

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

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Hautamäki, P. (2021) ROBINS-tutkijoiden kevät on ollut työntäyteinen – myynnin rooli ammattina korostuu. TAMK-blogi, 21.6.2021.

URL: <https://blogs.tuni.fi/tamkblogi/myynti/robins-tutkijoiden-kevat-on-ollut-tyontayteinen-myyntin-rooli-ammattina-korostuu/>

ROBINS-tutkijoiden kevät on ollut työntäyteinen – myynnin rooli ammattina korostuu

21.6.2021 — Arja Hautala



Hei myynnin ystävä! Oletko jo kuullut ROBINS-tutkimushankkeesta, jossa tutkitaan myynnin digitaalisia työkaluja digiaikakaudella? Jos et vielä olisi uutiskirjeemme tilaaja tai haluat lukea aktiviteeteistamme vähän enemmän, tässä muutama sananen!

Koko kevät on kovasti tehty töitä sen eteen, että löytäisimme ratkaisuja pk-yrityksen kansainväliseen kasvuun älykkäällä myynnillä. Tätä työtä on tehty niin asiakaspolkumallinnuksen, alustojen ja arvolupauksen ja johtamisen tutkimuksen, kuin myös tutkimalla suoraan pk-yritysten käytössä olevia digitaalisia työkaluja. Yhä vahvemmin näemme, että aika paljon pitää tapahtua yrityksen myyntitoiminnoissa ennen kuin siirtymä digitaalisiin työkaluihin myynnissä on ajankohtaista. Itse asiassa ennen digitaalisiin teknologioihin siirtymistä on tarpeen määrittää myyntiorganisaation prosessit sisäisesti ja ymmärtää miten asiakkaan polku etenee ja millä tavalla myyntiyritys pystyy myyntiprosessin näkökulmasta palvelemaan asiakkaitaan.

[Kevään aikana olemme julkaisseet useampia artikkeleita ja blogeja ROBINS-hankkeessa ja kannattaakin käydä kurkkaamassa julkaisumme.](#) Esimerkiksi [myynnin digitaalista transformaatiota ja poisoppimista tutkivassa artikkelissa](#) tuomme esiin, miten poisoppimisen luomat haasteet saattavat estää koko digitaalisen muutoksen tapahtumisen. Huomasimme, että myyntiorganisaatioissa johto ei välttämättä ole ymmärtänyt ja huomannut niitä muutostarpeita, joita ympäristössä on. Digitaalisen transformaation prosessi lähtee siis liikkeelle tilanteen analysoimisesta ja digitaalisen transformaation ja poisoppimisen prosessin systemaattisesta johtamisesta.

Kaiken kaikkiaan voi todeta, että menestyvissä yrityksissä on digitaaliset työkalut käytössä myynnissä – myös kansainvälisellä tasolla. Digitaalisten työkalujen tulee olla sellaisia, jotka palvelevat niin asiakasyritystä, myyntiä kuin myös koko organisaatiota. Tämä ei ole helppo tehtävä, sillä digitaalisia ratkaisuita on olemassa laajasti ja oikeiden ratkaisuiden löytäminen vaatii laaja-alaista vuoropuhelua niin omassa organisaatiossa, kuin eri sidosryhmien kesken.

[Tutkimushankkeemme aikana olemme myös huomanneet, miten myyntiin on tullut uusia rooleja](#) Customer Success Managereista aina myynnin Operations Managereihin, jotka kaikki osaltaan vastaavat mahdollisimman hyvän asiakaskokemuksen mahdollistamisesta. [Lisäksi digitaaliset alustat ovat osa yritysten kansainvälistä liiketoimintaa ja alustamallit ovat monimuotoisia.](#) Löysimme myös muutaman tärkeän teeman liittyen alustoihin. Ei ehkä ihan heti ajattelisi, että digitaalisilla alustoilla [katse kannattaa suunnata ihan johonkin muuhun kuin itse alustaan.](#) Itse asiassa kaikista tärkeintä on, että alusta on helppokäyttöinen, jotta se tuottaa hyötyjä ja että ympärillä toimii hyvä, yhteen hiileen puhaltava tiimi.

Joka tapauksessa on selvää, että koronan myötä myynti toimii jatkossakin vähintäänkin hybridimallin mukaisesti. Kokonaan takaisin vanhoihin myyntitapoihin ei siirrytä, vaan koronan myötä on opittu ostamaan uusin tavoin. [LinkedInin uusimman State of Sales 2021-raportin mukaan myynnissä tärkeintä on luottamus.](#) Näin ollen kannattaa muistaa, että digitaalisia työkaluja pitää rakentaa ihmiset edellä!

Lopuksi haluan kertoa, että ROBINS-tutkimushankkeesta on valmistumassa loppuvuodesta Kokoomateos nimeltään *Älykkäällä myynnillä kansainväliseen kasvuun*. Tähän kokoomateokseen on tulossa kaiken kaikkiaan artikkeleita noin reilu kymmenen ja syksyn aikana kuulet niin kirjoittajista kuin itse jutuistakin lisää! Syksyllä julkaistaan myös uusia podcast-jaksoja ja lisäksi kannattaa laittaa jo nyt kalenteriin lokakuun 29. päivä, jolloin järjestetään virtuaalinen SalesDay-tapahtuma teemana *Myynnin uusi aikakausi*. SalesDayssä julkistetaan ihan tärkeimmät teemat liittyen Post-Covid aikakauden myyntiin!

Nyt on kuitenkin hetki hengähtää ja ihmetellä maailman menoa laiturinnokassa.

Upeaa kesän aikaa sinulle myynnin ystävä!

Teksti: Pia Hautamäki, KTT, ROBINS-tutkimushankkeen johtaja, Tampereen korkeakouluyhteisö, TAMK

Kuva: Shutterstock, muokkaus Minttu Rantanen TAMK