



- Myyntiä pidetään turhaan raskaana työnä. Monet opiskelijat luulevat, että myyjä ei olekaan arvioidaan kokonaan mitään suorituksia. Pitäisi tuoda enemmän esille sitä, että myyntityössä näkee vaikuttamaan omiin tehtäviinsä ja palkkaansa, kertoo Elina Oksanen-Ylikoski. Haaga-Helian ammattikorkeakoulusta.

Jaakko Aspara, 26, on edennyt nuorena tohtoriksi ja professoriksi. Aspara uskoo menestyksensä salaisuutena olevan ominaisuudet, joita hänen mukaansa löytyy myös hyviltä myyjiltä - intohimo siihen mitä tekee, kyky aikaansaada asioita, ahkeruus ja peräänantamisen asenne.

Texti ja kuvat: Elina Korvola

Myyntin arvostus nousuun

Myyntin rooli yrityksen menestystekijänä ymmärretään entistä paremmin. Se näkyy uusien myyntiin keskittyvien koulutusohjelmien esiinmarssina. Panostus tutkimukseen ja koulutukseen povaa myyntin arvostuksen nousua.

Yhteistä uusille myyntin koulutusohjelmille ja kursseille on, että ne iähtävät liikkeelle elinkeinoelämän tarpeista. Myyntin ammattilaisista on työmarkkinoilla pulaa.

Myynti on yritystoiminnan edellytys
Helsingin kauppakorkeakoulussa (HSE) käynnistettiin keväällä Suomen ensimmäinen myyntin professuuri.
- Myyntityön haasteet ovat lisääntyneet kansainvälisesti, ja siksi on tullut tärkeäksi saada lisää alan opetusta. Myynti ja myyntin johtaminen on aiemmin nähty käytännölläisesti eikä niistä ole tehty paljon akateemista tutkimusta, kertoo professori, KTT, DI Jaakko Aspara Helsingin kauppakorkeakoulusta.

Aspara vastaa myyntin johtamisen professuurin hoidosta määräaikaisesti yhdessä tutkija, dosentti, FT Petri Parvisen kanssa.
Myyntin ja myyntin johtamisen opetusta on ollut HSE:ssä jo kauan. Professuurin myötä on luvassa uudistettuja ja kokonaan uusia kursseja. Lisäksi tulee graduohjausta myyntiin ja myyntin johtamiseen liittyvien.

Tutkimusta ja arvostusta
Professuurin tarkoituksena on Asparan mukaan myyntin tutkimuksen ja opetuksen tason nostaminen sekä arvostuksen lisääminen.
- Myynti-ihmisiä pidetään usein yrityksissä omana lajinaan eikä nähdä myyntin kokonaisroolia. Myyntin aikaansaaminen on yritystoiminnan keskeinen edellytys. Tavoitteena on, että opiskelijat ymmärtäisivät, mikä myyntin merkitys on, vaikka eivät itse erikoistuisikaan myyntiin.
Kauppakorkeakoulussa pyritään siihen, että myyntin opetus pohjautuisi akateemiseen tutkimukseen, myös HSE:n omaan.

Myynti ja markkinointi täydentävät toisiaan
Vaikka yrityksissä myynti ja markkinointi saattavat olla napit vastakkain, ne eivät ole akateemisesti katsottuna erillisiä.

- Kauppakorkeakoulussa ei kouluteta erikseen myyjä ja markkinoijia. Kaupallisen osaamisen kokonaispaketin hallinta on meidän agendamme ykkösjuuttu.
Kaupallistaminen mielletään Asparan mukaan yhä kokonaisvaltaisemmin. Myyntiä tekee koko yrityksen organisaatio.

- Esimerkiksi yhdessä kansainvälisessä tietotekniikka-alan suuryrityksessä on vain kolmenlaisia työtehtäviä: myynti, teknologinen kehitys ja hallinto. Asiakassuhteita hoitavat myyntitiimit, joiden jäsenistä toiset osaavat tehdä tarjouksia ja toiset hallitsevat teknologiapuolen.
Monet luovat liiketoimintamallit perustuvat myyntin laajempaan hahmottamiseen. Siihen, että ymmärretään, mistä ja miten kasvavirta syntyyvät.
- Tuotteen ei tarvitse olla teknologisesti erikoinen, jos se osataan kaupallistaa.

Myynti vaatii käytännön osaamista
- Myyntityössä tarvitaan vahvaa käytännön osaamista. Sen oppiminen ei onnistu pelkästään neljän seinän sisällä, kertoo koulutusohjelmapäällikkö, yliopettaja, KTT, Elina Oksanen-Ylikoski Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta.
Haaga-Helian myyntityön koulutusohjelma käynnistyy tänä syksynä 36 aloittavan opiskelijan voimin. Uusi

Helsingin kauppakorkeakoulu

- Haku keväisin.
- Varsinaisia myyntin kursseja kaksi kappaletta. Tulossa on ainakin yksi kokonaan uusi kurssi.

Haaga-Helia ammattikorkeakoulun myyntityön koulutusohjelma

- Haku keväällä ja syksyllä
- Opintojen laajuus: 210 opintopistettä (noin 3,5 vuotta)
- Tutkintonimike: tradenomi

Turun ammattikorkeakoulun myyntityön koulutusohjelma

- Haku keväällä 2007. Koulutus alkaa syksyllä 2008.
- Opintojen laajuus: 210 opintopistettä
- Tutkintonimike: Tradenomi

Maksullista myyntikoulutusta järjestävät esimerkiksi:

- Markkinointi-instituutti, www.markinst.fi
- Mercuri International, www.mercuri.net

b to b -myyntiin keskittyvä koulutus kiinnostasi kevään yhteishaussa lähes neljäsataa hakijaa. Näistä ensisijaisia hakijoita oli 111.

- On positiivinen yllätys, että myyntityön koulutusohjelma on löydetty näin hyvin. Vuoden alussa aloitannutta Haaga-Heliana on markkinoitu enemmän kuin tätä koulutusta, kertoo Oksanen-Ylikoski tyytyväisenä.

Haaga-Helian myyntikoulutuksen yhteistyökumppaneita ovat muun muassa myyntityöhön erikoistunut

SMKJ:n jäsenten akateemisuus kasvussa

- Akateemisuus lisääntyy SMKJ:n jäsenten keskuudessa noin 1-2 prosentin vuosivauhtia, kertoo SMKJ:n koulutus- ja tutkimuspäällikkö Jouni Röksä.

Yliopisto- tai ammattikorkeakoulutason tutkinnon omaa tällä hetkellä noin 13 prosenttia SMKJ:n jäsenistä. Tieto perustuu vuonna 2006 tehtyyn SMKJ:n Työmarkkinatutkimukseen. Uusiin myyntityön koulutusohjelmiin suhtaudutaan SMKJ:ssä erittäin positiivisesti. Hyvin hoidettu ja yritysälämään integroitu koulutus tarjoaa Röksän mukaan nuorille varman tien työmarkkinoille.

- B to b -myyntistä, jonka ammattilaisia SMKJ edustaa, voi karrikoiden sanoa, että 90 prosenttia tai enemmän alan työpaikoista on myyntityötä ja 10 prosenttia markkinointityötä. Valitettavasti koulutuksen suhde on ennen ollut juuri päinvastainen.

SMKJ toimii Haaga-Helia ammattikorkeakoulun kummina. Kummitoiminnan kautta opiskelijat saavat tietoa myyntistä ja sen tarjoamista urapoluista.

Amerikkalainen Toledon yliopisto.

- Yhteistyötä tehdään vierailu- ja opiskelijavaihdon muodossa. Pitkällä aikavälillä suunnitelmassa yhteistutkiminto, josta opiskelija saisi todistuksen sekä meillä että Amerikassa.

Myyjä vastaa asiakkaan tarpeisiin

- Liiketaloudellisesta osaamisesta myyntityö on ainoa alue, josta on ajateltu että taidot ovat synnynnäisiä. Käsitys myynnistä on kuitenkin muuttumassa. Sitä ei nähdä enää yksittäisten kauppojen kautta vaan pitkäjänteisenä toimintana.

Haaga-Helian koulutusta varten myyntityössä tarvittavia taitoja on alettu purkaa osa-alueisiin ja rakennettu opetusta niiden pohjalta. Koulutukseen sisältyy paljon työssä oppimista.

Oksanen-Ylikoski tutki väitöskirjaansa varten, millaisia mielikuvia myyntityöhön ja myyntiin liittyy. - Stereotyyppisen ajattelun mukaan myyntiä pidetään manipulaationa. Tyypillinen oletus on, että myyjällä on asiakkaaseen nähden ylivoima. Ajatellaan, että myyjä ylipuhuu ostamaan, eikä nähdä

myyntiä palveluna, asiakkaan tarpeen tyydyttämisenä.

Myyntiosaaminen tuo kilpailukykyä

Turun ammattikorkeakoulussa käynnistetty myyntimiseen keskittyvä tradenomi-koulutus syksyllä 2008. Koulutuksen sisältö suunnitellaan yhdessä Haaga-Helian kanssa.

- Uusi koulutusohjelma keskittyy b to b -myyntiin. Ero Haaga-Helian myyntin koulutusohjelmaan on painotus vakuutus- ja pankkialaan, joista meillä on pitkä perinteet, kertoo koulutusjohtaja, KTT Liisa Kairisto-Mertanen Turun ammattikorkeakoulusta.

Kairisto-Mertanen on väitellyt automyynnistä. Väitöskirjaa tehdessään hän huomasi, että myyntiin kaivataan Suomessa lisäpanostusta.

- Perinteisesti on uskottu, että hyvä myyntityöhön ja myyntiin liittyy. - Stereotyyppisen ajattelun mukaan myyntiä pidetään manipulaationa. Tyypillinen oletus on, että myyjällä on asiakkaaseen nähden ylivoima. Ajatellaan, että myyjä ylipuhuu ostamaan, eikä nähdä

KYSY
MYNTIMIESTEN
ERIKOISTARJOUSTA!

Myyntimiehen luottopakki

Kaupanteko on joskus pienestä kiinni. Luotettavan ja asiantuntevan vaihtelmaan saat aikaan näppärällä roll-up telineellä, jonka nostat pystyyn presentaatioksi tuoksi viidessä sekunnissa. Seismosta löydät myös muut kokoon taittavat myyntiin apuvälineet sekä asiantuntevat neuvot kauppan päälle. Solla ja kysy myyntimiesten erikoistarjousta tai vieraila nettisivuillamme ja tilaa ilmainen tuotevastasto.

Valitse Seismo – valitse parhaan!
Tilaa heti Seismo uusi tuotevastasto!
Netissä www.seismo.fi tai puhelimitse (09) 272 6500 / (02) 275 4040