

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

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Boedeker, M. (2021) Onnistuuko myynti, jos arvostusmaailmat eivät kohtaa? TAMK-blogi, 12.5.2021.

URL: <https://blogs.tuni.fi/tamkblogi/myynti/onnistuuko-myynti-jos-arvostusmaailmat-eivat-kohtaa/>

# Onnistuuko myynti, jos arvostusmaailmat eivät kohtaa?

12.5.2021 — Arja Hautala



Tuoreessa kirjassa "Arvostustalous - Kuinka arvostus rakennetaan ja rakentuu digiyhteiskunnassa" käsitellään ja pohditaan laajasti ja monitieteisesti erilaisia arvostuksen maailmoja, arvonlajeja jne. Saman pohdinnan voi ulottaa myös myyntikontekstiin: miten myyjä arvostusmaailmoineen kohtaa ostajan maailmat? Lähestyykö myyjä tilannetta esimerkiksi pääasiassa markkinoiden maailmasta, kun ostajalle merkityksellistä on myös esimerkiksi ekologian arvostusmaailma. Tai päinvastoin... Miten myynti tällöin onnistuu?

Organisaatioissa ja liiketoiminnassa vallitsee monia arvostamisen tapoja, joiden tunnistaminen ja tunnustaminen helpottavat potentiaalisia arvonluonnin muotoja. Em. kirjassa esitellään kaikkiaan seitsemän arvostusmaailmaa ja niihin pureudutaan erityisesti osiossa "Arvostamisen konventiot" (Kork & Sorsa 2020), jota käytän tässä tekstini ankkurina. Nostan myyntikontekstissa esiin esimerkinomaisesti kaksi arvostusmaailmaa, markkinoiden ja ekologian maailmat, avaamaan näkökulmia jännitteisiin, joita myyjä (ja hänen edustamansa organisaatio) saattaa kohdata pyrkiessään toteuttamaan haluamaansa myyntitoimintaa.

*Markkinoiden maailmassa* arvokas toiminta liittyy ostajan ja myyjän väliseen kaupankäyntiin: ollaan liiketoiminnan ytimessä, kun arvokas toiminta perustuu vaihtosuhteeseen ja arvoa todennetaan rahallisilla mittareilla. Tässä maailmassa myyjän on yleensä pakkokin elää, mutta jos arvon tuottamisen ideologia perustuu ainoastaan tähän maailmaan, myyjän argumentit kohtaavat ehkä vain osittain ostajan arvostusmaailmat esim. siinä mielessä, että kumpikin hakee "sopivaa hintaa" ja taloudellista hyötyä.

*Ekologian maailmassa* (vihreiden arvojen lisäksi) korostuvat erilaisten toimijoiden keskinäisriippuvuudet, sillä arvoperustana on selviytyminen eli kyvykkyys ja aktiivisuus vastata muutostarpeisiin. Arvokas toiminta on yhteistyökykyä ja toimijoissa arvostetaan mm. joustavuutta, vuorovaikutustaitoja ja vastavuoroisuutta. Ostajalle on arvokasta se, että hänen edustamansa organisaatio on omissa prosesseissaan kyvykäs toimimaan siten, että organisaatio selviytyy. Tästä näkökulmasta ostaja voi pitää arvokkaana sitä, että myyjä tuntee ostajan arvonluontiprosesseja sekä avaa mahdollisuuksia yhteistyöhön ja arvon yhteisluontiin. Ollaan ikään kuin samassa veneessä liiketoiminnan aallokoissa, vuorovaikutus toimii ja ollaan valmiita puolin ja toisin joustamaan, jotta vene saadaan yhdessä määränpäähän.

Mitä useampaa arvonlajia myytävillä tuotteilla tai palveluilla pystytään edistämään, sen merkityksellisempää on myös myyntityössä tunnistaa asiakkaan erilaisia arvostusmaailmoja. Pelkästään yhden arvonlajin korostaminen ei välttämättä riittävästi resonoi asiakkaan arvostusmaailmojen kanssa. Lisäksi vaihtoehtoisten ja vastakkaistenkin arvostusmaailmojen etsiminen ja eri arvonlajien yhdistäminen voi auttaa löytämään uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Kannustankin sukeltamaan kaikkiin seitsemään arvostusmaailmaan ja makustelemaan arvostustalouden muitakin ulottuvuuksia. Ymmärtäkäämme toistemme arvostusmaailmoja, purkakaamme haitallisia ja synnyttäkäämme hyödyllisiä jännitteitä sekä luokaamme yhdessä monenlaista arvokasta.

#### Lähteet

Jalonen, H., Helander, N., & Mäkelä, L. (toim.) 2020. Arvostustalous — Kuinka arvostus rakennetaan ja rakentuu digiyhteiskunnassa. Vastapaino, Tampere. (Johdanto saatavilla osoitteessa <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe202102094146>)

Kork, A-A. & Sorsa, V-P. 2020. Arvostamisen konventiot. Teoksessa: Jalonen, H., Helander, N., & Mäkelä, L. (toim.). Arvostustalous — Kuinka arvostus rakennetaan ja rakentuu digiyhteiskunnassa, 57-73. Vastapaino, Tampere.

Teksti: Mika Boedeker, yliopettaja, TAMK Liiketoiminta  
Kuva: Pixabay