiseen valmistautumiseen ja tapahtumien agendojen kääntämiseen. Tämä kuitenkin kannatti, sillä sain tänään ensimmäisen saksalaisen päättäjän mukaan verkostoon! Tämä todellakin auttoi motivaation kanssa, sillä onnistumiset tuovat tunteen, että oikeasti on kyvykkyydet päästä omiin tavoitteisiin. Huomasin tämän vaikuttavan myös sisäiseen motivaatiooni ja kyvykkyyden tarve onkin yksi sisäisen motivaation tekijöistä (Martela & Jarenko 2015, Osa 1). Puheluiden osalta menestystä ei tullut tänään, sillä tavoitin vain kolme päättäjää, jotka olivat kaikki kiireisiä.

Keskiviikko 10.04.2024 Päivän teema: Puhu hitaammin puheluissa

Tämän päivän tavoitteena on puhua hitaammin puheluissa. Saksan markkinan johtaja antoi minulle palautetta nopeasta puheen tahdista ja kuinka se voi olla saksalaisille vaikeaa ymmärtää, sillä he eivät ole natiiveja englannin kielessä. Myös Riemhofer (2019) mainitsee kirjassaan, että saksalaisille soittaessa on tärkeää puhua hitaasti ja selkeästi sekä koittaa välttää aksenttia. Hän korostaa myös kuuntelun tärkeyttä saksalaisien kanssa keskusteltaessa. Minulla ei ole onneksi vahvaa aksenttia, kun puhun englantia, mutta saatan esimerkiksi jättää artikkeleita pois puhuessa. Tästä toinen osapuoli voi huomata, että en ole natiivi puhuja. Puheeni tempo on kuitenkin luonnostaan todella nopea, joten tähän minun on tietoisesti keskityttävä.

En päässyt keskustelemaan tänään kuin kolmen päättäjän kanssa, vaikka soitin viisi tuntia ja yli 110 soittoyritystä. Etsin aamupäivällä suoria numeroita soittamisen ohessa ja iltapäivällä keskityin vain soittamiseen, mutta tavoitettavuus oli silti yllättävän huono. Päättäjät, jotka tavoitin, olivat

myös kaikki pahassa paikassa ja pyysivät palaamaan myöhemmin. Sparrailin tänään myös yhden kollegani kanssa, joka soittaa myös Saksan markkinaa englanniksi. Hänellä oli hieman suurempi tyyli kylmäpuheluissa, kuin muilla Saksan markkinaa soittavilla ja sain häneltä paljon hyviä fraaseja, joita aion hyödyntää omissa puheluissa. Hän ei esimerkiksi välttä verkosto sanaa, kuten muut ja hänen tyyliinsä oli muutenkin myyntihenkisempi. Hän vinkkasi minua kysymään enemmän kysymyksiä puheluissa ja käyttämään huumoria jään rikkomiseen. Riemhofer (2019) mainitsee kirjassaan useasti, että saksalaisten kanssa ei kannata käyttää huumoria, jos ei tunne toista kunnolla tai ole hyvin perillä saksalaisesta huumorista. Kaikki kollegani kuitenkin kannustavat huumorin käyttöön, joten tässä on pieni ristiriita ammattikirjallisuuden kanssa. Luotan kuitenkin kollegoiden kokemuksiin enemmän, sillä he lähestyvät samaa kohderyhmää samalla asialla kuin minä.

Torstain 11.04.2024 Päivän tavoite: Aloita puhelut saksaksi

Tämän päivän tavoitteena on aloittaa puhelut saksaksi. Halusin keskittyä tänään tähän, sillä käyttämällä paikallista kieltä osoitat olevasi kiinnostunut kohdemaan kulttuurista ja panostaneesi sen tuntemiseen (Glowacka 2024). Olen vaihtelevasti tervehtinyt päättäjiä joko saksaksi tai englanniksi, mutta nyt minulle on vakiintunut tervehtiä sanomalla *"hallo"*, joka muistuttaa melko paljon englannin *"hello"*. Olen hyödyntänyt välillä hyödyntänyt myös saksan markkinan johtajan mainitsemää lausetta *"Hallo, ich grüße sie"*, mutta rehellisesti sanottuna saksan puhuminen jännittää aina ja olen tämän vuoksi hyödyntänyt sitä tarpeeksi. Halusin haastaa tänään itseäni aloittamaan kaikki puhelut joko sanomalla *"Hallo, ich grüße sie"* tai *"Guten morgen/tag/abend"*.

En onnistunut tavoitteessani tänään, sillä rehellisesti sanottuna unohdin iltapäivällä aloittaa puhelut muulla kuin *"hallo"*. Sain tänään viisi päättäjää kiinni ja pääsin käymään jopa kaksi pidempää keskustelua. Kumpikaan heistä ei kuitenkaan kokenut verkostoitumisen olevan heidän roolissaan ajankohtaista, joten en valitettavasti saanut tapaamisia sovittua. Minun täytyy miettiä tähän vastaväitteeseen vastaus, sillä kuulen tätä Saksassa melko usein. Paras tapa on varmasti korostaa verkostoitumisen arvoa ja kyseenalaistaa heidän sanomaansa. Olen nyt saanut käytyä pidempiä keskusteluja, kun hidastin puheen tahtia ja muutin lähestymistapaani. Päättäjät myös kysyvät minua harvemmin toistamaan sanomaani, kun puhun hieman hitaammin.

Perjantai 12.04.2024 Päivän tavoite: Hyödynnä huumoria puheluissa

Vaikka Riemhofer (2019, kappale 6) on useasti kirjassaan kehottanut välttämään huumoria saksalaisten kanssa, kollegani ovat kokeneet sen todella tehokkaaksi jäänmurtajaksi puheluissa. Halusin myös itse kokeilla, onko vastaanotto parempi, jos hyödynnän heti puheluiden alussa kevyttä huumoria. Eräs sveitsiläinen kollegani esimerkiksi vitsailee alkuun sveitsiläisestä aksentistaan ja se on

toiminut todella hyvin, joten ajattelin itse hyödyntää huumoria mainitsemalla jotain suomalaisuudesta. Itseen kohdistuva huumori on myös vähemmän riskialtista, kuin muista asioista vitsaileminen. Päättäjät kysyvät usein puhelun alkuun nimeäni uudelleen, vaikka sen sanonkin aina alkuun, joten tästä saa helposti johdettua hyvän jään rikkojan alkuun. Olen aina välillä sanonut päättäjille, että nimestä voit jo ehkä päätellä, että en ole saksalainen ja tämän jälkeen kertonut soittavani Hel-singistä, mutta työskentelen Saksan markkinan parissa.

En ehtinyt soittaa tänään kuin tunnin, mutta sain kuitenkin kolme päättäjää kiinni. Kahden kanssa en juuri päässyt keskustelemaan, mutta yhden kanssa sain hyvän keskustelun käytyä ja pääsin hyödyntämään humoristisempaa aloitusta. Päättäjä oli kuitenkin juuri menossa tapaamiseen, mutta oli kiinnostunut ja pyysi palaamaan ensi viikolla asiaan. Humoristisesta lähestymisestä ei siis ollut ainakaan haittaa, mutta näin pienen otannan perusteella en voi myöskään todeta sen olevan hyödyllistä.

Viikkoanalyysi

Tällä viikolla jatkoin saksalaiseen kulttuuriin perehtymistä ja pyrin myös pohtimaan, miten voin hyödyntää oppimaani omassa työssäni. Pyrin tällä viikolla esimerkiksi hyödyntämään oppimaani saksalaisten kommunikaatio tyylistä. Riemhoferin mukaan (2019, kappale 6) saksalaiset ovat hyvin asiakeskeisiä ja he eivät laita paljoa painoarvoa henkilökohtaisten suhteiden rakentamiseen. He näkevät ajan resurssina ja jos he investoivat sinuun aikaansa, he todellakin haluavat tietää mitä saavat siitä vastineeksi. On siis tärkeää kertoa konkreettisesti, miksi haluaa tavata, mitä päättäjä itse saa tapaamisesta ja mikä on tapaamisen päämäärä.

Saksalaiset haluavat myös kuulla konkreettisia ratkaisuja ongelmiin, joten referenssien hyödyntäminen kannattaa ja ne kannattaa myös personoida asiakkaan toimialan ja yrityksen koon mukaan. (Riemhofer 2019, kappale 6) He eivät myöskään arvosta sitä, jos heille tyrkytetään jotain ja liian myynnillinen lähestymistapa saattaa jopa ärsyttää saksalaisia. Liian myynnillisen lähestymistavan voi korjata kysymällä toteamuksien sijaa kysymyksiä. Näin osoitat ensinäkin kiinnostusta asiakasta kohtaan ja osallista hänet myös keskusteluun. On myös tärkeää pitää oma viestistä selkänä ja napakkana sekä välttää superlatiiveja ja hyvin pinnallisia lauseita, jotka eivät tarjoa mitään relevanttia tai kiinnostavaa tietoa. Vastaväitteet ei myöskään saa sivuttaa, vaan ne tulee aina käsitellä ja jos johonkin ei tiedä vastausta, se on hyvä selvittää ja palata asiakkaalle jälkikäteen.

Riemhoferin havainnot saksalaisten kommunikaatio tyylistä ja preferensseistä tukevat havaintoa saksalaisten dominantista kommunikaatiotyylistä. (Crystal Resource s.a.) Molemmissa lähteissä mainitaan esimerkiksi saksalaisten olevan hyvin suoraa, kriittisiä ja arvostavan konkretiaa. Molem-

missa mainitaan myös referenssien hyödyntäminen, sillä ne tuovat myyntipuheeseen hyvin konkreettista. Myös vastaväitteiden käsittelyä korostetaan ja niitä käsitellessä on hyvä olla hyvin suora ja rehellinen.

Myös Saksan markkinan johtaja ja muut saksalaiset ovat antaneet samankaltaisia vinkkejä Saksan markkinan soittamiseen. Sparrailin perjantaina uudelleen Saksan markkinan johtajan kanssa ja hän arvioi uuden myyntipuheeni. Hän kehui sitä kovasti ja nosti erityisesti puheen nopeuden sekä intonaation parantuneen. Hän kuitenkin kehotti käyttämään referenssejä useammin ja kertomaan, kuinka muut verkostomme jäsenet ovat hyötäneet konseptista tai miksi he ylipäättään jatkavat verkoston jäsenyyttä. Myös kysymysten kysyminen nousi esille, sillä tämä on Saksan markkinaa soittaessa erityisen tärkeää. Saksalaisia ei kiinnosta kuulla meidän verkostostamme ja sen erinomaisuudesta, vaan he haluavat kuulla kuinka he voisivat hyötyä siitä. On tärkeää kysyä kysymyksiä, jotta puhelu ei ole vain sinun kertoma tuote esittely, vaan päättäjät pääsee myös osallistumaan keskusteluun. Referenssit ovat taas tärkeitä, sillä niiden avulla päättäjät pääsee kuulemaan, kuinka muut ovat hyötäneet konseptista ja kuinka hänkin voisi hyötyä siitä.

Kielimuuri on myös huomioitava, jos haluaa menestyä Saksan markkinassa. (Sales Intelligence Blog 2021). Valitettavasti suurin osa saksalaisista ei puhu mielellään englantia ja tämä saattaa tuottaa haasteita, jos et itse puhu saksaa. Vain 34 % saksalaista puhuu englantia sujuvasti. Business maailmassa jopa 65.5 % saksalaista omaa vain alkeelliset englannin taidot tai eivät puhu englantia lainkaan. Englannin taito saattaa myös vaihdella yritysten ja henkilön aseman mukaan. Globaalin yrityksen johtoporras luultavasti puhuu englantia paremmin, kuin esimerkiksi valtion omistaman yrityksen rivivälikä.

Riemhofer (2019, kappale 6) kehottaa hankkimaan Saksaan myös paikallisen edustajan, sillä se auttaa erityisesti tapaamisten sopimisessa. Saksalaiset ovat avoimempia keskustelemaan puhelimitse, jos puhelu tulee paikallisesta numerosta ja soittaja tuntee paikallisen kielen sekä business kulttuurin. Riemhofer kertoo esimerkiksi auttaneensa suomalaisia asiakkaitaan sopimaan enemmän tapaamisia, sillä moni saksalainen ei halunnut tavata ulkomaalaisia ilman, että joku saksalainen oli tapaamisissa mukana. Saksalaiset eivät ole myöskään tottuneet tapaamisten varmistamiseen päivä tai kaksi ennen sen ajankohtaa. Ei siis kannata tehdä varmistus puheluita tai lähettää sähköpostia, sillä tämä antaa asiakkaalle myös tilaisuuden perua tapaamisen.

Ehdin soittaa tällä viikolla enemmän kuin viimeviikoilla ja pyrin myös hyödyntämään kollegoiden vinkkejä sekä lähteistä löytämään tietoa soittaessa. Esimerkiksi Riemhofer (2019, kappale 6) kehottaa kirjassaan miettimään asiakasviestintää suunniteltaessa ajatteleeko asiakas kertomasi jälkeen ”mitä sitten?” vai herättääkö viestimäsi oikeasti mielenkiintoa. Olen hyödyntänyt tätä uusia

lähestymistapoja miettiessäni, ja siitä on todellakin ollut apua. Monessa lähteessä myös kehoitettiin aloittamaan puhelu paikallisella kielellä ja yritin tällä viikolla myös aloittaa puhelut saksaksi. En kuitenkaan huomannut tässä merkittävää eroa verrattuna siihen, jos aloitan puhelut englanniksi, joten tämä ei tule olemaan suuressa fokuksessa jatkossa.

Kollegoilta olen saanut vinkiksi puhua hitaammin, kysyä enemmän kysymyksiä ja hyödyntää huumoria puheluissa. Näistä vinkeistä on ollut paljon hyötyä, erityisesti puheen tahdin hidastamisesta, joka myös mainittiin useissa lähteissä (Riemhofer 2019, kappale 6). Aiemmin päättäjät eivät usein ymmärtäneet mitä sanoin ja uskon tämän johtuneen liian nopeasta puhetahdistasta sekä siitä, että käytin heille vieraita englanninkielisiä sanoja. Tällä viikolla pyrin tietoisesti hidastamaan puheen tahtia ja käytin myös yksinkertaisempaa sanastoa. Kysymysten kysyminen mainittiin myös lähteissä (Riemhofer 2019, kappale 6) ja usea kollega myös korosti tämän tärkeyttä. Olen pyrkinyt kysymään puheluissa enemmän kysymyksiä ja olen päässytkin tällä viikolla käymään useamman hie- man pidemmän keskustelun. Huumorin käyttäminen oli yksi asia, jota kehoitettiin välttämään läh- teissä (Riemhofer 2019, kappale 6), mutta kollegat kannustivat sen hyödyntämiseen. Havaintojeni perusteella huumorista on enemmän hyötyä kuin haittaa, joten jatkossa hyödynnän huumoria pu- heluissani.

| Vko 15 | | | | | |
|-----------------|-----|-----|----|---|---|
| Maanantai | 3,5 | 55 | 3 | 2 | 0 |
| Tiistai | 1,5 | 45 | 3 | 0 | 0 |
| Keskiviikko | 5 | 110 | 3 | 1 | 0 |
| Torstai | 4 | 90 | 5 | 1 | 0 |
| Perjantai | 1 | 25 | 3 | 0 | 0 |
| Yhteensä | 15 | 325 | 17 | 4 | 0 |

Kuva 11. Saksan markkinan soittamisen luvut viikko 15.

3.6 Seurantaviikko 6. Parhaat käytännöt kylmäkontaktointiin

Seuraavilla kolmella viikolla keskitytään löytämään parhaat käytännöt kylmäkontaktointiin Saksan markkinassa. Aihe on laaja ja tällä viikolla keskityn löytämään parhaita käytäntöjä kylmäkontaktointiin yleisesti. Keskityn erityisesti kylmäsoittamiseen, sillä soittaminen on esimerkiksi kylmä sähköposteihin verrattuna tehokkaampi tapa saada viesti asiakkaalle perille (Kelwing 2023). Perehdyn tulevilla viikoilla A.Sobczakin kirjaan *Smart Calling: Eliminate the Fear, Failure, and Rejection from Cold Calling, Third Edition* (2020).

Halusin näin viikon alkuun täsmentää mitä kylmäsoittamisella tarkoitetaan sekä pohtia, onko kylmäsoittaminen kannattavaa. Kylmäsoittamisella tarkoitetaan sellaisen asiakkaan kontaktointia, joka ei ole ilmaissut kiinnostusta tuotteesta tai palvelua kohtaan ja jonka kansa myyjä ei ole ollut aiemmin

yhteydessä (Hayes 2023). Kylmäsoittamisella on valitettavan huono maine (Kelwing 2023) ja joskus jopa sanotaan kylmäsoittamisen kuolleen (Holm 2020). Proaktiivisen myyntityön, eli esimerkiksi kylmäsoittamisen, etuna on Inbound-liideihin verrattuna kuitenkin se, että voit itse vaikuttaa enemmän ja esimerkiksi valita asiakkaasi sekä luoda suhteen heihin aiemmassa vaiheessa (Holm 2020). Inbound-liidillä on luultavasti myös keskustelu auki kilpailijoidesi kanssa, mutta kylmäsoiton kautta saatu liidi juttelee luultavasti vain sinun kanssasi (Vehoniemi s.a.).

Jos kylmäsoittamisen tehokkuutta katsoo numeroiden valossa, se on yllättävän tehokas tapa kontaktoida potentiaalisia asiakkaita; jopa 82 % puheluista, jossa myyjä on päässyt keskustelemaan asiakkaan kanssa kunnolla johtaa tapaamiseen (Hayes 2023; Kelwing 2023; Sobczak 2020, luku1). 69 % päättäjistä taas kertoo ottaneensa tapaamisien vastaan kylmäpuheluiden kautta viimeisen 12 kuukauden aikana ja jopa 57 % yritysten ylimmän johdon päättäjistä kertoo kylmäpuheluiden olevan heidän suositeltu ensikontaktoinnin kanava (Kelwing 2023; Sobczak 2020, luku1). Kylmäsoittaminen on siis yhä tehokas tapa tavoittaa potentiaaliset asiakkaat.

Maanantai 15.04.2024 Päivän tavoite: Kysy enemmän kysymyksiä puheluissa

Tämän päivän tavoitteena on kysyä päättäjiltä enemmän kysymyksiä puheluissa. Olen saanut monelta kollegalta vinkiksi kysyä enemmän kysymyksiä soittaessa, sillä näin myös toinen osapuoli pääsee ääneen puheluissa, eikä se ole vain sinun monologisi. Olen valmistellut itselleni muutamia kysymyksiä, joita voin käyttää puheluissa ja pyrin tänään kysymään niitä jo aiemmin myyntipuheeni aikana. Olen nyt kysynyt heti alkuun, kuinka päättäjä voi tänään ja tällä kysymyksellä olen saanut hyvin tietoa päättäjän kommunikaatio tyylistä. Aion nyt myös alkuun mainita tutustuneeni heidän LinkedIn profiiliinsa ja varmistaa työskenteleekö päättäjä yhä samassa roolissa, joka LinkedInissä on mainittu.

Ehdin tänään soittaa neljä tuntia ja sain yli sata soittoyritystä lähtemään. Kaikki puhelut sujuivat todella hyvin eikä kukaan ollut minulle tänään töykeä tai laittanut luuria korvaan, vaan kaikki antoivat minun kertoa asiaani hiukan pidemmälle. Muutama oli kuitenkin tapaamisessa, mutta sain heidän kanssaan sovittua konkreettisen ajan, jolloin voin soittaa uudelleen. Yhdellä ei ollut aikaa verkostolle, mutta sain luvan lähettää lisätietoa sähköpostitse ja palata muutaman kuukauden perään, kun hänen kalenterinsa on rauhoittunut. Sain tänään myös yhden tapaamisen sovittua ja sain tästä paljon motivaatiota soittamiseen! Tavoitin kyseisen päättäjän jo perjantaina, mutta hän oli huolessa hetkessä ja pyysi palaamaan myöhemmin. Soitin tänään uudelleen sovitusti ja hän tuli mielellään tapaamaan jo ensi viikolla. Hyödynsin puhelussa Riemhoferin (2019, kappale 6) vinkkiä ja kerroin päättäjälle konkreettisesti mikä tapaamisen agenda tulee olemaan. Tämä toimi todella hyvin ja aion varmasti käyttää tätä jatkossa.

Tiistai 16.04.2024 Päivän tavoite: Hyödynnä muita verkoston jäseniä referensseinä puheluissa

Tänään jatketaan vielä viime viikon oppien hyödyntämistä ja keskityn erityisesti hyödyntämään muita jäseniä referensseinä puheluissa. Olen käyttänyt tätä toki jo aiemmin, mutta kun sparrailin perjantaina Saksan markkinan johtajan kanssa, hän kehotti hyödyntämään niitä enemmän sekä kohdentamaan referenssit paremmin. En tunne Saksan markkinan verkostoa yhtä hyvin kuin Suomen verkostoa, joten jo tämän vuoksi referenssien hyödyntäminen on työläämpää. CRM-järjestelmästämme kuitenkin pystyy katsomaan helposti, keitä jäseniä meillä on tietystä yrityksestä tai toimialasta, joten pystyn sen kautta katsomaan sopivat referenssi jäsenet.

Katsoin tänään soittamisen ohessa, keitä muita jäseniä meillä on mukana päättäjän yrityksestä, jolle soitin. Soittaminen on hieman hitaampaa näin, mutta merkkeen CRM-järjestelmään tiedot sopivista referensseistä, jotta minun ei tarvitse katsoa niitä tulevaisuudessa heti uudelleen. Keskityn katsomaan saman yrityksen jäseniä, sillä näin päättäjät voivat kysyä myös kollegoilta kokemuksia verkostosta. Hyödynsin referenssejä myös LinkedIn viestejä lähettäessä. Vaikka soitin tänään sata soittoyritystä, sain vain kolme päättäjää kiinni ja he kaikki olivat tapaamisissa, joten pyysivät soittamaan myöhemmin. En siis juuri pääsyt hyödyntämään referenssejä muuten kuin viesteissä.

Keskiviikko 17.04.2024 Päivän tavoite: Kerro päättäjille arvosta, jonka he voivat verkostosta saada

Tämän päivän tavoite on keskittyä kertomaan päättäjille konkreettisemmin mitä arvoa he voivat verkostostamme saada. Valitsin päivän teemaksi tämän, sillä Sobczak (2020, luku 2) korostaa kirjassaan ihmisten ostavan tuloksia eikä tuotteita. Keskityn soittaessa tuomaan enemmän esille verkostomme hyötyjä sekä hyödynnän myös muiden verkoston jäsenet kokemuksia arvonn luomissa. Myös Saksan markkinan johtaja kehotti minua hyödyntämään muiden jäsenten saavuttamaa hyötyä puheluissa.

Ehdin soittaa tänään vain 1,5 tuntia, mutta sain saman verran päättäjiä kiinni kuin eilen, joten tavoitettavuus oli huomattavasti parempi. Sain myös sovittua yhden tapaamisen Saksan markkinaan! Muutama päättäjän kollega on mukana verkostossa ja hyödynsin puhelussa tätä referenssinä. Kun päättäjä kysyi meistä enemmän, kerroin hänelle melko geneerisesti mitä teemme oikeastaan melko identtisesti Suomen markkinan myyntipuheen kanssa. Kerron aina yhdellä lauseella meidän olevan verkosto IT päättäjille ja sen jälkeen kerron mitä arvoa jäsenemme voivat saada konseptista. Tämä toimi hyvin, sillä päättäjä tuli mieluusti tapaamaan! On ihanaa vihdoinkin huomata, että olen oikeasti kehittynyt Saksan markkinan soittamisessa. Tämä todellakin nostaa motivaatiota sekä uskoa omaan tekemiseen.

Torstai 18.04.2024 Päivän tavoite: Kerro päättäjille, miten eroamme muista verkostoista soittaessa

Tämän päivän tavoite on taas Sobczakin (2020, luku 2) kirjan inspiroima. Hän kertoo kirjassaan miten omaa arvolupausta kannattaa rakentaa ja yksi kohta oli kertoa asiakkaalle, kuinka eroatte muista toimijoista. Uskon tämän olevan toimiva lähestymistapa Saksan markkinassa, sillä usein päättäjät sanovat vastaväitteeksi olevansa jo verkostoissa mukana. Kertomalla heti alussa, kuinka eroamme muista verkostoista tämän vastaväitteen voi välttää.

Tein tänään itselleni uuden myyntipuheen, jonka alussa hyödynnän nykyisiä jäseniä referenssinä ja mainitsen tutustuneeni päättäjän LinkedIn profiiliin sekä mainitsen sieltä jonkun faktan, jotta voin tehdä puhelusta henkilökohtaisemman. Tämän jälkeen kerroin kuinka eroamme muista toimijoista. Korostan tässä meidän olevan kutsuvieras verkosto ja mainitsen myös maksuttomuudesta sekä joustavasta konseptista. Uusi myyntipuhe näytti toimivan, sillä sain tänäänkin tapaamisen sovittua! En ehtinyt soittaa tänäänkään paljoa, sillä olin eilen yhdessä tapahtumassamme töissä yöhön asti, joten tulin toimistolle myöhemmin.

Perjantai 19.04.2024 Päivän tavoite: Löydä lisää Enterprise Architecteja omalle soittolistalle

Tämän päivän tavoitteena on etsiä Saksan markkinan soittolistalta enemmän Enterprise Architect tittelillä kulkevia päättäjiä. Keskityn heihin, sillä heidän on huomattu olevan suosituimpia jäseniä ja meillä on paljon heille suunnattuja tapahtumia ja sisältöä. Omaa myyntipuhetta on myös helpompi kohdentaa päättäjille, sillä pystyn myös käyttämään referenssinä muita Enterprise Architecteja, joita meillä on verkostossa mukana. Etsin tänään myös aktiivisesti suoria numeroita päättäjille, sillä usein päättäjät vastaavat todennäköisemmin, jos heille ei ole juuri soitettu.

Ehdin soittaa tänään kolme tuntia, mutta en saanut kuin kaksi päättäjää kiinni. Osittain tämä johtuu varmasti siitä, että soittaminen ei ollut niin tehokasta, sillä prospektoin soittamisen ohessa. Sain kuitenkin yhden tapaamisen sovittua, joten minulla oli suhteellisen hyvä hit-rate. Yksi saksalainen kollegani oli soittanut päättäjälle aiemmin ja päättäjä oli kertonut, millaisten aiheiden parissa hän työskentelee. Viittasin aiempaan puheluun ja mainitsin meillä olevan sisältöä juuri päättäjän aiemmin mainitsemiin aiheisiin liittyen. Päättäjä kysyi minulta myös mitä arvoa hän voi saada ja kerroin jokaisen jäsenen arvostavan eri asioita verkostossamme. Kerroin konkreettisesti myös tapaamisen agendan ja päättäjä tuli mieluusti tapaamaan kanssani!

Viikkoanalyysi

Tällä viikolla olen sopinut Saksan markkinaa 4 tapaamista, eli siis yhden enemmän kuin aiemmilla viikoilla yhteensä. Olen muuttanut lähestymistapaani melko paljon ja olen ottanut kollegoiden vinkit sekä ammattikirjallisuudesta saamani tiedon osaksi päivittäistä tekemistä. Vaikka on tärkeää saada paljon soittoyrityksiä lähtemään, jotta pääset keskustelemaan päättäjien kanssa, olen tällä viikolla panostanut enemmän puheluiden laatuun. Katson esimerkiksi CRM-järjestelmästämmä, onko joku päättäjän kollegoista mukana verkostossa. Erityisesti A.Sobczakin kirja *Smart Calling: Eliminate the Fear, Failure, and Rejection from Cold Calling, Third Edition* (2020) on auttanut minua keskittymään oikeisiin asioihin soittaessa ja muokkasinkin kirjan vinkkien avulla myös myyntipuhuttani paremmaksi.

Sobczak (2020, luku 1) kehottaa kirjassaan luopumaan kylmäsoittamisesta, jossa myyjä ei tunne asiakasta tai hänen yritystään lainkaan ja soittaa sattumanvaraisesti prospekteille, joille käy läpi aina saman ennalta kirjoitetun skriptin. Sobaczak puhuu kylmäsoittamisen sijaan ”älykkäästä soittamisesta” ja korostaa puheluiden laadun tärkeyttä määrän ohella. Älykkäässä soittamisessa myyjä hankkii tietoa potentiaalisesta asiakkaasta ja yrityksestä ennen yhteydenottoa. Puhelua edeltävään tiedonhankintaan voi kuulua esimerkiksi henkilön some-profiilien selailu tai yhteydenotto asiakkaan yrityksen työntekijöihin.

Perinteisen kylmäpuhelun ja älykkään soittamisen ero on juuri tieto, jonka hankit prospektista ennen puhelun soittamista. (Sobczak 2020, luku 3) Ei ole tärkeää vain hankkia tietoa, vaan myös oikeasti käyttää sitä puheluissa, jotta myös prospekti huomaa sinun valmistautuneen ja erotut joukosta positiivisesti. Tietoa voi hakea oikeastaan niin paljon kuin haluaa, mutta tärkeimmät asiat riipuvat siitä mitä myyt ja miksi joku ostaa sinulta. Kannattaa etsiä niin faktoja kuin tilannekohtaista tietoa. Faktoja ovat esimerkiksi yrityksen taloudelliset tiedot, henkilöstä ja mitä yritys oikeasti tekee. Tilannekohtaiset tiedot paljastavat, miksi joku on hyvä prospekti juuri sinulle. Niitä ovat esimerkiksi uuden toimiston avaaminen, johtajan ylentäminen varatoimitusjohtajaksi tai esimerkiksi toimitusjohtajan antama haastattelu, jossa hän kertoo yrityksen ensi vuoden suunnitelmista. Näitten kautta voit miettiä, mitä ongelmia tai mahdollisuuksia yrityksellä voi nyt olla ja lähesty näihin viitaten.

Olen tällä viikolla panostanut juuri puheluihin valmistautumiseen ja tiedon etsimiseen ennen soittamista, jotta voin tehdä puhelusta henkilökohtaisemman ja saada päättäjän ylipäättään kiinnostumaan kuulemaan lisää. Selaan aina päättäjän LinkedIn profiilin läpi ja Lusha palvelun kautta katson yrityksestä perustiedot. Etsin myös keitä päättäjän kollegoita meillä on verkostossa mukana ja mainitsen tämän puheluissa. Jotta en joudu etsimään kaikkea tietoa aina uudelleen, kun soitan,

olen myös kirjannut tiedot CRM-järjestelmään. Myös Sobczak (2020, luku 3) kehottaa etsimään prospekteista tietoa aina bulkkina ja kirjaamaan ne CRM-järjestelmään.

Tein itselleni tällä viikolla myös uuden myyntipuheen ja hyödynsin siinä Sobczakin (2020, luku 2) vinkkejä mahdollisen arvolupauksen tekemiseen. Hän puhuu mahdollisesta arvolupauksesta korostaakseen, että myyjien tulisi olla avoimia asiakkaiden palautteelle ja muokata arvolupaustaan tarpeen mukaan. Arvolupaus on keskeinen osa myyntiprosessia. Ymmärtämällä asiakkaiden tarpeita ja tarjoamalla arvoa, joka vastaa näitä tarpeita, myyjät voivat lisätä onnistumisen todennäköisyyttä. Arvolupauksen tulee olla mahdollisimman asiakaskeskeinen ja arvon on oltava todellista sekä mitattavaa. Asiakkaat eivät ole kiinnostuneita tyhjänpäiväisistä lupauksista, vaan he haluavat tietää, mitä he voivat konkreettisesti saavuttaa yhteistyössä.

Kun alat rakentamaan arvolupaustasi, aluksi on tärkeää ymmärtää miksi ihmiset ylipäättään osatavat sinulta (Sobczak 2020, luku 2). Tämän jälkeen on osattava artikuloida selkeästi mitä arvoa asiakas voi saada, jos he ostavat sinulta. On tärkeää keskittyä arvon myymiseen asioiden myymisen sijaan, sillä ihmiset eivät osta asioita vaan tuloksia. Kaikki asiakkaat eivät myöskään saa samaa arvoa, joten tämän vuoksi arvolupaustakin on tärkeää muokata ja personoida. Asiakkaan saama arvo ei koskaan ole myöskään sinun sanelemasi, vaan jokaisen asiakkaan on itse koettava tuotteesi tai palvelusi hyödylliseksi. Tämän vuoksi arvolupauksia on hyvä olla enemmän kuin yksi.

Asiakkaat ostavat kahdesta syystä; joko he voivat saavuttaa jotain tuotteesi tai palvelusi avulla tai se voi poistaa jonkun heidän ongelmansa tai kipukohtansa (Sobczak 2020, luku 2). Voit arvolupauksessa esimerkiksi korostaa, kuinka palvelusi voi säästää heidän aikaansa tai tehdä jonkun tehtävän suorittamisesta helpompaa. Kustannussäästöt ovat yleensä vahva arvolupaus, sillä yritys voi saavuttaa näin enemmän voittoa. Arvolupauksessa voi myös kertoa, kuinka eroat muista toimijoista ja näin korostaa palvelusi tai tuotteesi uniikkia arvoa, jota kilpailijoilla ei ole. Hyvän ja mielenkiintoisen arvolupauksen saat helposti hyödyntämällä olemassa olevien asiakkaiden menestystarinoita. Kannattaakin kysyä asiakkailta referenssi lupaa, jos he kertovat tuotteesi tai palvelusi avulla saavutetuista tuloksista. Konkretia on myös tärkeää, joten muista mainita kuinka paljon prosentuaalisesti onnistuitte esimerkiksi saavuttamaan kustannussäästöjä.

Omassa myyntipuheessani luon verkostolle arvoa juuri referenssien avulla ja kertomalla, kuinka eroamme muista verkostoista. Aloitan nyt puhelut hieman humoristisesti ja mainitsen, että nimestä voi ehkä päätellä, että en ole saksalainen ja mainitsen soittavani Helsingistä. Tämän jälkeen kerron tutustuneeni päättäjän LinkedIn profiliin ja soitan koska tiedän hänen kollegoidensa olevan nykyään verkostossa mukana. Mainitsen myös meillä olevan paljon jäseniä samankaltaisista rooleista. Kysyn tämän jälkeen, onko Aurora Live-verkosto tuttu ja siirryn sitten kertomaan, kuinka uniikki

konseptimme eroaa muista verkostoista. Mainitsen aina meidän olevan kutsuvieras verkosto ja välistemme jäsenemme, kerron maksuttomuudesta ja korostan verkoston olevan tarkoitettu kiireisille johtajille, joista osa kokee konseptimme jopa säästävän heidän aikaansa.

Tämä lähestymistapa on toiminut suhteellisen hyvin. Ainakin paremmin kuin aiempi tyyli, sillä tällä viikolla hit-rate oli melkein 30 %. Tuntuu todella hyvältä ja motivoivalta, kun saan vihdoinkin tulosta myös Saksan markkinassa. Aion seuraavilla viikoilla jatkaa samalla lähestymistavalla ja katsoa saanko myös ensi viikolla enemmän tapaamisia sovittua. Tulevilla viikoilla aion keskittyä myös tavoitettavuuteen ja yritän löytää vinkkejä siihen, kuinka saisin enemmän päättäjiä kiinni.

| | | | | | |
|-----------------|-----------|------------|-----------|----------|----------|
| Vko 16 | | | | | |
| Maanantai | 4 | 105 | 5 | 1 | 1 |
| Tiistai | 4 | 100 | 3 | 0 | 0 |
| Keskiviikko | 1,5 | 40 | 3 | 0 | 1 |
| Torstai | 2,5 | 40 | 1 | 0 | 1 |
| Perjantai | 3 | 75 | 2 | 0 | 1 |
| Yhteensä | 15 | 360 | 14 | 1 | 4 |

Kuva 12. Saksan markkinan soittamisen luvut viikko 16.

3.7 Seurantaviikko 7. Parhaat käytännöt kylmäkontaktointiin

Tälläkin viikolla keskitytään löytämään parhaat käytännöt kylmäkontaktointiin Saksan markkinassa. Jatkan A.Sobczakin kirjaan *Smart Calling: Eliminate the Fear, Failure, and Rejection from Cold Calling, Third Edition* (2020) perehtymistä, sillä kirjan vinkin arvolupauksen rakentamiseen todellakin auttoivat minua sopimaan tapaamisia viime viikolla. En ole vielä ehtinyt lukea kirjaa loppuun ja haluan lukea sen loppuun ajatuksen kanssa, joten en usko, että otan lukulistalle uutta kirjaa sen lisäksi.

Aion kuitenkin tällä viikolla analysoida tarkemmin, milloin tavoitan päättäjiä parhaiten. Tavoitettavuus suuri pullonkaula, sillä joinain päivinä olen saattanut yli 100 soittoyritystä, mutta tavoittanut vain 3 päättäjiä. Olen myös oman urani aikana huomannut, että tiettyinä päivinä ja kellonaikoina päättäjiä tavoittaa paremmin kuin toisina. Edellisessä työpaikassani Trainers' Housella huomasin, että Suomessa päättäjät tavoittaa parhaiten joko aamulla heti kello 8 jälkeen tai iltapäivällä kello 15 jälkeen. Viikonpäivien välillä voi myös olla eroja. Saksassa tilanne saattaa olla eri, joten aion tällä viikolla hyödyntää soittamisesta keräämäni dataa ja analysoida sen avulla, milloin tavoitettavuus on paras ja jatkossa keskityn soittamaan mahdollisimman monta soittoyritystä kyseisinä aikoina.

Maanantai 22.04.2024 Päivän tavoite: Analysoi mihin aikaan saat eniten läpivietyjä puheluita

Tämän päivän tavoitteena on analysoida mihin aikaan päättäjät vastaavat minulle parhaiten. Haluan saada paremman käsityksen, milloin päättäjät yleensä vastaavat, jotta voin priorisoida nämä ajat soittamiseen. Olen kirjannut Exceliin jokaisen läpiviedyn puhelun päivämäärän sekä kellonajan, joten pystyn sen avulla helposti analysoimaan, milloin tavoitettavuus on paras. Tänään minulla on melko lyhyt päivä, sillä lähdemme koulutuksiin kahdeksi päiväksi. Tämän vuoksi en ehdi juuri soittamaan tänään, ja sen vuoksi valitsin päivälle hieman erilaisen tavoitteen.

En ehtinyt tänään analysoida milloin päättäjät tavoittaa parhaiten, sillä perehdytin päivällä uutta kollegaa ja minulla meni melkein koko muu päivä Suomen markkinan työtehtävissä. Minulla oli vain 45 minuuttia aikaa soittaa Saksan markkinaan, joten halusin priorisoida tuon ajan puhtaasti soittamiseen. En siis päässyt päivän tavoitteeseen, mutta aion analysoida tavoitettavuutta torstaina. Tiistai ja keskiviikko kuluu valmennuksessa, joten näille päiville en aseta tavoitteita.

Tiistai 23.04.2024

Olen tänään kokopäivän valmennuksessa, joten en tee soittotyötä Saksaan.

Keskiviikko 24.04.2024

Olen tänään kokopäivän valmennuksessa, joten en tee soittotyötä Saksaan.

Torstai 25.04.2024 Päivän tavoite: Analysoi mihin aikaan saat eniten läpivietyjä puheluita

Tämän päivän tavoite on sama kuin maanantaina, sillä en silloin ehtinyt analysoida soittamisen lukuja sen tarkemmin. Tänään minulla on kuitenkin enemmän aikaa soittamiseen, joten aion käyttää keskellä päivää hieman aikaa myös soittamisen lukujen analysoimiseen, jotta saan paremman ymmärryksen, milloin soittamista kannattaa priorisoida. Olen ollut melko hyvä Excelin käyttäjä, mutta viimeisen vuoden aikana en ole käyttänyt sitä juuri lainkaan, joten taidot ovat hieman ruostuneet. Jotta en käytä liikaa aikaa Excelin pyörittämiseen, päätin ostaa Chat GPT 4.0 kielimallin, jonka avulla pystyn analysoimaan soittamisen dataa helpommin.

Chat GPT 4.0-kielimalli mahdollistaa omien dokumenttien lataamisen järjestelmään, joten sen avulla pystyy analysoimaan suuriakin määriä dataa vaivattomasti. Latasin Excel-työkirjat soittamisen luvuista Data Analyst työkaluun ja syötin sille kysymyksiä työkirjoista löytyvään dataan liittyen. Aluksi halusin selvittää, minä kellonaikana olen tavoittanut päättäjiä parhaiten, joten syötteenä käytettiin: "Analysoi milloin on paras aika tavoittaa päättäjät puhelun lopputuloksesta riippumatta eli mitkä kellonajat toistuvat taulukossa useimmiten". Kello 15 vaikuttaa olevan paras aika tavoittaa

päättäjät, sillä olen silloin saanut 21 päättäjää kiinni. Kello 10 on myös tehokas aika soittaa. Yllättäen kello 9 en ole saanut kovin montaa päättäjää kiinni, mutta osittain tämä johtuu siitä, että en usein ehdi soittaa heti aamusta, sillä minulla on usein silloin tapaamisia. Lopetan työpäivät aina kello 16, joten luonnollisesti en tavoita päättäjiä silloin usein.

| Kellonaika (tunti) | Puheluiden määrä |
|--------------------|------------------|
| 9 | 10 |
| 10 | 19 |
| 11 | 15 |
| 12 | 10 |
| 13 | 18 |
| 14 | 17 |
| 15 | 21 |
| 16 | 2 |

Kuva 13. Tavoitettavuus tunneittain

Halusin myös saada näkemystä siihen, minä viikonpäivänä tavoitettavuus on paras ja onko viikonpäivien välillä paljoo eroa. Jotta tavoitettavuudesta saa mahdollisimman realistisen kuvan, soittoyritykset tulee jakaa läpivietyjen puheluiden määrällä. Näin saat tietää, kuinka monta soittoyritystä yksi läpiviety puhelu vaati. Syötteenä laitoin: "Analysoi tavoitettavuuden eroja eri viikonpäivinä. Jaa soittoyritykset läpivietyjen puheluiden määrällä ja kerro kuinka monta puhelua kunakin viikonpäivänä tuli soittaa, jotta sai yhden läpiviedyn puhelun". En ollut yllättynyt siitä, että perjantai oli tehokain päivä tavoittaa päättäjät, silloin tarvittiin vain 10 soittoyritystä, jotta pääsi keskustelemaan päättäjän kanssa. Oli kuitenkin yllättävää, että viikonpäivien välillä oli näinkin isoja eroja. Esimerkiksi tiistaisin tarvittiin 21 soittoyritystä per läpiviety puhelu ja keskiviikkona 19. maanantai taas tarvittiin 14 soittoyritystä per läpiviety puhelu ja torstaina 13. Erityisesti perjantait siis kannattaa varata soittamiseen ja tiistaina sekä keskiviikkona voi varata enemmän aikaa muihin työtehtäviin.

Perjantai 26.04.2024 Päivän tavoite: Keskity soittamiseen iltapäivällä

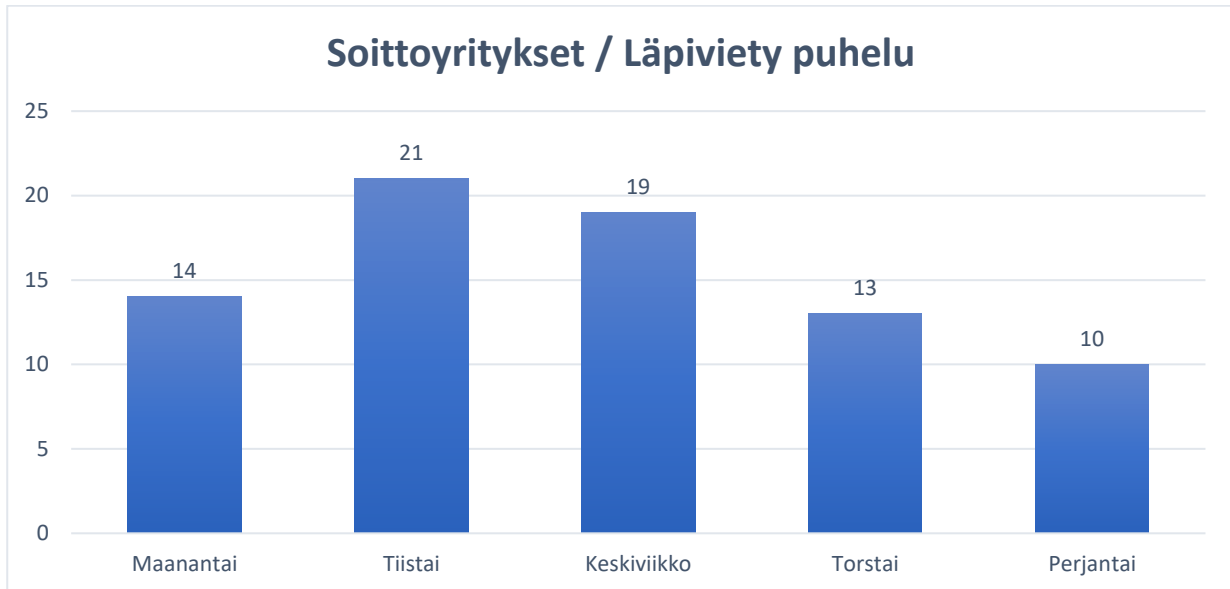
Tämän päivän tavoitteena on keskittyä soittamiseen iltapäivällä. Otin tämän tavoitteeksi, sillä analysoin eilen tavoitettavuutta ja soittamisen lukujen perusteella perjantai iltapäivät ovat paras aika tavoittaa päättäjät. Usein perjantaisin olen melko väsynyt kuluneesta viikosta, ja motivaatio soittamiseen ei ole niin korkealla, kuin muina viikonpäivinä. Usein en esimerkiksi soita perjantaisin yhtä

monta soittoyritystä, kuin muina viikonpäivinä. Minulla ei ole tänään myöskään paljoa aikaa soittaa, joten haluan saada kaiken hyödyn irti ajasta, jonka käytän soittamiseen.

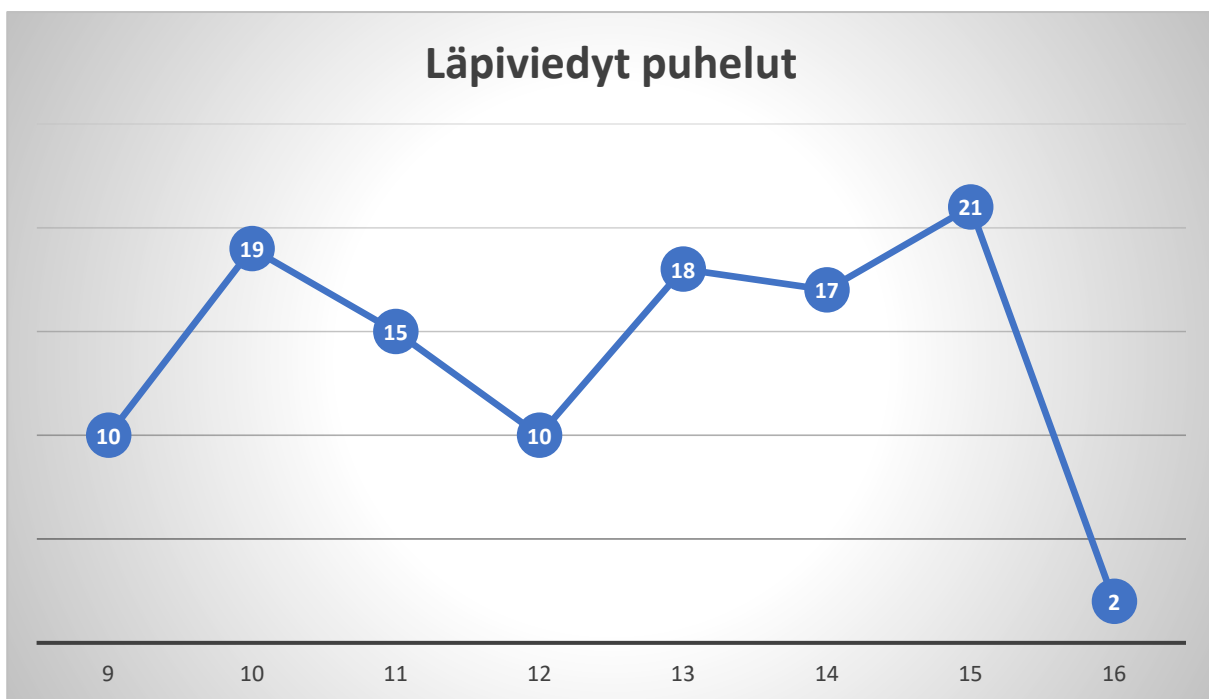
Tavoitettavuus oli tänään huono. Vaikka soitin yli 50 soittoyritystä, en tavoittanut yhtäkään päättäjää. Osittain tämä saattaa johtua siitä, että usea numero, johon soitin ei ollut käytössä. Siivosin myös soittolistaa, sillä usea vastaan tullut prospekti ei ollut kohderyhmäämme. Nämä siis osaltaan myös vääristävät soittamisen lukuja, sillä järjestelmämme laskee soittoyritykseksi myös sen, jos poistat prospektin soittolistalta. Sparrailin tänään myös Saksan markkinan johtajan kanssa ja esitelin hänelle myyntipuheeni, jolla sain viimeviikolla neljä tapaamista sovittua. Hän kehui minun parantuneen paljon, mutta kehotti silti muokkaamaan myyntipuhettani enemmän keskustelemaan suuntaan ja yhä kiinnittämään huomiota puheen nopeuteen. Keskustelimme myös saksalaisen kulttuurin vaikutuksesta myyntityöhön ja yllättäen hän oli sitä mieltä, että kulttuurilla ei ole juuri vaikutusta myyntityön tuloksiin. Hänen mukaansa eri markkinat saattavat olla haastavampia kuin toiset, mutta asiakaskeskeinen ja konsultatiivinen lähestymistapa toimii kaikkialla kulttuurista riippumatta.

Viikkoanalyysi

Tällä viikolla halusin analysoida tarkemmin, milloin tavoitettavuus on paras Saksan markkinassa. Tavoitettavuus on yksi pullonkauloista, jonka takia tapaamiset sopiminen Saksaan on haastavampaa. Kun tiedän parhaat ajat tavoittaa päättäjät, pystyn soittamaan mahdollisimman monta puhelua kyseisinä aikoina ja näin tavoittamaan päättäjiä tehokkaammin. Olen tehnyt Suomen markkinaa soittaessa tätä samaa ja keskittynyt soittamaan lämpimille prospekteille heti aamusta kello 8 jälkeen.



Kuva 14. Soittoryitykset / Läpivietypuhelu eri viikonpäivinä



Kuva 15. Läpivietyjen puheluiden keskiarvo tunneittain

Hyödynsin Chat GPT 4.0 kielimallia soittamisen lukujen analysointiin. Viikonpäivistä perjantai oli kaikista tehokkain päivä tavoittaa päättäjät. Tiistai ja keskiviikko ovat taas huonoimmat, sillä silloin tarvittiin melkein kaksinertainen määrä soittoryityksiä perjantaihin verrattuna. Silloin tarvittiin vain 10 soittoryitystä, jotta pääsi keskustelemaan päättäjän kanssa. Paras kellonaika soittaa on taas klo

15 jälkeen, sillä silloin olen saanut eniten päättäjiä kiinni. Iltapäivällä kello 13–15 välillä sekä aamulla kello 10–11 välillä ovat olleet tehokkain aika tavoittaa päättäjät. Jatkossa yritän varata perjantait, torstait ja maanantait soittamisen. Koitan sopia asiakas tapaamiset joko tiistaille tai keskiviikolle ja pyrin säästämään kello 10–11 sekä kello 14–16 soittamiseen.

Vaikka tietyt ajat saattavatkin olla tehokkaampia tavoitettavuuden osalta, esimerkiksi lounas aikaan moni ei vastaa puhelimeen, Sobczakin mukaan ei koskaan kannata jättää puheluita soittamatta (2020, luku 6). Jos soitat vain ”parhain aikoina”, sinulla on huomattavasti vähemmän aikaa soittaa ja et tavoita yhtä montaa päättäjää. Kiireiset päättäjät saattavat myös vastata milloin vain, jos heillä on esimerkiksi juuri lounastauko, heillä tuskin on toista palaveria kesken ja saattavat mielellään jutella kanssasi. Jopa pyhät ja viikonloput voivat olla tehokasta aikaa soittaa, sillä tällöin saatat olla yksi ainoista, joka päättäjälle soittaa. Myöhään illalla tai aikaisin aamulla voi myös olla hyvä aika tavoittaa johtaja tason päättäjiä, sillä usein he työskentelevät myös virka-ajan ulkopuolella. (Sobczak 2020, luku 6).

Olen Sobczakin kanssa samaa mieltä siitä, että koskaan ei kannata jättää puheluita soittamatta, sillä et voi koskaan tietää milloin päättäjällä on hyvä tai huono hetki keskustella. En kuitenkaan itse soittaisi päättäjille viikonloppuisin tai liian myöhään illalla, sillä koen sen epäkohteliaaksi. En tiedä onko tässä kyse suomalaisuudesta, sillä Suomessa lähes aina paras aika tavoittaa päättäjät ovat virka-aikana (Vehoniemi s.a.). Riemhofer mainitsee kirjassaan (2019, kappale 6) ainakin sunnuntain olevan saksalaisille pyhä vapaapäivä ja hän mainitsee itse ottavansa lauantaisin vain ulkomaisia vieraita vastaan, joten en välttämättä soittaisi myöskään saksaan viikonloppuisin. Hän myös kehottaa perehtymään, milloin Saksassa on arkipyhiä, sillä tällöin harva on töissä. Pidän siis suomalaiset käytöstapani myös Saksan markkinaa soittaessa, enkä soita päättäjille vapaa päivinä. Ajan kanssa minulla on Saksassa hieman enemmän pelivaraa tunnin aikaeron tähden. Voin soittaa, vaikka seitsemään asti illalla ja silti Saksassa kello on vasta kuusi.

Sobczak (2022, kappale 6) kehottaa myös tekemään soittamisesta rutiinin omaista ja varmaan esimerkiksi tietyt ajat kalenterista soittamiseen. Näitä aikoja priorisoidaan, päälle ei sovita muuta ja kyseisenä aikana ei esimerkiksi lueta sähköposteja, vaan fokus on täysin soittamisessa. Olen itse tehnyt tätä oikeasta koko urani ajan, mutta jos päälle on tullut muuta hommaa, en ole priorisoinut soittamista niiden yli. Jatkossa aion varata aikaa soittamiseen kello 10–11 sekä 14–16 aina maanantaisin, torstaisin sekä perjantaisin ja pyrin priorisoimaan näitä aikoja muun tekemisen yli. En esimerkiksi sovi asiakas tapaamisia noiden aikojen päälle, jos ei ole aivan pakko. Näin varmistan, että varmasti soitan aikoina, jolloin tavoitettavuus on paras.

En ehtinyt soittaa tällä viikolla paljoa, sillä melkein puolet viikosta meni valmennuksissa. Minulla oli muutenkin paljon asiakastapaamisia ja muita sisäisiä palavereita, joten ehdin soittaa tällä viikolla vain 5,5 tuntia ja sain valitettavasti vain kaksi päättäjää kiinni, vaikka soitin 135 puhelua. En siis juuri päässyt harjoittelemaan myyntipuhettani. Jopa molemmat päättäjät, jotka vastasivat, olivat palaverissa ja pyysivät palamaan myöhemmin. Oli kuitenkin hyödyllistä analysoida soittamisen lukuja tarkemmin, sillä nyt osaan priorisoida parhaat ajat soittamiseen ja tavoitettavuus toivottavasti paranee tämän seurauksena.

| | | | | | |
|-----------------|------------|------------|----------|----------|----------|
| Vko 17 | | | | | |
| Maanantai | 0,5 | 15 | 1 | 0 | 0 |
| Tiistai | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Keskiviikko | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Torstai | 3 | 65 | 1 | 0 | 0 |
| Perjantai | 2 | 55 | 0 | 0 | 0 |
| Yhteensä | 5,5 | 135 | 2 | 0 | 0 |

Kuva 16. Saksan markkinan soittamisen luvut viikko 17.

3.8 Seurantaviikko 8. Parhaat käytännöt kylmäkontaktointiin

Viimeisellä seurantaviikolla jatketaan vielä etsimällä parhaita käytäntöjä kylmäkontaktointiin Saksan markkinassa. Jatkan A.Sobczakin kirjaan Smart Calling: Eliminate the Fear, Failure, and Rejection from Cold Calling, Third Edition (2020) lukemista, sillä en vielä ehtinyt lukea sitä loppuun. Aion keskittyä erityisesti puheluiden aloitukseen sekä vastaväitteiden käsittelyyn, sillä minulla on vaikeuksia päästä edes kunnolla keskustelemaan päättäjien kanssa. Pyrin myös soittamaan tällä viikolla mahdollisimman paljon, sillä en viime viikolla saanut yhtään tapaamista sovittua, mutta toissa viikolla sain jopa neljä. Tämä luultavasti johtuu siitä, että en viime viikolla ehtinyt soittaa paljoa ja sain vain kaksi päättäjää kiinni.

Maanantai 29.04.2024 Päivän tavoite: Soita mahdollisimman monta soittoyritystä kello 15 jälkeen

Tämän päivän tavoite liittyy vahvasti viime viikon havaintoihini. Analysoin, milloin tavoitettavuus on paras eli minä kellonaikoina, ja viikon päivinä tarvitsi soittaa vähiten puheluita, jotta sai yhden päättäjän kiinni. Havaitsin maanantaiden olevan hyviä päiviä tavoitettavuuden osalta ja kello 15 jälkeen olen saanut kaikista eniten päättäjää kiinni. Tämän vuoksi halusin haastaa itseäni soittamaan kello 15 jälkeen mahdollisimman monta soittoyritystä. Aion hyödyntää luomaani soittolistaa, jossa kaikille päättäjille on suorat numerot ja kerätä päivän aikana listaa prospekteista, jotka haluaisin tavoittaa iltapäivällä. Yleensä myös teen hieman prospektointia ja laadullistan soittolistaa, mutta iltapäivällä aion keskittyä vain soittamiseen.

Sain hyvin soittoyrityksiä lähtemään kello 15 jälkeen, mutta sain vain yhden päättäjän kiinni. Ehdin soittaa kello 15:00-16:15 välillä 35 soittoyritystä, mutta tavoitettavuus oli silti huono. Ehdin soittaa myös päivällä hieman ja sain myös silloin yhden päättäjän kiinni, vaikka soitin paljon vähemmän. Tämä vahvistaa Sobczakin (2020, kappale 6) havaintoa siitä, että aina on hyvä aika soittaa. Vaikka soittamisen lukujen valossa kello 15 jälkeen päättäjiä tavoittaa tehokkaammin, tämä ei ole kiveen hakattu sääntö, sillä tänäänkin sain yhden päättäjän kiinni kello 12 aikaan. Lukujen perusteella kello 12 on melkein huonointa aikaa soittaa, mutta tänään tavoitettavuus oli yhtä hyvä, kuin iltapäivällä

Tiistai 30.04.2024 Päivän teema: Koita saada assistenteilta lisätietoja

Tämän päivän tavoitteena on keskustella enemmän assistenttien kanssa ja koittaa saada heiltä hieman lisätietoa päättäjien nykytilanteesta verkostoitumisen osalta. Luin aamulla Sobaczkin (2020, kappale 7) kirjaa ja siinä kehoitettiin ensinäkkin käyttämään assistentteja tiedon keräämiseen sekä vakuuttaa myös heidät siitä, että päättäjän kannattaa keskustella kanssasi. Useilla saksalaisilla on assistentti, joten jos heidän kanssaan tulee hyvin toimeen, saa varmasti enemmän päättäjiä kiinni. Usein assistentit pyytävät suoraan laittamaan sähköpostia eivätkä ole esimerkiksi valmiita yhdistämään päättäjälle. Päättäjät taas harvemmin vastaavat sähköposteihin, joten olisi parempi, jos saat assistentin yhdistämään puhelun tai jättämään soittopyynnön. Heiltä voi myös saada arvokasta tietoa päättäjän nykyisestä tilanteesta.

Ehdin soittaa tänään hyvin ja soitin yli 100 puhelua. Sain kuitenkin vain neljä päättäjää ja yhden assistentin kiinni ja sain oikeastaan vain yhden kunnollisen keskustelun käytyä. Päättäjä sanoi kuitenkin olevansa väärä henkilö osallistumaan verkostoon, sillä verkostoituminen ei ollut osa hänen rooliaan. Uskon kuitenkin tämän olleen vain tekosyy, sillä hän selkeästi halusi lopettaa puhelun pikaisesti. Assistenttikan ei ollut kovin innokas keskustelemaan kanssani, mutta tämä saattoi johtua siitä, että soitin englanniksi. Vaikka aloitin englanniksi, assistentti puhui minulle saksaa ja vaihtoi englantiin, vasta kun sanoin etten ymmärrä. Koitin kysyä häneltä, onko päättäjää tällä hetkellä mukana verkostoissa, sillä halusin kartoittaa kannattaako minun kontaktoida häntä tulevaisuudessa. Assistentti oli kuitenkin melko töykeä eikä halunnut keskustella kanssani, vaan sanoi että ei voi jakaa mitään tietoa. Täytyy siis vielä viilata lähestymistapaani assistenttien suhteen, vaikka toki näin pienen otannan perusteella ei voi tehdä johtopäätöksiä.

Torstai 02.05.2024 Päivän tavoite: Hio puheluiden aloitusta

Tänään aion keskittyä puheluiden avaukseen. Puheluiden aloitus on ollut suurin pullonkaula Saksan markkinan soittamisessa ja halusin myös laskea, kuinka suuri prosentti vastatuista puheluista

on loppunut alle 10 sekunnin. Jouduin tekemään hieman manuaalista työtä, sillä merkkasin puheluiden lopputulokset ja kommentit sisältävään Exceliin sarakkeen, josta voin seurata onko puhelu kestänyt alle 10 sekuntia. Tämän seuraaminen on toki jälkikäteen hieman haastavampaa, mutta puheluiden kommentteista voi hyvin päätellä, kuinka pitkään ne ovat kestäneet. Olen saanut yhteensä 130 päättäjää kiinni ja jopa 73 % prosenttia puhelusta on kestänyt alle 10 sekuntia. Minun siis selkeästi kannattaa panostaa aloitukseen, jos haluan parantaa tuloksiani. Myyntipuhetta ja vastaväitteiden käsittelyä on myös hankala harjoitella, jos puhelussa harvoin pääsee niin pitkälle.

Luin taas aamulla Sobczakin (2020, kappale 10) kirjaa ja siinä oli erinomaiset vinkit puhelun aloituksessa onnistumiseen. Alluksi toki esitellään itsensä sekä yritys, josta soittaa, tämän jälkeen kannattaa mainita mikä sai sinut soittamaan juuri tälle kyseiselle päättäjälle/prospektille. Tässä aion itse hyödyntää muita jäseniä referenssinä ja joko mainita nykyisen jäsenen, joka työskentelee samassa yrityksessä taikka samankaltaisessa roolissa päättäjän kanssa. Tämän jälkeen Sobczak (2020, kappale 10) kehottaa kertomaan mihin oma yritys on erikoistunut ja mainitsemaan ongelman, jonka voit ratkaista tai tavoitteen, jonka autat saavuttamaan. Tässä aion kertoa meidän auttavan mainita joko IT-, digi tai tietoturva johtajia Saksan suurimmista yrityksistä, jotka haluavat jatkuvasti kehittyä ammattilaisina ja oppia uusista teknologioista. Tämän jälkeen kerrotaan osa mahdollisesta arvolutapauksesta, jonka jälkeen voi esitellä tuotteellasi/palvelullasi saatuja tuloksia. Tässä taas aion korostaa kutsuvierasverkostoa ja joustavaa konseptiamme sekä kertoa osan jäsenistä kokevan, että konseptimme jopa säästää heidän aikaansa. Lopuksi siirrytään kysymyksiin. Sain tänään myös yhden tapaamisen sovittua, mutta en käyttänyt puhelussa uutta aloitusta, sillä kollegani oli soittanut hänelle aiemmin, joten viittasin tuohon puheluun.

Hi it is Iitu Tirkkonen from Aurora Live, I could not miss the opportunity to call since I know that you colleague xxx is currently part of Aurora Live.

We specialize in helping IT / Digital / Cyber Security executives/leaders who are committed to continuously improving as professionals and eager to learn about new technologies. We help with this by facilitating an invitation only network which we tailor to match your needs. Our members are the busiest people in the world and some of them find that our concept might even save their time.

To see if we would be a good match, I'd like to exchange some information with you....

Kuva.17 Puhelun aloitus Sobczakin rakenteen mukaan

Perjantai 03.05.2024 Päivän tavoite: Kokeile uusia aloituksia

Tämän päivän teema on melkein sama kuin eilisen, sillä löysin Sobczakin kirjasta (2020, luku 10) muutaman aloituksen, joita halusin kokeilla. Mielestäni aloitus ” *First, let me ask you how many calls you got today from sales reps who told you they could save you time and money?* ” on kokeilemisen arvoinen, sillä se on kevyen humoristinen ja saa päättäjän ajattelemaan. Toinen hyvä vinkki aloitukseen on olla kysymättä, onko päättäjällä aikaa, vaan sen sijaan todeta ” *I’d like to ask you a few questions ... I won’t keep you long.* ” tai ” *I’ll be brief, if that’s okay with you.* ” Näitä voi hyvin käyttää aloituksessa sen sijaa, että kysyisi onko päättäjällä hyvä hetki vaihtaa muutama sana. Erityisesti Suomen markkinaa soittaessa olen melkein aina kysynyt, onko päättäjällä sopiva hetki keskustella. Minun on ollut vaikea jättää tätä pois Saksan markkinaa soittaessa, mutta usein saksalaiset juuri sanovat, että heillä ei ole aikaa.

En ehtinyt soittaa tänään paljoa, mutta onneksi ehdin allokoida iltapäivällä tunnin Saksan markkinan soittamiseen. Ehdin soittaa vain hieman yli 20 puhelua ja sain vain yhden päättäjän kiinni. Olin soittanut hänelle aiemmin ja tuolloin päättäjä pyysi sähköpostiin lisätietoa verkostosta. Palasin nyt hänelle sopiakseni tapaamisen sähköpostin pohjalta, enkä olettanut, että päättäjä muistaisi minua. Yllätyksekseni hän muisti minut, mutta ei ollut ehtinyt perehtyä sähköpostiini. Aloitin puhelun kysymällä, kuinka moni myyjä oli jo soittanut päättäjälle tänään ja hän selkeästi mietti vastausta sekä totesi sen olevan hyvä kysymys. Viittasin sähköpostiin ja hän sanoi saavansa paljon sähköposteja, joten ei ollut ehtinyt tutustua minun viestiini. Käytin torstaina luomaani aloitusta ja kerroin sen mukaisesti verkostostamme tiiviisti ja ehdotin tapaamista, jotta päättäjän ei tarvitse kuluttaa aikaa sähköpostin lukemiseen, vaan voin tehokkaammin käydä asiat läpi tapaamisessa. Lopulta hän tuli mieluusti tapaamaan ja hyväksyi kalenterikutsuni heti. Sobczakin kirjasta (2020, luku 10) saadut aloitukset selvästi toimivat, sillä päättäjä keskusteli kanssani mielellään eikä halunnut heti lopettaa puhelua, kuten minulle on aiemmin usein käynyt.

Viikkoanalyysi

Viimeisellä seurantaviikolla halusin vielä kerätä mahdollisimman monta vinkkiä puheluiden aloituksen parantamiseen ja soittamisen parhaisiin käytäntöihin yleisesti. Puheluiden aloitus vaatii eniten työstämistä, sillä jopa 73 % läpiviedyistä puheluista on kestänyt alle 10 sekunttia. Luin Sobczakin (2020) kirjan loppuun ja hyödynsin viikon aikana useita kirjassa mainittuja asioita. Sain Sobczakin (2020) vinkkien avulla kaksi tapaamista sovittua, joten ne todellakin siis toimivat ainakin minun kohdallani. Kirjassa esiteltiin runsaasti muitakin parhaita sekä huonoimpia käytäntöjä kylmäkontaktointiin, joten halusi tehdä viikkoraporttiin yhteenvedon kohdista, jotka koin itse arvokkaiksi ja kokeilemisen arvoisiksi.

Sobczak (2020, kappale 9) kertoo kirjassaan parhaat käytännöt kylmäkontaktointiin, mutta kertoo myös asioista, joita tulisi välttää erityisesti puheluiden aloituksessa. Kylmäpuheluissa tulisi välttää suoraa myyntipuheen aloittamista, liian myyvää äänensävyä tai pyytää päätöksiä heti puhelun alussa. Myös avun pyytäminen tai ajan viemisen anteeksipyyttäminen kannattaa jättää pois. Sen sijaan kannattaa kuunnella vastapuolta ja esittää uniikkeja kysymyksiä kuten *"How's the world treating you today?"* sekä reagoida vastauksiin sopivalla tavalla.

Kirjassa (Sobczak 2020, kappale 10) annetaan myös vinkkejä onnistuneeseen kylmäpuhelun aloitukseen. Ensinäkin aloituksen kanssa kannattaa olla luova ja sen tulisi herättää päättäjän mielenkiinto sekä halu kuulla lisää. Valmiiksi kirjoitetun skriptin käyttäminen on suotavaa, sillä näin olet valmistautunut puheluun, tiedät mitä sanot ja olet varma siitä, että jokainen sanomasi sana tuo lisäarvoa keskusteluun. Kirjassa on myös kattavat ohjeet uniikin ja kiinnostavan aloituksen luomiseen. Tein aiemmin tällä viikolla niiden pohjalta itselleni uuden myyntipuheen, joka toimi todella hyvin! Huomasin, että sain myös enemmän itseluottamusta, sillä aloitus on mielestäni todella hyvä. Kysyin myös puhelun alussa, kuinka moni on jo tänään pyytänyt päättäjän aikaa ja rahaa? Kysymys toimi hyvin ja vastasin siihen vitsikkääsi haluavani vain päättäjän aikaa, sillä verkostomme on jäsenille maksuton.

Päättäjät ovat usein hyvin vastahakoisia keskustelemaan heti puheluiden alussa, vaikka en olisi sanonut muuta kuin nimeni. Sobczak (2020, kappale 11) antaa vinkkejä myös tällaisiin tilanteisiin. On hyvin tyypillistä, että päättäjä saattaa olla heti puhelun alussa vastahakoinen, sillä usein ihmiset reagoivat näin tuntemattomiin soittajiin. Paras asia, jonka voit tehdä tällaisessa tilanteessa on saada toinen osapuoli puhumaan. Voit esimerkiksi esittää hieman yllättävän kysymyksen, jota päättäjä ei odottanut. Näin saat keskustelun suunnan vaihtumaan. Ennen kysymystä kannattaa käyttää pehmentäviä lauseita, kuten "ymmärrän" tai "aivan". Voit myös esittää hieman hämmennyttä ja pyytää päättäjää selittämään mitä hän tarkoitti sanomallaan. Jos mikään muu ei auta ja päättäjä ei ole kiinnostunut sanomastasi, kannattaa kuitenkin kysyä voiko tulevaisuudessa palata asiaan ja milloin voisi olla tällainen hetki.

Sobczak (2020, kappale 8) antaa kirjassaan vinkkejä myös assistenttien kanssa työskentelyyn. Hän kehottaa käyttämään assistentteja tiedon keräämiseen ja olemaan hyvissä väleissä heidän kanssaan, sillä he usein päättävät, kenen puhelu lopulta menee päättäjälle läpi. Koitin tällä viikolla kysyä yhdeltä assistentilta päättäjän nykyisestä tilanteesta verkostojen osalta, mutta hän ei voinut antaa minulle mitään lisätietoja. Vaikka Saksassa assistentit ovat yleisiä, assistenttien kanssa työskentely ei ole ollut minulle pullonkaula. Puheluiden aloitus ja tavoitettavuus vaikuttavat soittamisen tuloksiin enemmän, joten minun on varmasti parempi keskittyä näihin ennekuin saan Saksan markkinan soittamisen kunnolla toimimaan.

Kysymysten kysyminen on myös tärkeää ja myös niitä kannattaa kirjata ylös etukäteen. (Sobczak 2020, kappale 12) Kun luot kysymyksiä, käytä tuotteesi tai palvelusi mahdollisia etuja asiakkaiden tarpeiden ja ongelmien tunnistamiseen. Kannattaa käyttää assumptiivisia kysymyksiä, jotka olettavat päättäjällä olevan tiettyjä ongelmia. Kysymykset auttavat heitä visualisoimaan ja kuvailemaan tilannettaan paremmin. Esitä kysymyksiä, jotka linkittävät ongelman suoraan tuotteesi tai palvelusi tarjoamaan hyötyyn. Pyri myös kvantifioimaan asiakkaan tarpeet, kuten taloudelliset menetykset tai ylimääräiset työtunnit ja personoi kysymyksesi niin, että ne liittyvät päättäjän tarpeisiin. Vältä vanhahtavilta kuulostavia kysymyksiä ja käytä sen sijaan ohjaavia lausuntoja, jotka saavat asiakkaan miettimään ja osallistumaan keskusteluun.

Tällä viikolla sain Sobczakin (2020) kirjasta paljon konkreettisia vinkkejä, joita aion varmasti käyttää myös jatkossa. Olen erityisen tyytyväinen uuteen aloitukseen, jonka loin torstaina. Huomasin saaneeni enemmän itsevarmuutta soittamiseen, kun sain sen avulla heti yhden tapaamisen sovitua ja mielestäni se kuulostaa hyvältä. Poimin kirjasta muitakin hyviä lauseita aloitukseen, joka on ollut minulle haastavin osuus. Minun on ollut esimerkiksi vaikea olla kysymättä, onko päättäjällä hyvä hetki, mutta nyt sain kysymyksen tilalle muutaman vaihtoehtoisen aloituksen.

| | | | | | |
|-----------------|------|-----|----|---|---|
| Vko 18 | | | | | |
| Maanantai | 1,5 | 50 | 2 | 0 | 0 |
| Tiistai | 5 | 100 | 5 | 0 | 0 |
| Keskiviikko | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Torstai | 3 | 75 | 4 | 0 | 1 |
| Perjantai | 1 | 25 | 1 | 1 | 1 |
| Yhteensä | 10,5 | 250 | 12 | 1 | 2 |

Kuva 18. Saksan markkinan soittamisen luvut viikko 18.

4 Pohdinta

Päiväkirjamuotoisen opinnäytetyön kirjoittamisprosessi oli minulle varsin opettavainen, vaikka se ei sujunut niin kuin aluksi oletin. Saksan markkinan haastavuus tuli minulle yllätyksenä, sillä Suomen markkinassa olen alusta asti suoriutunut yli tavoitteiden. Yllätyin erityisesti siitä, että itsenä johtaminen ja resilienssi olivat minulle tärkeitä kehitysalueet. En ole aiemmin ollut tilanteessa, jossa en olisi suoriutunut työtehtävistäni vaaditulla tasolla ja tämä aiheutti minulle paljon stressiä, joka varmasti vaikutti negatiivisesti seurantaviikkojen tuloksiin.

Vaikka Saksan markkinan kylmäsoittamisen tulokset eivät olleet toivotulla tasolla, osaamiseni kuitenkin kehittyi runsaasti seurantaviikkojen aikana. Tein samalla töitä myös Suomen markkinaan ja huomasin esimerkiksi kylmäsoittamisen olevan tehokkaampaa. Allokoin Suomen markkinan kylmäkontaktointiin vain tunnin päivittäin, mutta onnistuin silti saamaan tarpeeksi tapaamisia ja pääsin omiin kvartaali tavoitteisiin. Sain myös sovittua tapaamisen useamman päättäjän kanssa, joihin emme ole aiemmin saaneet yhteyttä useista yrityksistä huolimatta.

Erityisesti monikanavaisuuden hyödyntäminen oli minulle iso oppi seurantaviikkojen aikana. Olen aiemminkin käyttänyt aktiivisesti LinkedIniä sekä lähettänyt sähköposteja, mutta seurantaviikkojen aikana tein tästä systemaattisemmin. Laitoin viestejä kaikille päättäjille aina soittamisen ohessa ja hyödynsin valmista viesti pohjaa, joten niiden lähettämiseen ei myöskään kulunut liikaa aikaa. Erityisesti Suomen päättäjien kanssa sain näin tehokkaasti tapaamisia. Hyödynnän tätä käytäntöä yhä ja olen myös käyttänyt uusia kanavia esimerkiksi tekstiviestejä ja kirjeitä. Tavoitettavuus oli Saksan markkinassa yksi pullonkaula, joten minun oli pakko miettiä uusia keinoja päättäjien tavoittamista varten. Olen yleensä luottanut siihen, että kylmäsoittamisella saan tehokkaimmin tapaamisia kalenteriin, mutta havainnot seurantaviikkojen aikana haastoivat tätä näkemystä.

Työstin seurantaviikkojen aikana myös myyntipuhettani runsaasti. Kylmäsoittaminen on minulle hyvin tuttua ja ymmärrän millaisia asioita soittaessa, tulee ottaa huomioon. Olen yleensä käyttänyt melko yksinkertaista myyntipuhetta, jossa kerron mistä ja miksi soita sekä mitä päättaja voi saada tapaamisesta saada irti. Tämä toimii erinomaisesti Suomen markkinassa, mutta Saksassa tilanne oli eri. Huomasin jo ensimmäisten päivien aikana, että saksalaiset päättäjät asennoituvat kylmäpuheluihin hyvin negatiivisesti. Puheluiden aloitus olikin suurin kehityskohteeni koko kirjoitusprosessin ajan enkä vieläkaan osaa sanoa, mikä on paras tapa aloittaa puhelut Saksassa.

Kokeilin useita erilaisia lähestymistapoja myyntipuheessani ja hyödynsin myös ammattikirjallisuudesta löytämäni tietoa myyntipuhetta muokatessani. Erityisesti A.Sobczakin kirja *Smart Calling*:

Eliminate the Fear, Failure, and Rejection from Cold Calling, Third Edition (2020) auttoi minua uusien lähestymistapojen miettimisessä. Kirjassa esimerkiksi kehoitetaan aina pohtimaan, ajatteleeko toinen osapuoli sanomasi jälkeen ”mitä sitten”. Käytän tätä vinkkiä yhä aina kun olen yhteydessä asiakkaisiin, sillä se auttaa keskittymään asiakkaaseen ja hänen tarpeisiinsa. Sobczakin kirjassa oli useita hyviä vinkkejä sekä raamit onnistuneeseen myyntipuheeseen. Jos miettii osaamistani puhtaasti kylmäkontaktoinnin näkökulmasta, sanoisin kirjan kehittäneen osaamistani eniten. Hyödynsin myös Suomen markkinan kylmäkontaktoinnissa kirjan vinkkejä ja huomasin työni olevan tehokkaampaa.

Tärkeimmät opit kirjoitusprosessin aikana eivät kuitenkaan liity puhtaasti kylmäkontaktointiin. Löysin uusia hyviä käytäntöjä kylmäkontaktointiin ja huomasin saavani tehokkaammin tapaamisia kalenteriin, mutta kylmäsoittaminen on aina ollut yksi vahvuuksistani. Soittamisen tehokkuuteenkin on voinut vaikuttaa enemmän se, että strukturoin työni paremmin ja keskityin parempaan itsensä johtamiseen. Heti ensimmäisellä viikolla esimerkiksi merkkasin kaikki työtehtäväni kalenteriin, sillä tiedostin kahdessa markkinassa työskentelyn olevan hektisempää. Toinen tehokkuuteen liittyvä seikka on multitaskaamisen lopettaminen. Katri Mannermaa kertoo kirjassaan *Työntekijätaidot-käsikirja* useista itsensä johtamisen työkaluista ja kirjoittaa kriittisesti multitaskaamisesta. Keskityin kirjan lukemisen jälkeen multitaskaamisen lopettamiseen ja huomasin olevani tehokkaampi sekä stressi tasoni laskivat. Tämäkin käytäntö on yhä arjessa mukana.

Suurin oivallus seurantaviikkojen aikana liittyy resilienssiin sekä omaan suhtautumiseeni epäonnistumisiin. Motivaationi oli heti ensimmäisillä viikoilla alhaalla, sillä kylmäkontaktointi Saksan markkinaan oli osoittautunut oletettua haastavammaksi. Tunnistan nyt, että minulla oli hyvin negatiivinen asenne ja pelkäsin epäonnistumista. Epäonnistumisen pelko näkyi huonona itseluottamuksena ja jatkuvana stressinä. Kolmannella viikolla tunnistin epäonnistumisen pelon ja tämän jälkeen minulla on paljon positiivisempi suhtautuminen Saksan markkinaan. Suhtauduin tilanteeseen ratkaisukeskeisemmin ja kokeilin uusia lähestymistapoja. Hyväksyin että epäonnistun joka tapauksessa, jos en tee jotain toisin. Aion myös tulevaisuuden haasteiden edessä pohtia omaa asennettani tilanteeseen. Töiden tekeminen on nimittäin huomattavasti raskaampaa, jos miettii jatkuvasti epäonnistumista ja uhkakuvia.

Resilienssin kanssa minulla on ehdottomasti työstettävää, mutta olen todella iloinen, että olen tunnistanut tämän yhdeksi kehityskohteekseni. En ole aiemmin tunnistanut, kuinka tärkeää resilienssi on työelämässä. Tämä varmasti johtuu osittain siitä, että minulla ei ole juurikaan ollut ammatillisia epäonnistumisia, joten en edes tiennyt kuinka suhtaudun niihin. Esimerkiksi ensimmäisten viikkojen negatiivinen asenne tuli minulle yllätyksenä, sillä olen todella positiivinen ihminen ja erityisesti

töissä minut tunnetaan iloisena sekä energisenä kollegana. En halua, että tulevaisuudessa suhtaudun haastaviin tilanteisiin vastaavalla tavalla. Aion tulevaisuudessa asennoitua haasteisiin ratkaisukeskeisesti ja käyttää resilienssi eri osa-alueita työkaluina.

Vaikka olen kokenut kylmäsoittaja, en ole aiemmin tehnyt kylmäkontaktointia Suomen ulkopuolelle. Työskentely Saksan markkinassa oli siis myös ensimmäinen kokemukseni kansainvälisestä myyntityöstä. Olen iloinen, että minulla on nyt kansainvälistä kokemusta, sillä huomasin esimerkiksi kulttuurillisten erojen vaikuttavan myyntityön tuloksiin paljon. Kielimuuri oli yksi Saksan markkinan suurimmista pullonkauloista. En puhu itse Saksaa, joten keskustelin heidän kanssaan englanniksi. Opettelin muutamia saksankielisiä fraaseja ja huomasin päättäjien arvostavan tätä. Kun vaihdoin aloituksen jälkeen englanttiin, moni heistä ei enää halunnut keskustella. Osa ei puhunut englantia lainkaan ja osa ymmärsi vain yksinkertaista sanastoa, joten keskustelu oli vähintään haastavaa.

Saksalaisessa kulttuurissa kommunikointi on myös virallisempaa. Esimerkiksi etunimiä käytetään vasta, kun toinen henkilö tunnetaan hyvin ja teitittely on yleisempää. Suomessa olen taas tottunut puhuttelemaan kaikkia etunimellä tilanteesta ja henkilöstä riippumatta. Huomasin saksalaisten olevan myös suorempia ja hieman töykeämpiä, kuin suomalaisten. Sain luurin korvaan usein ja moni päättäjä myös kiroili ja oli selvästi vihainen. Suomessa samanlaista kohtaa hyvin harvoin. Myös tämän vaikutti motivaatioon, sillä olen tottunut siihen, että lähtökohtaisesti ihmiset keskustelevat kanssani mieluusti. Jos saan tulevaisuudessa mahdollisuuden työskennellä kansainvälisesti, aion tutustua etukäteen maan kulttuuriin paremmin sekä opetella paikallista kieltä hieman enemmän.

Kirjoitusprosessissa erityisesti viikkoanalyysit olivat minulle hyvin hyödyllisiä. Vaikka en ole ollut työelämässä kovin pitkään ja tiedostan, että opittavaa on paljon, arjen kiireiden ohessa itsensä ja oman työnteon kehittäminen jää harmittavan usein toissijaiseksi. Kirjoitusprosessi mahdollisti oman työn kriittisen tarkastelun viikkotasolla. Tietoperustan upottaminen viikkoanalyysiin oli mielestäni hiukan haastavaa, sillä teemat olivat aiemmin määriteltyjä. Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa minun oli vaikeaa arvioida, mitkä osa-alueet tulevat vaatimaan eniten kehitystä. Minun olisi esimerkiksi kannattanut heti ensimmäisillä viikoilla perehtyä saksalaiseen kulttuuriin, jotta olisin voinut hyödyntää opittuja asioita alusta asti. Ammatillisen kehittymisen teemat jäivät myös hieman irtonaisiksi viikkoanalyyseista, sillä töissä kokemani haasteet eivät välttämättä liittyneet viikon teemaan.

Oli myös melko raskasta perehtyä ammattikirjallisuuteen, kirjoittaa päivittäiset merkinnät ja viikkoanalyysit sekä käydä täyspäiväisesti töissä samaan aikaan. Olisin voinut allokoida enemmän aikaa lähteisiin perehtymiseen ja opinnäytetyöstä olisi tullut laadukkaampi, jos olisin työskennellyt osa-

aikaisesti. En myöskään voinut kirjoittaa aivan kaikkia haluamiani asioita opinnäytetyöhön, sillä halusin pitää huolen, että en esimerkiksi paljasta yrityksen salaisuuksia. Esimerkiksi myyntipuheen osalta kirjoitin vain itse luomani myyntipuheet, mutta en yrityksemme luomaa pohjaa kylmäpuheluihin.

Kirjoitusprosessi oli siis opettavainen ja aion varmasti tulevaisuudessa hyödyntää saman tyylistä päiväkirjaa oman työn analysointiin ja seurantaan. Tietoperustan kirjoittaminen oli kuitenkin haastavin osuus ja vei liikaa aikaa arjesta. Jos teen samantyylistä päiväkirjaa itsenäisesti, kerään viikkanalyysseihin pohjautuen tärkeimmät kehityskohteet ja näiden perusteella valitsen lähteet, joista haen tietoa ja pyrin löytämään uusia toimintatapoja. Koen kuitenkin, että tietoperustan kirjoittamisesta on hyötyä, sillä näin joudut aina kirjoittamaan lähteistä saamasi ajatukset omin sanoin. Opin ainakin itse paremmin, jos avaan uutta asiaa omin sanoin.

Lähteet

- Becker, P.J. 18.4.2023. B2B Cold Calling in Germany: everything you need to know!. Messor. Luettavissa: <https://messor.fr/en/growth-haking-en/cold-calling-b2b-germany>. Luettu: 7.4.2024
- Belfort, J. 2017. The Way of the Wolf. Simon & Schuster Audio. Äänikirja. Kuunneltu: 13.3.2024
- Bryant, S. 10.10.2020. NEW TO GLOBAL SALES? 9 TIPS FOR SALES ACROSS CULTURES. Country Navigator. Luettavissa: <https://www.countrynavigator.com/blog/new-to-global-sales-9-tips-for-sales-success-across-cultures/>. Luettu: 2.4.2024
- Culture Vulture. S.a. Selling Across Cultures – How to Win at Cross-Cultural Sales. Commisceo Global. Luettavissa: <https://www.commisceo-global.com/blog/selling-across-cultures-how-to-win-at-cross-cultural-sales>. Luettu: 2.4.2024
- Crystal Resource. S.a. Mastering Cross-Cultural Sales: Tips for Top Business Regions. Crystal. Luettavissa: <https://www.crystalknows.com/resource/mastering-cross-cultural-sales#:~:text=Mastering%20Cross-Cultu-ral%20Sales%3A%20Tips%20for%20Top%20Business%20Regions,Crys-tal%20Can%20Help%20You%20Master%20Cross-Cultural%20Sales%20>. Luettu: 7.4.2024
- Crystal Resource. S.a. Selling to International Customers: Top 10 Tips for Cross-Cultural Selling. Crystal. Luettavissa: <https://hubspot.crystalknows.com/resource/selling-to-international-customers>. Luettu: 10.4.2024
- DeLong, T.J. & DeLong, S. 7.2011. Managing Yourself: The Paradox of Excellence. Harvard Business Review. Luettavissa: <https://hbr.org/2011/06/managing-yourself-the-paradox-of-excellence>. Luettu: 12.3.2024
- Glowacka, M. 12.1.2024. Cultural differences in business: what your team needs to know. Preply. Luettavissa: <https://preply.com/en/blog/b2b-cultural-differences-in-business/>. Luettu: 10.4.2024
- Hayes, A. 16.4.2023. Cold Calling: Definition, How It Works, Examples, and Difficulties. Investopedia. Luettavissa: <https://www.investopedia.com/terms/c/coldcalling.asp>. Luettu: 16.4.2024
- Holm, C. 17.2.2020. Onko kylmäsoittaminen kuollut?. Helsingin Ekonomit. Luettavissa: <https://heko.fi/onko-kylmasoittaminen-kuollut/>. Luettu: 16.4.2024
- Indeed Editorial Team. 25.7.2022. How To Use a Calendar for Time Management in 4 Steps. Indeed. Luettavissa: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/how-to-use-calendar-for-time-management>. Luettu: 12.3.2024

Kelwing, D. 21.8.2023. What is cold calling? Meaning, tips, examples, and techniques. Zendesk Blog. Luettavissa: <https://www.zendesk.com/blog/cold-calling/>. Luettu: 16.4.2024

Mannermaa, K. 2024. Työntekijätaidot-käsikirja. Alma Talent. Helsinki. E-kirja. Luettu 24.3.2024

Martela, F. & Jarenko, K. 2015. Draivi-Voiko sisäistä motivaatiota johtaa?. Alma Talent. Helsinki. E-kirja. Luettu: 16.3.2024

MindTools Content Team. S.a. The JD-R Model. MindTools. Luettavissa: <https://www.mindtools.com/a5igk4e/the-jd-r-model>. Luettu: 24.3.2024

Moilanen, S. 11.10.2021. Kaikki tarvitsevat itsensä johtamisen taitoja. Luettavissa: <https://ttk.fi/2021/10/11/kaikki-tarvitsevat-itsensa-johtamisen-taitoja/>. Luettu: 20.7.2024

Pietilä, I. & Pihlajarinne, H. S.a. Intercultural Communication Challenges in Sales Meetings | Irja Pietilä and Hanna Pihlajarinne. TAMK Publications. Luettavissa: <https://sites.tuni.fi/tamk-pub/business/intercultural-communication-challenges-in-sales-meetings/>. Luettu: 10.4.2024

Resilience Alliance. 2021. Personal Resilience Overview. Decatur, Georgia. Luettavissa: <https://resiliencealliance.com/>. Luettu: 30.3.2024

Riemhofer, A. 2019. Doing Business in Germany: A Concise Guide to Understanding Germans and Their Business Practices. ProQuest eBook Central. E-Kirja. Luettu: 2.4.2024

Sales Intelligence Blog. 22.1.2021. How B2B Cold Calling Works in German-Speaking Markets – a Go-To-Market Guide (+Checklist). Luettavissa: <https://www.echobot.com/sales-blog/b2b-sales/b2b-cold-calling-in-german-speaking-markets/>. Luettu: 2.4.2024

Smith, S. 11.6.2021. Why Cultural Differences in Business Matter. Day Translations Inc. Luettavissa: <https://www.daytranslations.com/blog/culture-nuance-business/amp/>. Luettu: 10.4.2024

Sobczak, A. 6.2020. Smart Calling: Eliminate the Fear, Failure, and Rejection from Cold Calling, Third Edition. Wiley. E-Kirja. Luettu: 02.05.2024

Tabish, N. 30.4.2015. Cold Calling: The First 10 Seconds. LinkedIn. Luettavissa: <https://www.linkedin.com/pulse/cold-calling-first-10-seconds-nick-tabish>. Luettu: 7.4.2024

Vehoniemi, S. S.a. Mitkä ovat hyvän kylmäsoiton 5 voittavaa elementtiä?. Inhouse. Luettavissa: <https://inhousegroup.fi/mitka-ovat-hyvan-kylmasoiton-5-voittavaa-elementtia/>. Luettu: 28.4.2024

Åberg, K. 3.2022. Sisimmälle kehälle: Voinko vaikuttaa, saanko päättää?. EHTY ry. Luettavissa: <https://ehyt.fi/uutishuone/blogit/sisimmalle-kehalle/>. Luettu: 04.07.2024

Liitteet

Liite 1. Seurantaviikkojen soittamisen luvut

| Vko 11 | Soittoaika | Soittoyritykset | Läpiviedyt puhelut | Kieltäytyneet | Sovitut tapaamiset |
|-----------------|-------------|-----------------|--------------------|---------------|--------------------|
| Maanantai | 3 | 70 | 5 | 4 | 0 |
| Tiistai | 4 | 105 | 5 | 1 | 0 |
| Keskiviikko | 3,5 | 115 | 6 | 1 | 0 |
| Torstai | 2 | 65 | 5 | 1 | 0 |
| Perjantai | 2 | 60 | 6 | 1 | 1 |
| Yhteensä | 14,5 | 415 | 27 | 8 | 1 |
| Vko 12 | | | | | |
| Maanantai | 2 | 50 | 5 | 1 | 0 |
| Tiistai | 4,5 | 95 | 7 | 1 | 0 |
| Keskiviikko | 3 | 80 | 11 | 1 | 0 |
| Torstai | 1,5 | 40 | 4 | 2 | 0 |
| Perjantai | 0,5 | 10 | 4 | 1 | 0 |
| Yhteensä | 11,5 | 275 | 31 | 6 | 0 |
| Vko 13 | | | | | |
| Maanantai | 2 | 55 | 9 | 0 | 0 |
| Tiistai | 3 | 100 | 9 | 1 | 1 |
| Keskiviikko | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Torstai | 2,5 | 60 | 2 | 0 | 0 |
| Perjantai | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Yhteensä | 7,5 | 215 | 20 | 1 | 1 |
| Vko 14 | | | | | |
| Maanantai | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tiistai | 1 | 30 | 3 | 1 | 0 |
| Keskiviikko | 4 | 80 | 1 | 0 | 0 |
| Torstai | 2 | 55 | 2 | 1 | 0 |
| Perjantai | 1 | 30 | 0 | 0 | 1 |
| Yhteensä | 8 | 195 | 6 | 2 | 1 |
| Vko 15 | | | | | |
| Maanantai | 3,5 | 55 | 3 | 2 | 0 |
| Tiistai | 1,5 | 45 | 3 | 0 | 0 |
| Keskiviikko | 5 | 110 | 3 | 1 | 0 |
| Torstai | 4 | 90 | 5 | 1 | 0 |
| Perjantai | 1 | 25 | 3 | 0 | 0 |
| Yhteensä | 15 | 325 | 17 | 4 | 0 |
| Vko 16 | | | | | |
| Maanantai | 4 | 105 | 5 | 1 | 1 |
| Tiistai | 4 | 100 | 3 | 0 | 0 |
| Keskiviikko | 1,5 | 40 | 3 | 0 | 1 |
| Torstai | 2,5 | 40 | 1 | 0 | 1 |
| Perjantai | 3 | 75 | 2 | 0 | 1 |
| Yhteensä | 15 | 360 | 14 | 1 | 4 |
| Vko 17 | | | | | |
| Maanantai | 0,5 | 15 | 1 | 0 | 0 |
| Tiistai | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Keskiviikko | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Torstai | 3 | 65 | 1 | 0 | 0 |
| Perjantai | 2 | 55 | 0 | 0 | 0 |
| Yhteensä | 5,5 | 135 | 2 | 0 | 0 |
| Vko 18 | | | | | |
| Maanantai | 1,5 | 50 | 2 | 0 | 0 |
| Tiistai | 5 | 100 | 5 | 0 | 0 |
| Keskiviikko | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Torstai | 3 | 75 | 4 | 0 | 1 |
| Perjantai | 1 | 25 | 1 | 1 | 1 |
| Yhteensä | 10,5 | 250 | 12 | 1 | 2 |