



Hanna Hihnala
Riitta Ahlholm

SUOMI NOUSUUN MYYNNILLÄ

Yhteenvetoraportti osallistujien ajatuksista

SISÄLTÖ

Projektin tavoite ja prosessi

Taustamuuttujatiedot

Tulosityhteen veto

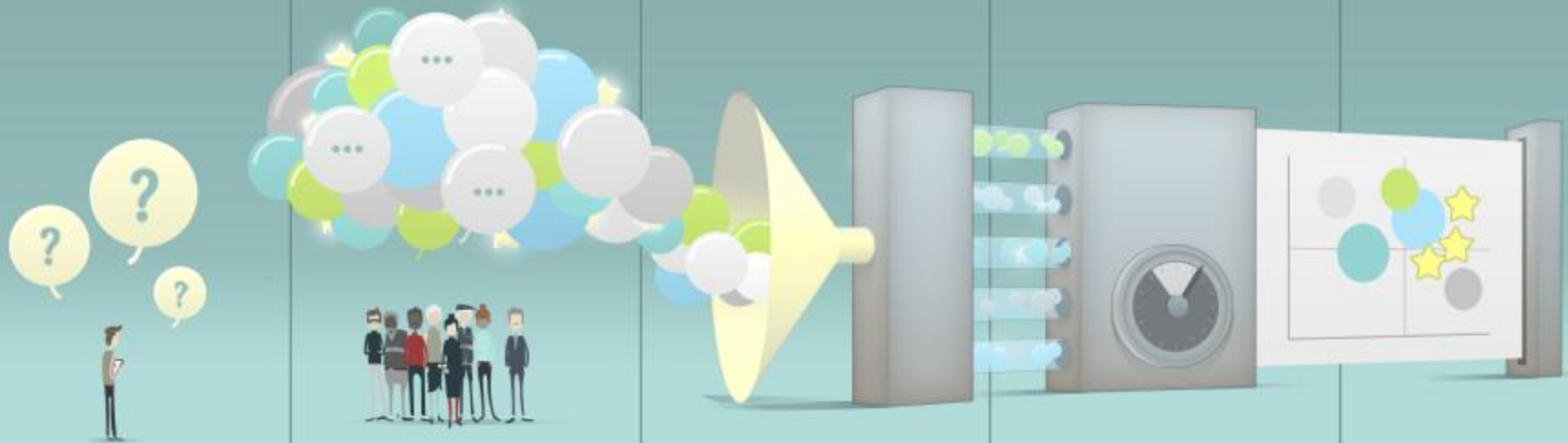
Organisaatiotason teemaluokkien purku

Kansallisen tason teemaluokkien purku

Liitteet

Projektin tavoite

Tavoitteena oli haastaa avoimen aivoriihen avulla ihmiset pohtimaan, kuinka myynti- ja palveluosaamista pitäisi Suomessa kehittää sekä organisaatiotasolla että kansallisella tasolla.



Kutsutut

Kutsulinkin
välittäminen

Osallistumisia

846
”Kurkkaajia” 325

Osallistumisaika

12 min/ henkilö
keskimäärin

Ideoita yrityksille

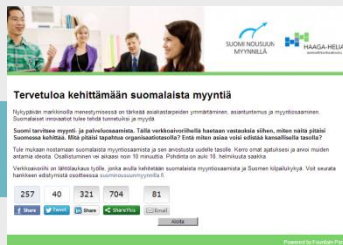
619

Ideoita Suomelle

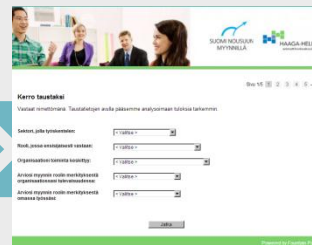
401

Aivoriihen rakenne

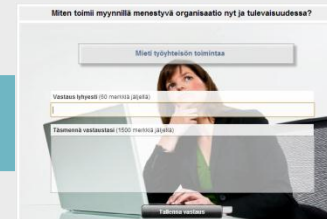
① Haastattelun tarkoitus



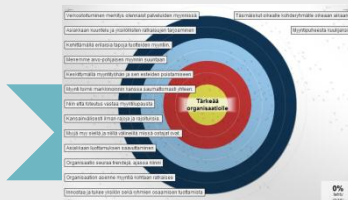
② Taustamuuttujien selvittäminen



③ Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?



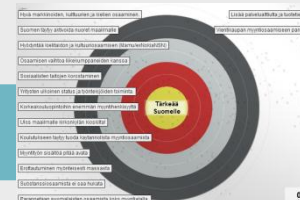
④ Arviointi: tärkeää organisaatiolle



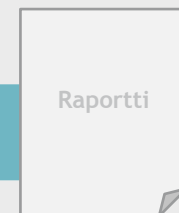
⑤ Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?



⑥ Arviointi: tärkeää Suomelle



⑦ Raportointi



Osallistujien kutsuminen

- HAAGA-HELIA:n henkilöstö, alumnit, opiskelijat
- Suomi nousuun myynnillä vaikuttajaverkoston yritykset
- Tulevaisuusfoorumin osallistujat
- Aivoriihi uutiskirjeissä: SMKJ, kauppakamari, Fountain Park
- Lehdistötiedote → meni läpi mm. Markkinointi&Mainonnassa
- Blogikirjoitus Talouselämässä
- Bannerimainontaa ja facebook-viestintää mm. Finpro, HAAGA-HELIA, vaikuttajaverkoston yritykset
- Verkkoavooriihi.fi -sivusto
- Osallistujien omaehtoinen kutsulinkin jakaminen

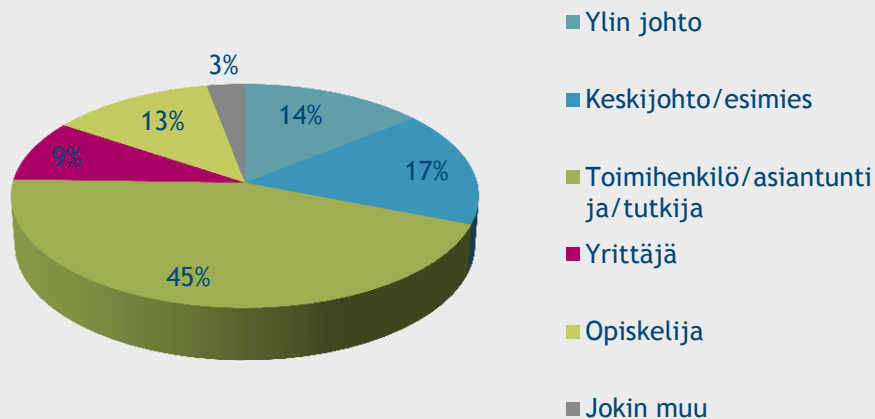
284	41	342	779	107
 Share	 Tweet	 Share	 ShareThis	 Email



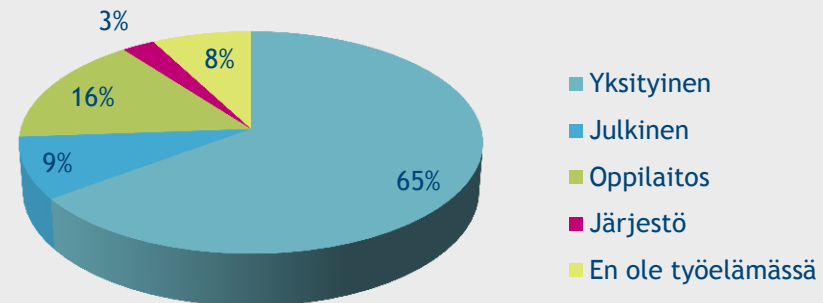
Taustamuuttujatiedot

Osallistujien tausta

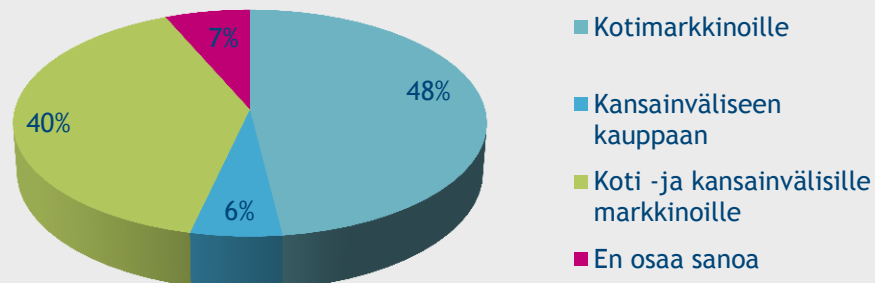
Rooli, jossa ensisijaisesti vastaan



Sektori, jolla työskentelen

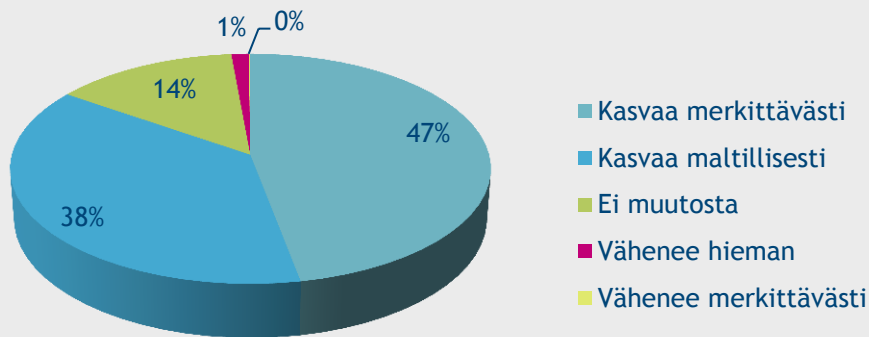


Organisaationi toiminta keskittyy

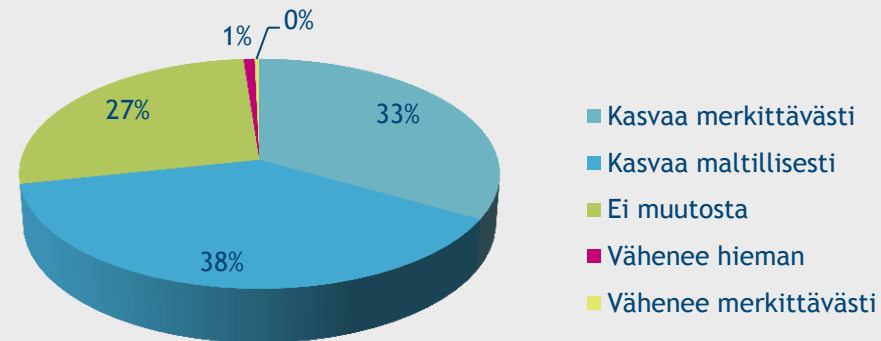


Myynnin merkityksen arviointi

Arviosi myynnin roolin merkityksestä organisaatiossasi tulevaisuudessa



Arviosi myynnin roolin merkityksestä omassa työssäsi





Tulosten yhteenveto

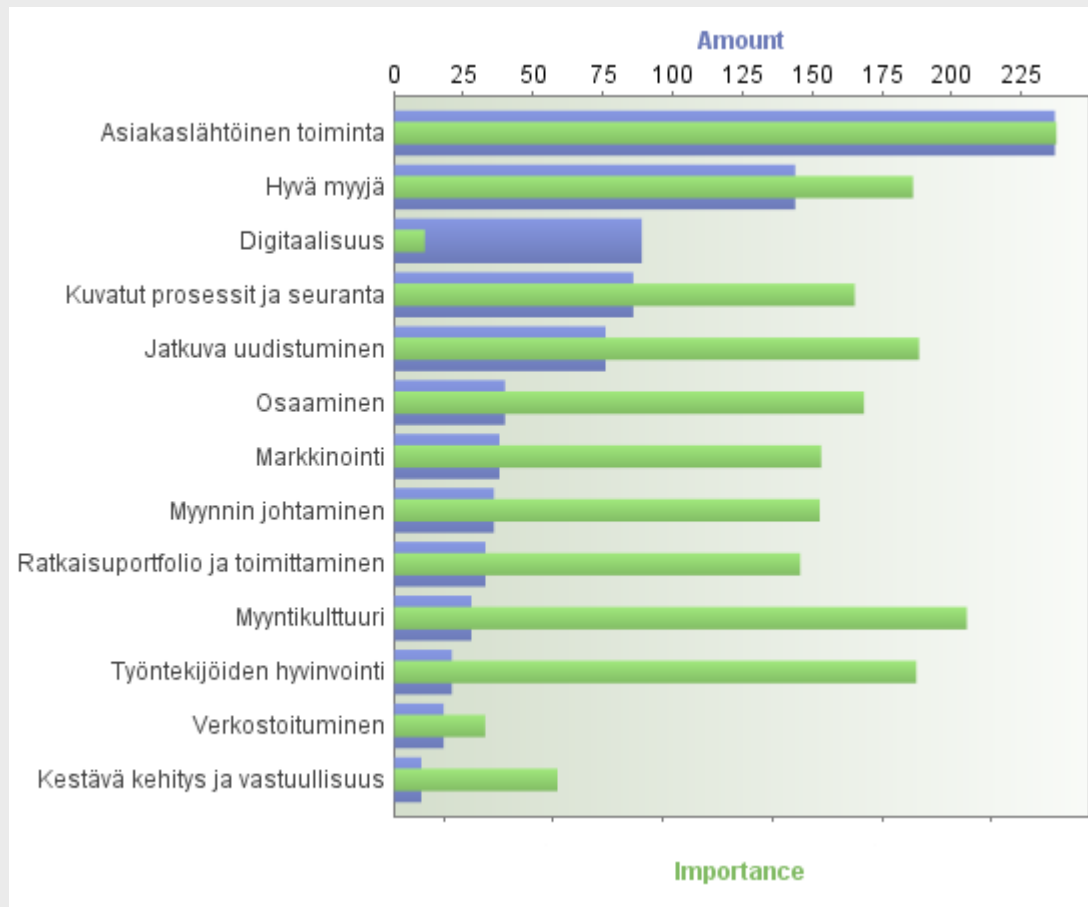
Tulosten yhteenveto - organisaatiotaso

- ✗ Asenne nousee tärkeäksi menestyvää myyntiorganisaatiota pohdittaessa. Kaikki myyvät -asenne ja hyvä sisäinen draivi kuuluvat myynnillä menestyvään organisaatioon. Prosessit ja tahtotila tulee virittää niin, että toiminta tukee myyntiä ja myyntiä arvostetaan.
- ✗ Organisaatio panostaa toiminnan kehittämiseen ja uudistumiseen. Henkilöstöä arvostetaan ja osaajat sitoutetaan taloon.
- ✗ Myyntiä johdetaan selkeillä suunnitelmilla ja tuella, ei tyhjillä hokemilla. Mittaaminen on osa johtamista, mutta lukujen seuraaminen ei riitä. Tarvitaan henkilökohtaista otetta ja osaamisen johtamista.
- ✗ Toimintaa mietittäessä näkökulma on asiakkaassa ja organisaation omassa toiminnassa. Kilpailijoista ei juuri puhuta.
- ✗ Digitaalisuuden ja verkostoitumisen merkitys nähdään yllättävän alhaisena.
- ✗ Asiakkaasta puhutaan odotetusti eniten ja asiakaslähtöinen toiminta myös arvioidaan tärkeimmäksi. Hyvään myyjään ja myyntiin liittyvistä asioista puhutaan seuraavaksi eniten.



Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Oikea asenne ja jatkuva uudistuminen tärkeitä



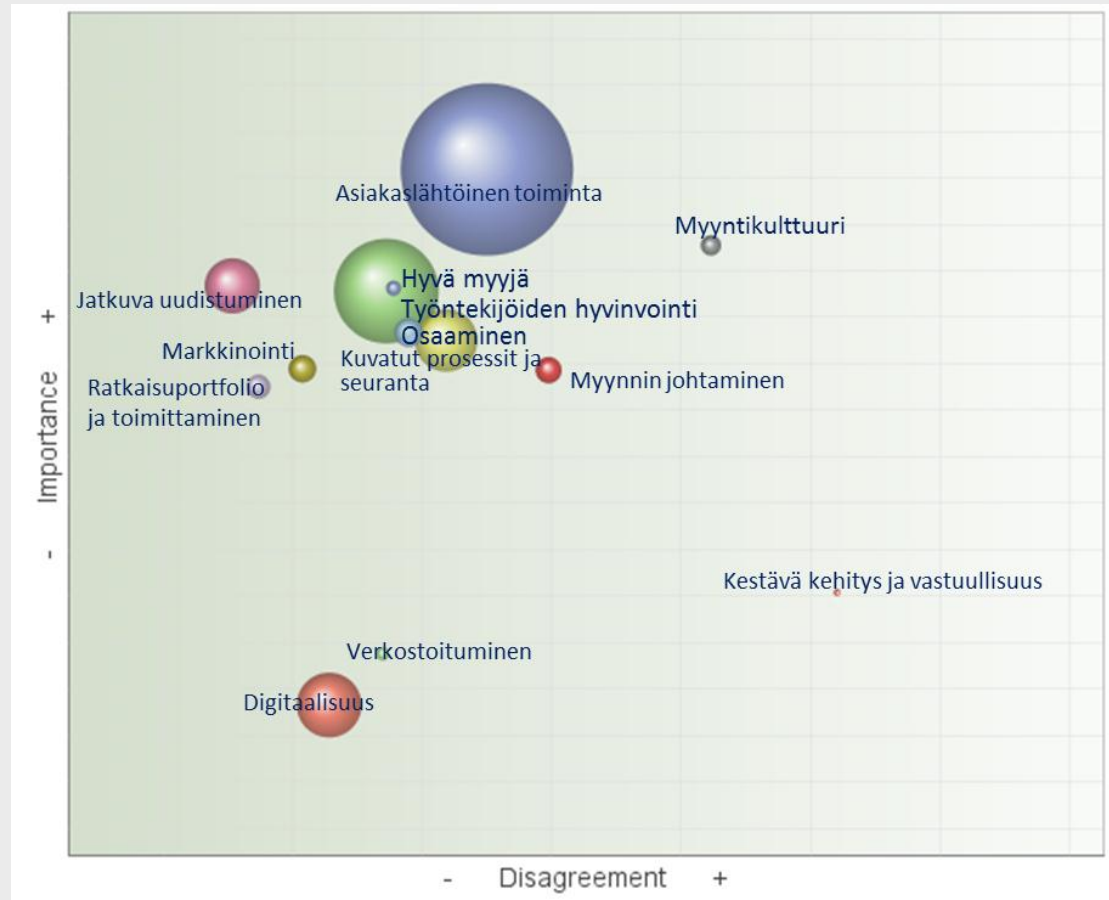
Kuvion sininen palkki kertoo, kuinka monta kertaa ko. asia on mainittu aineistossa, vihreä palkki sen arvioidun tärkeyden.

Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Mielipiteissä jonkin verran hajontaa

Kestävä kehitys ja vastuullisuus jakaa eniten mielipiteitä.
Verkostoitumiseen ja digitaalisuuden tärkeyteen ei uskota.

Mitä suurempi pallo, sitä enemmän aiheesta on puhuttu. Pystyakseli kuvaa asioiden koettua tärkeyttä ja vaaka-akseli erimielisyyttä niiden tärkeydestä.



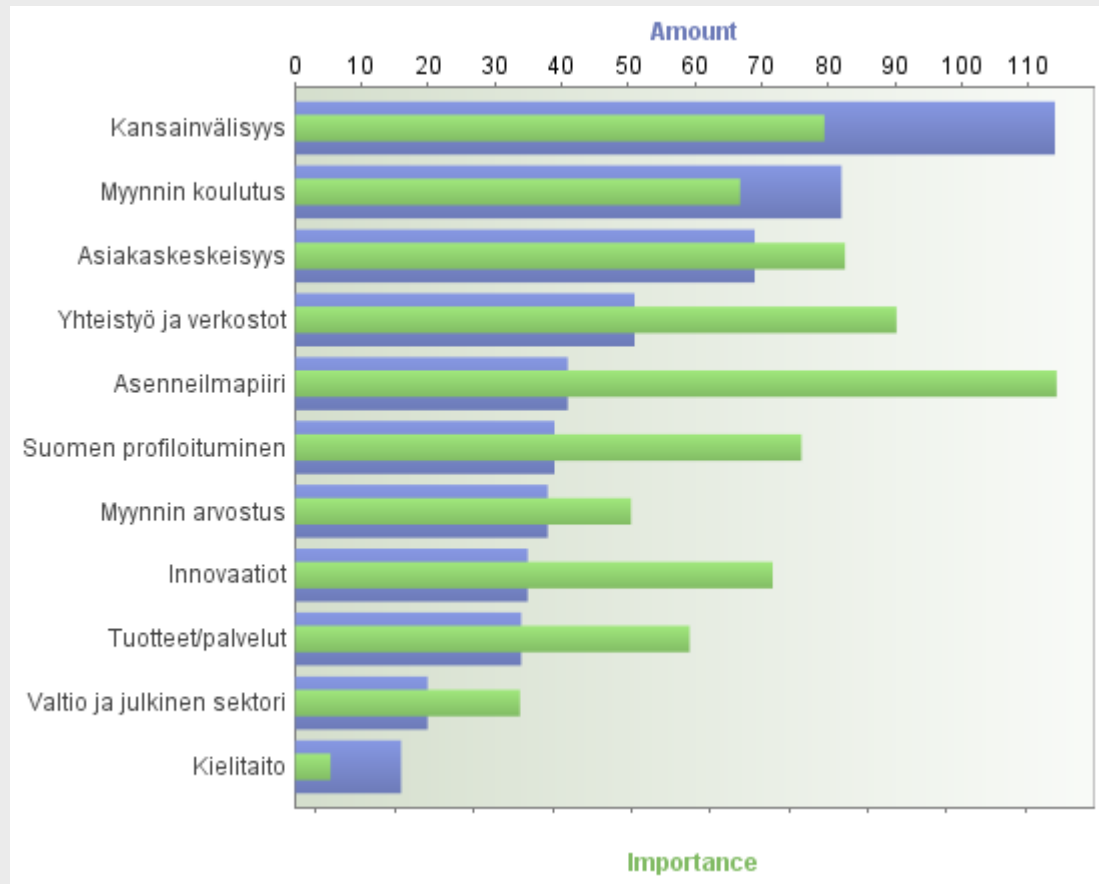
Tulosten yhteenveto - kansallinen taso

- ✗ Suomalaisen myyntiosaamisen kehittämisen käytännön työ tapahtuu arjen toimissa yrityksissä ja organisaatioissa.
- ✗ Valtiolta kaivataan tukea koulutuksen uudistamisessa; myynti ja sitä tukevat taidot olisi otettava mukaan opintoihin jo peruskoulusta lähtien. Osallistujat toivovat myös kansallisia hankkeita myynnin kehittämiseksi ja myynnin kehittämistä tukevan tahtotilan luomiseksi.
- ✗ Vastaajilla osittain perinteistä ajattelua. Tuotteita ja palveluita sekä innovaatioita pidetään tärkeämpänä Suomelle kuin myynnin arvostuksen nostamista.
- ✗ Asenneilmapiirin muuttuminen nostetaan tärkeimmäksi. Vastaajien mielestä suomalaisten pitää päästä liiasta vaatimattomuudesta ja kertoa rohkeasti sekä ylpeästi maailmalla omista vahvuuksista. Kaivataan myös rohkeutta kokeilla uusia asioita ja avauksia.
- ✗ Yhteistyö, verkostoituminen ja kansainvälisyys nähdään selkeästi tärkeämmiksi kansallisella tasolla kuin organisaatiotasolla.



Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Asenneilmapiiri on tärkeimmässä asemassa, kansainvälisyys puhuttaa eniten



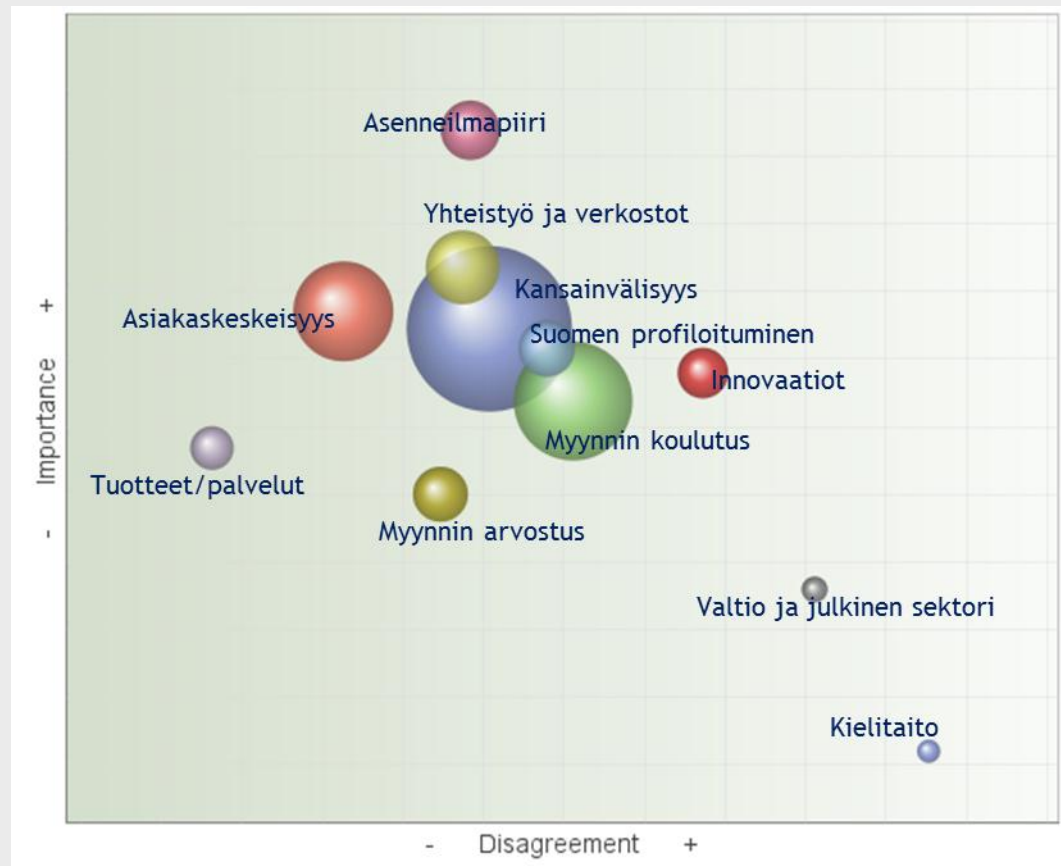
Kuvion sininen palkki kertoo, kuinka monta kertaa ko. asia on mainittu aineistossa, vihreä palkki sen arvioidun tärkeyden.

Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Tuotteet ja palvelut sekä asiakaskeskeisyys ovat yksimielisimmin tärkeitä

Kielitaito sekä valtion ja julkisen sektorin rooli jakavat eniten mielipiteitä

Mitä suurempi pallo, sitä enemmän aiheesta on puhuttu. Pystyakseli kuvaa asioiden koettua tärkeyttä ja vaaksa-akseli erimielisyyttä niiden tärkeydestä.





Organisaatiotason teemaluokkien purku

Mikä on tärkeää myynnin kehittämisessä
organisaatiotasolla?

Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Asiakaslähtöinen toiminta

Organisaatio tuntee asiakkaansa. Asiakasta kuunnellen yritetään palvella parhaalla mahdollisella tavalla, myös tarpeita ennakoiden. Kehitetään tuotteita ja palveluita yhdessä asiakkaan kanssa.

Organisaatio panostaa asiakaspalveluun, asiakkaan kohtaamiseen, arvon luomiseen, tyytyväisyyden ja luottamuksen takaamiseen. Asiakassuhteiden luominen. Hyvä asiakassuhde ei yksin riitä, täytyy löytyä myös reaktionopeutta.

” Yritysten on tunnettava asiakkaansa ja heidän arvontuotanto. Yritys, jossa arvostetaan aidosti henkilöstöä pystytään tekemään uusia innovatiivisia tuotteita ja palveluratkaisuja. Myynnin on otettava entistä aktiivisempi ja suunnitelmallisempi ote asiakkuudenhallintaan. Asiakkaan arvontuotantoprosessi on tunnettava. Asiakas on keskiössä kaikissa toiminnoissa, joita yritys tuottaa.”

Tärkein aihe

*” Keskittyy erityisesti asiakaskokemuksen kehittämiseen
Vaikka palvelut ja myynti keskittyvät asiakkaan ympärille, asiakasrajapintaan keskitytään edelleen liian vähän.
Palvelumuotoilu ja asiakaskokemus tulevat kasvattamaan merkitystään.”*

” Asiakkaan luottamuksen saavuttaminen

Pitkäaikainen menestyminen myynnissä onnistuu ainoastaan saamalla asiakkaiden luottamus. Luottamuksen voitettuaan hinnalla ei ole merkitystä olettaen että tuote on kilpailukykyinen muiden vastaavien kanssa”



Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Myyntikulttuuri

Asenne myyntiä kohtaan näkyy organisaation kaikessa toiminnassa. Myynnillinen ajattelutapa tuodaan mukaan organisaation toiminnan jokaiselle tasolle - kaikki myyvät. Lisäksi pidetään huolta siitä, että organisaation sisäinen draivi ja tekemisen into säilyy korkealla. Tämä edellyttää hyvää sisäistä kommunikaatiota työntekijöiden, tiimien ja toimintojen kesken. Myyjän asenne on asiantunteva ja kuunteleva, ei tuputtava.

” Organisaation asenne myyntiä kohtaan ratkaisee

Myyntiä toimintana ja työnä tulee arvostaa ja rakastaa. Vain myymällä suomalaista osaamista ja palvelua, innovaatioita ja ratkaisuja voidaan ylläpitää nykyistä vaurautta ja hyvinvointia Suomessa. Organisaatioissa myyntityö ja sen tekeminen tulee olla arvokasta, haluttua ja palkitsevaa sekä työn sisällön että hyvinvoinnin näkökulmasta.”

**Toiseksi
tärkein aihe**

” Työntekijät puhaltavat yhteen hiileen

Myynnillä menestyvän organisaation työntekijät puhaltavat yhteen hiileen. Kaikille on sevää organisaation toiminta-ajatus ja jokainen työntekijä tietää, miten oma työpanos vaikuttaa organisaation menestykseen.”

” Kaikki myyvät aktiivisesti omassa roolissansa

Myös kaikkien toteuttamaa myyntiä täytyy aktiivisesti johtaa - myyntiorganisaatiot on historiaa - se on kaikkien tehtävä - tämä vaatii vahvaa uudistamista myynnin johtamisessa ja ihmisten asenteessa..”



Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Hyvä myyjä

Myynnistä puhuttaessa mietitään paljon hyvää myymistä ja myynnin organisoitumista. Myyjät nähdään asiantuntijoina, joilla on laaja ja syvä ymmärrys asiakkaan toiminnasta ja hänen kaipaamistaan ratkaisuista. Asiantuntijamyymyjä hallitsee niin tunneviestinnän kuin toimintaympäristön muutokset. Hän osaa kuunnella ja tunnistaa asiakkaan tarpeet. Tiimityöskentelyn merkitys myynnin organisoitumisessa.

” Asiantuntijuuden merkitys kasvaa

Menestyvä myyntiorganisaatio on asiantuntijaorganisaatio jossa ymmärretään oman yrityksen palveluiden tarjoamat mahdollisuudet sekä ennen kaikkea ymmärretään asiakkaan toimintaympäristö ja sen tulevaisuuden haasteet.”



Kolmanneksi tärkein aihe

” Tiimityöskentely

Myyjä ei toimi yksin, vaan asioita tehdään yhdessä asiakkaan hoitotiimeissä. Tiimi rakennetaan palvelemaan asiakasta ja sen tärkein tehtävä on kehittää asiakkuutta ja sitä kautta auttaa yritystä pitämään asiakkuudet. Myyjien pitää oppia johtamaan asiakkuden hoitotiimejä ja heidän pitää uskoltaa luotta myös muihin.”

” Huomioi muuttuvan toimintaympäristön

On konsultatiivinen myyjä; tuntee toimintaympäristön muutokset, vaikka yritys itse ei niitä tunnistaisi, osaa kertoa näistä yritykselle ja ehdottaa uusia ratkaisuja”

Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Jatkuva uudistuminen

Menestyvä organisaatio on herkkänä muutoksille ja pystyy reagoimaan niihin nopeasti. Trendejä seuraamalla sekä asiakkaita ja henkilöstöä kuuntelemalla pysytään aallon harjalla. Kehittäminen ja uudistuminen vaatii oikeanlaista yrityskulttuuria ja koulutusta. Uudistumista vaativat mm. myynnin tehostaminen ja myyntiprosessit, tuotekehitys, parhaiden käytäntöjen mallintaminen, asiakaspalautteen huomiointi ja kilpailukyvyyn muotojen ja välineiden löytäminen.

” Kehittämällä myyntiprosessin laatua

Menestyvänsä organisaatiossa myynti tunnustetaan yrityksen pääprosessiksi, jossa tunnistetaan yrityksen ja asiakkaan väliset tärkeimmät kohtaamispisteet-totuuden hetket- ja prosessia kehitetään määrätietoisesti.”



Neljänneksi tärkein aihe

” Kouluttautuu ja ennakoi
Yritys pyrkii valmentamaan työntekijöitä menestymään nyt ja näkemään tulevaisuuteen. Vaatii panostusta koulutuksen muodossa. Kysynnän herkkää ennakointia ja vahvaa tämän hetken osaamista”

” Uusiutuu

Menestyvän yrityksen tulee uudistua jatkuvasti ja "haistella" markkinoita sekä asiakkaita mitä asiakkaat haluavat. Edelläkävijä menestyy.”

Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Työntekijöiden hyvinvointi

Henkilöstö nähdään voimavarana, hyvinvoinnin varmistaminen koetaan osaksi menestyvän organisaation toimintaa ja strategiaa. Hyvinvoinva henkilöstö tuo hyvinvointia asiakkaille. Strategia antaa suuntaviivat, johto ja esimiehet vievät asian käytäntöön. Hyvinvointiin liitettiin mm. henkilöstön sitouttaminen ja osaamisen kehittäminen, yhteiskehittäminen, ilmapiiri, etätyömahdollisuus ja joustavuus.

” Hyvien myyjien sitouttamiseen tulisi panostaa

Tyypillisestihän myyntityön tekijät ovat erittäin impulsiivisia ja "nopeasti liikkuvia". Tästä johtuen menestyvän myyntiorganisaation olisi panostettava erityisen paljon myyjien sitouttamiseen, jotta ihmiset pysyisivät riittävän pitkään organisaation käytettävissä maksimaalisen hyödyn saavuttamiseksi. Tämä on varmasti myös kilpailuvaltti myyjiä rekrytoitaessa.”



Viidenneksi tärkein aihe

” Keskittyy henkilöstöön ja sen osaamiseen myynnintekijänä

Tuote on kopioitavissa, mutta palveluyrityksessä tuotteen tekijää/tekemistä on mahdotonta kopioida. Esimiesten vastuu henkilökunnan huolenpidosta ja motivoinnista korostuu tulevaisuudessa merkittävästi puhuttaessa myynnin kehittämisestä.”

” Hauskan teko pitäisi palauttaa yrityksiin

Tarkoiton tällä, että yritysten toiminta on jämähtynyt moniin teknisiin ja laadullisiin vaateisiin, että työntekijöitä on unohtunut työssä viihtyminen ja hauskan tekeminen, jolloin luovuus pääsisi toimimaan yrityksen toimintaa kehittävästi. Armollisuus muita työntekijöitä kohtaan tulisi lisääntyä.”

Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Kuvatut prosessit ja seuranta

Myynnin merkitys tunnustetaan yrityksessä: myyntiprosessia kehitetään aktiivisesti ja muut toiminnot viritetään tukemaan myynnin työtä. Selkeät yhdessä luodut tavoitteet ja toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi sekä edistymisen mittaaminen antaa ryhtiä tavoitteen suorittamiseen. Johtamis- ja palkitsemisjärjestelmä tukee onnistumisia. Myös asiakkaan prosessit on tunnettava hyvin.

” Työyhteisöllä on yhteinen, selkeä tavoite

Ei johdon antama vaan yhdessä luotu. Selkeä tavoite, jonka eteen kaikki työskentelevät motivoituneesti.”

Kuudenneksi tärkein aihe

” Kehitetään myynnin johtamiseen asiantuntijoitakin motivoivia mittareita

Myynnin johtamiseen tulee kehittää rakenteita ja mittareita, jotka motivoivat myyntiin myös asiantuntijoita ja niitä, jotka eivät aikaisemmin ole pitäneet myyntityöstä.”

” Muu toiminta tukee myyntiä
Tuotetuki, tuotevastaavat, tuotekehitys tukee myyntiä ja kuuntelee myyjiltä tulevaa palautetta ja tapaa asiakkaita säännöllisesti pysyäksään mukana kehityksen kärjessä ja kehittääkseen kiinnostavia tuotteita.”



Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Osaaminen

Maailman muutoksissa on pysyttävä mukana, tämä vaatii osaamisen päivittämistä. Organisaatio panostaa myyntiosaamisen juurruttamiseen ja sen kehittämiseen. Ei panosteta vain yksittäisiin henkilöihin vaan koko organisaation osaamisen kartuttamiseen. Henkilötasolla kaivataan moniosaamista ja asiantuntemusta. Menestyvä organisaatio tukee tiedon ja osaamisen ristiin jakamista. Sisäistä osaamista osataan hyödyntää ja johtaa.

” Myyjien ammatillista osaamista päivitetään jatkuvasti.

Toimialaosaaminen, henkilökohtaisten tulosten analysointi, vastuu tuloksesta, tuotetietous ja jatkuva kehittyminen tulevat kasvamaan.”



Seitsemänneksi tärkein aihe

”... Joka firmassa on järjestelmällisesti osaamista ja luovuutta ja kaikkien pitää päästä antamaan parastaan kun pohditaan millä keinoin ja minkä viestiarsenaalin voimin lähdetään myymään...”

” Panostus koko organisaation myyntiosaamiseen.

....Loistavat myyjät tulevat aina olemaan loistavia. Organisaation täytyy pystyä auttamaan muut myyjät lähemmäksi huippumyyjien tasoa.”

Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Markkinointi

Myynti ja markkinointi toimivat tiimin tavoin. Toiminnot tukevat toisiaan asiakkaiden kiinnostuksen herättämisessä, liidien löytämisessä sekä jälkimarkkinoinnin hoidossa. Digitaalisuus, crm ja markkinointikanavien monipuolinen hyödyntäminen vaativat yhteistyötä ja osaamista sekä myynniltä että markkinoinnilta. Markkinoidaan asiakkaalle sopivalla tavalla, oikeissa kanavissa ja maan tavalla.

” Myynti toimii markkinoinnin kanssa saumattomasti yhteen.”

Kahdeksanneksi tärkein aihe

” Yksilöllisiin asiakaskohtaamisiin panostaen

Massamarkkinointia tehdään edelleen paljon, päivittäistavarakaupasta alkaen. Kuitenkin viestit, jotka on kohdistettu juuri minulle, puhuttelevat minua parhaiten ja ovat tehokkaimpia. Perinteinen ajattelu kohderyhmistä ei enää toimi, sillä kohderyhmät ovat muuttuneet pienemmiksi, koska kuluttajat ovat muuttuneet...”

” Monikanavamarkkinointi Asiakkaita lähestytään eri myynti/markkinointikanavia pitkin niin sähköisesti kuin henkilökohtaisesti”



Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Myynnin johtaminen

Myynnin johtaminen linkittyy yrityksen strategiaan ja tavoitteisiin. Crm toimii johtamisen tukena. Numeroiden seuraamista ja konkreettisia suunnitelmia ja toimenpiteitä, kuinka johto auttaa myyntiä ja myyjiä tekemään parasta mahdollista tulosta. Toivotaan ihmisten johtamista ja motivointia. Esimiestyö on avainasemassa, tarvittaessa lisätään esimieskoulutusta. Osa vastaajista kaipaava enemmän vapautta myyjän toimintaan.

” myyntiin pitää lisätä ammattimaisuutta

Myynnin johtaminen muuttuu entistä pitkäjänteisemmäksi, pelkkä tulosten seuraaminen ei riitä. Myyjien on kasvatettava ammattimaisuuttaan ja nähdä organisaatiot kokonaisuuksina sekä ymmärtää asiakkaiden johdon näkemyksiä entistä paremmin.”



Yhdeksänneksi tärkein aihe

”Esimiestyö on tärkeää; kuinka saadaan eri persoonatyypeistä paras tulos irti niin, että työntekijä oppii ja kehittyy urallaan.”

” Antaa myyjien toteuttaa itseään tavoiteohjauksessa

Moni organisaatio asettaa liikaa rajoitteita ja tiukkoja tapoja toimia. Johtajilla on liikaa ajatuksia siitä miten asioita pitäisi tehdä, eli he manageeraavat liikaa. Tavoiteohjauksessa manageeraukseen on tarvetta vasta, kun reitiltä ollaan harhautumassa. ...”

Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Ratkaisuportfolio ja toimittaminen

Organisaatio on valmis kehittämään tuotteita ja palveluita yhdessä asiakkaan kanssa. Yrityksen tarjoaman tuote/palveluportfolio on vastattava asiakkaan tarpeita. Tuotedifferointia eri maihin ja kulttuureihin. Asiakkaalle pystytään myös räätälöimään sopivia kokonaisuuksia. Tuotteen/palvelun toteutus ja toimitus on nopeaa.

” Kehittää tuotteita ja palveluita yhdessä asiakkaan kanssa.

Tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä yhteistyö asiakkaan kanssa, asiakkaan tarpeen ymmärtäminen on menestymisen ydin. Tämä vaatii asiakkaan toiminnan ymmärtämistä. Kun asiakas on aidosti mukana kehittämisprosessissa, saamme aikaisessa vaiheessa palautteen. Tuotteiden ja palveluiden kehittäjien tulee ymmärtää roolinsa myyjinä. Myynti alkaa tuotekehityksestä.”

10. tärkein aihe

” Ideoimalla asiakkaan tarpeisiin räätälöityjä tuotteita

Paremmiin suunniteltu tuote/palvelu -> helpompi myydä -> tyytyväisempi asiakas. Notkeutta siihen mitä myydään ja tuodaan se palveluvalttina myyntitilanteessa esiin niin että asiakas saa itse (myynnin avustuksella) kasata itselleen sopivan paletin tuotteita ja palveluita.”

” Tuotteen/palvelun toimitus on nopea

Kun asiakas on päätöksensä tehnyt tuote/palvelu tulee olla käytössä lyhyen ajan sisällä (esim. uuden sohvan osto nyt ja toimitus vasta 4 viikon päästä) ja jos kyse on palveluntarjoajan vaihtumisesta, ei käytössä olevaan palveluun saa tulla katkoa (vrt. operaattorin palvelut). Toimituksen hitaus tai nykyisen palvelun katko voi olla esteenä siihen, että asiakas ei tee päätöstä....”

Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Kestävä kehitys ja vastuullisuus

Kestävän kehityksen ja vastuullisuuden teema on pieni ja kuvaa aikaansa. Ympäristöystävällisyys ja ekologisuus sekä muut kestävän kehityksen arvot ja toiminta näkyvät myös asiakkaille.

” Vastuullinen myynti tulee lisääntymään.

Vastuullisuutta niin myynnissä kuin myytävissä tuotteissa arvotetaan kuluttajien taholta yhä enemmän. Avoimuus ja läpinäkyvyys lisääntyy. Epämääräiset toimijat kyseenalaistetaan pois markkinoilta kuluttajien ja kilpailijoiden toimesta.”



11. tärkein aihe

” Trendejä ja kantoaaltoja luova,kestävät arvot

Kestävä kehitys ja luonnon arvostaminen on kehitystyön taustalla, se näkyy toiminnoissa ja toteutuksissa.”

” ympäristöystävälliset ja kestävät tuotteet ”

Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Verkostoituminen

Verkostoituminen koetaan sekä myyjän työhön liittyväksi että organisaatiotason asiaksi. Aktiiviset myyjät hyödyntävät sosiaalisia verkostojaan työssä eivätkä epäröi laajentaa niitä. Organisaatioiden tasolla sidosryhmien ja kumppanisuhteiden luominen ja yhteydenpito. Sosiaalinen media auttaa verkostoitumisessa.

” Huomio asiakkaissa ja kumppaneissa

Toimintoja mietitään siitä näkökulmasta, miten asiakasta voidaan parhaiten palvella täyttäen hänen yksilölliset tarpeensa.. Koska asiakkaiden tilanteet ja tarpeet ovat moninaiset, menestyvillä organisaatioilla on toimivat ja hyvät kumppanuusverkostot.”



12. tärkein aihe

” Verkostoituminen merkitys olennaist palveluiden myynnissä
Jos tuntee asiakkaansa, palveluiden myyminen on sitä helpompaa. Jopa ei tarvitse aktiivista markkinointia, vaan asiakkaat etsivät haluamsan yrityksen tiedot käsiinsä. Tämän olen todennut varsinkin B2B-kaupassa.
Kuluttajille suunnatussa liiketoiminnassa varmaan yhä merkittävä erikoistuminen on merkittävä tekijä.”

” Myyntihlöstön pitää hyödyntää sosiaalisen median kanavia.
Verkostoitua erityisesti LinkedInissä ja jakaa oman yrityksen informaatiota omille verkostoille. Kaikki kanavat käyttöön ja rohkeasti mukaan pelisäännöt tiedostaen.”

Miten toimii myynnillä menestyvä organisaatio nyt ja tulevaisuudessa?

Digitaalisuus

Teknologia tuo haasteita ja mahdollisuuksia myyntityöhön. Mahdollisuuksina nähdään mm. crm, uudet myyntitavat ja asiakkaiden löytäminen monipuolisia kanavia käyttäen. Haasteita tuovat osaamisen päivittäminen, internetin 24/7 kulttuuri ja verkkokauppa. Osallistujat uskovat henkilökohtaisen asiakaspalvelun säilyttävän tärkeytensä myös tulevaisuudessa.

” Myyntityötä voidaan tehostaa digitaalisin välinein

Uskon että myyntityö voi tehostua kun erilaiset digitaaliset ympäristöt ja niiden käyttö yleistyy yritysmaailmassa. Esimerkiksi CRM:n yksinkertaistaminen älypuhelimien kautta käytettäväksi voisi olla fiksu veto paljon liikkuvien myyjien työn helpottamiseksi”



13. tärkein aihe

” Uusia myyntitapoja

Otetaan käyttöön uusia myyntitapoja asiakkaiden ostamisen helpottamiseksi. Mietitään missä tilanteissa, paikoissa ja yhteyksissä asiakkaat voisivat tuotteita/palveluita ostaa niin perinteisesti kuin digitaalisessa maailmassa.”

” Henkilökohtainen asiakaspalvelu ja digipalvelut tärkeitä

Asiakkaat haluavat enemmän henkilökohtaista "vanhan ajan" palvelua, myyjältä halutaan yksityiskohtaista lisätietoa. Osa kuluttajista puolestaan on kiinnostunut digitaalisista palveluista. Siitä, että voi käydä yrityksen verkkosivuilla, mutta myös laajemmista verkkopalveluista. Palveluita tulisi pystyä tarjoamaan toimivasti mahdollisimman monilla "älylaitteilla.”



Kansallisen tason teemaluokkien purku

Mikä on tärkeää suomalaisen myyntiosaamisen
kehittymisen kannalta?

Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Asenneilmapiiri

Vastaajat kaipaavat rohkeampaa, ylpeämpää ja luovempaa asennetta suomalaisilta. Omia vahvuuksia pitää nostaa esiin kaikin keinoin meillä ja maailmalla eikä menestymistä pidä hävetä. Yrity maailmassa täytyy olla mahdollisuus kokeilla uutta, onnistua ja epäonnistua. Asennemuutosta positiivisemmaksi myyntiä, kasvua ja kansainvälisyyttä kohtaan.

” Tuomalla rohkeasti esiin omaa erikoisosaamista.

Myynnillä menestyvä Suomi osaa tarjota erikoisosaamistaan ja uskaltaa kokeilla jotain sellaista, mitä muut eivät ole ennen tehneet. Pitäisi pystyä ajattelemaan "laatikon ulkopuolelta" ja nähdä jotain sellaista, mitä muut eivät ole osanneet ajatella. Myynnillä menestyvä Suomi verkostoituu ja on esillä näkyvästi, äänekkäästi ja ylpeänä omista tuotteistaan maailmalla. ”



Tärkein aihe

” Yritysten täytyy uskalta ottaa riskejä ja unelmoida isoja

Suomalainen yrityskulttuuri on hieman jämähtänyt tutulle ja turvalliselle tasolle... Mielestäni suomalaisten yritysten tulisi rohkaistua ja kokeilla siipiään myös rajojen ulkopuolella, sillä markkinat ovat kotimaassa rajalliset ja kasvua on vaikeampi saavuttaa.

” Monikansallinen ajattelutapa
Palkkaa myös ulkomaalaistaustaisia myyjiä Suomeen, koska heillä uusia näkemyksiä ja tietoa muista kulttuureista. Suomalaiaisille enemmän tietoa muista kulttuureista, suvaitsevaisuuden läpi vieminen organisaatiossa. HR mukaan enemmän myynnin tukemiseen.”

Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Yhteistyö ja verkostot

Yhteistyö on voimavara, jonka avulla haetaan kilpailuetua ja jaetaan läpinäkyvästi tietoa, parhaita käytäntöjä ja toimintamalleja. Lokaalien ja globaalien verkostojen rakentamiseen tarvitaan tahtoa ja osaamista, henkilökohtaisia kontakteja ja teknologiaa. Verkostojen rakentaminen on sekä yritysten, koulujen että koko maan asia.

” Pienten ja keskisuurten toimijoiden yhteistyö

Kun halutaan haastaa reliikit ja vanhat eturyhmittymät, pienten ja keskisuurien toimijoiden on tiivistettävä yhteistyötä keskenään... Tietoa on saatavilla huomattavasti läpinäkyvämmiin kuin aiemmin. Tietoa pitää myös osata käyttää.”



Toiseksi tärkein aihe

” Verkottautuminen globaalilla tasolla on järkevää

Ulkomailla on vietettävä aikaa jotta kontakteja syntyy ympäri maailman ja kyky ymmärtää eri kulttuurien tapoja kehittyy. Kontaktit luodaan parhaimmillaan kasvotusten. Kouluttautuminen tai työharjoittelu/vaihto ulkomailla kannattaa. Suomalaisten yritysten kannattaa nostaa tunnettuutta ja profiilia omalla toimialallaan rohkeasti olemalla näkyvillä eri markkinoilla”

” Luodaan uusia sidosryhmiä..

Uudentyyppiset sidosryhmät, pienimuotoiset täsmä-tapahtumat ja (web)seminaarit ovat tärkeitä yritysviestinnässä tulevaisuudessa. Asiakkuuksien hakeminen ulkomailta tapahtuu sidosryhmien kautta, tutustumalla kauppakumppaneiden ajatteluun ja luomalla vankat suhteet henkilötasolla”

Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Asiakaskeskeisyys

Suomalaisissa yrityksissä parannettava asiakaspalvelua ja asiakaskohtaamisen taitoja. Tuotteissa ja palveluissa asiakaslähtöistä suunnittelua ja myyntiä. Hyvälle tuotteelle/palvelulle mietitään myös hyvä myynti -ja markkinointisuunnitelma kohdemaan/asiakkaiden mukaan. Kansainvälisessä kaupankäynnissä kunnioitetaan asiakasta osaamalla kieliä ja ymmärtämällä kulttuuria.

” Asiakaspalvelu

Siinä on vielä kehittämisen varaa alasta riippuen. Monessa paikassa saa jo hyvää, ystävällistä ja asiantunteva asiakaspalvelua mutta ei kaikkialla. Jokaisen palveluammattissa työskentelevän ja myyntityötä tekevän tulee osata palvella asiakasta oikein sekä hyvin. siinä ohella on vielä hyvä tehdä lisämyyntiä.”



Kolmanneksi tärkein aihe

” Suhdetaitojen kehittäminen

Kuuntelu, asiakkaan ymmärtäminen, keskustelu, suomalaisen mentaliteetin kompastukivet kuntoon”

” Painotetaan kielten opiskelua ja eri kulttuurien tuntemusta

Maassa maan kielellä. Jos osaat asiakkaan äidinkieltä ja tunnet hiukankin hänen kulttuuria niin saat paremman kontaktin ja enemmän tietoa.”

Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Kansainvälisyys

Menestyvä Suomi toimii aktiivisesti kansainvälisillä markkinoilla. Yritykset suunnittelevat tuotteet ja palvelut globaaliin levitykseen. Myös markkinointi ja myynti trimmataan kansainvälistymistä varten. Toimintakulttuurien ymmärrys on vahvaa. Erilaisuutta kunnioitetaan ja omia palveluita/tuotteita/vahvuuksia tuodaan rohkeammin ja näkyvämmiin esille eri yhteyksissä. Suomessa mietitään myös omia voimavaroja kansainvälisestä näkökulmasta: mitä voimme tarjota muille.

” Kansainväliset palvelut

Keskittymällä tekemään palveluita jotka on helposti skaalattavissa kansainvälisesti. Katse tulisi siirtää pieniin start uppeihin joilla on ketteryyttä toimia ja tehdä asioita kansainvälisellä tasolla. Lisäksi pitäisi oppia olemaan vähemmän vaatimattomampi. Meillä on Suomessa paljon osaamista ja tietotaitoa jota maailmalla tarvitaan.”



Neljänneksi tärkein aihe

”Palkkaa myös ulkomaalaistaustaisia myyjiä

Suomeen, koska heillä uusia näkemyksiä ja tietoa muista kulttuureista. Suomalaisille enemmän tietoa muista kulttuureista, suvaitsevaisuuden läpi vieminen organisaatiossa. HR mukaan enemmän myynnin tukemiseen.”

” Kulttuurierot osataan ottaa huomioon

Kansainvälisissä myyntiorganisaatioissa osataan huomioida muiden toimintamaiden erilaiset tavat ja tottumukset, sekä osataan toimia niiden mukaisesti. Osataan myös toimia erilaisuutta kunnioittavasti ja ilmennetään tätä kaikessa yrityksen toiminnassa. Yrityksessä omaksutaan suvaitsevaisempi toimintatapa, eikä puhuta asiakkaan selänkään takana ”rättipäistä” tms”

Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Suomen profiloituminen

Myyntiä edistää positiivinen erottautuminen markkinoilla. Suomen on löydettävä omat vahvuutensa ja brändätä itsensä kiinnostavaksi. Osallistujat lukevat Suomen ja suomalaisten vahvuuksiksi mm. luotettavuuden ja vähäisen korruption, laadun, innovaatiot, asiantuntemuksen, teknisen osaamisen, luonnon, puhtauden ja ekologisuuden. Myynnin kehittämisen referenssejä voisi osallistujien mielestä etsiä ulkomailta.

” Maabrändin vahvistaminen
Minne on unohtunut
Maabrändityöryhmän tuotokset
ja suositukset? Suomi brändiä
on kehitettävä jatkuvasti ja
tietoisesti”

**Viidenneksi
tärkein aihe**

**” Erottautuminen myönteisesti
massasta**

Suomalainen myynti- ja
palveluosaaminen voisi erottua massasta
esimerkiksi asiapitoisuudella,
rehellisyydellä, luotettavuudella ja
erinomaisella hinta-laatusuhteella - jos
vain pidetään huoli, että meillä on
tällaisia ominaisuuksia tarjolla. ”

**” Pakko erottua jos aikoo
myydä ulkomailla.**

Suomalaisten myyjien pitää hakea
vertailukohta Suomen
ulkopuolelta. Pitää oppia miten
siellä tehdään myyntiä ja etsiä
siitä omat positivist
erottautumiskohdat.”



Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Myynnin koulutus

Myyntiasennetta ja osaamista juurrutetaan kaikkeen opiskeluun peruskoulusta lähtien. Opetuksessa panostetaan mm. kieliin, verkostoitumiseen, esiintymis- ja kuuntelutaitoihin. Korkeammilla koulutusasteilla mm. palveluosaaminen, ulkomaankauppa, B-to-B osaaminen. Koulut verkostoituvat kotimaisten ja ulkomaisten toimijoiden sekä yritysten kanssa ajantasaisen näkemyksen saamiseksi. Koulutus vastaa joustavasti työelämän tarpeisiin.

”kansainvälistä myynnin osaamista lisää

tämä huomioon myynnin osaamisen eri tasoilla, koulutuksen alkupäässä, kurssituksissa seminaareissa”

Kuudenneksi tärkein aihe

” kouluttaa enemmän myynnin osaajia

Myyntiasennetta ja -osaamista tulisi opettaa muuallakin kuin varsinaisessa myyjille tarkoitetussa koulutuksessa, eli esim. myynnin koulutus pitäisi ottaa jossain määrin mukaan muidenkin alojen opetussuunnitelmiin. Lisäksi ainakin peruskoulussa pitäisi opettaa paljon nykyistä enemmän perusviestintä- ja esiintymistaitoja.”

”Koulut hyödyntävät kansainvälisiä verkostoja enemmän

tarjoavat uusinta tietoa ja oppeja maailmalta”



Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Innovaatiot

Innovaatioiden kehittäminen ja kaupallistaminen tuo suomalaisille myyjille jotain mitä myydä.

Suomalaisen korkean osaamisen ja innovaatioiden merkitys nähdään myös kilpailuetuna, mahdollisuutena erottautua maailmalla. Osa puhuu myös myynnin ja markkinoinnin innovoinnista ja kehittämistä. Tunnustetaan, että suomalaiset innovaatiot kaipaavat tehokkaampaa levittämistä maailmalle.

” Suomi panostaa innovaatioihin. Eli pitää olla mitä myydä. Siis etsitään aktiivisesti uusia kasvualoja ja panostetaan niihin kohdistuvaan tutkimustyöhön niin, että löydetään kilpailukykyisiä palveluita ja tuotteita.”



Seitsemänneksi tärkein aihe

*” Uusien innovaatioiden tunnistaminen ja niiden markkinointi
Täytyisi pohtia miten saadaan asiakkailta tulevat innovaatioideat tuotua kehittämisyksiköille ja rakennettua uusi tuote - ja palvelumalleja joita voidaan monistaa kansainvälisesti. Tarvitaan myös valtiovallan apua markkinointiin ja varsinkin markkinoinnin investointeihin.”*

” Tarvitaan myynnin innovaatio-ohjelma TEKESiin

uusi ohjelma tukemaan innovaatioiden kaupallistamista ja tosimyyntiä”

Mielipiteitä jakava näkemys

Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Tuotteet/palvelut

Innovaatiot, tuotteet ja palvelut liittyvät vahvasti yhteen. Sekä tuotteilta että palveluilta vaaditaan erikoistumista ja luotettavuutta. Korkea teknologia ja osaaminen koetaan valtiksi tuotteiden/palveluiden kehittämisessä. Insinööriosaamisesta ja palveluliiketoiminnan yhdistämisestä toivotaan uusia avauksia. Palveluiden myynnin uskotaan lisääntyvän.

” Pitkälle kehitettyjen, erikoistuotteiden myyminen Pulkkituotteiden myynnissä Suomi ei pärjää, on erikoistuttava vieläkin enemmän. On etsittävä ne kilpailijoita paremmat tuotteet, joiden tarve tulevaisuudessa kasvaa.”



Kahdeksanneksi tärkein aihe

”Tuotteiden ja palveluiden luotettavuus sekä arvomaailma Tulevaisuudessa laadun merkitys korostuu. Asiakkaan sekä tuotteen arvomaailman tulee kohdata toisensa koko tuotantoprosessin ajan.”

” Suomalainen keskittyy teknologiatrendeihin myynnissä Suomalaiset rakentavat verkkokauppa 4.0:llan, tuovat hologrammimyyjät kauppoihin asiakasneuvontaan, verkossa suomalaisten myyntijärjestelmien loogisuus peittoaa muut maat ja järjestelmiin luotetaan ja niiden kautta suomalaiset verkkokauppatuotteet ja -palvelut nousevat maailmalle.”

Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Myynnin arvostus

Mielikuva myynnistä ja myyjän työstä koetaan kapeaksi, vanhanaikaiseksi ja aliarvostetuksi. Arvostusta lähdettävä kehittämään myönteisemmäksi kaikilla tasoilla. Mielikuvia ehdotetaan muokattavan myyntimyönteisemmiksi mm, koulutuksen, keskustelun ja tiedon sekä esimerkkien jakamisen sekä päättäjien kannanottojen avulla.

” Myyjien ammatillisen statuksen nostaminen

Myyjien ja myyntityön arvostusta nousuun ja esiin mediassa, yrityksissä, yrityshautomossa, seminaareissa yms. Jaetaan tietoa onnistumisista ja myyntityön tarpeellisuudesta.”



Yhdeksänneksi tärkein aihe

” Innovaatiopuheen rinnalle myynnin merkitystä tukeva puhe

Poliitikot ja päättäjät innostumaan myynnistä ja palvelusta innovaatiohopen rinnalle”

” Myynnin merkitystä korostettava eri koulutusasteilla

Moni nuori mieltää myynnin edelleen vain puhelinmyynniksi ja kaupan kassan työhön. ..

Myynnin monipuolisuutta, ammattimaisuutta ja merkitystä Suomen kannalta tulisi korostaa perus- ja jatko-opinnoissa.”

Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Valtio ja julkinen sektori

Valtiovallan apua kaivataan siihen, että myyntiosaamisen kehitykseen panostetaan ja sen arvo tunnustetaan. Osallistujat toivovat myyntiosaamisen kehittämiseksi tehtävän selkeitä suunnitelmia ja toteuttamiseen varattavan resursseja. Julkisen sektorin toiminnan tehostamiseksi ehdotetaan myyntiorganisaation piirteiden hyödyntämistä.

” Myynti osaamiseen tulee valtiovallan panostaa

Suomi Nousuun Myynnillä teema hallitusohjelmaan, OKM:n koulutuksen ja tutkimuksen kehittämissuunnitelmaan, TEMin innovaatiostrategiaan (innovaatioista ei ole hyötyä jos niitä ei osata myydä)”



10. tärkein aihe

” Julkinen sektori kuntoon

Miksi julkinen sektori toimii niin tehottomasti verrattuna yksityiseen? Julkisen sektorin prosessit kuntoon ja saman henkiset myyntiorganisaatiot myös sinne.”

” Substanssiosaamista ei saa hukata

Koska vientimme perustuu osaamiseen, täytyy valtiovallan huolehtia siitä, että osaamiseen suunnataan resursseja niin kuin strategisesti valittuun tavoitteeseen suunnataan. Meidän täytyy huolehtia sisältöosaamisesta, kovasta osaamisesta, jotta osaamme myydä vaikkapa suunnittelu-, huolto- tai markkinointiosaamista. ...”

Miten toimii myynnillä menestyvä Suomi nyt ja tulevaisuudessa?

Kielitaito

Monipuolisen vieraiden kielten osaamisen nähdään edesauttavan ulkomaankauppaa. Panostusta kielitaidon ylläpitoon. Englannin osaamisen lisäksi toivotaan lisää venäjän, saksan, ranskan, espanjan ja kiinan taitajia. Pakkoruotsikysymys jakaa mielipiteitä.

” Panostaa ja ylläpitää monipuolista kielitaitoa.

Erityisesti venäjän opiskelua pitää tällä hetkellä vauhdittaa, mutta ei saa unohtaa saksaa, ranskaa, espanjaa ja tulevaisuudessa yhä useammin kiinaa.”



11. tärkein aihe

” Kielitaito

Ulkomaankaupassa menestyminen edellyttää yleensä kohdemaan kielen hyvää hallintaa. Esim. saksalainen pyrkii ostamaan vain saksaksi, ranskalainen ranskaksi jne.”

” Pakkoruotsi pois, tilalle valinnainen kieli

Venäjän ja kiinan taitoa tarvitaan tulevaisuudessa bisneksissä, turha käyttää paukkuja naapurimaan kielen opiskeluun.”

Mielipiteitä jakava näkemys



Liitteet

Arvioitujen asioiden sijoittuminen nelikenttään



Organisaatiotasoa: nelikenttä autenttisista vastauksista



MERKITYS (MEAN)	Suuri merkitys, vähäinen erimielisyys 1. asiakaskeskeisesti 2. On nopea muuttamaan 3. Myyjän on luotava luottamusta 4. Asiakkaan kuunteleminen 5. Työyhteisöllä on yhteinen, selkeä tavoite 6. Ymmärtää, mitä asiakkaat tarvitsevat ja haluavat ostaa. 7. Myynti toimii markkinoinnin kanssa saumattomasti yhteen. 8. Asiakkaan luottamuksen saavuttaminen 9. Asiantuntijuuden merkitys kasvaa 10. Uusiutuu	Suuri merkitys, suuri erimielisyys 1. Myynnin lähtökohtana tulee olla asiakas 2. Asiakkaan kuuntelu ja yksilöllisten ratkaisujen tarjoaminen 3. Yritys ymmärtää asiakkaan tarpeen 4. Keskittyy erityisesti asiakaskokemuksen kehittämiseen 5. Tunnistaa asiakkaan todelliset tarpeet 6. Kartoittamalla aktiivisesti asiakkaiden tarpeita 7. Proaktiivista myyntiä, asiakkaan kuunteleminen ja reagointi. 8. Kokonaisvaltainen asiakassuhde 9. Myyjien koulutuksesta ei saa tinkiä 10. Palveluprosessit huippukuntoon
	Vähäinen merkitys, vähäinen erimielisyys 1. Suurempia sopimuksia, keskittyvää toimintaa 2. Hyödynnetään etukenossa uutta tekniikkaa 3. Puhelinpalvelun tehostaminen 4. Asiakkaat on kategorisoitu 5. Myyntihlöstön pitää hyödyntää sosiaalisen median kanavia. 6. Yrityksessä arvostetaan monikulttuurisuutta. 7. Tarjottava joustavat työntekomahdollisuudet työntekijöille 8. Heterogeeninen myyntiporukka 9. myynnin johdollista koulutusta lisää 10. ympäristöystävälliset ja kestävät tuotteet	Vähäinen merkitys, suuri erimielisyys 1. Kansainvälisesti ilman rajoja ja rajoituksia. 2. Parhaat estradille 3. Roadmappi kuntoon! 4. johtaa ihmisiä arvoilla kontrollin sijaan 5. Selkeästi, asiakkaat saavat vastaukset sovitussa ajassa. 6. Muistaa myyntinäkökulma myös mukavuusalueen ulkopuolella 7. Tarvitaan palvelumyyjiä. 8. Myyjä ja myyntitiimi tuntee ja tietää, mistä tulos syntyy. 9. Konseptimalla nerokkaasti asiakasosaamista kumppanuusmallin 10. keskittymällä työntekijöiden hyvinvointiin
	ERIMIELISYYS (STDDEV)	

Tärkeimpinä ideoina vastaajat pitävät vasemmassa ylälaidassa näkyviä otsikoita. Näissä puhutaan asiakaskeskeisyydestä, organisaation uusiutumismahdoluudesta muuttuvassa ympäristössä, luottamuksesta, työyhteisön toiminnasta ja asiantuntijuudesta.

Asiakkaan tarpeen kartoittaminen koetaan tärkeäksi, mutta herättää enemmän jakoa mielipiteissä.

Organisaatiotaso: TOP 5 tärkeimmäksi arvioitua asiaa **

Näihin uskotaan

1. **"Asiakkaan kuunteleminen.** Myynnillä menestyvä organisaatio kuuntelee asiakasta. Organisaatio kerää tuotteistaan ja palveluistaan palautetta asiakkailta ja kehittää toimintaansa saamansa palautteen pohjalta."
2. **"Ymmärtää, mitä asiakkaat tarvitsevat ja haluavat ostaa.** Tulevaisuudessa pitää miettiä entistä enemmän sitä, mitä asiakas oikeasti tarvitsee ja haluaa ostaa. Unohdetaan oma tontti ja omat intressit ja keskitytään siihen, miten jokaisessa tilanteessa voidaan palvella asiakasta mahdollisimman paljon. Ihminen ei oikeasti halua ostaa mitään tai käyttää mitään palveluita, vaan haluaa vain olla onnellinen. Palveluita käytetään siksi, että ne helpottavat elämää ja tekevät meidät mahdollisesti onnellisemmaksi."
3. **"On nopea muuttumaan.** On nopea reagoimaan asiakkaiden ja markkinoiden muutoksiin"
4. **"Asiakaskeskeisesti.** Organisaatio pyrkii mukauttamaan oman toimintansa asiakkaan tarpeisiin eikä vaadi asiakasta mukautumaan organisaation tarpeisiin."
5. **"Keskittyy henkilöstöön ja sen osaamiseen myynnintekijänä.** Tuote on kopioitavissa, mutta palveluyrityksessä tuotteen tekijää/tekemistä on mahdotonta kopioida. Esimiesten vastuu henkilökunnan huolenpidosta ja motivoinnista korostuu tulevaisuudessa merkittävästi puhuttaessa myynnin kehittämisestä."

** Kaikkien vastaajien antaman keskiarvon mukaan

Organisaatiotas: TOP 5 vähiten tärkeiksi arvioitua asiaa**

Näihin ei uskota

1. **"Puhelinpalvelun tehostaminen.** Liikaa palveluyrityksissä pohditaan puhelinpalvelun automatisointia robottien avulla. Miksei hyödynnettäisi ohjaimintaa robottipalvelussa ja asiakkaan positiivinen kokemus robotin kanssa asioimisen keskeytyessä käännettäisiin myynniksi."
2. **"Parhaat estradille.** Joka kuukausi kerrotaan menestyneimmät myyjät"
3. **"vain uudet tuotteet lisäävät myyntiä!** Pörssiyhtiöt eivät investoi Suomessa suomalaisten asiakkaiden tarpeisiin vastaavia tuotteita. Rahavirrat on katkaistu. Myynti myy samaa tuotetta kertatoisensa jälkeen, asiakkaat jo kysyvät, taasko tota samaa. Eikö teiltä jo saisi palvelua jota olemme toivoneet n. 6 vuotta. Myynti ei voi vastata El..."
4. **"Myyntiä suunnitellaan ja seurataan päivittäin johtoryhmässä.** myyntivetoista yritystä ei johdeta peräpeilistä vaan tuulilasiin heijastetun virtuaalisen mittariston avulla."
5. **"Heterogeeninen myyntiporukka.** On niin insinööriäustaa kuin kotimaisen kirjallisuuden osaajaa"

** Kaikkien vastaajien antaman keskiarvon mukaan

Mitkä esitetyistä ideoista ovat mielestäsi tärkeimpiä suomalaisen myyntiosaamisen kehittymisen kannalta?

Kansallinen taso: nelikenttä autenttisista vastauksista



MERKITYS (MEAN)	Suuri merkitys, vähäinen erimielisyys	Suuri merkitys, suuri erimielisyys
	1. Uskalletaan tehdä asioita joita ei ole ennen tehty 2. Tuomalla rohkeasti esiin omaa erikoisosaamista. 3. kansainvälistä myynnin osaamista lisää 4. Pitkälle kehitettyjen, erikoistuotteiden myyminen 5. Verkottautuminen globaalilla tasolla on järkevää 6. Ollaan rohkeampia 7. Nostaa myynnin ja asiakaskeksisyyden teknologian rinnalle. 8. Myynnin merkityksen korostaminen kaikilla tasoilla 9. Kansainväliset palvelut 10. Koulutetaan myynti- ja palveluosaajia kaikilla tasoilla	1. Ymmärtämällä asiakkaan tarpeet ja vastaamalla niihin 2. Rohkeutta, uskallusta ja luovuutta lisää! 3. Suomalaisten pitää olla ylpeitä osaamisestaan ja tuotteista 4. Kansainvälisiä kontakteja ja verkostoitumista 5. Monikansallinen ajattelutapa 6. Myy asiantuntevuuttaan ympäri maailmaa 7. Parhaat ja laadukkaimmat tuotteet. Kestävä kehitys! 8. Asiakaspalvelu 9. Aidosti kansainvälisesti, ennakkoluulot ja rasismi unohtaen 10. Myyntiosaaminen kehittäminen yritysten hallitusten agendalle
	Vähäinen merkitys, vähäinen erimielisyys	Vähäinen merkitys, suuri erimielisyys
	1. tiedottamista, tietoa lisää 2. Myyntityön sisältöä pitää avata 3. Koulut hyödyntävät kansainvälisiä verkostoja enemmän 4. Yritysten ulkoinen status ja työntekijöiden toiminta. 5. Hyödyntää kielitaidon ja kulttuuriosaamisen (Mamu/exNokiaNSN) 6. Pilotoimalla maailmalle. 7. On opittava rekrytoimaan maailman parhaita jälleenmyyjiä. 8. Elämyksissä Suomikuvan vaaliminen 9. Vientikaupan myyntiosaamiseen panostus 10. Lisää valtion tukea vientiin	1. Pakkoroutsi pois, tilalle valinnainen kieli 2. Tutkintotodistusten pitää olla kansainvälisiä 3. Suomi-brändi tulee uudistaa kokonaisvaltaisesti 4. Myynti osaamiseen tulee valtiotason panostaa 5. Myyntitaidot ovat tärkeä osa kaikkien alojen koulutusta. 6. Ulos maailmalle kirkonkylän kioskilta! 7. Julkinen sektori kuntoon 8. Tarvitaan myynnin innovaatio-ohjelma 9. Ulkomaisia kieliä pitää opiskella 10. Valmentava johtaminen
	ERIMIELISYYS (STDDEV)	

Tärkeimpinä ideoina vastaajat pitävät vasemmassa ylälaidassa näkyviä otsikoita. Näissä puhutaan rohkeudesta, kansainvälisyydestä, myynnin merkityksen ja osaamisen lisäämisestä sekä erikoistuotteiden myynnistä.

Samantyyppiset ideat herättävät myös jakoa mielipiteissä, kuten oikean yläkulman tärkeiksi koetuista mutta myös erimielisyyttä herättävistä otsikoista nähdään.

Kansallinen taso: TOP 5 tärkeimmäksi arvioitua asiaa**

Näihin uskotaan

1. **"Tuomalla rohkeasti esiin omaa erikoisosaamista.** Myynnillä menestyvä Suomi osaa tarjota erikoisosaamistaan ja uskaltaa kokeilla jotain sellaista, mitä muut eivät ole ennen tehneet. Pitäisi pystyä ajattelemaan "laatikon ulkopuolelta" ja nähdä jotain sellaista, mitä muut eivät ole osanneet ajatella. Myynnillä menestyvä Suomi verkostoituu ja on esillä näkyvästi, äänekkäästi ja ylpeänä omista tuotteistaan maailmalla. (LÄhinnä suomalaisten Suomessa vaalima) mielikuva nöyrästä kansasta, jolla on huono itsetunto ja on muutenkin reppana, on todella aikansa elänyt ja nykyisin paikkansa pitämätön."
2. **"Uskaletaan tehdä asioita joita ei ole ennen tehty"**
3. **"Pitkälle kehitettyjen, erikoistuotteiden myyminen.** Pulkkituotteiden myynnissä Suomi ei pärjää, on erikoistuttava vieläkin enemmän. On etsittävä ne kilpailijoita paremmat tuotteet, joiden tarve tulevaisuudessa kasvaa."
4. **"Ymmärtämällä asiakkaan tarpeet ja vastaamalla niihin"**
5. **"Suomalaisten pitää olla ylpeitä osaamisestaan ja tuotteistaan.** Suomalaiset ovat minusta innovatiivista ja hieman hullunhauskaa sakkia. Meidän pitää rohkeasti ja ylpeydellä esitellä Suomea ja tuotteita ja palveluita joita meillä on. Hiivimme yleensä hieman liikaa muiden perässä. Suomalaisella reippaudella ja rehellisyydellä saa myytyä mitä tahansa. Muita ei voi eikä saa kopioida, vaan pitää uskoa omaan tekemiseen. Mikä toimii muualla, ei toimi välttämättä meillä. Myyntityön arvostusta pitäisi saada lisättyä ja varsinkin matkailualalle paremmat palkat!! Myyntityö ei ole mitään "piece of cake" -työtä, varsinkin jos johto hönkii niskaan tuijottaen pelkkiä numeroita. Minusta yhtiöiden kilpajuoksu halvempiin maihin on jo riistäynyt käsistä. .."

** Kaikkien vastaajien antaman keskiarvon mukaan

Kansallinen taso: TOP 5 vähiten tärkeiksi arvioitua asiaa**

Näihin ei uskota

1. **"Pakkoruotsi pois, tilalle valinnainen kieli.** Venäjän ja kiinan taitoa tarvitaan tulevaisuudessa bisneksissä, turha käyttää paukkuja naapurimaan kielen opiskeluun."
2. **"Tutkintotodistusten pitää olla kansainvälisiä.** eli jos suorittaa jonkin tutkinnon suomessa, pitäisi vastata samaa tasoa myös ulkomailla, olla samanarvoinen."
3. **"Lisää valtion tukea vientiin.** Valtion tulisi kehitellä nykyistä helpommin saatavilla olevaa tukea yrityksille, jotka ovat kiinnostuneita ulkomaanviennistä. Tähän tulisi olla tarjolla niin tukea ja opastusta, kuin konkreettista paikallistakin apua kohdemaassa."
4. **"tiedottamista, tietoa lisää.** medianäkyvyyttä myynnin osajille ja hyvälle tapauksille"
5. **"Suomi-brändi tulee uudistaa kokonaisvaltaisesti.** Suomea ei tule markkinoida joulupukin, saunan ja lumen maana, vaan nykyaikaistettava näkemyksiä Suomesta ja suomalaisuudesta vastaamaan tätä päivää."

** Kaikkien vastaajien antaman keskiarvon mukaan