

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

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Yrjönkoski, T. (2022) Uuden myyjän sisäänajossa nopeus ratkaisee. Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset, MMA-blogi, 8.6.2022.

URL: <https://mma.fi/ajankohtaista/blogi/uuden-myyjan-sisaanajossa-nopeus-ratkaisee/>

8.6.2022

Myynnin lehtori

Teppo Yrjönkoski

Tampereen ammattikorkeakoulu

Uuden myyjän sisäänajossa nopeus ratkaisee



Uutta myynnin ammattilaista palkatessasi voit törmätä kahteen isompaan haasteeseen. Ensiksi sinun voi olla vaikeaa löytää yrityksen toimialaan ja arvoihin sopiva ehdokas. Kun olet rekrytoinut uuden työntekijän, on seuraavana haasteenasi saada hänet oppimaan yrityksen ja toimialan myyntityössä tarvittavat tiedot ja taidot mahdollisimman vikkelästi.

“Palkkaa persoona, kouluta kompetenssi” on perinteinen hyväksi havaittu neuvo. Jos uuden myyjän palkkaa kilpailijan leiristä, on oppimisprosessi luonnollisesti nopeampi. On kuitenkin syytä harkita, millaisia uusia näkemyksiä erilaisista taustoista tulevat ihmiset voivat tarjota. Kun sopiva henkilö on löydetty, on sekä yrityksen että uuden työntekijän etu päästä töihin kiinni mahdollisimman pian. Perehtymisessä hätiin voivat tulla myynnin kouluttamisen ohjelmistot.

Myynnin koulutuslustoilla päästään ripeästi töihin käsiksi

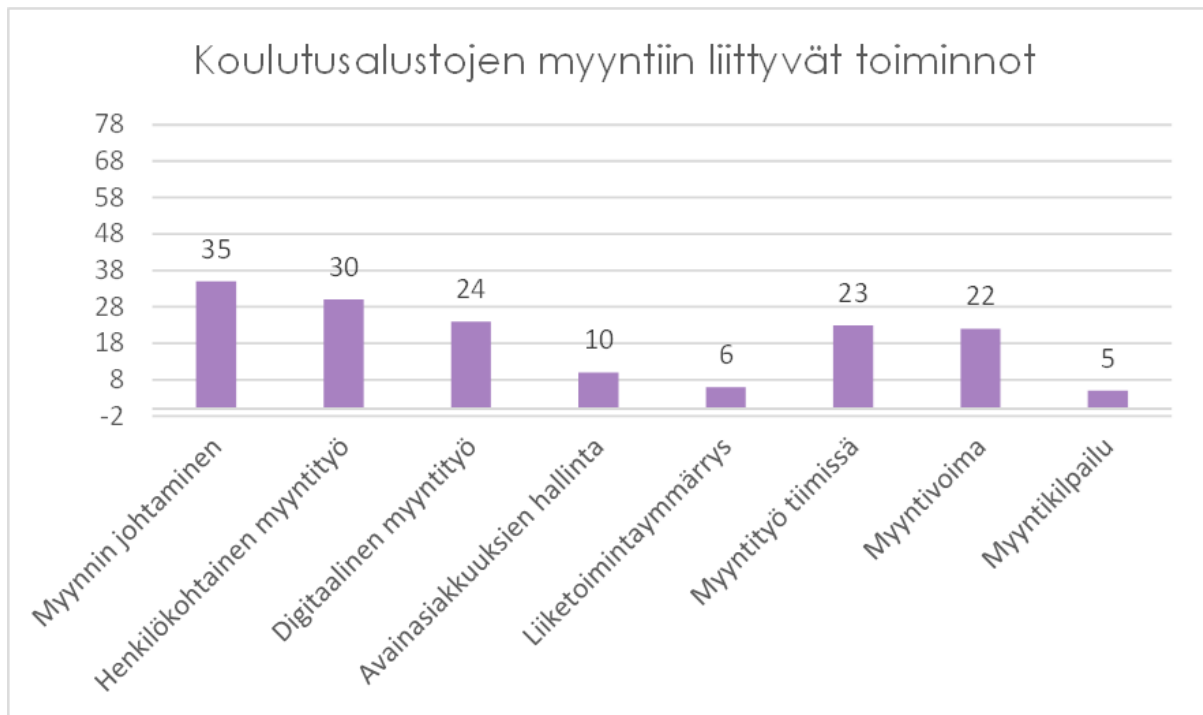
Yksi parhaista, ellei parhain perehdyttämisen muoto on niin sanottu kisälli-mestari-malli. Siinä uusi myynnin ammattilainen kulkee perehdyttäjäksi osoitetun vanhemman osaajan rinnalla. Hän oppii aidossa tilanteessa ja kuulee asiakkaiden kanssa käydyn epäformaalin viestinnän sekä tarinat, joita ei virallisessa koulutusmateriaalissa koskaan ole, esimerkiksi ”Möttösen konepajalla, tätä tuotetta käytetään juuri noin”.

Kisälli-mestari-malli vaatii kuitenkin aikaa, rahaa ja resursseja. Sen tueksi suosittelen digitaalisten koulutusalojen käyttämistä sekä tiimi- että yksilöoppimisen tueksi ja nopeuttamiseksi.

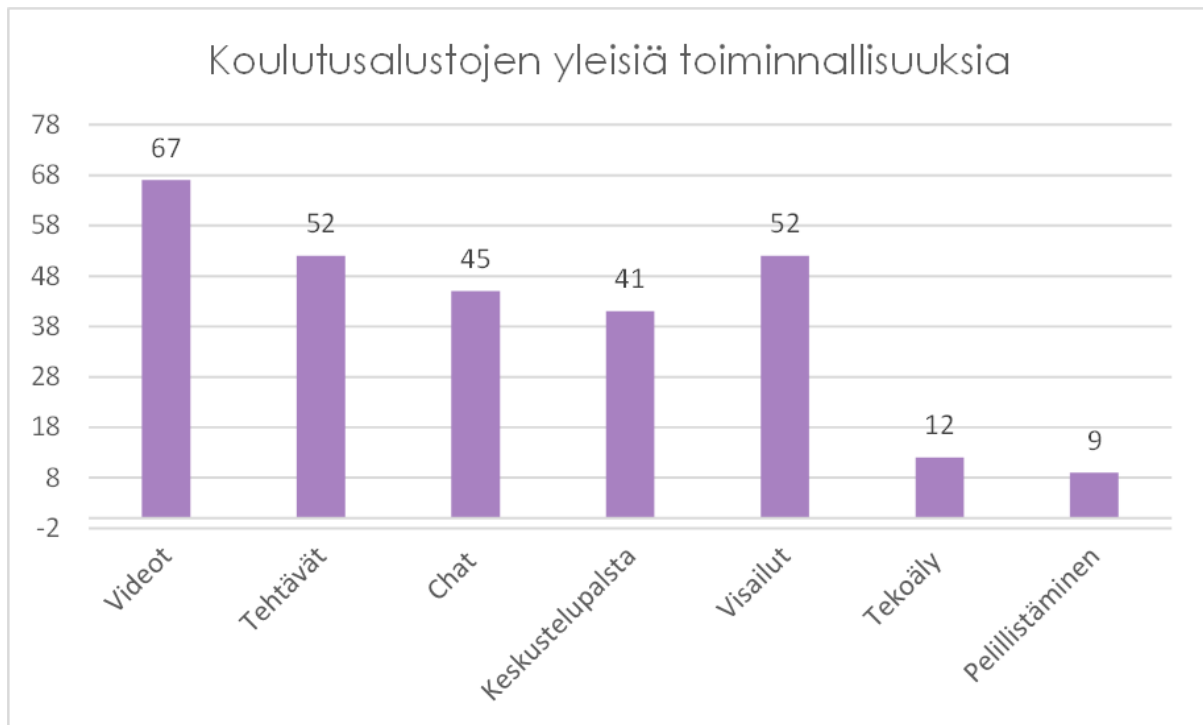
MMA tutkii nyt myynnin ammattilaisten perehdytyskokemuksia, ja sitä, miten digitaalisia koulutusaloja hyödynnetään alalla. Kyselyyn vastaaminen vie vain muutaman minuutin aikaasi ja olisimme kiitollisia kuulemaan juuri sinun mielipiteesi [täällä!](#)

Modernit koulutusaloat analyysimme alla

SPLASH-projektissa analysoidaan moderneja myynnin koulutusaloja. Tarkastelimme kaiken kaikkiaan 78 digitaalista koulutusalustaa.



Eri alustoilla oli erilaisia myyntiin liittyviä toimintoja, jotka näet yllä olevasta kuvasta. Lukumäärät kertovat, kuinka monessa eri koulutusalustassa on kyseinen toiminto. Esimerkiksi koulutusmahdollisuuden myyntityöhön tiimissä tarjosi 23 eri koulutusalustaa analysoiduista 78 alustasta.



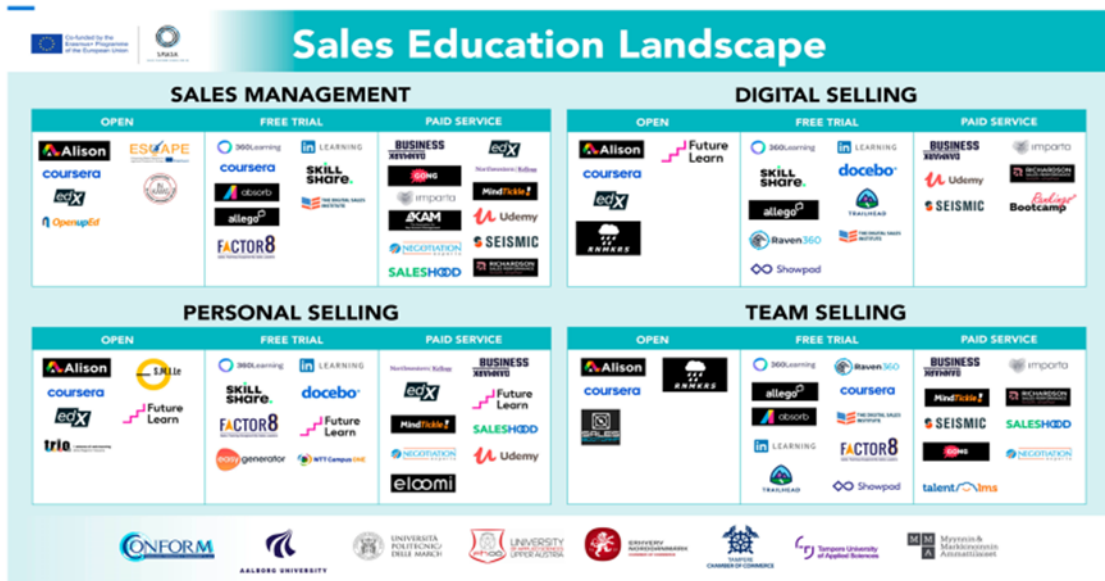
Tästä kuviosta taas näet, mitä yleisiä toiminnallisuuksia koulutusaloissa on. Hyvin yleisiä olivat erilaiset kysymyspankit tai vastaavat. Niiden avulla on mahdollista nostaa myyjäjoukkueen kyvykkyyttä sekä rakentaa erilaisia FAQ-tietopankkeja, jotka vastaavat useimmin kysytyimpiin kysymyksiin.

Koulutusalojen tärkeimmät ominaisuudet

Olemme tunnistaneet neljä laajempaa kokonaisuutta, jotka muodostavat rungon myynnin koulutukselle sekä itse myynnille. Nämä neljä pääkohtaa ovat:

- Myynnin johtaminen (sales management)
- Digitaalinen myyntityö (digital selling)
- Henkilökohtainen myyntityö (personal selling)
- Myyntityö tiimissä (team selling)

Alla näet havainnollistavan kuvan analysoimistamme koulutusaloista. Jaoin ne neljän pääkohdan perusteella kategorioihin ja samanaikaisesti otimme huomioon, ovatko koulutusalustat ilmaisia (open), maksullisia (paid service) vai onko niissä ilmainen kokeilu tai tutustumisjakso (free trial).



[Klikkaa yllä oleva kuva suuremmaksi tästä](#)

Koulutusaluustoilla voidaan luoda yritykselle kestävää kilpailuetua sekä nopeuttaa uusien myyntihenkilöiden oppimista vakiomalla koulutusprosessi ja opetettava aineisto. Niihin kannattaa tutustua!

Mikä ihmeen SPLASH-projekti?

S.P.L.A.S.H (Sales Platform Studies for Higher Education) on EU-rahoitettu hanke, jossa tutkitaan myynnin koulutuksen digitaalisia alustoja ja niiden käyttämistä oppimiseen. Hankkeessa on mukana korkeakouluja Itävallasta, Italiasta ja Tanskasta sekä Tampereen ammattikorkeakoulu Suomesta. Lisäksi mukana ovat meidän lisäksi kaupakamarit Erhverv Norddanmark Tanskasta ja Tampereen Kaupakamari. Hankkeessa on neljä osaprojektia. TAMK:in vastuulla oleva osaprojekti on myynnin digitaalisten koulutuslustojen analysointi.