Myynti ja markkinointi – yhdessä vahvempia

Myynti nähdään yhä alisteisena markkinoinnille lukuisissa organisaatioissa, alan aineistoissa ja opetusmateriaaleissa. Esimerkiksi markkinoinnin teorian guru **Philip Kotler** kuvaa myyntityön yhtenä markkinointiviestinnän työkaluna. Tämä on johtanut monessa yrityksessä markkinoinnin ja myynnin erottamiseen toisistaan. Sama ilmiö toistuu myös myynnin ja markkinoinnin opetuksessa: opetus keskittyy vahvasti joko myyntiin tai markkinointiin. Tarvitsemme kulttuurimuutosta.

Myyntiä ja markkinointia ei voi erottaa toisistaan – ei opetuksessa, eikä työelämässä

Menestyvissä yrityksissä myynti ja markkinointi tukevat toisiaan sekä tekevät tiivistä yhteistyötä asiakkaan eduksi. Parhaimmillaan myyntiä ja markkinointia ei edes eroteta toisistaan osastoihin, sillä ne ovat vahvimpia yhdessä.

Haaga-Helian vetämän Suomen paras myyntiorganisaatio -kilpailun kautta saadut tutkimustulokset vahvistavat näkemystä siitä, että edelläkävijäyrityksissä korostetaan yhteistyötä ja toisilta oppimista. Uskommekin, että yhteistyö on tulevaisuudessa yksi organisaatioiden toiminnan edellytyksistä, eikä enää niinkään vain muutamien yritysten kilpailuvaltti.

Tutkimuksessa 78 % vastaajista kertoi, että myynnillä ja markkinoinnilla on yhteiset tavoitteet. Tämä on jo hyvä alku yhteistyölle. Yhteiset tavoitteet eivät kuitenkaan enää yksinään riitä siihen, että yritys pärjää kiristyvässä kilpailussa. Niiden lisäksi tarvitaan yhteiset toimintamallit sekä ymmärrys siitä, mitä toinen tekee ja miksi.

Markkinoinnin ja myynnin yhteistyö on nopeasti kasvava trendi

Iloksemme yhä useampi yritys on jo kehittänyt omaa toimintansa, ja näkee myynnin sekä markkinoinnin yhteistyön tärkeyden. Tämä ilmiö on havaittavissa myös myyntityön opiskelijoiden kokemusten kautta: Haaga-Helian opiskelijat pääsevät opintojaksonsa aikana tutustumaan ratkaisumyyjän tehtäviin koulun kumppaniyrityksissä. Yhä useammat opiskelijat kertovat tehneensä työskentelyjaksonsa aikana yhteistyötä markkinoinnin osaston kanssa. Heille on myös opetettu perinteisesti markkinoinnille kuuluvien työkalujen käyttöä, ja he ovat päässeet tekemään myös tyypillisesti markkinoinnille kuuluvia työtehtäviä, kuten kirjoittamaan somepostauksia tai päivittämään yrityksen verkkosivuja.

Onkin tärkeää, että myynnin ja markkinoinnin yhteistyö otetaan huomioon jo korkeakouluopetuksessa. Myynnin opiskelijoiden tulisi perehtyä myös markkinointiin ja markkinoinnin opiskelijoiden myyntityön osaamista tulisi kehittää. Markkinoinnin opetusta on jo lisätty Haaga-Helian myyntityön koulutusohjelmaan, sillä koulutamme osaajia tulevaisuuden työelämän tarpeisiin – Haaga-Helia avaa ovet työelämään.

Haaga-Helia aloitti korkeakoulutasoisen myynnin tutkintokoulutuksen jo 13 vuotta sitten, ensimmäisenä Suomessa. Tutkinnosta on jo valmistunut yli 500 myyntityön tradenomia, jotka ymmärtävät myynnin ja markkinoinnin liiton sekä työllistyvät hyvin. Monet ammatti- ja tiedekorkeakoulut ovat sittemmin noudattaneet Haaga-Helian esimerkkiä. Koordinoimassamme Myynnin korkeakoulut -verkostossa, jossa jaetaan parhaita käytäntöjä myynnin koulutukseen ja tutkimukseen, on pitkälti toistakymmentä korkeakoulua. Näin meille kasvaa ympäri Suomea uusi myynnin ja markkinoinnin merkityksen ymmärtävä sukupolvi.

Myynti ja markkinointi ovat yhdessä enemmän!

Artikkelin on kirjoittanut kaksi alan huippuammattilaista: ***Pirjo Purovesi*** *sekä* ***Pirjo Pitkäpaasi****. Kauppatieteiden maisteriksi valmistunut Purovesi on tehnyt pitkän uran markkinoinnin parissa ja diplomi-insinööriksi valmistunut Pitkäpaasi on hankkinut osaamisensa konsultatiivisessa ratkaisumyynnissä. Purovesi ja Pitkäpaasi ovat toimineet viisi yhteistä työvuottansa myyntityön koulutusohjelman lehtoreina Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa.*