

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

Huom! Tämä on rinnakkaistallenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Boedeker, M. (2022) Myynnin jälkeinen hiljaisuus. Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset, MMA-blogi, 21.9.2022.

URL: <https://mma.fi/ajankohtaista/blogi/myynnin-jalkeinen-hiljaisuus/>

21.9.2022

Yliopettaja ja myynnin tutkimusryhmän tutkija

Mika Boedeker

Tampereen ammattikorkeakoulu

Myynnin jälkeinen hiljaisuus



Kaverin puolesta tässä kyselen... Asiakkaan jälkihoito – ajanhukkaa vai investointi tulevaisuuteen?

Valmistelu, yhteydenotto, myyntineuvottelu ja tarjous

Sattuipa kaverilleni taannoin, että erään rahoituslaitoksen myyjä otti häneen yhteyttä. Kotiläksyt olivat siltä osin hyvin tehty, että kaverini, kyseisen rahoituslaitoksen pitkäaikaisen asiakkaan, varallisuustiedot ja muut oli katsottu etukäteen. Ja siitähän se liidi varmaan oli kirvonnutkin.

Asiakkaan omaa arvonluontiprosessia käytiin läpi sekä taloudellisesta että emotionaalisesta näkökulmasta ja myyjällä oli valmiiksi mietittynä muutama sijoittamiseen liittyvä ehdotus. Kaverini pohti, mahtoiko myyjä aidosti ajatella hänen parastaan vai oliko tämän palkkio kytköksissä siihen, kuinka suuren kaupan hän tekisi? Sen verran hurjalta ehdotetun sijoitettavan määrän suhteellinen osuus varallisuudesta tuntui. Mahdolliset riskit toki olivat tulossa asiakkaan kannettavaksi, ja rahoituslaitos ottaisi joka tapauksessa omansa, mutta tästä puhuttiin vain sen verran, mitä kaverini hoksasi kysyä. Kaverini halusi ”nukkua yön yli”, ja niinpä myyjä oikeaoppisesti ehdotti seuraavan tapaamisen ajankohdan.

Kaupan päättäminen ja sopimus

Tuli seuraava tapaaminen, ja asiaa harkittuaan kaverini päätti ostaa sijoitustuotteen, mutta pienemmässä mittakaavassa kuin mitä myyjä oli alun perin ehdottanut. Siltikin kyseessä oli kaverini varallisuuteen suhteutettuna huomattava panostus. Myyjä osasi kuunnella ja arvioida tilanteen, ja tältä pohjalta sopimus sitten laadittiin. Kiitos ja hyvää päivänjatkoa.

Hiljaisuus

Koitti helmikuu 2022. Kaverini katsoi, kuinka kurssien syvä syöksy alkoi. Hetkessä kaikki siihen asti voitettu oli hävitty, ja seuraavaksi oltiin jo reilusti tappiolla. Kaverini toisteli mielessään mediassa kuulemiaan neuvoja: älä panikoi, pidä kiinni pitkäjänteisestä suunnitelmasta, kyllä se siitä taas kääntyy. Mutta nämä neuvot eivät tulleet kyseisen rahoituslaitoksen yhteydenotolla – siltä suunnalta vallitsi syvä hiljaisuus. Myyjä tuntui kadonneen kuin leija Saharaan, kun kaupat oli tehty.

No, minkäs myyjä kursseille voi, ei tietenkään mitään. Mutta hän unohti asiakkaan arvonluontiprosessit. Taloudellisen arvon tuhoutumisen rinnalle myyjä olisi voinut kohentaa edes (ja ehkä varsinkin) emotionaalista arvonluontia: tulla asiakkaan rinnalle ”samaan veneeseen”, käydä tilannetta läpi ja luoda uskoa tulevaisuuteen sekä mahdollisesti ehdottaa toiseen tuotteeseen vaihtamista. Rahoituslaitos olisi voinut näyttää, että se ainakin jollain tasolla ottaa vastuuta myymästään tuotteesta ja edelleen ajattelee asiakkaan parasta. ”Eipä ole kuulunut mitään”, totesi kaverini ikävä maku suussaan, kun kertoi tästä minulle ja muutamalle muullekin.

Loppuuko teillä myyntiprosessi sopimuksen tekemiseen? Millainen asiakaspalvelumalli teillä on? Reaktiivinen eli toimitaan, jos asiakas ottaa yhteyttä vai peräti proaktiivinen, eli pyritään aktiivisesti vaikuttamaan siihen, millainen asiakassuhteen tulevaisuus on? Onko teillä sisäistetty [Customer Success](#) -ajattelu, eli hoidetaanko teillä olemassa olevia asiakassuhteita ja autetaanko teillä asiakasta saamaan mahdollisimman paljon lisäarvoa yrityksen tuottamista palveluista?