

Jarkko Niemi & Pia Hautamäki – Myynnin tulevaisuus: Akateeminen näkökulma arvostukseen, tutkimukseen ja hyvinvointiin

Jarkko Niemi:

00:00-00:01

Suomessa kyllä osataan myydä

Jarkko Niemi:

00:01-00:02

Meillä on todella hyviä myyjiä

Jarkko Niemi:

00:03-00:08

Mun mielestä se isoin ongelma, niin kuin tässä kentässä on tämä myynnin arvostus yleisesti suomalaisessa yhteiskunnassa

Jarkko Niemi:

00:09-00:16

eri ammattien arvostusta mittaavissa tutkimuksissa, niin siellä yleensä myyntityö tuppaa olemaan aika hännällä

Jarkko Niemi:

00:16-00:21

Eli mun mielestä siinä meillä on yhteiskunnallisesti paljon tekemistä, että miten me saadaan

Jarkko Niemi:

00:20-00:26

myynnistä se ymmärretään tärkeäksi työksi ja arvokkaaksi työksi jota arvostetaan

Jussi Rissanen:

00:32-00:35

Tämä jakso on toteutettu yhteistyössä

Jussi Rissanen:

00:35-00:37

LUT-kauppakorkeakoulun kanssa

Jussi Rissanen:

00:38-00:43

Me haluamme rakentaa siltaa akateemisen ja bisnesmaailman välille

Jussi Rissanen:

00:46-00:54

Historiaa tehdään monesti joka päivä tänään tehdään historiaa myös Myyntiradiossa

Jussi Rissanen:

00:54-01:02

Ääni on varmasti tuttu teille, jotka olette Myyntiradiota aikaisemminkin kuunnelleet, eli täällä on Jussi Rissanen edelleen äänessä

Jussi Rissanen:

01:02-01:08

Mutta meidän teema ja tulokulma tulee tämän syksyn aikana olemaan hivenen erilainen

Jussi Rissanen:

01:08-01:15

Jotain uutta, jotain vanhaa ja varmasti jotain mustaa ja ehkä myös vähän lainattua

Jussi Rissanen:

01:16-01:25

Maailmalla puhutaan paljon ja väitellään paljon, ja se popularisoituu ja se polarisoituu omiin vahvoihin mielipiteisiin

Jussi Rissanen:

01:24-01:34

Ja me ollaan haluttu nyt Suomen podcast-maailmalle ja tähdistöön tähtikarttaan luoda ääni tutkitulle puheelle

Jussi Rissanen:

01:35-01:49

Tämän syksyn aikana te pääsette sukeltamaan lukuisten vieraiden kanssa akateemiseen maailmaan niin myynnin, myynnin johtamisen, myynnin systematiikan, markkinoinnin

Jussi Rissanen:

01:49-01:59

tekoälyn ja monien muidenkin elementtien kautta akateemisen tutkimustuloksen kaikukoppaa hyödyntäen

Jussi Rissanen:

01:59-02:03

Tervetuloa matkaan Myyntiradio Academiciin!

Jussi Rissanen:

02:03-02:13

Minä olen Jussi Rissanen, työelämäprofessori LUT-yliopistossa ja minulla on ilo ja kunnia olla teidän matkan ohjaajana

Jussi Rissanen:

02:13-02:20

Kuoron alkuääni on tosi tärkeä orkestereissakin ja kuorolaunassa

Jussi Rissanen:

02:21-02:27

Olen toivonut tähän karkijaksoon, millä me aloitetaan tämä Myyntiradio Academicin tuotanto

Jussi Rissanen:

02:27-02:39

Tiettyä tilannekuvaa ajatusten vaihtoa siitä, miten myynti aiheena, tutkimuskohteena nähdään Suomessa

Jussi Rissanen:

02:39-02:40

Ja myös globaalisti

Jussi Rissanen:

02:40-02:47

Muistatte, että mulla on ollut Myyntiradio Originaalissa aikanaan jo Suomen ensimmäinen myynnin profa vieraana, mutta siitä on jo aikaa

Jussi Rissanen:

02:47-02:51

Nyt on mielenkiintoista kuunnella, että miten tämä asia etenee

Jussi Rissanen:

02:51-03:00

Mulla on iloja kunnia toivottaa tähän kuoron alkuäänijaksoon ystäväni ja myös työkollega toinen

Jussi Rissanen:

02:59-03:08

Eli Pia Hautamäki, Tampereen ammattikorkeakoulu, proffaa, Itä-Suomen yliopiston dosentti ystäväni lukuisista kohtaamisista ja sitten

Jussi Rissanen:

03:09-03:16

Työkollega LUT-yliopistosta myynnin johtamisen apulaisprofessori Jarkko Niemi, tervetuloa ensimmäiseen jaksoon

Pia Hautamäki:

03:16-03:17

Kiitos

Jussi Rissanen:

03:18-03:20

Miltä se tuntuu allo kuoron alkuääni?

Pia Hautamäki:

03:20-03:21

No aivan mahtavata

Jussi Rissanen:

03:22-03:23

Sä oot ku luotu Pia siihen

Jussi Rissanen:

03:24-03:28

Jarkko miltä tuntuu tehdä LUT:issa podi-historiaa?

Jarkko Niemi:

03:28-03:30

No sehän on mahtavaa

Jarkko Niemi:

03:30-03:40

Ennen kaikkea päästään nyt viemään tätä myyntiä myös tuonne akateemiselle puolelle, eli yliopistotasolle panostetaan yhä enemmän myynnin tutkimukseen ja myynnin opetukseen

Jarkko Niemi:

03:40-03:43

Mikä sen hienompaa sitten, että päästä myös tänne siitä kertomaan

Jussi Rissanen:

03:44-03:49

Saatte kohta kertoa tarinaan ja määhän olen lopettanut jo itse käyttämässä, että

Jussi Rissanen:

03:50-03:52

Mä puhun, että arvostakaa myyntiä

Jussi Rissanen:

03:52-03:59

Mä haluan tehdä tekoja, jotka on niin hienoja, että sitä ruvetaan sitä tekemistä arvostamaan

Jussi Rissanen:

03:59-04:04

Mun mielestä ne kummatkin omilla suunnilla olette jo sitä vuosikausia tehneet

Jussi Rissanen:

04:04-04:08

Mia, kerro lyhyesti, miten sä oot ajautunut tuohon asemaan

Jussi Rissanen:

04:08-04:16

Sot yksi näyttävämpiä ja isompia verkostoja omaavia myynnin rajapinnassa toimivia akateemisia osajia

Jussi Rissanen:

04:16-04:17

Semmoinen lyhyt tarina

Pia Hautamäki:

04:18-04:20

Kiitos Jussi

Pia Hautamäki:

04:20-04:24

Lyhyesti, pitkä historia tällä puolella

Pia Hautamäki:

04:25-04:28

Ensinnäkin mä olen ihan myyjä sielultani

Pia Hautamäki:

04:29-04:31

Edelleen tee myyntiä tietenkin ihan joka päivä

Pia Hautamäki:

04:31-04:38

Eli 15 vuotta ennen akateemista uraa ollut itse myynnissä ja johtanut myyntiä

Pia Hautamäki:

04:39-04:50

Sitten yhtäkkiä tullut siihen tilanteeseen, että hoksannut, että apua, että mä en saa rekrytoitua asiantuntijarooleihin, henkilöitä, jotka haluaisi tehdä myyntiä

Pia Hautamäki:

04:51-04:53

Tästä sitten

Pia Hautamäki:

04:53-04:56

jotenkin sellainen fiilis herätä apua

Pia Hautamäki:

04:57-04:59

Tätä pitää tutkia vähän lisää

Pia Hautamäki:

04:59-05:05

Eli mullehan mikään ei ole koskaan ollut niin upeaa kuin myyntityö ja myynnin tekeminen ja myynnin parissa oleminen

Pia Hautamäki:

05:05-05:13

Ja sitten se, että sä esihenkilönä törmäät siihen, että jollekin, että voi tulla asiantuntija, mutta ei haluakaan tehdä myyntiä

Pia Hautamäki:

05:14-05:21

Siitä sitten tämä ajautuminen tänne akateemiselle uralle tätä pitää tutkia tarkemmin ja väitöskirja nimenomaan siitä

Pia Hautamäki:

05:22-05:31

myynnin ja asiakkaiden kohtaamisesta ja miten itse asiassa myyntijohtamisen kautta pystytään sitten

Pia Hautamäki:

05:29-05:32

Näitä asiakkaiden odotusten täyttymistä

Pia Hautamäki:

05:32-05:33

johtamaan

Jussi Rissanen:

05:34-05:37

Mikä sun eka myyntityö oli?

Jussi Rissanen:

05:37-05:38

Muistatko?

Pia Hautamäki:

05:38-05:39

No kyllä muistan hyvin

Pia Hautamäki:

05:40-05:43

Mä muistan silloin, mä oon siis maaseudulta syntyjään

Pia Hautamäki:

05:45-05:49

Ja silloin oli kunnassa tämmöisiä "Tienaa tonni" -kampanjoita

Pia Hautamäki:

05:50-05:53

Sitten me päästiin muutama henkilö pääsi tietysti

Pia Hautamäki:

05:53-06:02

omaa tekemistä niin sanotusti ja omaa itseään sinne mahdolliselle työajan markkinoimaan ja sinne tapaamiseen

Pia Hautamäki:

06:02-06:10

Mä menin sitten tällaisen maataloon ja kovasti myin itseäni, että olisin tosi hyvä tässä maatalon töissä

Pia Hautamäki:

06:10-06:13

Toki tässä myynnissä ei

Pia Hautamäki:

06:13-06:22

käynyt ihan niin hyvin, että en saanut sitä "Tienaa tonni" -työpaikkaa juuri tästä maatalosta sain kyllä toisen, mutta nämä ovat olleet niitä ensimmäisiä myyntikokemuksia

Jussi Rissanen:

06:22-06:27

Okei, että sä oot kotoisin Pohjanmaalta, tää selittää paljon sun eteenpäin menoa

Jussi Rissanen:

06:28-06:32

Ihan mahtavaa mulla oli Agrimarketissa varastomyyjä

Jussi Rissanen:

06:33-06:37

Tein lisämyyntiä rehusäkkien kannon ohella

Jussi Rissanen:

06:38-06:42

En saanut ylennystä, olin alaikäinen sinne kassajärjestelmän puolelle

Jussi Rissanen:

06:43-06:45

Yhdistävä tekijä maaseutu

Jussi Rissanen:

06:46-06:48

Ja se on tavallaan myös semmonen

Jussi Rissanen:

06:49-06:49

Jussi Rissanen:

06:49-06:50

Jussi Rissanen:

06:50-06:56

Kaikki on tärkeitä, mutta se on opettanut sen, että on eri aika

Jussi Rissanen:

06:55-06:56

Kun näyttää tulosta

Jussi Rissanen:

06:57-06:59

Siinä on sama analogia mielestäni myynnille koppia,

Jussi Rissanen:

07:00-07:04

Tavallaan hoidat sitä asiakaskantaa ja se tulos tulee sen kautta

Jussi Rissanen:

07:05-07:06

Tässä on monia eri vaihteita

Jussi Rissanen:

07:08-07:13

Entäpä Jarkko, veturi ura siellä ainakin taustalla on

Jussi Rissanen:

07:14-07:20

Sulla ei ole nyt ihan selkein track ollut tuohon rooliin avaa vähän, erittäin mielenkiintoinen

Jarkko Niemi:

07:20-07:29

No joo, kyllä mun päätyminen tähän myyntijohtamisen apulaisprofessorin tehtävään kieltämättä on aika mielenkiintoinen polku

Jarkko Niemi:

07:30-07:35

Mulla ei ole tuollaista yhtä laajaa taustaa myynnissä tai myynti johtamisesta kuin Piialla

Jarkko Niemi:

07:35-07:38

Toki kaikilla varmaan löytyy joku

Jarkko Niemi:

07:38-07:40

nuoruuden kokemusmyyntiöstä

Jarkko Niemi:

07:41-07:44

Tulen myös Pohjanmaalta ja perheestä, jossa yrittäjyys on aina ollut iso asia

Jarkko Niemi:

07:44-07:48

Eli mä oon ollut vanhempieni yrityksissä aika usein

Jarkko Niemi:

07:48-07:55

Yksi ensimmäistä kokemusta taisi olla tämmöisessä, joka oli siihen 90-luvulla oli tämmöisiä niin sanottuja Tunnin kuva -myymälöitä

Jarkko Niemi:

07:55-07:57

Tai siis tämmösiä valokuvakehittämöitä

Jarkko Niemi:

07:57-08:01

Eli sä veit sen rullas, niin ne lupas, että sä saat tunnissa ne kuvat sieltä

Jarkko Niemi:

08:01-08:06

Mä oon ollut siellä sitten ainakin kassalla töissä ja ottanut tilauksia vastaan

Jussi Rissanen:

08:06-08:12

Mä oon Tommy Hellstenin sielunkaveri, koska hän on ollut kivijalassa Porvoossa valokuvausliikkeessä

Jussi Rissanen:

08:11-08:12

tämmöisessä kehittämössä

Jarkko Niemi:

08:12-08:13

No niin katsotaan

Jussi Rissanen:

08:13-08:16

Hän myy ennätykset, mutta ei saanut bonareita

Jussi Rissanen:

08:17-08:23

Miten Jakko sen jälkeen

Jussi Rissanen:

08:24-08:27

Mikä se sun tulokulmasi sinne myynnin johtamisen puolelle on?

Jarkko Niemi:

08:27-08:38

No jos sen nyt lyhyesti ottaa, niin mä tuleen akateemisen maailman puolelta, että mä oon Helsingin Yliopistossa lukenut suomen kieltä pääaineen ja vuorovaikutustutkija koulutukseltani

Jarkko Niemi:

08:38-08:50

Ja sitten siinä sen jälkeen, kun olin tekemässä väitöskirjaa suomen kielestä, niin pääsin mukaan tämmöiseen Business Finland-hankkeeseen, missä tutkittiin

Jarkko Niemi:

08:48-08:51

B2B, eli myynti- ja asiakasvuorovaikutusta

Jarkko Niemi:

08:51-08:59

Meillä oli kaksinkin tällaista Business Finland -rahoitteista hanketta, missä sitten yhdistettiin suomen kielen tutkijoita, vuorovaikutus tutkijoita

Jarkko Niemi:

08:59-09:03

ja tämmöisiä perinteisempiä myynnin ja markkinoinnin tutkijoita

Jarkko Niemi:

09:03-09:08

Se oli oikeastaan se mun oppipolku sitten tähän B2B-myyntiin pariin

Jarkko Niemi:

09:09-09:13

Sieltä sitten kun näissä projekteissa olin mukana

Jarkko Niemi:

09:13-09:24

Helsingin yliopiston puolella muutaman vuoden siirryin sitten muutamaksi vuodeksi Haaga Helia -ammattikorkeakouluun, myynnin tutkijaksi ja sieltä sitten taas siirryin Lut Kauppakorkeakouluun

Jarkko Niemi:

09:25-09:26

Eli tämmöinen

Jarkko Niemi:

09:26-09:32

Tie on vienyt vähän suunnittelemattomastikin tähän asemaan, missä nykyään olen

Jarkko Niemi:

09:33-09:37

Olen tähän asemaan erittäin tyytyväinen, eli myynnin tutkimus on

Jarkko Niemi:

09:37-09:39

todella ajankohtainen ja kiinnostava

Jussi Rissanen:

09:40-09:46

Ja LUT-kauppakorkeakoulu ja Jarkko ja minä voimme kiittää myös Jalo ja Anja Paanasta

Jussi Rissanen:

09:47-09:58

Eikö näin, että he ovat halunneet edistää myynnin osaamisen kehittymistä yliopistomaailmassa ja meidän tavallaan työtehtävät ovat mahdollistuneet heidän lahjoituksen tuloksena

Jarkko Niemi:

09:58-09:59

Kyllä, juuri näin

Jarkko Niemi:

10:01-10:08

Mittava lahjoitus on tämän minunkin professuurin taustalla ja siitä olemme toki kiitollisia

Jussi Rissanen:

10:08-10:09

Erittäin paljon kiitoksia

Jussi Rissanen:

10:09-10:12

Kylmät väreet menee nyt tässä, kun miettii sitä

Jussi Rissanen:

10:12-10:22

Viimeksi eilen tapaisin pariskunnan ja kerroimme, missä mennään nyt kauppakorkeakoulun kohdalla näissä hankkeissa, missä minä olen päässyt mukaan

Jussi Rissanen:

10:22-10:26

Se tuki, mikä sieltä tulee, se ei ole pelkkä eurotuki

Jussi Rissanen:

10:30-10:35

että Suomi on insinöörivetoinen maa

Jussi Rissanen:

10:33-10:40

Mikä on tosi iso arvo, mutta olisi kiva myös vähän osata kaupallistaa, markkinoida ja myydä

Jussi Rissanen:

10:40-10:43

Pia, mitä ajatuksia heräsi?

Pia Hautamäki:
10:43-10:45
Joo, siis tämä jo

Pia Hautamäki:
10:46-10:52
Palasin takaisin niille Haaga-Helian vuosille, missä itseasiassa Jarkon kanssa aloitettiin kanssa yhteistyötä

Pia Hautamäki:
10:52-11:00
Oli hakemassa rahoitusta just tälle Mania-hankkeelle, mistä Jarkko tuossa upeasti kertoi Jarkon ollessa silloin Helsingin yliopiston puolella

Pia Hautamäki:
11:00-11:08
Siinähan oli tosi ajatus se, että miten tunteista, se oli vähän ajatus se, että miten tunteista tehdään mania

Pia Hautamäki:
11:08-11:12
Se oli vähän sisältyi tietysti tosi läheisesti

Pia Hautamäki:
11:12-11:17
vuorovaikutuksia, miten vuorovaikutuksellisesti tuotetaan sitä arvoa siinä myynnissä

Jussi Rissanen:
11:17-11:26
Tuosta on pakko kysyä, tämä on mun semmoisia, mä en tiedä, mistä mä oon sen, anteeksi mun kieli

Jussi Rissanen:
11:26-11:28
Kielenhuollolliset kommentit Jaakko

Jussi Rissanen:
11:28-11:30
Sinä oot kielitieteilijän taustalta

Jussi Rissanen:
11:31-11:35
Mutta tää on siis, mitä te löysitte siellä hankkeessa?

Jussi Rissanen:

11:35-11:37

Löytyykö siellä syy-seuraus?

Jussi Rissanen:

11:37-11:40

Pystyykö sieltä osoittamaan jotain vuorovaikurajapinnasta?

Jussi Rissanen:

11:40-11:44

Me mennään vielä kyllä tähän, mutta on pakko kun kummatkin nosti sen?

Jussi Rissanen:

11:44-11:46

Haluatko Jarkko aloittaa vai Pia?

Pia Hautamäki:

11:46-11:55

No siis ainakin, jos ajatellaan, kun mulla oli siis se, että kun kerroinkin tuosta tarjouduin tekemään väitöskirjaa tästä omasta intohimosta liittyen siihen

Pia Hautamäki:

11:56-12:00

Miten siinä myynnissä sitten voidaan onnistua ja miten se on sitten niin vaikeaa

Pia Hautamäki:

12:01-12:05

Itse asiassa keräsin oma väitöskirja aineistoni juurikin tästä monialahankkeesta

Jarkko Niemi:

12:05-12:08

Eli mä huomasin, että mä menin Haaga-Heliaan, että apua

Pia Hautamäki:

12:08-12:10

Itse asiassa esimerkiksi se, että

Pia Hautamäki:

12:10-12:14

Et kun tehdään Business Finland -hankkeita, niin siinäkin tarvitaan myyntiosaamista

Pia Hautamäki:

12:14-12:18

Eli tämä idea pitää myydä jälleen kerran sinne yrityksille

Pia Hautamäki:

12:17-12:21

jotta me saadaan yritysten tuki ja sitten tietenkin sille rahoittajalle

Pia Hautamäki:

12:22-12:31

Sen takia tämä tietysti palveli myös mun omaa väitöskirjamatkaa ja liittyen nyt näihin tuloksiin, niin tämä olikin tosi mielenkiintoinen

Pia Hautamäki:

12:30-12:41

vaihe, koska tässä vaiheessa alkoi näkymään jo digitalisaation vaikutukset, eli se, että sitä vuorovaikutusta käydäänkin paljon enemmän ennen kuin edes päästään siihen face-to face kohtaamiseen

Pia Hautamäki:

12:41-12:44

Hei tästä on nyt jo

Pia Hautamäki:

12:42-12:47

vuosia, vuosi oli 2012-2013

Pia Hautamäki:

12:48-12:57

Sitten liittyen juuri tähän ihmiseen, eli omassakin väitöskirjassa tosi isosti tuli esille, että miten tärkeä on se, että sopeuttaa. Mulla oli siellä

Pia Hautamäki:

12:56-13:11

transformationaalista johtajuutta ja personallistyyppi -teorioita siellä omassa taustateoriassa tuli esille juuri tämä, että on tosi tärkeää adaptoitua myös personallistyyppi tasolla

Pia Hautamäki:

13:11-13:15

sen toisen ihmisen olemiseen

Pia Hautamäki:

13:15-13:18

Tämä pitäisi tapahtua myös siellä digitaalisissa kanavissa

Pia Hautamäki:

13:18-13:24

Eli tämä nyt vaan yhtenä nostona tästä Mania -hankkeesta

Jussi Rissanen:

13:25-13:29

Ehdottomasti, haluatko Jarkko vahvistaa täydentää kommentoida

Jarkko Niemi:

13:30-13:34

Joo, siis omalta osaltani Mania -hanke johtaa

Jarkko Niemi:

13:33-13:41

ja kohti sitä, että me päästiin videoimaan, meillä oli rohkeita yrityksiä mukana siinä hankkeessa, jotka antoi meille sitten pääsyn videoimaan heidän

Jarkko Niemi:

13:41-13:43

Aitoja asiakasvuorovaikutustilanteita

Jarkko Niemi:

13:44-13:45

Eli B2B-myynnistä

Jarkko Niemi:

13:45-13:50

Me päästiin sinne pöytien ääreen videokameroiden kanssa, pistettiin kamerat rullaamaan ja sitten

Jarkko Niemi:

13:50-13:53

Tietysti poistuttiin kohteliaasti tilasta sen jälkeen

Jussi Rissanen:

13:53-13:55

Ja sitten siellä oli asiakas ja myyjä

Jussi Rissanen:

13:55-13:56

Kyllä siinä vaan

Jarkko Niemi:

13:56-13:58

Ja sitten tota

Jarkko Niemi:

13:58-14:02

Näitä vuorovaikutustilanteita toki voidaan analysoida hyvin monesta eri suunnasta

Jarkko Niemi:

14:03-14:10

Me tehtiinkin monenlaista tutkimusta Maniassakin jo liittyen B2B-myyntivuorovaikutukseen

Jarkko Niemi:

14:11-14:19

Vuonna 2019 julkaistiin tällöinen suomenkielinen kokoelmateos kun Myyntityö vuorovaikutuksena, mikä osittain pohjaa tähän Mania-hankkeeseen

Jarkko Niemi:

14:19-14:22

Siinä oli myös pari muuta hanketta, missä sitä aineistoa kerättiin

Jarkko Niemi:

14:22-14:30

Mutta siellähän tutkittiin sitten esimerkiksi luottamuksen rakentamista, miten se tapahtuu siinä pöydän ääressä, sen asiakkaan kanssa, sitten sä juttelet sen asiakkaan kanssa

Jarkko Niemi:

14:30-14:34

Minkälaisilla toimilla sä voit sitä omaa

Jarkko Niemi:

14:33-14:39

henkilökohtaista luotettavuutta ja sitä oman yrityksesi luotettavuutta sinne asiakkaan suuntaan rakentaa

Jarkko Niemi:

14:39-14:42

Me tutkittiin myös tällöistä jään murtamista

Jarkko Niemi:

14:42-14:49

Eli tunnelman rakentamista, miten päästään oikein semmoiseen flow-tilaan siinä keskustelussa, että päästään tekemään sitä kaikkea

Jussi Rissanen:

14:49-14:56

Kun teillä olisi toi julkaisu ollut silloin ennen kuin 2005 armeija uran jälkeen aloitin myynnin valmentajana

Jussi Rissanen:

14:55-15:07

Me puhuttiin justiin ensi kohtaamisista öljyäminen oli meillä termi, eli jossa palaveri alussa joudut öljyämään miinuspuolelle, niin sieltä on ihan perhana hankala päästään loppua kohden plussa-puolelle

Jussi Rissanen:

15:07-15:10

Resonoiko nämä yhtään tämmöiset vetopalat?

Jussi Rissanen:

15:11-15:12

Jaan tutkimustuloksia

Jarkko Niemi:

15:12-15:19

No ilman muuta, tuosta tulee esimerkiksi meidän yksi havainto, just mieleen mainitsin tämän tunnelman rakentamisen

Jarkko Niemi:

15:19-15:26

Havaittiin, että jos siinä epäonnistuu vuorovaikutuksen alkupuolella, niin siitä aika pitkälle kantavia seurauksia vuorovaikutustilanteessa

Jarkko Niemi:

15:26-15:30

Kun taas jos sä onnistut sen rakentamisessa, niin se sallii sulle sitten

Jarkko Niemi:

15:30-15:33

Vaikka pieniä lipsahduksia matkan varrella ja silti se tilanne pysyy

Jussi Rissanen:

15:34-15:37

Tää Pia, just minkä mainitsit, eikä tässä innostuu

Jussi Rissanen:

15:37-15:39

Mulla on koko vartalo kylmikset tässä

Jussi Rissanen:

15:39-15:41

Ei käsikirjoitus, se lähti tuonne

Jussi Rissanen:

15:42-15:43

Nyt mennään Free-Ridella

Jussi Rissanen:

15:43-15:47

On meillä täällä nuotit, alkää pelätkö ystävät

Jussi Rissanen:

15:48-15:53

toisella puolella, missä kuunteletkaan meitä, mutta ei niin pieni, tässä on mielenkiintoinen maailma

Jussi Rissanen:

15:54-16:01

Kun tämä Mania-tutkimus on, niin on tapahtunut paljon ja mennyt just tätä, että kuinka me päästään sinne C-leveliin tavallaan

Jussi Rissanen:

16:01-16:06

Niin mieleen, ennen kuin hänen edes pohtii, että onko hänellä sitä tarvetta

Pia Hautamäki:

16:06-16:07

Joo, kyllä

Pia Hautamäki:

16:07-16:08

Ja tämä oli

Pia Hautamäki:

16:08-16:14

Eikö sulla mahtavaa Jarkko, että me tultiin nyt tänne podiin, niin me saadaan muistella, että tämä oli ihan huikea hanke

Pia Hautamäki:

16:14-16:15

Meillä oli tosi kivoja hetkiä

Pia Hautamäki:

16:16-16:19

Mullekin tämä oli ihan mahtava mahdollisuus

Pia Hautamäki:

16:19-16:24

Kuvitelkaa tilannetta 15 vuotta B2B-myyntiä, johtamista

Pia Hautamäki:

16:25-16:28

Ja sitten tiedätkö sitä itse myynnin tekemistä

Pia Hautamäki:

16:28-16:30

Ja sitten onkin yhtäkkiä siellä

Pia Hautamäki:

16:30-16:35

Haastattelemassa, eli näiden mahtavia videoiden lisäksi, niin kerättiin toki paljon

Pia Hautamäki:

16:35-16:37

Meillä oli aika massiivista kerättiin haastatteluaineistoa

Pia Hautamäki:

16:38-16:41

Pääsin haastattelemaan sekä näitä bisnes-

Pia Hautamäki:

16:42-16:53

päätäjä, joka tekee päätöksiä hankinnoista, mutta myös sitten näitä hankintaorganisaation päätäjä keskustelemaan heidän kanssa siitä, että mikä määrittää sen, että

Jarkko Niemi:

16:53-16:56

tulee se diili niin sanotusti

Pia Hautamäki:

16:56-16:58

Tämä oli tosi mielenkiintoista

Pia Hautamäki:

16:58-17:03

Voitte vaan kuvitella, miten paljon mulle meni kylmiä väreitä yhtäkkiä mulle kerrotaan kaikki

Jussi Rissanen:

17:06-17:08

Aivan mahtavaa siis

Pia Hautamäki:

17:08-17:10

Ja sitten,

Jussi Rissanen:

17:10-17:14

Ei kerratkaa vielä, jos nyt kuulija haluaa

Jussi Rissanen:

17:13-17:19

Se on julkaistu, anna mulle myös tällöinen julkaisukirja ihan tässä

Jarkko Niemi:

17:19-17:28

Kyllä, se on Vastapainon tieteellinen kirja, eli vertaisarvioitu julkaisu, mikä on akateemisten perinteiden mukaista

Jarkko Niemi:

17:28-17:35

toimintaa, niin se on suomenkielinen artikkelikokoelma, jossa on kolmen eri Business Finland -rahoitteisen hankkeen tutkimusta

Jarkko Niemi:

17:35-17:38

Siellä on muun muassa näistä, mistä puhuin näitä tutkimuksia

Jussi Rissanen:

17:39-17:42

Jos se jostain tilaa tai löytää, niin mistä voisi löytää?

Jarkko Niemi:

17:42-17:48

Se löytyy edelleen esimerkiksi Vastapainon verkkokaupasta, kirjan nimi on Myyntityö vuorovaikutuksessa

Jarkko Niemi:

17:49-17:50

Kannattaa ehkä tsekata

Pia Hautamäki:

17:50-17:56

Kyllä, ja ehdottomasti meillähän on useampia julkaisuita näistä hankkeista

Jarkko Niemi:

17:56-18:00

Niin julkaisut tietenkin lisäksi

Jarkko Niemi:

18:00-18:02

Tämä on itse asiassa harvinainen tämä kirja, koska se on suomenkielinen

Jarkko Niemi:

18:03-18:05

Yleensä englanninkielellä tietysti

Jussi Rissanen:

18:06-18:09

Taitovalmennuksissa joskus on ihan hyvä lukea äidinkielelläsi

Jussi Rissanen:

18:10-18:14

Se kuitenkin resonoi ihan ottamatta pois

Jussi Rissanen:

18:13-18:15

KV-kirjallisuudesta merkittävä

Jarkko Niemi:

18:15-18:19

Olin sanomassa hankkeen myös niitä vahvuuksia

Jarkko Niemi:

18:19-18:20

Se oli monenlaista aineistoa

Jarkko Niemi:

18:21-18:23

Oli näitä haastatteluaineistoja

Jarkko Niemi:

18:22-18:24

Mistä sä kerroit, sitten meillä on näitä videoita

Pia Hautamäki:

18:24-18:27

Me päästiin oikeasti aika syvälle tutkittuun

Jussi Rissanen:

18:28-18:31

Laihtuuko se siinä, se on vähän aasinsilta tähän

Jussi Rissanen:

18:31-18:34

myynti akateemiseen arvostukseen Suomessa ja maailmassa

Jussi Rissanen:

18:35-18:42

Missä roolissa te näette, niin havaittsetteko te silloin tuossa Mania-hankkeessa jo semmoisia selkeitä löydöksiä, mitkä

Jussi Rissanen:

18:42-18:46

Suomen myyjillä olisi ehkä ollut jotenkin heikompia tai vahvempia

Pia Hautamäki:

18:46-18:50

No ainakin jos ajattelen yksi julkaisu, mikä koski nimenomaan näitä odotuksia

Pia Hautamäki:

18:50-18:53

Millaisia odotuksia myyjillä on

Pia Hautamäki:

18:53-19:02

mitä pääsin julkaisemaan, että millaisia odotuksia myyjillä on siihen vuorovaikutukselliseen tilanteeseen ja millaisia taas siellä asiakkaan puolella siinä on aika iso 'gappi'

Pia Hautamäki:

19:02-19:10

Eli tämän tyyppinen, että Matti tai Maija myyntihenkilö ajattelee, että tämmöisellä edelleen tämä

Pia Hautamäki:

19:10-19:13

että pelataan golfia yhdessä niin kauppaa tulee

Pia Hautamäki:

19:15-19:25

Nyt on enemmän se, että meidän pitää pystyä tarjoamaan tai se julkaistiin tosiaan nyt hetkinen 2017 tämä tutkimus, eli että pitää pystyä sitä business-

Pia Hautamäki:

19:25-19:27

arvoa tuottamaan sille asiakkaalle

Pia Hautamäki:

19:27-19:29

Eli nämä tulevat vasta myöhemmin

Pia Hautamäki:

19:29-19:34

Ja tuossa mitä Jarkko sivusi just sitä, että se, että mikä se ensimmäinen fiilis siitä tulee

Pia Hautamäki:

19:34-19:38

Sillä on tosi kauas kantoisia vaikutuksia

Pia Hautamäki:

19:38-19:41

sillä ihmisellä siinä vuorovaikutuksella tilanteessa

Pia Hautamäki:

19:41-19:48

Tämä näkyy myös omassa toisessa statsissa liittyen nyt nimenomaan tähän

Pia Hautamäki:

19:48-19:50

kohtaamiseen

Pia Hautamäki:

19:50-19:56

Minun pitää pystyä myös digitaalisessa kanavissa tekemään sama, huomata tämä ihmisyyys

Pia Hautamäki:

19:57-19:59

Tätä nyt on tietysti päästy

Jarkko Niemi:

19:59-20:02

koronan myötä sitten aika paljon lisää tutkimaan

Pia Hautamäki:

20:03-20:05

Mutta tosiaan, näissä odotuksissa oli tosi iso kuilu

Pia Hautamäki:

20:06-20:11

Ja palaten siihen, että myynniin johtamisella on tosi iso merkitys

Jarkko Niemi:

20:11-20:13

Eli siellä oli myös tällaiset, että

Pia Hautamäki:

20:13-20:19

myyjä keskittyy tällaisiin lyhyisiin voittoihin nopeasti saamaansa kauppaan

Pia Hautamäki:

20:19-20:25

Kun asiakas odottaa, että pitäisi pidemmällä aikavälillä tehdä sitä bisnestä ja nähdä se yhteys

Jarkko Niemi:

20:24-20:27

Yhteistyötä tulevaisuutta ajatellen

Pia Hautamäki:

20:27-20:38

Niin sitten palattiin taas tähän, että okei, myyntijohto haluaa ne tulokset nyt ja on siellä sit perunapuserrinta puristamassa ja myyntihenkilö yrittää tehdä tietysti parhaansa

Pia Hautamäki:

20:38-20:41

palvellaan sitä niitä odotuksia, mitä siellä asiakkaan puolella on

Jussi Rissanen:

20:41-20:44

Tämä on mielenkiintoinen, koska tästähän tätä luo arvoa älä hintaa-

Jussi Rissanen:

20:44-20:46

Keskustelu ollut paljon

Jussi Rissanen:

20:47-20:59

Myfi taisi tehdä tämän nykytilan Suomi tutkimuksen 150 päättäjistä, jotka ostaa, niin heiltä tuli se, että he haluaisi sitä arvoa ja liiketoiminnan näkökulmaa

Jussi Rissanen:

20:59-21:02

Yksi 10 myyjästä pystyy sitä tuottamaan

Jussi Rissanen:

21:02-21:04

Noin viisi vuotta, kuusi vuotta sitten oli tämä

Jussi Rissanen:

21:04-21:09

Ja musta tuntuu, että edelleenkin tavallaan ei olla oikeasti

Jussi Rissanen:

21:11-21:19

Se arki ohjaa siihen, että hätäisesti ehditään perehtyä, kun pitäisi enemmän olla tällainen konsultatiivinen lähestyminen jo monessa mielessä

Jarkko Niemi:

21:19-21:20

Kyllä

Jarkko Niemi:

21:20-21:24

Sä kysyt tästä miten suomalaiset osaa myydä tai tätä

Jarkko Niemi:

21:24-21:27

Sen verran olisin siihen sanonut, että vaikeaa

Jarkko Niemi:

21:29-21:41

Tieteentekijänä en halua lähteä sen perusteella, että me ollaan Suomessa tutkittu myyntiä ne tekemään kovin pitkälle meneviä johtopäätöksiä kansainväliseen, että mikä se taitotaso siellä on, mutta voin sanoa, että Suomessa kyllä osataan myydä

Jarkko Niemi:

21:41-21:43

Meillä on todella hyviä myyjiä

Jarkko Niemi:

21:43-21:58

Mielestäni se isoin ongelma tässä kentässä on myynnin arvostus yleisesti suomalaisessa yhteiskunnassa, koska me katsotaan eri ammattien arvostusta mittaavia tutkimuksia, niin siellä yleensä myyntityö tuppaa olemaan aika alhaalla

Jarkko Niemi:

21:57-22:05

Eli mun mielestä siinä meillä on yhteiskunnallisesti paljon tekemistä, että miten me saadaan myynnistä tai se ymmärretään tärkeäksi työksi ja arvokkaiksi

Jarkko Niemi:

22:07-22:12

Sitä kautta me myös saadaan enemmän kiinnostuneita opiskelijoita ja entistä parempia myyjä

Jarkko Niemi:

22:12-22:15

Ainahan sitä myyntiä voidaan kehittää tietenkin

Jarkko Niemi:

22:15-22:17

Tämä oli se, mitä haluaisin tehdä

Pia Hautamäki:

22:17-22:20

Puhutaanko me lisäarvostuksesta, myynnin arvostuksesta

Pia Hautamäki:

22:21-22:22

Ihan mahtavaa

Pia Hautamäki:

22:22-22:25

Koska ihan samoilla linjoilla Jarkon kanssa

Pia Hautamäki:

22:27-22:34

ja itsellä ei ole tosiaan tuosta vertailevaa tutkimusta, että miten me nyt osataan täällä myydä suhteessa muihin maihin

Pia Hautamäki:

22:35-22:39

Mutta meillä oli tosi mielenkiintoinen kuin mulla on tosiaan nyt tämä

Pia Hautamäki:

22:40-22:44

vuosia tehnyt tätä myyntityön arvostuksen eteen tätä työtä

Pia Hautamäki:

22:45-22:53

Aloittain sieltä Haaga-Heliasta ja nyt sitten tietysti Tampereen ammattikorkeakoulussa nämä viime vuodet rakentanut erityyppisiä

Pia Hautamäki:

22:52-23:07

koulutuksia tosiaan siihen alempaan korkeakoulututkintotasoon, ylempään korkeakoulututkintotasoon ja nyt tietysti sen oman dosentuurin kautta opitaan myös siellä Itä-Suomen yliopistossa strategista myynnin johtamista globaalissa kontekstissa

Pia Hautamäki:

23:07-23:19

Ja nyt sitten liittyen vielä tähän, tämä Global Sessan Science Instituutin työ, jossa nyt sitten jotain tässä vuosien varrella päässyt johtoryhmässä tekemään

Pia Hautamäki:

23:20-23:28

Tässä nyt jo vuosien aikana tavoitteena lisätä maailmanlaajuisesti koulutusta myyntiin ja sen lisäksi myynnin tutkimusta

Pia Hautamäki:

23:29-23:37

Me tehtiin tosiaan korona-aikana tällainen, 20 eri maassa tällaiset paneelit, kun oli tosiaan

Pia Hautamäki:

23:37-23:48

Korona ei pystytty tapaamaan, niin ideoitiin tällainen, että hei, että kerätään paneeliaineistoa siitä, että miten myynti muuttui näissä eri maissa

Jarkko Niemi:

23:49-23:50

koronasta johtuen

Pia Hautamäki:

23:51-23:57

Ja sitten olikin tosi mielenkiintoista, kun nämä paneelikeskustelut yritysten kanssa oli nauhoitettu

Pia Hautamäki:

23:57-24:02

eri maissa siellä oli aina sitten liiderinä joku proffa-henkilö ja yrityksen edustaja

Pia Hautamäki:

24:03-24:07

Sillä tosi paljon tuli siitä, että okei, puhuttiin, että näin se myynti muuttu

Pia Hautamäki:

24:08-24:17

keskustelua siitä, mitä me tehdään nyt tälle myynnin arvostukselle, kun meillä on haastavaa löytää näitä myyntihenkilöitä, myyntiä ei arvosteta

Pia Hautamäki:

24:17-24:19

eli kyllä tämä on ihan meidän globaali

Pia Hautamäki:

24:20-24:28

haaste ja ongelma, eli me tarvitaan oikeasti lisää tietoisuutta tästä

Pia Hautamäki:

24:27-24:32

Mikä se myynnin rooli siellä organisaatiossa oikeasti on sille kasvulle

Pia Hautamäki:

24:32-24:38

Ja jollakin tavalla vaikutettua näihin vanhoihin stereotypioihin siitä, että mitä se myynti on

Pia Hautamäki:

24:38-24:40

Jos nyt mitä me keskusteltiin jo tässä

Pia Hautamäki:

24:40-24:47

Millaisia julkaisuja ja tutkimuksia ollaan nyt tässä viime aikoina kirjoitettu ja tehty

Jarkko Niemi:

24:47-24:52

Niin sehän on ihan erityyppistä kuin tällöinen pölynimurikauppias -tyyppi

Pia Hautamäki:

24:52-24:53

Me puhutaan tietysti

Pia Hautamäki:

24:54-25:00

Tutkimus meillä molemmilla, eiks vain yritysten välisessä kaupankäynnissä

Jarkko Niemi:

25:01-25:02

Se on se mun fokus muuttaa

Pia Hautamäki:

25:03-25:07

Mutta siis tietenkin, että se on nyt tietysti ollut se fokus tässä

Jussi Rissanen:

25:07-25:13

Niin ja sitten se on jännä, kun me hyvin ehkä subjektiivisestikin katsotaan tosi

Jussi Rissanen:

25:13-25:15

Kapeasti mun mielestä myyninkenttää

Jussi Rissanen:

25:16-25:23

Pari viikkoa sitten Maierin telakkoon, oliko se nyt Maierin nimellä tämä Turussa, mikä tekee näitä isoja kruisereita

Jussi Rissanen:

25:23-25:29

niin sait tilauksen, huomatkaa, sai tilauksen se ei saanut sitä tilasta

Jarkko Niemi:

25:29-25:34

Sitä myyntiin keskimäärin 3-5 vuotta ennen kuin se tapahtui

Jussi Rissanen:

25:34-25:39

Tämä retoriikka myös talousuutisissa on tämmöistä valmetisaitilauksen

Jussi Rissanen:

25:39-25:42

Mulla oli kunnia haastattelun aikana Myyntiradiossa

Jussi Rissanen:

25:42-25:44

Mikä olikaan sitä valmiin paperikoneen tehtävän myyjää

Jussi Rissanen:

25:45-25:49

Ja se tosiaan sanoo tämän, että ne on pitkiä projekteja

Jussi Rissanen:

25:50-25:54

Hänellä oli 180 myyjää myyntiorganisaatiossa Suomessa

Jussi Rissanen:

25:54-25:57

ja noin 350 ympäri maailmaa

Jussi Rissanen:

25:58-26:04

Ja mä puhuisin silloin olympiatason miehestä ja sitten meillä on

Jussi Rissanen:

26:02-26:08

Ottamatta mitään pois kohtaamismyijiltä ostoskeskuksissa, niin se on taas erityylistä myyjä

Jussi Rissanen:

26:08-26:12

Siellä on samoja lainalaisuuksia, mutta

Jussi Rissanen:

26:10-26:19

Ehkä ehkä tietämättömyys vielä siitä isossa kuvassa, että mitä kaikkea eri mahdollisuuksia myynnin parissa on, niin se on estänyt vähän sitä arvostuksenkin luontia

Jussi Rissanen:

26:19-26:29

Ja kyllä mä näen sitä retoriikkaa, kun on yt:eitä, niin siel markkinoinnista ja myynnistä saatetaan ottaa supistuksia heti käyttöön

Jussi Rissanen:

26:29-26:42

Se on kyllä aika lyhyttä matematiikkaa, jos mietitään, että kun pitäisi samaan aikaan tehdä pitkiä asiakassuhteita ja luoda sellaista kulttuuria, että pitkäjänteisesti ollaan kumppanit asiakkaiden kanssa

Jussi Rissanen:

26:42-26:51

Mutta mä oon lähtenyt myös siihen, että te edustatte mun mielestä nyt sitä, että jos ajatellaan, että vaikka lääketiedettä

Jussi Rissanen:

26:50-26:57

Lähtökohtaisesti lääkäreitä arvostetaan, kun ne on pitkään kouluttautunut ja opiskellut

Jussi Rissanen:

26:57-27:01

Myyntimaisteri -koulutusohjelma lähtee LUT-kauppakorkeakoulussa

Jussi Rissanen:

27:01-27:05

liikenteeseen en syksynä 25, Lahdessa

Jussi Rissanen:

27:06-27:14

Tämäkin on osoitusta siitä, että me saadaan akateemisesti valmiimpia ylemmän tason myyntikeskustelijoita, jossa bisnetaidot korostuu

Jarkko Niemi:

27:14-27:17

Sorri, tästä mä voisin lähteä julistamaan tuonne torillekin saman tien

Pia Hautamäki:

27:19-27:26

Siellä on niin huikeaa, että eri alueilla suomalaiset tai pystytään edistämään nimenomaan koulutukset

Jarkko Niemi:

27:26-27:28

Itä-Suomen yliopistossa meillä on tosi

Pia Hautamäki:

27:28-27:35

Ja tietysti siellä on ollut jo pitkään tämä maisteritasoinen myyntiin fokusoiva, ja samaten tietysti Tampereen ammattikorkeakoulussa

Jussi Rissanen:

27:36-27:39

Sitten tämä Paanasten lahjoitus on eri yliopistoon

Jussi Rissanen:

27:39-27:43

Niin on herätty, yritykset ovat heränneet, että sitä yhteistyötä sinne myynnin rajapintaan pitää tulla

Jussi Rissanen:

27:44-27:53

Koska hyvä rakas ystävä Ari Heiskanen tietokirjailija on kirjoittanut hyvin, että jos yrityksellä on myyntiongelman, niin se on heti seuraavana päivänä toimitusjohtajan ongelma

Jussi Rissanen:

27:54-28:01

Ei se edistää vain myyjä rajapintaa ja monesti ekö niin olette havainneet, niin toimitusjohtajat ovat

Jussi Rissanen:
28:01-28:02
myös ykkösmyyjä

Jussi Rissanen:
28:03-28:05
Se mainitsti pitäisi ainakin olla siellä

Jussi Rissanen:
28:06-28:06
On se näin

Pia Hautamäki:
28:08-28:14
Ja se on ehkä sillä tavalla mielenkiintoista, että kuitenkin edelleen tänä päivänä

Pia Hautamäki:
28:14-28:20
Vaikka varmasti tässä on otettu paljon askeleita ja myynnistä puhutaan paljon enemmän

Pia Hautamäki:
28:20-28:23
Mutta jotenkin tämä

Pia Hautamäki:
28:22-28:25
tietämyksen taso siitä, että mitä se myyminen on

Pia Hautamäki:
28:25-28:30
Jos mietin esimerkiksi 2016, kun siirryin tosiaan Tampereelle ja meillä oli silloin tämä

Pia Hautamäki:
28:30-28:34
Tampereen yliopistojen ja Tampereen ammattikorkeakoulu yhdistyminen

Pia Hautamäki:
28:34-28:44
Silloin nimenomaan lähetettiin isossa kuvassa lisäämään myyntikoulutusmahdollisuutta meidän kaikille lähes 40 000 opiskelijalle

Pia Hautamäki:
28:44-28:57

Kun meillä oli ihan tämmöisen aloitus, mitä meillä on edelleen tämmöisiä avauskursseja tai minustako B2B-myyjä, niin siellä oli sekä teknillisen, vanhan teknillisen yliopiston puolelta

Pia Hautamäki:

28:56-29:06

Ja kauppiksen puolelta ja sitten meiltä Amkin puolelta opiskelijoilta ihan väitöskirja-tasolta ihan sinne alemman korkeakoulututkinnon tasolle

Pia Hautamäki:

29:06-29:16

opiskelijoita ja aika moni siel teknillisen puolelta sanoo, että mä en olisi ikinä ymmärtänyt, että tätäkö tämä B2B myyminen on, että tähän on oikeastaan aika kivaa

Jussi Rissanen:

29:16-29:21

Se on sellainen työ oli, missä sun täytyy tavallaan

Jussi Rissanen:

29:20-29:23

Aika holistisesti ymmärtää eri asioita

Jussi Rissanen:

29:24-29:34

Mäkin olen pohtinut sitä, että miksi mä päädyin tavallaan myynnin puolelle, niin ehkä sattumien kautta silloin aikanaan

Jussi Rissanen:

29:33-29:36

Aika harva kadiksen käynny päätty sitten

Jussi Rissanen:

29:37-29:39

No siellä on tietysti ihmisiä vaikuttamista

Jarkko Niemi:

29:39-29:43

Siellä on transformatiivinen johtaminen, syväjohtamisen taustateorian

Jussi Rissanen:

29:46-29:54

Eikö niin pieni, jos puhutaan yhdestä Good to great -kirjasta, klassikko tietokirja

Jussi Rissanen:

29:54-30:03

Tämä on mun mielestä, että siis mitään moninaisempia taustoja me saataisi sinne myynnin pariin, niin se on vaan parempi, koska siellä pitää oikeasti

Jussi Rissanen:

30:03-30:09

Osattaisiin projektijohtamiskyvykkyyttä, muutosjohtajuuden kyvykkyyttä, vaikuttavuutta eri tavoilla

Pia Hautamäki:

30:09-30:13

Joo, ja hei, mun on pakko kertoa palata vähän vielä historiaa

Pia Hautamäki:

30:13-30:17

Mä en yhtään muistanut kertoa, että mä en ole ekalta koulutukselta työfysioterapeutti

Jussi Rissanen:

30:17-30:18

Ihan oikeesti

Jussi Rissanen:

30:18-30:19

Kyllä

Pia Hautamäki:

30:19-30:26

Se kun vei alun perin myyntiuralle eli nimenomaan auttamaan yrityksiä

Jarkko Niemi:

30:25-30:28

myymään työhyvinvoinnin palveluita

Pia Hautamäki:

30:28-30:34

Sittenhän mulle kävisi ihan kuule kantapään kautta tajusin, mitä siinä myynnissä tarvitaan

Jarkko Niemi:

30:34-30:36

Sitten tietenkin, että kun se

Pia Hautamäki:

30:36-30:41

Kylässä oli vieraita, Maijalla oli tenniskyynärpää ongelma

Pia Hautamäki:

30:41-30:48

Maija olisi tarvinnut apuvälineitä, että Maija pystyy tekemään pikkusen paremmin työtä eikä olisi jatkuvasti sairauslomalla

Pia Hautamäki:

30:49-30:58

Eihän se toimitusjohtaja nyt sitä tenniskyynärpää -oiretta ostanut, vaan munhan piti kantapään kautta tajuta, että mun pitää kertoa hänelle se business -asia

Pia Hautamäki:

30:58-31:04

Mä se tarkoittaa hänen bisnekselleen, jos Maia on X kuukautta, sairauslomalla

Jussi Rissanen:

31:05-31:09

Mä olin meidän yrittäjien yritysbarometri -tilaisuudessa yhtenä alustajana

Jussi Rissanen:

31:09-31:12

Tai siis en ollut alustaja, vaan tekemässä, että

Jussi Rissanen:

31:12-31:16

Miksi myyntitaidon merkitys on suhda näistä riippumatta niin tosi tärkeää

Jussi Rissanen:

31:16-31:21

Ja siinä oli yksi tämmöinen betoni, tämmöisiä kiinikkeitä teki betonirakennuksiin

Jussi Rissanen:

31:21-31:25

Toimari puhumassa ja tosi hienosti puhui heidän näkökulmia, kun oli se barometri laitettu

Jussi Rissanen:

31:25-31:27

Mä tein riskin

Jussi Rissanen:

31:27-31:31

Mä pyysin, että toimitusjohtaja Tero, jäätkö siihen seisomaan

Jussi Rissanen:

31:31-31:33

Yleisö oli siinä

Jussi Rissanen:

31:33-31:36

Ja sanoin sitten, että mitä asiakas ostaa teiltä

Jussi Rissanen:

31:37-31:47

Sitten alko olemaan laatua, näkemystä, luotettavuutta, että ne pystyy suunnittelemaan paremmin niiden osat kohti rakennusta

Jussi Rissanen:

31:47-31:49

Se ei maininnut kertaakaan sitä tuotetta

Jussi Rissanen:

31:51-31:54

Me perkelee mennään tuote edellä niin monesti näissä asioissa

Jussi Rissanen:

31:54-31:57

Eikä silloin tavallaan tule sitä arvolupausta sinne mukaan

Jussi Rissanen:

31:57-31:59

Täisi kasvua tosi kauan

Jussi Rissanen:

32:03-32:04

Hei, jos kiinnostuit

Jussi Rissanen:

32:05-32:08

myynnistä ja markkinoinnista, niin tekkää LUT

Jussi Rissanen:

32:08-32:16

fi kautta opiskelu kautta kauppatieteet ja klikkaa itsesi sisään jatkuvaa oppimiseen ja kehittymiseen

Jussi Rissanen:

32:21-32:26

Hypätään tähän hetkeen ja mennään

Jussi Rissanen:

32:27-32:38

Näihin väitöskirjohjauksiin tai sitten journaaleihin tai muihin, mitä nyt on tällä hetkellä topiikkina Suomessa tai KV-ryhmissä, missä te meette

Jussi Rissanen:

32:38-32:49

Olen pyytänyt teitä ottamaan muutamia inserttejä siitä, että mikä on nyt tutkinnan alla, niin Jarkko, aloittaisitko sinä ekana?

Jarkko Niemi:

32:49-32:57

Joo, mä voin kertoa meillä, mitä B2B-myyntiin liittyvissä väitöskirjoissa tutkitaan tällä hetkellä

Jarkko Niemi:

32:58-33:11

Siellä on mulla siis itsellä ohjattavana on tällainen hybridimyyntiin liittyvä tutkimus sisämyynnistä tai inside sellingistä, eli se tulee aika isossa kuvassa mukaan myyjän työhön

Jarkko Niemi:

33:11-33:14

Mutta siellä on kuitenkin vielä tätä kenttämyyntiäkin mukaan

Jarkko Niemi:

33:14-33:16

Eli mennään asiakkaan luokse ja tavataan niitä siellä

Jarkko Niemi:

33:17-33:19

Tässä se hybridimyynti siis muodostaa

Jarkko Niemi:

33:19-33:24

Siellä on erilaista myyntikanavia pitkin ja sitten ihan face to face-kanavissa

Jarkko Niemi:

33:24-33:28

Kaiken tämän yhteensovittaminen

Jarkko Niemi:

33:26-33:36

Ja sen koko myyntiprosessin hoitaminen näissä eri kanavissa ja myynnin johdon perspektiivi tämän asian hallitsemiseen, niin tämä on nyt siinä sen väitöskirjan aiheena

Jarkko Niemi:

33:36-33:42

Eli se menee tämmöiseen aika perusasiaan, mikä on tällä hetkellä tapahtumassa meille tässä yhteiskunnassa

Jussi Rissanen:

33:44-33:46

Tämä hanke tai tutkimus

Jarkko Niemi:

33:46-33:52

Tämä on kohta pari vuotta ollut käynnissä, ei vielä kovin pitkällä, mutta kuitenkin

Jarkko Niemi:

33:52-33:58

Toinen tutkimus on datalla johtamiseen liittyen, eli myynn johtaminen datalla

Jarkko Niemi:

33:58-33:59

Mitä se on?

Jarkko Niemi:

33:59-34:00

Minkälaista dataa

Jarkko Niemi:

34:03-34:06

Ja miksi sitä ei tehdä, kun tiedetään

Jussi Rissanen:

34:06-34:11

Nimenomaan, siis se on ihan älytöntä, jos mä tapaan myyntijohtajia ja kysyn siltä, että millä

Jussi Rissanen:

34:11-34:14

millä työllä te olette tämän tuloksen tehneet

Jussi Rissanen:

34:15-34:22

Että ei ole mitään dataa siitä panoksesta tai arvioista kaikkea, tai ihan mitä tahansa sen datan alue voidaan saada

Jarkko Niemi:

34:23-34:25

Eli tuommoinen aihe sitten siinä, että miten

Jarkko Niemi:

34:26-34:32

Saataisiin paremmin datalla johtaminen mukaan Suomessakin myyntiprosesseihin, että miten sillä saatettaisiin saada tehoa

Jussi Rissanen:

34:32-34:33

Miten sitä

Jussi Rissanen:

34:33-34:35

Miten sitä lähestytään?

Jarkko Niemi:

34:35-34:47

Tällä hetkellä tehdään ihan, niin kuin yleistä on tutkimuksessa, kirjallisuuskatsaus aiheeseen liittyen, tehdään empiirisiä haastatteluita, haastatellaan ihmisiä, jotka tietävät asiasta jotakin

Jarkko Niemi:

34:48-34:49

toimivat yrityksissä

Jarkko Niemi:

34:50-34:58

Sitä kautta lähdetään rakentamaan sitä syvempää ymmärrystä siitä ilmiöstä, että mikä se nykytila on ja miten sitä voitaisiin kehittää jatkossa

Jussi Rissanen:

34:59-35:02

Onko jotain havaintoja, mitä voisi tuoda jo nykytilasta?

Jarkko Niemi:

35:02-35:09

No siis se on jo huomattu, että siinä datan käytössä voi olla monenlaisia eri esteitä

Jarkko Niemi:

35:09-35:14

Se datan saatavuus voi olla ongelma, sen luotettavuus voi olla ongelma

Jarkko Niemi:

35:14-35:21

Kaikkia tällaisia asioita tällä hetkellä, että minkä takia sitä ei tehdä, niin siihen on tehty jo alustavia havaintoja

Jussi Rissanen:

35:21-35:22

Erittäin tärkeitä kummatkin

Jarkko Niemi:

35:24-35:28

Kolmas liittyy tähän palvelullistamiseen

Jarkko Niemi:

35:28-35:32

Eli vähän vaikea sana pitää huolellisesti artikuloida

Jarkko Niemi:

35:32-35:33

Palvelullistaminen

Jarkko Niemi:

35:33-35:40

Eli sä viittasit tuossa aiemmin siihen, että ei myydä vaan tuotetta, vaan myydään vähän laajempaa kuvaa ja myydään palveluita

Jarkko Niemi:

35:40-35:43

Tämä on just se oikeastaan tässä taustalla oleva ilmiö

Jarkko Niemi:

35:43-35:53

Eli taas katsotaan sitten myyntijohdon perspektiivistä, että miten tällainen palvelullistaminen muuttaa niitä myynnin prosesseja ja miten se täytyy huomioida koko organisaatiossa

Jarkko Niemi:

35:53-35:56

Ja totta kai sitten vielä lopulta sinne myyntipöydän ääreen

Jarkko Niemi:

35:56-35:59

My kohta asiakkaita, miten siellä myydään näitä

Jussi Rissanen:

36:00-36:04

Siinä huomataankin, että se on koko yrityksen asia se myynti

Jarkko Niemi:

36:04-36:05

Kyllä

Jarkko Niemi:

36:05-36:06

Tämä tuo oikein hyvin ilme

Jussi Rissanen:

36:07-36:10

Leikkaa koko organisaatio todellakin juuri näin

Jussi Rissanen:

36:10-36:17

Nyt hyvät ystävät siellä, jos ootte sen myynnin parissa, se ei ole mikään yksittäinen myyntitiimi, se on koko ajan yritys

Jussi Rissanen:

36:17-36:20

Koska se palvelukulttuurin tai se läpsiminen

Jussi Rissanen:

36:20-36:30

Mä mietin, kun mä Voikoskella vedin myyntiin markkinointia asiakaspalveluissa suomalainen kaasufirma mietittiin yksi mittari, mikä voi vaikuttaa kaikkiin työntekijöihin

Jussi Rissanen:

36:30-36:37

Se hitsasi sitä palvelua- ja myyntikulttuuria ja kaikkea eniten, jolloin siihen yhdistyy data

Jussi Rissanen:

36:37-36:39

Kaikilla oli merkitys sen tuloksen tekemiseen

Jussi Rissanen:

36:39-36:42

Tietyllä tavalla myös tuo hybridimyynti mitä kuuntelin tuossa

Jussi Rissanen:

36:43-36:48

Kannattaisi oikeasti miettiä yrityksiä, jos mietin noita tulokumme äärettömän hyviä

Jussi Rissanen:

36:49-36:56

että millä sen voisi sen myynnin ja palvelun, eli asiakaskeskeisen merkityksellisyyden tavallaan

Jussi Rissanen:

36:56-36:59

Mä en muista onko Piakin sen jonkin pamfletin kirjoittanut se, että

Jussi Rissanen:

36:59-37:04

asiakas nyt siihen strategian ykköseksi, koska se on niin tärkeää siinä mielessä

Jarkko Niemi:

37:04-37:09

No, näissähän on vielä sekin, että näin ei ollut pelkästään yritykselle tärkeitä asioita, vaan näillä on ihan yhteiskunnallista

Jussi Rissanen:

37:09-37:14

No ei mentäisi sitten se näkökulma, muistan, kun olen nähnyt sen sun kuvan, kun se oli se

Jussi Rissanen:

37:15-37:17

Mä palaan siihen odotukseen, tavallaan

Jussi Rissanen:

37:18-37:22

Nyt katso asiakasta odottaa juuri näitä asioita, mitä Jarkko tuossa näistä eikö näin

Jussi Rissanen:

37:23-37:27

Mutta se delivery tavallaan myyntipuolelta ei edes nähdä sitä

Jarkko Niemi:

37:30-37:34

Eli esimerkiksi tällä palvelullistamisella me voidaan saada tuottavuutta kasvuun

Jarkko Niemi:

37:34-37:39

Eikö jos me saadaan suomalaisten yritysten tuottavuutta kasvatettua,

Jarkko Niemi:

37:37-37:39

Mitä se tarkoittaa yhteiskunnassa?

Jussi Rissanen:

37:40-37:41

Onhan se hienoa

Jussi Rissanen:

37:42-37:50

Onhan Kone nyt yksi esimerkki ehkä siitä, että se on mennyt siihen huolenpitosopimus-maailmaan aikaan sitten ja nyt tekoäly jo keskustelelee

Jussi Rissanen:

37:51-37:57

että mitä niille pitäisi tehdä, tai se opettaa ulkomaalaisia asentajia ja toimimaan tehokkaammin

Jarkko Niemi:

37:57-37:57

Kyllä

Jussi Rissanen:

37:57-38:00

Mennään siihen hyvinvointiteemaan vielä ihan siinä lopussa

Jussi Rissanen:

38:01-38:04

Se on teidän yhdistäväkin tekijä, jos mä ymmärsin

Jussi Rissanen:

38:07-38:14

Musta tuntuu, että jos on myynnin akateemisessa rajapinnassa, niin ei voi olla piilossa toiselta, onko se näin?

Pia Hautamäki:

38:14-38:15

Meillä on aika pieniä

Jussi Rissanen:

38:17-38:18

Se on ilo ollut nähdä

Jussi Rissanen:

38:19-38:20

että te teette näin

Jussi Rissanen:

38:20-38:27

Suomi on niin pieni markkina ja yliopistot tietysti kilpailee opiskelijoista, se on raakarehellisyyttä

Jussi Rissanen:

38:27-38:40

Silloin aikanaan kun mä heitin ajatuksen yliopiston kauppakorkeakoulun dekaanillekin ja akateemiselle puolelle, että voitaisiko käyttää Myyntiradio -alustaa vaikka puhuttaisiin akateemisella tasolla tässä

Jussi Rissanen:

38:40-38:43

mietittiin sitten tähän näitä vieraita

Jussi Rissanen:

38:45-38:48

Ja ensimmäinen viesti oli UT:in puolelta

Jussi Rissanen:

38:48-38:55

Et älä ole Jussi mustasukkanen puhu business schoolista, vaan kaikki koulut ja yliopistot mukaan

Pia Hautamäki:

38:55-38:57

Koska tämä on yhteinen missio

Pia Hautamäki:

38:57-38:58

Tämä on yhteinen missio

Pia Hautamäki:

38:59-38:59

Ja kyllähän

Pia Hautamäki:

39:01-39:09

Ehkä me kilpailemme myös opiskelijoista, mutta kyllähän meillä eri korkeakoululla aika oma fokus siinä myyntikoulutuksessa

Pia Hautamäki:

39:10-39:16

Et mitä sitten haluaa niin sanotusti opiskella ja miten haluaa opiskella

Pia Hautamäki:

39:18-39:24

tietysti etsii sen omansa ja toivottavasti hakeutuvat sen tyyppiseen, mihin nimenomaan keskityt

Jussi Rissanen:

39:24-39:26

Juuri näin missä se sydänriipus

Pia Hautamäki:

39:31-39:31

Taas tuli

Jussi Rissanen:

39:32-39:32

Pian nostot

Jussi Rissanen:

39:33-39:35

Mitä sun pöydällä tai

Pia Hautamäki:

39:35-39:36

Niissä ryhmissä, missä olet mukana

Pia Hautamäki:

39:36-39:45

No hei, mulla oli ilo olla tutkimuksen kautta juuri

Pia Hautamäki:

39:44-39:51

American Marketing Associationin konferenssissa nyt juuri elokuussa

Pia Hautamäki:

39:51-39:57

Sieltä haluaisin nyt tähän podiinkin tuoda terveisiä, jos ajattelet, että mitä siellä oli maailman parhaat

Pia Hautamäki:

39:57-40:08

myynnin tutkijat paikan päälle ja minkä tyyppistä tutkimusta tällä hetkellä tehdään, niin se liittyy tietysti vahvasti tähän AI:hin, generatiiviseen

Pia Hautamäki:
40:08-40:10
Erityisesti

Pia Hautamäki:
40:10-40:18
Se liittyy datalla johtamiseen, eli juuri nämä teemat, mitä Jarkkokin nosti

Pia Hautamäki:
40:18-40:20
Tämä on ehkä myös, mitä haluan tuoda esille

Pia Hautamäki:
40:21-40:27
Kun puhuttiin siitä, että miten me suomalaiset osataan myydä, niin nyt haluan tuoda, että me ollaan ihan yhtä

Pia Hautamäki:
40:27-40:33
Samalla tavalla me suomalaiset tutkijat ihan siinäkin tutkimuksessa, mitä maailmanlaajuisesti ollaan myynnissä

Pia Hautamäki:
40:34-40:41
Me tehdään niistä samoista teemoista tutkimusta, että joskus aina tuntuu sillä, että

Pia Hautamäki:
40:39-40:47
että tuodaan näitä kansainvälisiä ihmeitä meille tänne vaikka eri tietysti tutkimusosa-alueilta

Pia Hautamäki:
40:47-40:50
niin me tehdään ihan sitä samaa näissä kansainvälisissä verkostoissa

Pia Hautamäki:
40:50-40:56
Mutta joo, palatakseni tähän data & AI, tietenkin yllättäen niitä isoja teemoja

Pia Hautamäki:
40:56-41:07
platformikaatio, eli miten digitaaliset alustat muuttaa myyntiä, sitten tietenkin kestävä kehitys, kiertotalouden

Pia Hautamäki:

41:05-41:10

teemat ja sitten tämä hyvinvointi, mistä jutellaan varmasti tässä vielä lisää

Pia Hautamäki:

41:10-41:13

Varsinkin hyvinvointi on tässä viime aikoina noussut

Pia Hautamäki:

41:13-41:15

Meillä on ollut tämmösiä

Pia Hautamäki:

41:16-41:22

Puhutaan artikkeleista, journaaleista ja tämmöistä special issueseja, niin hyvinvointi on ollut siellä teimana

Pia Hautamäki:

41:22-41:26

Nyt linkittäen tähän omaa tutkimusta, mitä minulla on tällä hetkellä meneillään

Pia Hautamäki:

41:27-41:29

Nyt minulla on ollut ilo johtaa tällaista

Pia Hautamäki:

41:29-41:33

hanketta, mikä nimenomaan keskittynyt kestävään

Pia Hautamäki:

41:33-41:37

Kestävään kehitykseen ja transformaation nimenomaan sen

Pia Hautamäki:

41:37-41:45

transformaation, että yhdistetään bisnestä ja sitten tätä kestävyyttä

Pia Hautamäki:

41:45-41:54

Kyllähän se selvä juttu on se, että jos mä vertaan taas tähän, että mitä tuolla konffas oli, niin ihan sitten taas meidän amerikkalaiset

Pia Hautamäki:

41:54-42:02

tutkijakollegat, niin kyllä me ollaan ihan eri tasolla johtuen EU:n lainsäädännöstä ja regulaatioista

Jarkko Niemi:

42:02-42:05

Me ollaan jouduttu

Pia Hautamäki:

42:04-42:10

Lähteen ottamaan askeleita ja yrityksissä, pörsiyryksessä ajoomat vaatensa
kestävyyden edistämis

Pia Hautamäki:

42:10-42:16

Mikä sitten taas ehkä auttaa meidän asemoitumista myös tutkimuksellisesti, kun
tehdään erityyppisiä hankkeita

Pia Hautamäki:

42:16-42:18

Päästään käsiksi jo

Pia Hautamäki:

42:18-42:23

sen tyyppisiä yrityksiin, jotka ovat esimerkiksi pitkällä jo vaikka kestävässä myynnissä

Pia Hautamäki:

42:23-42:27

Se on yksi oma tutkimusalue

Pia Hautamäki:

42:27-42:30

Eli miten

Pia Hautamäki:

42:29-42:37

Kestävä kehitys muuttaa esimerkiksi myyntistrategiaa, miten se muuttaa myyntimalleja,
koska joka tapauksessa meidän pitää

Jarkko Niemi:

42:37-42:44

Yhdistää meidän myynti strategia organisaation strategiaan ja bisnesmalleihin

Pia Hautamäki:

42:44-42:45

Miten se näkyy?

Jussi Rissanen:

42:45-42:46

Todellakin ei ole

Jussi Rissanen:

42:46-42:48

Se pitää näkyä myös myynnistä

Jussi Rissanen:

42:49-42:52

että se myyntistrategia on yhtä kuin yrityksen strategia

Jussi Rissanen:

42:52-42:55

Otetaan tuohon platformikaatioon vielä kiinni

Pia Hautamäki:

42:55-42:57

Avaisitko sitä, koska

Jussi Rissanen:

42:57-43:02

Nythän puhutaan tähän ostamisen muutokseenkin eikö vaan aika lailla

Jussi Rissanen:

43:02-43:05

Ja sä oot siitä paljon nostanutkin

Jussi Rissanen:

43:05-43:08

kirjoituksia ja sosiaaliseen mediaankin nostan

Pia Hautamäki:

43:08-43:11

Mitä havaintoja siinä ehkä nyt olisi erityisesti?

Pia Hautamäki:

43:12-43:14

Kuten olemme osoittaneet niin tämä tosiaan

Pia Hautamäki:

43:14-43:19

Digitaaliset alustat muuttaa perustavanlaatuisesti sitä, että miten me sitä myyntiä tehdään

Pia Hautamäki:

43:20-43:28

Jos ajatellaan ihan tämmöisiä vähän enemmän kaupallisempia stadeja, niin se markkinapotentiaali on ihan mieletön näiden platformien kautta

Pia Hautamäki:

43:28-43:29

Jos mä ajatellaan, että mitkä yritykset

Pia Hautamäki:

43:29-43:33

Tällä hetkellä koko markkinaa johtaa

Jarkko Niemi:

43:33-43:36

Nämähän on tämmöisiä platformikaatio, platformiyrityksiä

Pia Hautamäki:

43:36-43:41

Puhutaan Applaista, Amazonista, Microsoftista, Metasta ja näin edespäin

Pia Hautamäki:

43:41-43:49

Ja tota se markkina siis yhden jenkki-studyn mukaan, niin mun piti oikein tarkistaa toi 20 miljardia

Pia Hautamäki:

43:49-43:53

US dollaria vuoteen 2030

Pia Hautamäki:

43:53-43:59

ollaanko me suomalaisina yrityksillä jollakin tavalla mukana nyt tässä digitaalisissa

Pia Hautamäki:

43:59-44:02

platformi bisneksessä

Pia Hautamäki:

44:02-44:12

Ja tietysti tämä ymmärtäminen, että hei, että jos me lähdetään se, kun se meidän stadioni, että se muuttaa tämän myynnin ihan totaalisesti, että miten me tehdään sitä myyntiä

Pia Hautamäki:

44:13-44:17

datan rooli siellä, kun alustat automaattista kerää sitä dataa

Pia Hautamäki:

44:17-44:19

Ai, on, siellä jo valmiina

Jarkko Niemi:

44:19-44:20

No on niin kuin todella

Pia Hautamäki:

44:20-44:22

On muuten tosi mielenkiintoista

Pia Hautamäki:

44:22-44:27

aikaa, saadaan olla tutkijoita tässä hetkessä

Jussi Rissanen:

44:27-44:32

Tässä myös olisi viesti yrityksille olkaa teihin myös yhteydessä

Jussi Rissanen:

44:32-44:33

Eikö tätä kaivata nyt?

Pia Hautamäki:

44:33-44:45

No kyllä, ja ihan mikä tahansa on se johtoryhmä tai hallitus, missä tai advisor rooli, että mikä tämä keskustelu liittyy nimenomaan tähän, että mitä se myyntijohtaja, mikä on nyt kaikista tärkeintä tässä hetkessä

Jarkko Niemi:

44:45-44:47

Liittyen muuten näihin teknologioihin

Pia Hautamäki:

44:48-45:02

Nythän tuossa Robins-tutkimushankkeessa, mitä johdin, se päätty kyllä jo, niin tutkittiin juuri näitä erityyppisiä teknologioita ja juuri sitä, että miten myyntijohtajalla oikeasti on vaikeaa tehdä näitä päätöksiä

Pia Hautamäki:

45:02-45:04

Näistäkin vuosista on mennyt jo eteenpäin

Jarkko Niemi:

45:04-45:08

Muistaakseni Jussi muuten oltiin siellä Inbound -seminaarissa Bostonissa

Jarkko Niemi:

45:09-45:13

Mikähän vuosi oli 2017, jotain tämmöisiä vuosia

Pia Hautamäki:

45:13-45:27

Niin se, että miten siellä jo nämä tämmöiset amerikkalaiset startupit oli sillä, että ei tämä ei ole mitään mainostamista, mutta tämä oli siis Hubspotin järjestämä seminaari vuosittain sellainen

Pia Hautamäki:

45:28-45:32

Start-up vaiheessa on ihan automaatio, otetaan CRM-käyttöön

Pia Hautamäki:

45:32-45:36

Nyt näissä CRM:issä on jo se datan keruu, siellä on

Pia Hautamäki:

45:37-45:39

Ja tietyllä tavalla tämä oli tämä

Jussi Rissanen:

45:40-45:53

Tää tää Silo Ai:n Peter Sarlin, niin hieno artikkeli tässä ja upeeta harmi vaan, kun ne myi, ei oteta siihen kantaa, ne tekee edelleen, mutta ne esteet, niin

Jussi Rissanen:

45:51-45:56

teknologian hyötykäyttö on se, että yritykset ei ole vielä edes siirtyneet kunnolla digitalisaatioon

Pia Hautamäki:

45:56-45:58

Ja hei, saanko mä vastata tähän vielä

Pia Hautamäki:

45:58-46:00

Minun on pakko jatkaa tästä, koska tota

Pia Hautamäki:

46:01-46:06

Me julkaistiin tosiaan tässä Robins -tutkimushankkeessa, kun nyt tähän tähän aiheeseen liittyen

Pia Hautamäki:

46:07-46:10

Niin siis tutkimuspaperi

Pia Hautamäki:

46:08-46:11

juuri siitä, että miten tällöinen pois oppiminen

Jarkko Niemi:

46:11-46:13

Me ollaan taas tässä ihmisyydessä

Jarkko Niemi:

46:13-46:16

Se on taas tällöinen meidän lempijuttu ja Jussikin liittyy tähän

Jarkko Niemi:

46:17-46:18

Ei ole mitään muuta kuin ihmiset

Jarkko Niemi:

46:19-46:20

Imis-ihmisiä ollaan

Pia Hautamäki:

46:21-46:23

Miten siis tämän tyyppinen

Pia Hautamäki:

46:23-46:24

Pois oppiminen

Pia Hautamäki:

46:26-46:33

Oppiminen saattaa koko sen digitaalisen transformaation pysäyttää siellä B2B-myyntiyrityksissä

Pia Hautamäki:

46:33-46:34

Eli jos siellä

Pia Hautamäki:

46:34-46:44

Yrityksen toimitusjohtajalla ei ole, että he eivät huomaa niitä riskejä, että maailma muuttuu, eikä ole valmiutta pois oppia, eikä osata johtaa sitä pois oppimista organisaatiossa

Jarkko Niemi:

46:46-46:55

Ylipäättänsä teknologia muuttaa monella tapaa maailmaa ja bisnestä, mutta tässä on vähän semmonen riski aina kuitenkin mukana, kun sitä

Jarkko Niemi:

46:55-46:58

painotetaan, että kuinka paljon kaikki tulee mullistumaan

Jarkko Niemi:

46:58-47:03

Ytimessä kuitenkin myyntityössä tulee olemaan jatkossakin se ihmisten välinen kohtaaminen

Jarkko Niemi:

47:03-47:05

Se voi tulla eri kanavia pitkin ja näin

Jarkko Niemi:

47:05-47:09

Mitä tärkeimmistä kaupoista puhutaan, sitä tärkeämpi se

Jarkko Niemi:

47:09-47:12

Lopulta tulee olemassa se kontakti siellä sitten ihmisten välillä

Jarkko Niemi:

47:15-47:20

Nämä tulevat monesti konsulttitalojen tutkimustuloksista, että käytetään mitä teknologiaa, kuinka paljon

Jussi Rissanen:

47:24-47:32

Ja sitten huomaa tässä, että moni merkkää sen toimimattoman myyntiprosessin niillä järjestelmillä

Jussi Rissanen:

47:32-47:43

Ja jos sulla ei ole se runko se myyntistrategia tai tavallaan se kuka on meidän asiakas ja mikä on hänelle se arvo, niin sitä on hankala hyvillä somepäivityksilläkään

Jussi Rissanen:

47:44-47:46

saadaan rokkaamaan

Jussi Rissanen:

47:50-47:57

Yksi semmoinen huolestuttava ilmiö, mistä me hiven teenkin kanssa jo tähän viitattiin, on sen myyjien hyvinvointi

Jussi Rissanen:

47:57-48:04

Nyt tämä on nyt näitä Gartnerin ja McKinsey:n ja näitä, mutta Harvard Business Review

Pia Hautamäki:

48:04-48:07

Mikä on tosi tärkeitä suunnannäyttäjiä

Jussi Rissanen:

48:08-48:10

Siellä on kuitenkin faktaa

Jussi Rissanen:

48:10-48:20

Koronan jälkeen syy, minkä takia olin Tommy Hellsteinin vieraaksi Myyntiradion, joka puhuu tästä riittämättömyydestä ja sinä siitä teemasta, oli se, että

Jussi Rissanen:

48:20-48:31

B2B-myyjille tehty länsimaalaisille tehty se tutkimus, että kuinka paljon oli kokenut Covidin jälkeen työpumusta ja masennukseen viittaavia juttuja

Jussi Rissanen:

48:31-48:35

Oliko se kolme, neljäsosa oli jollain tavalla siinä maailmassa

Jussi Rissanen:

48:35-48:41

Ja nyt jos mä ymmärsin oikein, niin tähän on nyt jo kiinnitetty huomiota ja niin on kiinnitetty huomiota Suomessakin

Jarkko Niemi:

48:42-48:44

Ja olette kummatkin nyt tässä ryhmässä mukana

Jussi Rissanen:

48:45-48:49

hivenen selvitetään, miten tuettaisiin myyjän hyvinvointia

Jussi Rissanen:

48:49-48:50

Avatkaa vähän tätä

Jarkko Niemi:

48:50-48:52

Joo, meillä on siis tutkimus

Jarkko Niemi:

48:53-49:00

Tällä hetkellä vertaisarvioinnissa siinä vaiheessa menossa, mutta me tehtiin tutkimusta nimenomaan B2B-myyjien hyvinvointiin liittyen

Jarkko Niemi:

49:00-49:02

Taustana siinä oli just tämä

Jarkko Niemi:

49:02-49:14

ilmiö, mistä puhuit, että digitalisaation myötä tällainen yksittäinen yksin työn tekeminen on kasvanut ja ehkä verkostot ja yhteydet omaan yritykseenkin saattaneet heikentyä

Jarkko Niemi:

49:14-49:15

Toisaalta meillä olisi ollut

Jarkko Niemi:

49:15-49:18

Monenlaista mullistusta ja sen myötä tullut vähän taantumaan

Jarkko Niemi:

49:18-49:29

Suomi on ollut taantumassa jo vuoden verran ja nyt tietysti alkaa vähän paremmalta ja näyttää, mutta tämän myötä on tullut myös myyjille tulospaineita, koska asiakkaiden kysyntä vähenee

Jarkko Niemi:

49:30-49:32

Se vaikeuttaa heidän työtä

Jarkko Niemi:

49:32-49:34

Ja se saattaa heijastua siihen heidän hyvinvointiin

Jarkko Niemi:

49:34-49:37

Totta kai, nämä ovat ihan luonnollisia asioita

Jarkko Niemi:

49:37-49:43

Tältä taustalta me lähdettiin selvittämään, että mikä on tämä myyjän hyvinvoinnin tila tällä hetkellä Suomessa

Jarkko Niemi:

49:43-49:44

Ja me keskityttiin

Jarkko Niemi:

49:44-49:46

nimenomaan huippumyyjiin

Jarkko Niemi:

49:46-49:59

Me otettiin haastateltavaksi tämmöisiä yritysten parhaita tuloksen tekijöitä myyjiä, koska me haluttiin oppia heiltä, että mitä hyviä keinoja heillä mahdollisesti on tässä tilanteessa

Jarkko Niemi:

49:58-50:06

millä hyvinvointia voi tukea ja miten he näkevät sen, että organisaatiot taas pystyvät parhaalla tavalla tukemaan sitä heidän tekemistä

Jarkko Niemi:

50:07-50:12

Tässä tutkimuksessa me löydettiin kolme tämmöistä isompaa

Jarkko Niemi:

50:11-50:19

parametriä liittyen tähän hyvinvointi, eli tää on englanninkielinen juttu, me puhuttiin niin kuin being,

Jarkko Niemi:

50:19-50:21

managing ja contributing

Jarkko Niemi:

50:21-50:28

Eli ennen kaikkea se oleminen, me viitattiin siihen huippuminen olemiseen ja toimimiseen siinä kohtaa

Jarkko Niemi:

50:29-50:38

Huippumyyjät totta kai saavat siitä omalle hyvinvoinnille tukea, että he pärjäävät hyvin siinä työssä ja ovat arvostettua siellä oman organisaatiossa sisällä ja näin edespäin

Jarkko Niemi:

50:39-50:40

Siitä tulee se being-aspekti

Jarkko Niemi:

50:41-50:51

Siellä on se contributing-aspekti, joka liittyy siihen, että he tekevät tulosta ja pystyvät tarjoamaan koko organisaatiolle

Jarkko Niemi:

50:49-50:50

myös töitä sitä kautta

Jarkko Niemi:

50:50-50:53

Myy ja myy, se tarkoittaa sitä, että muillekin tulee töitä

Jussi Rissanen:

50:54-50:54

Merkityksellisyys

Jarkko Niemi:

50:55-50:58

Kyllä, kyllä, just näin, että pystyy kontribuoimaan myös muille

Jarkko Niemi:

50:58-51:03

Totta kai myös omalle perheelle tuo rahatulosta se korostaa kontribuutiota

Jarkko Niemi:

51:03-51:04

Ei se haittaa

Jarkko Niemi:

51:04-51:05

Ei ollenkaan

Jarkko Niemi:

51:06-51:11

Sitten vielä tämä managing-aspekti, eli miten pidetään hyvinvoinnista huolta

Jarkko Niemi:

51:07-51:08

Jarkko Niemi:

51:12-51:18

Siellä nousi esiin tällaisia työn ja vapaa-ajan yhteensovittamisen ongelmat

Jarkko Niemi:

51:18-51:20

ja miten sitä voidaan torjua

Jarkko Niemi:

51:21-51:29

Digitalisaatiosta todettiin muun muassa tämä, että se on tarjonnut mahiksia siihen, että kesken työpäivällä voi pitää pikku breikkejä ja voi lähteä koiran kanssa käymään jaloittelemassa

Jarkko Niemi:

51:29-51:33

Jos tulee vähän huonompi hetki töissä, niin pääsee vähän tyhjentämään mieltä siinä

Jarkko Niemi:

51:34-51:36

Tarjoaa tällaisia uusia mahdollisuuksia siihen

Jarkko Niemi:

51:36-51:42

Ylipäättänsä fyysisestä hyvinvoinnista

Jarkko Niemi:

51:40-51:41

Huolenpito oli tärkeä

Jarkko Niemi:

51:42-51:44

Myyjät ymmärsi sen tärkeyden siinä

Jussi Rissanen:

51:45-51:48

Niin heitä yhdisti se, että ne piti huolta itsestään

Jussi Rissanen:

51:48-51:50

Kyllä, siellä hyvin systemaattisesti

Jarkko Niemi:

51:51-52:01

He osaisiin kertoa siitä, miten he ottavat itselleen aikaa ja mikä se heidän harrastus sitten oli, oli se puutarhanhoitoa tai kuntosalilla käyntiä tai

Jarkko Niemi:

51:59-52:02

tai avantouintia tai mitä tahansa, niin he pitivät siitä uutta

Jussi Rissanen:

52:03-52:09

Ja se vastapaino siihen työn vaativuuden kasvamiselle monien asioiden muistamiselle sun pitää niin kuin

Jarkko Niemi:

52:09-52:10

Sulla pitää olla tämä

Jarkko Niemi:

52:11-52:17

Yksi mun mielestä vielä mielenkiintoinen oli tämä purpose, sense of purpose, eli merkityksen kokemus

Jarkko Niemi:

52:17-52:21

Se me nostettiin myös manakirjallisena implikaation tässä tutkimuksessa

Jarkko Niemi:

52:21-52:23

Eli yritysten

Jarkko Niemi:

52:23-52:32

Kannattaa siihen käyttää tai kiinnittää huomiota, että he välittävät omille myyjille sen ymmärryksen siitä laajemmasta kuvasta

Jarkko Niemi:

52:32-52:34

Mikä se purpose on sillä taustalla?

Jarkko Niemi:

52:34-52:36

jotta he pystyvät sen itsekin ymmärtämään myyt

Jarkko Niemi:

52:36-52:45

Ja sitten jos he tajuaa sen, että miten he pystyvät auttamaan asiakasorganisaatiota tai yhteiskuntaa laajemmin, tai mikä se onkaan se

Jarkko Niemi:

52:44-52:49

Se taas tuolle oman hyvinvointiin hyvin paljastunut

Jarkko Niemi:

52:49-52:50

Ei tosi tärkeää

Jussi Rissanen:

52:50-52:52

Tavallaan itsestäänselvää

Jussi Rissanen:

52:53-52:54

Tavallaan tavallaan

Jussi Rissanen:

52:55-52:56

Loppunoston aika

Jussi Rissanen:

52:56-53:04

Vuoron alkujakso lähestyy virsikirjan lisälehtiä, joista löytyy yleensä paras tavallaan tavara

Jussi Rissanen:

53:04-53:06

Oli ilo keskustella hei

Jussi Rissanen:

53:08-53:16

Tämä on aina ollut mulla sydäntä lähelle ja tämä on jotenkin uskomaton, että saan työelämää proffana nyt

Jussi Rissanen:

53:14-53:16

houstata näitä tilaisuuksia

Jussi Rissanen:

53:16-53:21

Mä toivon, että tämä keskustelun ylärekisterimäisyys on virittynyt sinne

Jussi Rissanen:

53:21-53:23

Ja muistakaa!

Jussi Rissanen:

53:23-53:29

Minä luotan aina kuulijaan, että te osaatte juuruttaa näitä ajatuksia käytännön teoksi nyt teille

Jussi Rissanen:

53:29-53:36

Ja tätä käytännön tekoaikaa auttaakseen niin Pia, jos aloittaisit

Jussi Rissanen:

53:34-53:43

Omia ajatuksia, kolmesta ehkä vinkistä B2B-yrityksille, millä sitä myyntiä voisi tehostaa tai parantaa tai laadullistaa

Jussi Rissanen:

53:43-53:44

Ole hyvä

Pia Hautamäki:

53:44-53:46

Kiitos Jussi

Pia Hautamäki:

53:46-53:48

Tämä onkin aina aika vaikea juttu

Pia Hautamäki:

53:48-53:55

Tää kolme vinkkiä ja vielä niin, että nämä ei olisi kauhean kliseisiä nämä vinkit, mutta siis tota

Pia Hautamäki:

53:55-54:07

Paljon on keskustelua siis siitä, että miten tosiaankin tämä digitaalisen transformaatio, miten tämä johdetaan sinne arkeen, mutta nyt minullakin on siinä myyntijohtamisen

Pia Hautamäki:

54:07-54:12

kentässä tämä oma tutkimus, niin ihan oikeasti nyt se mutun aika on lopetettava

Pia Hautamäki:

54:13-54:22

Että ihan oikeasti, että nyt sitä dataa kertyy jo yrityksissä niin paljon, että sun pitää olla kiinnostunut myyntijohtajana siitä datasta, minkälaista dataa?

Pia Hautamäki:

54:22-54:31

teillä siellä on ja tietysti sen laadukkuudesta ja pitää olla kiinnostunut sen pohjalta tekemään niitä päätöksiä, koska nyt tämä me puhuttiin vähän sivuuttaa

Jarkko Niemi:

54:31-54:35

Sivuttiin sitä asiakasytimessä tämän tyypistä keskustelua

Pia Hautamäki:

54:35-54:41

Sä voi onnistua tässä, jos et sä ihan oikeasti tiukasti siinä, mitä se data kertoo

Jarkko Niemi:

54:42-54:42

Oikein

Pia Hautamäki:

54:42-54:44

Ja sitten taas ykkönen

Pia Hautamäki:

54:44-54:51

Nyt ihan oikeastaan mutun aika on ohi ja nyt oikeasti nyt pitää ottaa ne teknologiat

Pia Hautamäki:

54:52-54:56

Sitä kautta ollaan kiinnostunut, että miten meillä oikein menee

Pia Hautamäki:

54:56-54:59

Yksi tällöinen myyntijohtajan tärkeä

Pia Hautamäki:

54:58-55:02

Tehtävä on myös tähän dataan liittyen ja miettiä, että millaista dataa meillä puuttuu

Jarkko Niemi:

55:02-55:03

Mitä pitää ostaa?

Jarkko Niemi:

55:04-55:06

Nämä ovat tällöisiä tärkeitä

Pia Hautamäki:

55:06-55:09

Kun meillä on sitä dataa, vinkki 2

Pia Hautamäki:

55:09-55:17

Eli nyt on ihan viimeinen hetki tajuta se ajankäyttö ja ymmärtää, että miten se on ihan oikeasti tätä myynnin tekemistä

Pia Hautamäki:

55:17-55:21

Eli miten me voidaan sen AI:n avulla automatisoida

Pia Hautamäki:

55:21-55:23

Ja nyt jos me ajatellaan

Pia Hautamäki:

55:23-55:28

Ja tästä yhdestä väitöskirjasta teemasta justiinsa tämä sen datan laadun

Pia Hautamäki:

55:28-55:30

Sulla on AI tänä päivänä

Pia Hautamäki:

55:31-55:36

Mitä sä pystyt hyödyntämään siihen, että

Jarkko Niemi:

55:34-55:36

Teet siitä sun datasta parempaa

Pia Hautamäki:

55:36-55:45

Eli AI käyttöön ja perehdy siihen ala käyttää ja ihan oikeasti vaadi koko sun organisaatiolta

Jarkko Niemi:

55:45-55:46

siellä myynnissä

Pia Hautamäki:

55:47-55:51

Käykää yhdessä keskusteluita, miten hyödynnetään AI:ta

Pia Hautamäki:

55:51-55:55

Vähän sama siinä sustis puolessa, niin se ei voi olla vain päälle liimattu

Pia Hautamäki:

55:55-55:56

Se on

Pia Hautamäki:

55:56-56:01

Jos me vaan otetaan aita niihin tehtäviin, mitä me nyt jo tehdään, että me tehdään tehokkaammin

Pia Hautamäki:

56:01-56:02

Se on ihan jees juttu

Pia Hautamäki:

56:04-56:12

Ei se ole se, millä me oikeasti aletaan ajattelemaan ja tekemään, hyödynnetään sitä aikaa sillä tavalla, että mentäisiin asioita jotenkin eri tavalla

Jussi Rissanen:

56:13-56:15

Se pitää ottaa strategiseen keskiöön

Pia Hautamäki:

56:17-56:23

Ja sitten tietysti se kolmas vinkki on nimenomaan se, että pohdi

Pia Hautamäki:

56:21-56:34

Miten digitaaliset alustat linkittyy sun bisnekseen ja sen lisäksi kun digitaaliset platat, niin miten te olette mukana nyt nimenomaan tässä kestävässä kehityksessä kiertotalouden edistämisessä?

Jarkko Niemi:

56:35-56:37

Mitä myynti tekee siinä?

Pia Hautamäki:

56:38-56:45

Eli nämä ovat nyt mun kolme juttu, mitä myyntijohtajana heti nyt tänään pitää ottaa käyttämään

Jussi Rissanen:

56:47-56:52

Ja sitten digitalisoitu ja nämä aika hienot ja siellä se kestävyys mukana

Jussi Rissanen:

56:52-56:53

Mahtavaa

Jussi Rissanen:

56:53-56:53

Entä Jarkko?

Jarkko Niemi:

56:54-57:00

No Pialta tuli oikein hyvä kattaus nyt noita neuvoja ja tuommoinen hyvin konkreettisella tasolla vietäviä juttuja

Jarkko Niemi:

57:00-57:01

Tosi hyvä

Jarkko Niemi:

57:01-57:04

Mä ehkä nyt joudun ottamaan vähän toisen näkökulman

Jussi Rissanen:

57:06-57:08

No, tältäkiään, että kaksi on

Jarkko Niemi:
57:09-57:11
Mä voisin lainata

Jarkko Niemi:
57:10-57:14
LUT-yliopiston rehtori Juha-Matti Saksa sanoi, että älä ole mulkero

Jarkko Niemi:
57:15-57:18
Se on hyvä neuvo monessa tilanteessa, myyntijohtajillekin

Jarkko Niemi:
57:18-57:20
Ja miten kohdella omia myyjiä?

Jarkko Niemi:
57:21-57:28
kohdellaan respektillä, ollaan ystäviä, autetaan, kuunnellaan

Jarkko Niemi:
57:29-57:31
Tässä meidän tutkimuksessa hyvinvointiin liittyen

Jarkko Niemi:
57:31-57:35
Aika usein myyjät valitettavasti kokivat, että vähän jätetään yksin

Jarkko Niemi:
57:36-57:43
Kun puhutaan huippumyyjistä, niin se on vähän yllättävä kulma siihen, että

Jarkko Niemi:
57:42-57:45
Eli tärkeää olisi, että miten sitä yhteisöllisyyttä vahvistetaan

Jussi Rissanen:
57:47-57:51
Ei kannata ainakaan pitää kaukana niitä huippuja vaan lähellä

Jussi Rissanen:
57:51-57:58
Aikoinaan pääsin tosiaan IBM:ään, tekemään tällaisen Licensed Lead Certification, koska siellä piti sertifioida

Jussi Rissanen:

57:58-58:05

Ja Ekonomiliitto oli silloin tutkinut, että miksi huiput lähtee organisaatiosta ja lähtee sen takia, että ne kokee, että heitä ei arvosteta

Jussi Rissanen:

58:06-58:13

Ja psykiatria ja psykologia vastaanotto tulee jonoksi asti ihmisiä, joita ei ole arvostettu

Jussi Rissanen:

58:14-58:17

Sinne ei tule jonoksasti ihmisiä, joita on arvostettu

Jussi Rissanen:

58:18-58:22

Nämä ovat vahvoja juttuja, kun näihin yhdistää tuon pian

Jussi Rissanen:

58:21-58:25

kolmen tekijän ja sitten se johtajuuden ja ihmisläheisyyden

Jussi Rissanen:

58:26-58:31

Sekin on ihan fine, että sä et tiedä asioita, että no sano se, jolloin se uskottavuus nousee

Jarkko Niemi:

58:31-58:32

Ei pidä esittää

Jarkko Niemi:

58:32-58:35

Ei pidä

Jussi Rissanen:

58:35-58:38

Ei ole enää sankarijohtajia, eikä ole enää sankarmyyjiä

Jarkko Niemi:

58:39-58:44

Ja sitten ihan tutkimuksen kautta voi toki nostaa esiin, mikä mainittiin, että auta ymmärtämässä prosessia siellä taustalla

Jussi Rissanen:

58:45-58:46

Merkitystä, mikä on AI

Jarkko Niemi:

58:46-58:49

Koska se auttaa monen asian kanssa

Jussi Rissanen:

58:50-58:55

Me voitaisiin tästä jatkaa, mutta me lähdetään

Jussi Rissanen:

58:55-58:56

Kiitoksia!

Jussi Rissanen:

58:57-58:59

Lähdetään tästä studiosta pois

Jussi Rissanen:

58:59-59:00

Me tajutaan

Jarkko Niemi:

59:02-59:03

huomenna vielä

Jussi Rissanen:

59:03-59:06

On perjantaina iltapäivää tässä kohtaa alkamassa

Jussi Rissanen:

59:06-59:14

Kuoron alkuääni Myyntiradio Academicin syksyn kauteen 2024 on viittä vaille purkissa

Jarkko Niemi:

59:14-59:15

Kiitos Pia

Jarkko Niemi:

59:15-59:16

Kiitos Jarkko

Jussi Rissanen:

59:18-59:20

Olette huikeita työtä tekeviä

Jussi Rissanen:

59:21-59:23

Meillä on yhteinen missio

Jussi Rissanen:

59:23-59:27

Me halutaan, että Oy Suomi AB pärjää

Jussi Rissanen:

59:27-59:35

Se on mullekin tärkeää, koska tutkitusti rauhaa edistävä elementti on toimiva talous

Jussi Rissanen:

59:35-59:41

Siinä on myös iso viesti tämän ajan Euroopassa, missä se ei itsestään selvää ole

Jussi Rissanen:

59:41-59:48

Tosi huikeasti otettiin vielä sydämellisesti kiitoksia ja menestystä teille näihin hankkeisiin, missä olette mukana

Pia Hautamäki:

59:49-59:51

Kiitokset