

Jonna Koponen – Vuorovaikutuksen voima myynnissä

Jussi Rissanen:

00:06-00:11

Tämä jakso on toteutettu yhteistyössä LUT-kauppakorkeakoulun kanssa

Jussi Rissanen:

00:11-00:14

Me haluamme rakentaa siltaa akatemian

Jussi Rissanen:

00:15-00:22

Ja bisnes-maailman välille. Noni, tervetuloa Myytiradio Academicin seuraavaan jaksoon

Jussi Rissanen:

00:23-00:25

Se on nyt läsnä teidän korvissanne

Jussi Rissanen:

00:25-00:29

Tämä jakso on mulle hyvin henkilökohtainen, koska

Jussi Rissanen:

00:29-00:38

Me tukeudutaan käyttäytymisen maailmaan vuorovaikutuksen voimaan ja nimenomaan myös näissä eri myytikanavissa, mitä tänä päivänä meillä on

Jussi Rissanen:

00:39-00:41

Ja niitähän on monia

Jussi Rissanen:

00:41-00:54

Tosiaan teidän hostina on Lut-yliopiston kauppakorkeakoulun työelämäprofessori Jussi Rissanen ja tämä podcast on tosiaan mahdollistettu Lut:in Business Schoolin avulla

Jussi Rissanen:

00:54-01:04

Meidän tavoite tässä podcast-sarjassa tänä syksynä on luoda siltaa akateemisen tutkimustyön ja käytännön myyntityön välille

Jussi Rissanen:

01:04-01:07

Myynnin ja markkinoinnin akateemisen tutkimus,

Jussi Rissanen:

01:06-01:09

tutkimustyön ja siihen liittyvän sen käytännön työn välillä

Jussi Rissanen:

01:09-01:11

Meillä on oikeita vieraita

Jussi Rissanen:

01:12-01:18

Kiitos nyt jo teille kuuntelijat, että te olette nostaneet meidät jo Suomen kuunnelluimpien podcastien joukkoon

Jussi Rissanen:

01:19-01:21

Se on mielestäni aina oikea kuin sen

Jussi Rissanen:

01:21-01:29

Podin etuliite on sana myynti, niin se ei aina ole välttämättä myyvä, valitettavasti vaikka me rakastetaankin sitä myyntityötä ja tiedetään, että se on elintärkeää

Jussi Rissanen:

01:30-01:40

Tänään meillä on kuoron alkuäänenä ehkä Suomen kärkiosaajien ja viestintään ja

Jussi Rissanen:

01:39-01:41

Ja siihen myyntiin liittyviin elementtejä

Jussi Rissanen:

01:41-01:49

Hän on Jonna Koponen, Jonna toimii apulaisprofessorina ja akateemisena tutkijana Itä-Suomen yliopistossa

Jussi Rissanen:

01:49-01:56

Hän on perehtynyt useidenkin näkökulmien kautta viestintään ja sen vaikutukseen myyntiössä

Jussi Rissanen:

01:56-01:58

Mikä se rooli siinä tänäkin päivänä on?

Jussi Rissanen:

01:59-02:01

Ihana, että olet Jonna meidän vieraana

Jussi Rissanen:

02:01-02:03

Tervetuloa myyntiradio Academiciin

Jonna Koponen:

02:03-02:11

Kiitos tosi paljon ja ihanaa, kun pääsin tänne kertomaan tästä aiheesta, mikä on mullekin tosi tärkeä ja lähellä sydäntä!

Jussi Rissanen:

02:13-02:16

Se huokuu susta, kun olen seurannut sua useita vuosia

Jussi Rissanen:

02:16-02:18

Itse asiassa nyt kerrotaan salaisuus kuuntelija oli

Jussi Rissanen:

02:19-02:24

Mä yritin saada sinne Originals Myyntiradioon vuosia sitten en

Jussi Rissanen:

02:25-02:30

Ja sitten sulla meni se tarina vähän eri suuntaan ja voidaan ehkä palatakin siihen

Jussi Rissanen:

02:31-02:35

Lähdetään nyt liikenteeseen ja kuulijoille tiedoksi,

Jussi Rissanen:

02:35-02:46

Tämä on tavallaan ensi kertaa kokenellekin myytiravi-houstile eli minulle teemme tämän etänä sattuneista syistä, alkää antako sen häiritä

Jussi Rissanen:

02:47-02:53

Ollaan siis Kuopiossa tai Klaukkalassa, eikö niin ole?

Jonna Koponen:

02:54-02:55

Näinhän se menee

Jonna Koponen:

02:55-02:59

Ja se on tätä päivää, otetaan aina tilanteesta koppia ja nyt mennään etänä

Jussi Rissanen:

03:00-03:01

Näin mennään etänä

Jussi Rissanen:

03:02-03:04

Kerro lyhyesti, kuka sinä olet

Jussi Rissanen:

03:04-03:11

Mitkä sun sankaritarinat siellä sun elämän matkalla on, ja miksi päädyit akateemiselle uralle

Jussi Rissanen:

03:11-03:12

Mielenkiinnolla kuulemme

Jussi Rissanen:

03:12-03:13

Ole hyvä

Jonna Koponen:

03:14-03:23

Kiitos ja tuossa ihan oikein sanoit, että olen tällä hetkellä apulaisprofessorina ja akatemiaturkijana töissä Itä-Suomen yliopistossa kauppatieteiden laitoksella

Jonna Koponen:

03:23-03:33

Akatemiaturkija tulee siitä, että minulla on tällainen viiden vuoden rahoitus Suomen akatemialta ja se rahoitus liittyy etäjohtamisen

Jonna Koponen:

03:32-03:35

ja digitaalisen viestinnän tutkimukseen

Jonna Koponen:

03:35-03:47

Mutta samanaikaisesti tässä apulaisprofessorin työssä on edelleen kiinni hyvin vahvasti myös myynnin johtamisen teemoissa, että tutkimus liittyy myös sinne

Jonna Koponen:

03:50-03:55

Sä kysyin tällaisia sankaritarinoita akateemisen uran varrelta

Jonna Koponen:

03:56-04:04

Näitä nyt tää on vähän haastava kysymys, että miten nyt suomalainen lähtee itseään millään tavalla sankariksi määrittelemään

Jonna Koponen:

04:04-04:10

Mutta jos mä nyt jotakin tässä sanon, niin varmaan se on tuplatohtori

Jonna Koponen:

04:09-04:21

Ehkä niitä vähemmän Suomessa olen väitellyt sekä viestintätieteistä että kauppatieteistä eli 2012 Tampereen yliopistoon tein väitöskirjan, jossa tutkin

Jonna Koponen:

04:22-04:27

Miten vuorovaikutusosaamista pitäisi opettaa lääketieteen opiskelijoille?

Jonna Koponen:

04:28-04:35

Joo, ja siellä mulla oli jo kiinnostus tällaisiin roolipeleihin ja simuloituihin potilaisiin,

Jonna Koponen:

04:35-04:37

teatterin käyttöön opetuksessa

Jonna Koponen:

04:38-04:49

Elämä vei sitten toiseen suuntaan rekrytoitiin tonne kauppatieteisiin postdociksi ja sitä kautta sitten kiinnostus tähän

Jonna Koponen:

04:48-05:00

Tutkimuksen tekemiseen siellä kentällä lisääntyi ja vuonna 2021 olen tehnyt sen toisen väitöskirjan ja se on ollut palvelunjohtamisen oppiaineeseen Itä-Suomen yliopistoon

Jussi Rissanen:

05:01-05:02

Mahtava tausta

Jussi Rissanen:

05:03-05:06

Itse löydään kyllä syy seurausyhteen aika paljon

Jussi Rissanen:

05:06-05:06

Eiks vaan?

Jussi Rissanen:

05:07-05:14

Kuitenkin se lääkäriammatti ja ratkaisu B2B-myyjä human katso siinä on aika relevantti elementti

Jonna Koponen:

05:15-05:16

Jes, just näin

Jonna Koponen:

05:16-05:20

Sitä kautta on itsekin pystynyt löytämään paljon yhtymäkohtia

Jonna Koponen:

05:20-05:28

Itse asiassa viestinnän ja vuorovaikutuksen teoriapohja ja se kytkeytyy niihin molempiin tosi hienosti

Jussi Rissanen:

05:29-05:31

Ekat kylmät väreet Jonna jo nyt

Jussi Rissanen:

05:32-05:36

Kun katsoin linkkarista taustan, niin se oli tosi mielenkiintoinen

Jussi Rissanen:

05:36-05:38

Siellä oli yksi tämmönen

Jussi Rissanen:

05:38-05:44

Artikkelisarja tai miksi sitä sanotaan, mutta se liittyy nimenomaan siihen lääkäriviestintään

Jussi Rissanen:
05:44-05:46
Tämä selittää sen täysin

Jussi Rissanen:
05:46-05:48
Perhe vähän etukäteen

Jussi Rissanen:
05:48-05:49
On huikeeta

Jussi Rissanen:
05:51-05:53
Tuolla taustallahan teitä nyt ei jonoksi asti ole

Jussi Rissanen:
05:54-05:57
Nyt Jonna täytyy todeta, että kun Myyntiradio Academicin

Jussi Rissanen:
05:57-06:06
dekkiä ruvettiin kokoamaan ja mietittiin, ketä teitä kutsutaan vieraaksi, niin ei nyt niin liian paljon ole Suomessa myynnin professoreita

Jussi Rissanen:
06:06-06:08
tai myynityöhön liittyviä professureja

Jonna Koponen:
06:09-06:10
Se on totta

Jonna Koponen:
06:11-06:16
Toinen väikkäri käsitteli siis myynnin vuorovaikutusosaamista modernin

Jonna Koponen:
06:16-06:19
Yritysten välisen suhdemyynnin kontekstissa

Jonna Koponen:
06:19-06:27
Sillä tavalla oikeassa olet, että mäkin olen väitellyt myynnistä, vaikka se oppiaineen nimi nyt sattui olemaan palvelunjohtaminen

Jonna Koponen:

06:28-06:34

Ja meitä myynnistä väitelleitä ei kyllä pilvin pimein ole, mutta onneksi meitä on

Jonna Koponen:

06:35-06:39

Me voidaan viedä iloisena myös akatemiassa

Jussi Rissanen:

06:40-06:41

Teitä tulee lisää

Jussi Rissanen:

06:41-06:45

Mä tiedän, se on huippu, väittelijä tai tohtorikoulutettavia,

Jussi Rissanen:

06:45-06:47

Ja tulevaisuus näyttää hyvältä

Jussi Rissanen:

06:47-06:52

Koska näin se on, että myyntityön arvostuksen nostaminen on myös

Jussi Rissanen:

06:52-06:55

Selkeä osoitus on, että akateeminen maailma on kiinnostunut tästä

Jussi Rissanen:

06:56-06:58

Ja siihen satsataan

Jussi Rissanen:

06:58-07:00

Näinhän se on myös globaalistikin

Jussi Rissanen:

07:00-07:02

Myyntiä on ollut markkinoinnin

Jussi Rissanen:

07:02-07:05

teoriassa se yksi toteuttava haara

Jussi Rissanen:

07:05-07:11

Sitä kautta markkinointia on ehkä tutkittu enemmän ja sillä on peitelty sitä myyntisanaa jollain tasolla

Jussi Rissanen:

07:11-07:15

En mene siihen, koska me kummankin uskotaan siihen vuorovaikuttaja-pintaan

Jussi Rissanen:

07:16-07:18

Tämä on perinteinen kysymys

Jussi Rissanen:

07:18-07:26

Mä aina välillä saatan jopa unohtaa sen, mutta sattuu, jolla sulla jotain myyntikokemusta elämässä, että olisi tullut itte myytyä tai

Jussi Rissanen:

07:26-07:34

Totta kai työhakemus tai akateemiassakin maailmassa rahoitusten myyminen on myyntiä, mitä parhaassa merkityksessä

Jussi Rissanen:

07:34-07:35

Entä siellä nuoruudessa?

Jussi Rissanen:

07:36-07:37

Onko jotain kokemuksia?

Jonna Koponen:

07:38-07:44

Tämä oli mielenkiintoinen ajatus, että mitä se tämä olisi lapsena ja nuorena myynyt

Jonna Koponen:

07:45-07:50

Tietenkin perinteiset kauppaleikit kuuluu ihan jokaisen meidän historiaan

Jonna Koponen:

07:50-07:58

Mutta varmaan nyt olet jo murteista huomannut, että mä oon siis Itä-Suomesta ja mä asun Kuopiossa ja olen savolainen ihan juuriltani

Jonna Koponen:

08:00-08:04

Ala-asteella meillä oli koulussa tämmöinen Kyhäys -niminen lehti

Jonna Koponen:

08:04-08:07

Osa kuulijoista saattaa tietää, jos sattuu olet täältä alueelta

Jonna Koponen:

08:07-08:09

Kyhäys -lehti se oli suuri

Jonna Koponen:

08:10-08:13

Ja siihen kerättiin siis

Jonna Koponen:

08:12-08:17

Ala-asteen oppilaiden kuvia ja tarinoita ja haastatteluja

Jonna Koponen:

08:17-08:20

Siihen pääsitkin se priima

Jonna Koponen:

08:20-08:23

Sitten tätä lehteä käytiin myymässä

Jonna Koponen:

08:23-08:29

Mä en yhtään muista, että monta markkaa se maksoi, mutta meidän tehtävä oli myydä sitä lehteä

Jonna Koponen:

08:29-08:32

Eli ovelta ovelle naapurin ovikelloon pimpottamaan

Jonna Koponen:

08:33-08:39

Saisiko teille olla Kyhäys-lehteä ja siinähan sitä on tullut harjoiteltua myynti pitchausta ensimmäisiä kertoja

Jonna Koponen:

08:40-08:41

Tämä tuli mieleen

Jussi Rissanen:

08:42-08:49

Mä nyt kun sä mietit, mulla on myös moninaisia myytikokemuksia, mutta mä oon ollut partiolainen

Jussi Rissanen:

08:49-08:53

Mieti ovelta ovelle, myytiin niitä partio, niitä joulukalentereita

Jussi Rissanen:

08:53-09:01

Oli sekin tietty kynnys, ehkä silloin ei ollut estoja niin paljon, kun tänä päivänä olisi mennyt tekemään, vai mitä mieltä Jonna

Jonna Koponen:

09:01-09:09

Nimenomaan meni semmoisella lapsen ilolla ja hurmiolla oikein, että keräsit tuota tällaista tehtävää suorittamaan

Jussi Rissanen:

09:09-09:20

Esa Saarisen sanotaan, että hän on törmännyt moneen avarakatseiseen kirkassilmäiseen ja intoa täynnä olevaan ihmiseen, harmi vaan, että ne on kaikki oli seitsemän vuotta

Jussi Rissanen:

09:21-09:25

Tässä pitää leikkimielisyys ja heittäytymisen kyvykkyys

Jussi Rissanen:

09:25-09:32

Se on myös viestinnässä mielestäni edelleen niitä taikinan osatekijöitä tai hyvän taikinan osatekijät

Jussi Rissanen:

09:32-09:33

No sehän se on juuri näin

Jonna Koponen:

09:33-09:45

Ja sitten varmasti myös tuosta tulee mieleen se totta kai se heittäytyminen, mutta siihen siis kytkeytyy tämä, että sä osaat olla siinä hetkessä läsnä, hengittää sitä ilmaa ja keskittyä

Jussi Rissanen:

09:46-09:47

Tosi tärkeä

Jussi Rissanen:

09:48-09:50

Tähän me varmaan vielä palataan

Jussi Rissanen:

09:50-09:51

Onpa huikea

Jussi Rissanen:

09:51-09:54

Sano vielä se lehti, se oli hieno sen nimi

Jonna Koponen:

09:54-09:59

Sen lehden nimi siis ei ole Kyhäys, vaan se oli Kyhäys

Jonna Koponen:

09:59-10:01

Täysin savon murteella siis veditte

Jussi Rissanen:

10:12-10:14

Mä rakastan näitä hienoja termejä

Jussi Rissanen:

10:14-10:19

Eiks se ole muuten niin ole, että murteet on rikkaus

Jussi Rissanen:

10:21-10:22

Ajattelen kyllä näin

Jonna Koponen:

10:22-10:25

Muuta voisin sanoakaan, kun itse puhuun Savon murretta

Jussi Rissanen:

10:27-10:32

Hei vastuu kuulijalla tästä eteenpäin näin

Jussi Rissanen:

10:32-10:34

Mutta

Jussi Rissanen:

10:33-10:41

Kerro vähän siitä sitten, että kun olet
tuplatohtori akateemisessa maailmassa ansioitunut ja tehnyt huikeita juttuja

Jussi Rissanen:

10:42-10:44

Mikä sai nuorena opiskelijana

Jussi Rissanen:

10:45-10:50

jäämään tai suuntaama energiaa akateemisen maailmaan?

Jonna Koponen:

10:51-10:54

No mä haluaisin itse asiassa olla opettaja

Jonna Koponen:

10:56-11:02

Mä oon halunnut olla äidinkielen ja ilmaisutaidon opettaja ja sitten olen lähtenyt
opiskelemaan tämän tyyppisiä aloja

Jonna Koponen:

11:02-11:05

Sitten pääsin opetusharjoitteluun

Jonna Koponen:

11:05-11:09

tonne Jyväskylän yliopiston kielikeskukseen ja se oli tosi nastaa

Jonna Koponen:

11:09-11:14

Mä tykkäsin ihan hirveästi olla opiskelijoiden kanssa tekemisissä

Jonna Koponen:

11:13-11:19

Sitä kautta tuli sellainen fiilis, että ehkä tämä voisi olla sellaista, mitä mä haluan
jatkossakin tehdä

Jonna Koponen:

11:20-11:27

No kävin tekemässä muita hommia on ollut kulttuurituottajana, tanssin opettajana ja teatterin ilmaisun opettajana

Jonna Koponen:

11:28-11:34

Sitten täältä Kuopion yliopistosta, se oli silloin sille nimellä, aukeni paikka

Jonna Koponen:

11:34-11:40

Olen 27-vuotiaana päässyt yliopiston lehtorin hommiin ja

Jonna Koponen:

11:38-11:41

Ja tuota tehnyt tosi paljon opetustyötä

Jonna Koponen:

11:41-11:46

Mutta sitten kato tämä lääkärikoulutus oli semmoinen, että se piti uudistaa

Jonna Koponen:

11:46-11:51

Haluttiin niille lääkäriopiskelijoille lisää uudenlaista vuorovaikutuskoulutusta

Jonna Koponen:

11:52-11:57

Ja sitten ajattelin, että tässä voisi olla tosi kiinnostavaa tehdä myös tutkimusta

Jonna Koponen:

11:57-12:02

Niistä olen lähtenyt sitä kautta keräämään väitöskirjan aineistoa

Jonna Koponen:

12:03-12:08

Polku on johtanut siihen, että myös tutkimustyö on tullut aika lähelle

Jonna Koponen:

12:07-12:10

Lähelle sitten sitä mun akateemista tekemistä

Jonna Koponen:

12:10-12:17

Ja sitten niin kuin sanoin, niin postrek tutkijakshan, mutta mut sitten bongattiin tänne kauppatieteisiin ja

Jonna Koponen:

12:15-12:27

kauppatieteessä on ollut myynnin ja viestinnän lehtorityössä, eli opettajana edelleen pitkään ja nyt sitten 2021

Jonna Koponen:

12:28-12:29

Jees

Jonna Koponen:

12:29-12:39

Eli kolme vuotta sitten mä sain sen akatemiarahoituksen ja pääsin tälle Tenure Track urapolulle, minkä jälkeen mä oonkin ollut enimmäkseen tutkija

Jonna Koponen:

12:38-12:46

Eli työ on muuttunut vähän opetuspainotteisesta työstä enemmän tämmöiseen tutkimuspainotteiseen hommaan

Jussi Rissanen:

12:46-12:47

Aivan

Jussi Rissanen:

12:47-12:56

Hienosti kerrot ja luotu tuohon rooliin ja huikeasti Kuopio sen mahdollisti lääketieteellisessä

Jussi Rissanen:

12:57-13:01

Kuopio Itä-Suomen yliopistossa sivuttaisliikkeen

Jussi Rissanen:

13:02-13:03

Onko yhtään kartalla?

Jonna Koponen:

13:03-13:09

No aivan siis täsmälleen, koska meillähän on todella monipuolinen tarjonta täällä Itä-Suomen yliopistossa

Jonna Koponen:

13:10-13:16

Löytyy ne lääkärit ja opettajat, kauppatieteilijät ja tietojenkäsittelytieteilijät ja niin edelleen

Jussi Rissanen:

13:17-13:20

Tosi on hieno

Jussi Rissanen:

13:20-13:22

Postdoc ja Tenure track

Jussi Rissanen:

13:22-13:24

Avatko ihan lyhyesti?

Jussi Rissanen:

13:25-13:29

Jos ei ole akateemisessa maailmassa kiinni, niin saa ihmiset kiinni

Jonna Koponen:

13:29-13:32

Väittelemisen jälkeen susta tulee se tohtori

Jonna Koponen:

13:32-13:42

Ja sitten kun sä alat tehdä tutkimusta väittelemisen jälkeen, niin sitä sanotaan, että sä teet tämmöistä postdoc-tutkimusta, eli väittelemisen jälkeistä tutkimusta

Jonna Koponen:

13:43-13:57

Nythän Suomessa käydään sitä keskustelua, että miten pitkä tämä pitäisi olla tämä tämmöinen postdoc-tutkijan tai tutkijatohtorin työtehtävä, ja usein se näyttää nyt siltä, että se rupeaa tulemaan sellaiseksi kaksivuotiseksi työksi

Jonna Koponen:

13:58-14:04

Sitten meillä on mahdollisuus myös hakeutua niin sanotulle tenure track urapolulle

Jonna Koponen:

14:04-14:08

Se tarkoittaa professuuriin valmistavaa urapolkua

Jonna Koponen:

14:08-14:09

Siinä on monta vaihetta

Jonna Koponen:

14:09-14:12

Siinä voit olla

Jonna Koponen:

14:11-14:15

Sillä ensimmäisellä tasolla ja saada titteliksi Assistant professor

Jonna Koponen:

14:17-14:25

Ja sitten sä voit saada, menet eteenpäin, sillä nouset portaita ylöspäin ja sä kapuat ja sitten sä oot Associate professor

Jonna Koponen:

14:25-14:28

Ja on yleensä tällaisen neljän vuoden putki

Jussi Rissanen:

14:28-14:29

Joo

Jonna Koponen:

14:29-14:32

Ja kun sun associate professor-

Jonna Koponen:

14:33-14:43

Kausi loppuu, niin sut arvioidaan ja sitten susta on mahdollisuus tulla niin sanottu full professor, eli kertakaikkisesti oikea

Jussi Rissanen:

14:42-14:44

Neljännän generaali on silloin

Jonna Koponen:

14:44-14:46

Mä armeijassa

Jussi Rissanen:

14:46-14:50

Oot prikaatikenraali alussa ja näin se menee

Jussi Rissanen:

14:54-14:55

Nyt tämä tuli tosi hyvin

Jussi Rissanen:

14:56-15:03

Mä olen sellainen retoriikkaa oppinut, puhun aina 7-vuotiaille eikä 70-vuotiaille ydinprofessoreille

Jussi Rissanen:

15:04-15:13

Ei tämä ei liittynyt mitenkään suhun, mutta mä haluaisin nyt selventää, koska sulla oli niin kivasti nuo termit, että akateeminen maailma tarjoaa pitkiä urapolkuja

Jussi Rissanen:

15:14-15:16

huikeita verkostoitumismahdollisuuksia

Jussi Rissanen:

15:16-15:19

Ennen kaikkea sinun kansainvälistä tänä päivänä

Jussi Rissanen:

15:20-15:26

Olen huomannut työelämäprofessori, vaan rooli on bisnes maailman ja akateemisen maailman

Jussi Rissanen:

15:28-15:30

Näin olen ymmärtänyt oman roolin

Jonna Koponen:

15:34-15:39

Kun nuoret ei välttämättä näe sitä akateemista urapolkua semmoisena

Jonna Koponen:

15:38-15:42

Kansainvälisenä ja mahtavana ja uusia mahdollisuuksia tarjoavana

Jonna Koponen:

15:43-15:45

Tätä meidän pitäisi luukuttaa paljon enemmän

Jonna Koponen:

15:47-15:50

Minulla on yhteistyökumppaneita Japanissa

Jonna Koponen:

15:50-16:00

Yhdysvalloissa, Ranskassa, Australiassa, Italiassa, eli oikeasti viikottain näiden ihmisten kanssa tekemisissä

Jonna Koponen:

16:00-16:04

Ja välillä mun lapset tulee aina koputtaa, että äiti, missä sä nyt oot

Jonna Koponen:

16:04-16:06

Nyt hiljaa, mä opetan Ranskaan

Jussi Rissanen:

16:12-16:15

Hei, jos sä kiinnostuit myynnistä ja markkinoinnista

Jussi Rissanen:

16:16-16:17

Tsekkaa LUT

Jussi Rissanen:

16:17-16:25

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

Jussi Rissanen:

16:28-16:30

Mitkä on tällä hetkellä sun pöydällä?

Jussi Rissanen:

16:30-16:31

Tutkimuksen myötä

Jussi Rissanen:

16:31-16:36

Voi jos voin tämmöistä termiä sanoa, mutta aktiivisesti sulla työstössä, niin avaatko vähän?

Jonna Koponen:

16:38-16:44

Voin avata vähän, jos lähdetään ensin myyntiin liittyen, niin tässä viime aikana on siis tutkinut just

Jonna Koponen:

16:44-16:57

B2B-myyntiä ja nimenomaan tämä digitaalinen transformaatio kiinnostaa mua tosi paljon, et ei olla pelkästään enää sen kasvokkaisen vuorovaikutuksen varassa, vaan

Jonna Koponen:

16:55-16:59

vaan myös tämä myynti on yhä enemmän sitä digitaalista vuorovaikutusta

Jonna Koponen:

17:00-17:06

Mä oon siis tutkinut vuorovaikutusta online-chat-kanavassa,

Jonna Koponen:

17:04-17:10

Sitten olen kiinnostanut erilaiset videopalaverit, miten ne toimii myynnissä

Jonna Koponen:

17:10-17:13

Miten myyntipitchauksia tehdään hyvin

Jonna Koponen:

17:14-17:17

Ja sitten toki myöskin se myynn vuorovaikutusosaaminen

Jonna Koponen:

17:18-17:28

Uusimpia tutkimuksia myyntiin liittyen tämä tekoäly, kuinka se tekoäly integrointi sinne myyntiimeihin, niin miten se vaikuttaa myynnin johtamiseen?

Jonna Koponen:

17:31-17:36

Toinen tärkeä tutkimusteema, mikä tietysti nyt on etä-johtaminen

Jonna Koponen:

17:38-17:39

Digitaalisen viestinnän avulla

Jonna Koponen:

17:40-17:49

Nyt kun me ollaan yhä enemmän etätyössä tai sitten hybridimallissa, että välillä käydään toimistolla ja välillä sitten tehdään etännätöitä, niin

Jonna Koponen:

17:49-17:52

Sehän asettaa uudenlaisia haasteita johtamiselle myöskin

Jonna Koponen:

17:53-18:02

Olen tutkinut etäjohtamisen haasteita ja mahdollisuuksia ja esimerkiksi ylimmän johdon näkemyksiä siitä, että minkälaisia viestintäkanavia he käyttää

Jonna Koponen:

18:01-18:04

organisaation sisäisessä viestinnässä

Jussi Rissanen:

18:04-18:11

Lähetään nyt kauhomaan, koska nyt mä haluan kuulla, koska sulla on tutkittua tietoa

Jussi Rissanen:

18:11-18:15

Ei pidetä sitä salassa, eihän niin kerrotaan nyt se kaikille

Jussi Rissanen:

18:15-18:19

Nämä on aika avoimissa lähteessä nykyään nämä kaikki tutkimukset

Jussi Rissanen:

18:20-18:29

Jos nämä kiinnostaa, niin niitä löytyy Google Scholarissa tai sun nettisivun kautta, eiks vaan

Jonna Koponen:

18:28-18:29

Joo, se on just näin

Jonna Koponen:

18:30-18:37

Kyllä pyritään siihen, että tutkittu tieto on avointa, eli kaikki tällaiset akateemiset julkaisut, niin yleensä pyritään,

Jonna Koponen:

18:37-18:43

Pyritään järjestään niin, että ne on niin sanottuja open access-julkaisuja eli vapaasti saatavilla

Jonna Koponen:

18:43-18:45

Lisäksi löytyy myös blogitekstejä

Jonna Koponen:

18:47-18:49

Pyritty tekemään myös sitä

Jonna Koponen:

18:49-18:54

Tehdään siitä vähän semmoista kansankielisempää ja ehkä vähän helpommin pureskeltavaa

Jonna Koponen:

18:54-19:00

Eli löytyy myös blogi, etä-johtaminen ja digitaalinen viestintä, josta näistä asioista voi lukea

Jussi Rissanen:

19:01-19:01

Excellent

Jussi Rissanen:

19:02-19:11

Noniin, nyt jos lähdetään tämmöisellä kysymyksellä ja liikenteeseen, että mikä on B2B-myyjän vuorovaikutuksen merkitys myyntiprosessissa?

Jussi Rissanen:

19:11-19:15

Tämä on tosi avoin, mutta ota kiinni tästä, mitä sä olet löytänyt

Jonna Koponen:

19:17-19:23

Oikeastaan voisin kertoa tämmöisen tarinan, että kun me tutkittiin ratkaisumyyntiprosessia,

Jonna Koponen:

19:24-19:34

Meitä kiinnosti haastatella pitkän uran tehneitä myyntijohtajia ja kansainvälisen myynnin oikein superammattilaisia

Jonna Koponen:

19:34-19:42

Me kysyttiin sitä, että miten tämä digitaalinen transformaatio, miten se on vaikuttanut siihen ratkaisumyyntiin ja vuorovaikutukseen?

Jonna Koponen:

19:43-19:47

Lyhyesti ja karkeasti sanottuna se vaikuttaa aika paljon

Jonna Koponen:

19:48-19:55

Alku ei ole enää sitä, että me matkustamme toistemme luokseen ja vähän tunnustellaan ja kohdataan kasvokkain, vaan se

Jonna Koponen:

19:55-20:00

Ensimmäiset vaiheet ovat nimenomaan sitä digitaalisten kanavien käyttöä

Jonna Koponen:

20:00-20:06

Se säästää aikaa ja rahaa, se antaa myyjälle mahdollisuuden arvioida tämän asiakkaan

Jonna Koponen:

20:08-20:14

Maksukykyä ja sitä, että onko se sopiva meille, voisiko tästä lähteä pitkäaikainen suhde vai eikö

Jonna Koponen:

20:14-20:19

Eli arviointi tapahtuu esimerkiksi linkkarin kautta ja niin edelleen

Jonna Koponen:

20:18-20:21

Ensimmäinen kohtaaminen voi olla siellä sähköpostissa

Jonna Koponen:

20:21-20:23

Se ei välttämättä ole edes videolla

Jonna Koponen:

20:23-20:27

Mutta sitten kun mennään sinne vähän syvemmälle, ollaan havaittu, että

Jonna Koponen:

20:27-20:32

Okei, meillä voisi olla toisillemme annettavaa

Jonna Koponen:

20:32-20:35

Minulla voisi olla jotain sellaista, mikä ehkä vastaisi noihin sinun tarpeisiin

Jonna Koponen:

20:36-20:39

Eli me lähdetään ratkaisua rakentamaan ja me lähdetään

Jonna Koponen:

20:39-20:44

räätälöimään sitä ratkaisua ja tarvitaan yhteistä keskustelua

Jonna Koponen:

20:45-20:52

Nimenomaan silloin kasvokkaisen kohtaamisen merkitys tuleeikin tärkeämmäksi

Jonna Koponen:

20:51-21:01

Toki se voi olla video, jossa me kohdataan tälleen kasvokkain, mutta useimmiten varsinkin kansainvälisen myynnin kontekstissa tarkoittaa siinä kohtaa matkustamista

Jonna Koponen:

21:02-21:12

Koska nimenomaan se, että me ollaan läsnä samassa paikassa, vahvistaa luottamusta, että me pystytään näkemään ja tuntemaan se toinen ihminen siinä lähellä

Jonna Koponen:

21:12-21:21

Se antaa paljon paremman mahdollisuuden myös pienten lisäkysymysten esittämiseen ja sen ymmärryksen syventämiseen

Jonna Koponen:

21:21-21:22

Lopulta kaupan sulkemiseen

Jonna Koponen:

21:23-21:26

Samalla se suhdekin siin vahvistuu, kun me käydään yhdessä syömässä

Jonna Koponen:

21:26-21:31

Ehkä jaetaan helpommin itsestämme myös jotain muuta kuin pelkkää bisnestä

Jonna Koponen:

21:33-21:42

Mikä mun harrastukset on tai kerrotaan vaikka suomalaisesta kulttuurista ja kuullaan vastapainoksi japanilaisesta kulttuurista ja niin edelleen

Jonna Koponen:

21:42-21:51

Mutta sitten taas kun mietitään sitä seuraavaa vaihetta siinä ratkaisumyyntiprosessissa, tämä ratkaisun toimittaminen ja seuranta

Jonna Koponen:

21:51-21:59

Silloin taas tällöinen hybridimalli, eli digitaalisten kanavien käyttö ja toisaalta välillä se kasvokkainen kohtaaminen

Jonna Koponen:

21:59-22:01

Se onkin hyvä vaihtoehto

Jonna Koponen:

22:01-22:06

Eli me pystytään digitaalisia välineitä pitkin tosi paljon tekemään tänä päivänä

Jonna Koponen:

22:06-22:08

Meidän ei tarvitse aina matkustaa

Jonna Koponen:

22:08-22:12

Tämä video on esimerkiksi yksi tosi hyvä väline meille

Jonna Koponen:

22:12-22:24

Mutta jos me halutaan pitää oikeasti huolta siitä, että asiakas tyytyväisyys säilyi hyvänä ja se pitkäaikainen suhde kantaa esimerkiksi seuraavien kriisitilanteiden yli

Jonna Koponen:

22:24-22:25

Kyllä siihen kannattaa panostaa

Jonna Koponen:

22:26-22:32

Kannattaa välillä myös matkustaa, jotta sitä luottamusta ja sitoutumista saadaan ylläpidettyä

Jonna Koponen:

22:32-22:36

Nyt tarkoitan siis nimenomaan sellaisia asiakkaita, jotka on niitä

Jonna Koponen:

22:36-22:42

Me olemme firmassa analysoitu, että nämä ovat niitä pitkäaikaisia ja meille myös tuottavia asiakkaita

Jussi Rissanen:

22:44-22:45

Tämä vanhakantainen

Jussi Rissanen:

22:46-22:48

Tai se ole mun mielestä mikään vanha kanta

Jussi Rissanen:

22:48-22:56

Mulla on sen armeijan jälkeen olin kuusi vuotta vajaa myynnin ja johtamisen valmentajana Mercuri International tämmössä myyni

Jussi Rissanen:

22:56-22:58

Globaalissa myyntivalmennusyrityksessä

Jussi Rissanen:

22:58-23:01

Siellä oli tämä, että myyntitulos tulee myyntipanoksella

Jussi Rissanen:

23:01-23:05

Opin siis siihen systematiikkaan ja perusprosessin

Jussi Rissanen:

23:04-23:06

Määrä suunta laatu

Jussi Rissanen:

23:07-23:15

Ja nopea tapa, perinteisessä myynnissä sillä oli lisätä määrää, mutta sittenhän se saattaisi olla aktiivinen hönö, jos sulla ei ollut suuntaa

Jussi Rissanen:

23:15-23:18

Tässähän tämä digitaalinen maailma mahdollistaa

Jussi Rissanen:

23:18-23:30

Ennakkoon myös sen tiedustelun ja analyysin siitä asiakkuudesta, mihinkä sen tavallaan sen oikeasti kohdistetun voimakkaan liveen määrän kohdista

Jussi Rissanen:

23:30-23:32

Oonko yhtään jäljillä?

Jonna Koponen:

23:32-23:34

No siis naulan kantaan

Jonna Koponen:

23:35-23:45

Tätä tarkoitan, että meidän ei kannata sitä kaikkein kallisarvoisin resurssia, eli sitä kasvokkaiskohtamista, välttämättä kaikkien asiakkaiden kanssa käyttää

Jonna Koponen:

23:45-23:48

Eikä kaikki sitä edes haluaa tänä päivänä

Jussi Rissanen:

23:49-23:50

Tämä on hyvä nostaa

Jussi Rissanen:

23:50-23:55

että tuossa on paljon kipuilua, että missä kanavassa mun pitää sitten olla

Jussi Rissanen:

23:56-24:03

Sehän pitäisi löytää aina se, että palvelee siinä kanavassa, missä asiakas haluaa olla palveltavana tai haluaa olla

Jussi Rissanen:

24:04-24:04

Eiks näin

Jussi Rissanen:

24:05-24:08

On yksi elementti siinä prosessissa

Jonna Koponen:

24:09-24:21

Se on myös osa tätä transformaatiota, että hetkinen nyt, että mun pitääkin myyjänä olla näissä somekanavissa, että missä sun asiakas oikein liikkuukaan ja tavallaan tulla myös sen rajan yli

Jonna Koponen:

24:21-24:30

Enhän mä nyt sinne linkariin, eihän halua postata sinne mitään, mutta jos et saa näkyvillä, niin sä et tavallaan myöskään ole näkyvillä sun asiakkaille

Jussi Rissanen:

24:32-24:34

Tämä on jännä homma

Jussi Rissanen:

24:34-24:40

Mä oon nyt ottanut sen rooliin, että mun pääkanava oon kolmen juniorin iskä

Jussi Rissanen:

24:41-24:49

Töitä tehdään ja välillä tuntuu, että ei istuta kiirettä pois ja sitten mä oon ottanut tämän fokus, fokus, fokus

Jussi Rissanen:

24:49-25:00

Tämä tarkoittaa, että otetaan, kun mä reflektoin heti itseä pääviestintäkanava yrittäjänä tämän työelämäprofessoriuden rinnalla on LinkedIn

Jussi Rissanen:

25:00-25:09

Se on ollut huikeaa sitten, kun olen ollut seminaareissa tai vastaavaa, niin mulle tullaan esittäytymään, että hei Jussi, sä ootkin mulle tosi hyvin tuttu jo

Jussi Rissanen:

25:09-25:11

Okei, hauska tutustua

Jussi Rissanen:

25:13-25:18

Olen seurannut sua linkkarissa ja toi ollut, että hei ollut tosi nasta nähdä sua livenä

Jussi Rissanen:

25:18-25:23

On tämä tämä huikeeta tehdä myyntiä

Jussi Rissanen:

25:23-25:28

parhaimmillaan silloin, kun mä en edes myy, vaan olen läsnä siinä verkossa, eikö vaan?

Jonna Koponen:

25:28-25:35

Joo, ja siis tälle ilmiölle on tieteellinen nimitys, ja se on parasosiaalinen kontakti

Jonna Koponen:

25:35-25:38

josta voi kehittyä jopa parasosiaalinen suhde

Jonna Koponen:

25:38-25:45

Tämä on 60-luvulla keksitty termi ja tämä liittyy siihen, että sano kuka on sun lempinäyttelijä

Jussi Rissanen:

25:45-25:47

Vaikka Robert DeNiro

Jonna Koponen:

25:48-25:54

Jos sä näkisit hänen kävelevän kadulla, niin sulle se fiilis, että ei juma mä tunnen ton jätkän!

Jonna Koponen:

25:54-25:57

Mä tiedän jostain hetken, ai vitsi se on Robert DeNiro!

Jonna Koponen:

25:57-26:00

Sulle tulee se fiilis, kun sä oot nähnyt häntä monta kertaa

Jonna Koponen:

26:01-26:03

Ihan niin kuin mä tuntisin tämän ihmisen

Jonna Koponen:

26:03-26:06

Ja voisin jopa lähestyä häntä ja mennä hänelle juttelemaan

Jonna Koponen:

26:06-26:12

Eli toi sama ilmiö, minkä sä kuvasit, on aikaisempien selitysmallien pohjalta

Jonna Koponen:

26:12-26:21

Se on tapahtunut silloin, kun me seurataan julkisuuden henkilöitä, kuten vaikka poliitikkoja, näyttelijöitä tai muusta yhteydestä kuuluisia persoonia

Jonna Koponen:

26:22-26:31

Kohtaamatta heitä me luodaan tällöinen parasosiaalinen kontakti vähän enemmän, niin sanotaan, että se on parasosiaalinen suhde

Jonna Koponen:

26:30-26:32

Eli mä käyn Jussi siellä sun linkkarissa

Jonna Koponen:

26:32-26:36

Monta kertaa ja mä itse muodostan tällöisen suhteen sinuun

Jussi Rissanen:

26:37-26:38

Ei kun mahtavaa!

Jussi Rissanen:

26:38-26:39

Tämä selittää paljon

Jussi Rissanen:

26:40-26:46

Tää podcasti, missä me nyt Jonna ollaan, niin mulla on tullut nyt lukemattomia kertoja

Jussi Rissanen:

26:46-26:48

Muun muassa kuntosalilla, kun mä oon

Jussi Rissanen:

26:48-26:51

Käyn reissulla ympäri Suomea ja käyn sitten spottaamassa

Jussi Rissanen:

26:52-26:59

Kun siellä jotain höpötän jossain respassa tai jossain muualla, nyt tuli pakko tulla moikkaamaan, kun oli niin tuttu ääni

Jussi Rissanen:

26:59-27:05

Eli tämä ei ole enää pelkästään postaukseen liittyvää, vaan se liittyy ääneenkin

Jonna Koponen:

27:05-27:07

Eikö sama analogiaa tässä?

Jonna Koponen:

27:07-27:08

Joo, siis totta kai

Jonna Koponen:

27:09-27:17

Samahan liittyy, vaikka televisioista tutut kuuluttajat on meille sellaisia henkilöitä tai äänet ja niin edelleen

Jonna Koponen:

27:18-27:18

Just näin

Jonna Koponen:

27:18-27:20

Mutta sitten hei, mieti!

Jonna Koponen:

27:20-27:22

Entä kun he kohtaavat sinut livenä?

Jonna Koponen:

27:22-27:24

Onko se vaikutelma sama?

Jonna Koponen:

27:26-27:29

Minkälaisen äänen olen kuullut Myyntiradiossa?

Jonna Koponen:

27:30-27:33

Onko se vaikutelma sama, kun kohtaan sinut kuntosalilla?

Jussi Rissanen:

27:33-27:39

Okei, tämä on nyt se tärkeä oppi kaikille!

Jussi Rissanen:

27:39-27:44

Eli nyt jos sä eri kanavissa vedät jotain roolia, mitä sä et oo sit livenä

Jussi Rissanen:

27:44-27:54

Sitten voi tulla, että sä meet asiakaspalvelulla on tietyt odotukset, joissa ja kokemus on heikompia, että sä välttämättä enää mene sinne kauppaan

Jussi Rissanen:

27:54-27:56

Sama ilmiö

Jonna Koponen:

27:57-27:59

Väittäisin, että kyllä

Jonna Koponen:

28:00-28:03

Tutkin tätä ilmiötä ja paperi ei ole vielä ulkona

Jussi Rissanen:

28:09-28:11

On eri vaikuttamisen keinoja

Jussi Rissanen:

28:13-28:20

Joku osaa kirjoittaa tosi hyvin, fyysinen presentointikyky ja esiintyminen onkin erityylistä

Jussi Rissanen:

28:20-28:28

Ja sitten jos ajatellaan myyntitiimiä, niin eiks näitäkin rooleja siellä tarvitse olla se diversiteettiä iän ja sukupuolen mukaan, mutta myös

Jussi Rissanen:

28:28-28:31

vaikuttamisen keinojen mukaan täytyy jatkossa olla

Jussi Rissanen:

28:30-28:30

Ja

Jussi Rissanen:

28:31-28:33

Näin mä yhdistän tavallaan myyntiin johtajalle

Jonna Koponen:

28:35-28:36

Ihan totta

Jonna Koponen:

28:36-28:42

Että tavallaan hakea sitä, missä itse kukin on parhaimmillaan ja tulee parhaiten eduksi

Jonna Koponen:

28:43-28:51

Vielä palatakseni tuohon, että vaikutelman hallinta kannattaa miettiä, ettei tosiaan vedä jotain sellaista roolia

Jonna Koponen:

28:51-28:56

ettei mun myyntitiimin jäsenet vedä jotain sellaista roolia, joka on heille päälle liimattu

Jonna Koponen:

28:57-29:01

Kun mun tiimistä tavataan näitä ihmisiä jatkossa

Jonna Koponen:

29:00-29:09

niin he ovat ihan oikeasti autenttisesti just semmoisia, mitä he muutenkin näissä kanavissa viestintänsä ja kuviensa perusteella ovat

Jussi Rissanen:

29:09-29:15

maalaisjärjelläkin ymmärtää tuon ilmiön, koska sen on itsellisesti huomannut

Jussi Rissanen:

29:15-29:23

Ja se on ollut oikeeta kerran tosiaan Joensuussa Ilosaari, tai Ilosaarassa, siis en ollut Ilosaarirockissa,

Jussi Rissanen:

29:23-29:29

Siinä oli sitten, kun olen mennyt vessaan, niin kuuntelin sen naapuripöydän keskustelua

Jussi Rissanen:

29:29-29:31

Ja se, että nyt on kyllä tuttu ääni

Jussi Rissanen:

29:31-29:33

Mistä tuo jätkä on tuttu!

Jussi Rissanen:

29:33-29:37

Ja sitten siitä alkoi sitten loppuillan ystävyys siellä

Jussi Rissanen:

29:38-29:42

En koskaan tiedä, mihinkä se tavallaan epäsuoran vaikuttaminen vie

Jussi Rissanen:

29:43-29:48

Tämä olen oppinut myös itse, kun tämä myynti on monikanavaistunut

Jussi Rissanen:

29:50-29:55

täytyy olla läsnä ja rakentaa sitä verkostoa systemaattisesti

Jussi Rissanen:

29:56-29:59

Sitten vielä tuohon ehkä

Jussi Rissanen:

29:59-30:02

B2B-myyjän myyntiin koronahan opetti ainakin

Jussi Rissanen:

30:03-30:10

En tiedä teille miten tutkittu sitä, mutta sen myyntimäärähän nousi sitten aika paljon, kun ruvettiin tekee, huomattiin

Jussi Rissanen:

30:10-30:12

Tämä on paljon nopeampi

Jussi Rissanen:

30:12-30:19

Ei tarvitse liikkua, varata lentokentälle aikaa, vaan voi olla Hong Kongiin yhteydessä videoneuvottelussa ja muissa

Jussi Rissanen:

30:21-30:27

Sitä varmaan ammuttiin vähän ylikin sitten niitä, että nyt me siirrytään vaan tekemään etämyyntiä

Jussi Rissanen:

30:27-30:31

Hyvä kuvaus mielestäni tuossa, että pitää oikeasti miettiä

Jussi Rissanen:
30:32-30:33
Viestinäammattilaisena

Jussi Rissanen:
30:34-30:36
Olen joskus esiintymistaitoa valmenut

Jussi Rissanen:
30:36-30:39
Käytiin tällaista kanavien vaikuttavuutta

Jussi Rissanen:
30:39-30:43
Heikoin vaikuttavuus on, että sä laitat

Jussi Rissanen:
30:43-30:45
Ilmoitustaululle lomakkeen

Jussi Rissanen:
30:46-30:55
Vahvin vaikutus on ollut, Jonna nyt ajanut Kuopiosta tekemään sun kanssa kasvotusten tämän podinkin, jolloin me oltaisi oltu face to face

Jussi Rissanen:
30:56-30:59
Siinä pätee nämä lainalaisuudet

Jussi Rissanen:
30:59-31:06
Siinä välissä on Messengerit ja tekstiviestit, Whatsapit ja sähköpostit ja näin se menee

Jussi Rissanen:
31:06-31:08
Videoneuvottelu ennen face to face

Jussi Rissanen:
31:08-31:09
Onko tämä

Jussi Rissanen:
31:09-31:14
vaikuttavuuden taso edelleen relevanttia tänä päivänä

Jonna Koponen:
31:14-31:15
On todellakin

Jonna Koponen:
31:15-31:20
Sä kuvaat nyt aivan mahtavasti sellaisen teorian, jonka nimi on Media Richness

Jonna Koponen:
31:21-31:24
Eli median ilmaisuvoimaisuuden teoria

Jussi Rissanen:
31:24-31:26
Sieltä se tuli

Jussi Rissanen:
31:26-31:28
Hyvä, mä oon niin tyytyväinen

Jonna Koponen:
31:32-31:38
Se katsos, se selittää meille se teoria sitä, että miten nämä eri digitaaliset viestinnän kanavat

Jonna Koponen:
31:38-31:41
pystyy välittämään meille sosiaalista läsnäoloa

Jonna Koponen:
31:41-31:46
Eli sitä tunnetta siitä, että olen tekemisissä aidon ihmisen kanssa

Jonna Koponen:
31:46-31:55
Ja totta kai, kun lätkäiset tiedotteen, niin eihän siinä juuri sellaista fiilistä tule verrattuna videoon tai ihan siihen kasvokkaiseen kohtaamiseen

Jonna Koponen:
31:55-32:08
Se, että kasvokkain nähdään, kuullaan, voidaan se koko nonverbaalinen eli sanaton ilmaisu siitä toisesta ihmisestä tulkita ja ymmärtää, tämähän on tietenkin paljon vaikuttavampaa silloin

Jussi Rissanen:

32:09-32:10

Hei jees!

Jussi Rissanen:

32:10-32:13

Tosi hyviä nostoja ja mä palaan niihin ja mä luulen, että sä vastasitkin

Jussi Rissanen:

32:13-32:16

Mutta jos ajatellaan, nyt sitten vielä, mennään syvemmälle siihen

Jussi Rissanen:

32:17-32:18

vaikuttavuuteen

Jussi Rissanen:

32:18-32:20

Koska mä tykkään puhua impactista

Jussi Rissanen:

32:20-32:24

Me oltiin Madridissa IE Universityssa vierailulla,

Jussi Rissanen:

32:24-32:27

Käytiin katsomassa ekskursiolla

Jussi Rissanen:

32:28-32:42

Vaihtoehtoa, mihin me viedään ekskursiolle ulkomaille, niin ne puhuvat siellä Embassakin bisnesvaikuttavuudesta, eli osataan toimintaympäristön lainalaisuudet osataan laskea bisnesarvo siinä yhteistyössä

Jussi Rissanen:

32:43-32:55

Siellä oli tosi paljon tästä, mihin viittasit tää sun social impactina ja miten sä pystyt johtajana tai myyjänä tekemään vaikutuksen joko sun asiakasyritykseen tai sun johdettaviin ihmisiin

Jussi Rissanen:

32:56-33:02

Etämyynti on vaikuttanut myynnin vuorovaikutuksen vaikuttavuuteen

Jussi Rissanen:

33:03-33:07

Se on kuitenkin pysyvä, on tullut pysyväksi ja toivon

Jussi Rissanen:

33:07-33:16

Se tuo tietty tehokkuutta ja pystytään uusasiakashankinnassa tai olemassa olevan asiakkaan pidossa, sitä hyödyntää

Jussi Rissanen:

33:17-33:18

Metipä tätä

Jonna Koponen:

33:20-33:31

Ajattelen sitä jotenkin silleen, että monikanavaisuus on vaikuttanut siihen, että meidän pitää ymmärtää olla läsnä myös monikanavaisesti

Jonna Koponen:

33:31-33:45

Eli jos mä haluan vaikuttaa, niin silloin se ei riitä, että mä vaikutan yhdessä kanavassa, vaan itse asiassa mun pitäisi tehdä sellainen strategia, että mä olen monikanavaisesti läsnä, jolloin se mun viestintä on myöskin vaikuttavampaa

Jonna Koponen:

33:45-33:53

Eli se, että haltuun perus Linkkarit, Facebookit, Instagramit ja niin edelleen

Jonna Koponen:

33:53-33:58

Mutta myös haltuun yhtä lailla esimerkiksi nämä videokokousten johtamiset

Jonna Koponen:

33:59-34:03

chat kanavat ja chatbottien toiminnot ja niin edelleen

Jussi Rissanen:

34:04-34:04

Joo

Jussi Rissanen:

34:06-34:10

Koska sehän on saman tien sä oot nykyään

Jussi Rissanen:

34:10-34:13

globaalisti läsnä, kun olet siellä digimaailmassa

Jussi Rissanen:

34:14-34:17

Se ei rajoitu Suomen rajoihin se vaikuttavuus

Jonna Koponen:

34:19-34:23

Ylipäättään kun ajatellaan, niin kyllähän tämä globalisaatio on tuonut sen, että

Jonna Koponen:

34:24-34:29

Rajat jotenkin hälvenee ja pienenee siis tästä pallosta on tullut pienempi

Jonna Koponen:

34:30-34:35

Kynnys ottaa yhteyttä vaikka sinne Japaniin tai Ranskan on madaltunut

Jonna Koponen:

34:35-34:38

Se on helpompaa, luontevampaa

Jonna Koponen:

34:38-34:39

Ja nopeampaa

Jussi Rissanen:

34:40-34:50

Miten tämä johtuneesta syystä ajautunut hyvin vahvasti tähän transformatiivisen johtamiskäsitykseen

Jussi Rissanen:

34:51-34:58

Aikanaan se Burns kirjoitti sen Leadership-kirjan, ja sitä ennen se oli transaktiota aika paljon

Jussi Rissanen:

34:59-35:01

1000 euron bonuksen, kun tehdään

Jussi Rissanen:

35:01-35:03

Eli reaktio tapahtuu siinä

Jussi Rissanen:

35:03-35:11

Transformaatio, mä ymmärrän niin, että tunnenkin, että mistä sä sisimmässään
motivoidut ja mä pystyn johtajana

Jussi Rissanen:

35:11-35:17

Ekana tunnen tietysti itseni ja johdettavani tai asiakkaani ja pystyy häntä motivoimaan

Jussi Rissanen:

35:18-35:23

Näkykö nämä luottamuksen ja arvostuksen rakentamisen elementit nyt myös täällä
etämyynnissäkin?

Jonna Koponen:

35:24-35:36

No ihan varmasti näkyy, että kyllä uskon siihen, että edelleen se perusasia, eli
luottamus, joka rakentuu ihmisten välille, niin se on myös sen myynnin ja ostamisen
kulmakivi

Jonna Koponen:

35:36-35:38

Meillähän on vanha teoria

Jonna Koponen:

35:39-35:41

Hunt, jotka on meille antaneet nämä käsitteet

Jonna Koponen:

35:41-35:42

Past and commitment

Jonna Koponen:

35:43-35:49

Elikkä ensimmäiseksi luot sen luottamuksen ja sitä kautta sulla on mahdollisuus päästä
sinne sitoutumiseen

Jonna Koponen:

35:49-35:49

Eiks vaan

Jonna Koponen:

35:51-35:53

Täytyyhän se tapahtua

Jonna Koponen:

35:53-35:57

Ja sitten meillä on myös tällöinen uusi käsite kuin pikaluottamus

Jonna Koponen:

35:57-36:03

Eli mä aika nopeasti tässä videoneuvottelun alussa teen sitä arviota, että luotanko mä sinuun

Jonna Koponen:

36:05-36:07

Mitä siinä tapahtuu?

Jonna Koponen:

36:08-36:12

Ylipäättään siin tapahtuu varmasti samat ilmiöt kuin muutenkin

Jonna Koponen:

36:13-36:27

Eli se sun ensi vaikutelma, jossa me arvioidaan toisaalta ihmisen älykkyyttä, eli minkälainen koulutustausta hänellä on, ja niin tietääköhän tuosta asiasta, mistä hän tulee puhumaan, ja sitten toisaalta sitä hänen sosiaalisuuttaan

Jonna Koponen:

36:27-36:30

Eli minkälainen ihminen hän on

Jonna Koponen:

36:30-36:31

Onko hän hyvä tyyppi?

Jonna Koponen:

36:32-36:34

Haluatko vuorovaikutuksen hänen kanssaan?

Jonna Koponen:

36:34-36:40

Se samahan tapahtuu myös videovälitteisesti, kun me nähdään toisten kuvaa tässä

Jussi Rissanen:

36:41-36:46

Mä otin yhdessä sun nyt julkaisusta neljää eri elementtiä

Jussi Rissanen:

36:46-36:49

Nyt mä en osaa yhdistää mitään, kun sulla oli niin useita, mutta

Jussi Rissanen:

36:49-36:54

Sulla oli täällä neljä löydöstä sieltä kiteytyy tähän vuorovaikutukseen

Jussi Rissanen:

36:54-36:57

Se oli mun mielestä etämyyntivideo,

Jussi Rissanen:

36:57-37:00

Nyt sä korjaat jonkun, kun sä kuulet, sä tiedät tämän paremmin

Jussi Rissanen:

37:00-37:13

Mutta sieltä sä löysit käyttäytymiseen liittyvä viestintäosaamisen, tunteisiin liittyvän viestintäosaamisen, kognitiivisen viestintäosaamisen ja sitten neljäntenä oli myyntitaito

Jussi Rissanen:

37:13-37:18

Ne oli mielenkiintoisia nämä, koska muistatko tällaisen löydöksen?

Jussi Rissanen:

37:18-37:23

Liittyykö tämä justiin näihin myyntijohtajien tutkimukseen täällä löydös?

Jonna Koponen:

37:24-37:25

Liittyy tosiaankin

Jonna Koponen:

37:26-37:29

Se on se myynnin vuorovaikutusosaamisen paperi

Jonna Koponen:

37:30-37:35

Mielessä, koska mä en jotenkin tykkään ajatella, että

Jonna Koponen:

37:36-37:41

Semmoinen persoonallisuuden piirre, vaikka ekstrovertti tai introvertti

Jonna Koponen:

37:42-37:50

Sen ei tarvitse olla meillä ihmisillä määrää asia, vaan kun me lähestytään sitä

Jonna Koponen:

37:50-37:57

sitä vuorovaikutusosaamisen näkökulmasta, niin silloin puhutaankin jostain sellaisesta asiasta, jota me voidaan kehittää

Jonna Koponen:

37:57-37:59

Eli vuorovaikutusosaamista me voidaan

Jonna Koponen:

37:59-38:10

oppia, me voidaan harjoitella, me voidaan reflektoida, mutta sen sijaan persoonallisuuden piirteitä meidän on lähes mahdoton muuttaa

Jonna Koponen:

38:10-38:10

Ymmärrätkö

Jonna Koponen:

38:11-38:19

Eli tavallaan minua kiehtoo se, että kun mä halusin aina olla opettaja, niin minua on kiehtot se, että miten me voidaan sitten ihmisiä

Jonna Koponen:

38:19-38:20

auttaa kehittymään

Jonna Koponen:

38:20-38:24

Vuorovaikutuksessahan me kaikki kehitytään koko ajan, siis läpi elämän

Jonna Koponen:

38:24-38:27

Eihän kukaan ole siinä ikinä valmis

Jussi Rissanen:

38:27-38:32

Ja sitten tämä oli tähän extrovertti, introvertti ajattelu maailmaan

Jussi Rissanen:

38:32-38:33

Mä luin ton Daniel H

Jussi Rissanen:

38:34-38:35

Pinkin kirjan

Jussi Rissanen:

38:35-38:40

To Sell is Human

Jussi Rissanen:

38:40-38:44

Kun se tutki katon Jenkeissä sitä,

Jussi Rissanen:

38:43-38:48

Sitä elementtiä, että siellä noin 10-15 prosenttia koko työväestössä on myynnin parissa tekemisessä

Jussi Rissanen:

38:48-38:51

Mutta se rupesin tutkima sitä loppuun

Jussi Rissanen:

38:51-38:54

Noin 85 prosenttia

Jussi Rissanen:

38:54-38:59

Sieltä tuli taas tällainen tähän extrovertti, introvertti maailmaan

Jussi Rissanen:

39:00-39:12

Hän teki löydöksen, että ambivertti ja tällainen välimaaston ihminen on itseasiassa täydellinen myynnissä, koska se haluaa olla koko ajan äänessä ja jopa kuuntelee, mitä asiakas kertoo tai johdettavalla on ongelma

Jussi Rissanen:

39:12-39:13

Ootko samalla

Jussi Rissanen:

39:14-39:16

Voiko tuon allekirjoittaa?

Jonna Koponen:

39:16-39:22

Joo, siis voi, ja jotenkin tähän liittyy minusta yksi sellainen myynnin vuorovaikutuksen myytti

Jonna Koponen:

39:22-39:31

Että vain ihmiset, jotka tosi mielellään on toisten ihmisten kanssa tekemisissä ja suuna päänä ja puhuu hirveästi, vain heistä olisi myynti alalle

Jonna Koponen:

39:32-39:33

Silleen ei!

Jonna Koponen:

39:34-39:37

Myynti hän on nimenomaan sitä asiakkaan kuuntelemista

Jonna Koponen:

39:37-39:39

Sitä kuuntelemista painotetaan

Jonna Koponen:

39:40-39:42

Onhan meillä myös tutkimuksia, että

Jonna Koponen:

39:43-39:51

Ne myyjät, joilla on enemmän sitä introverttia, persoonallisuuden piirrettä, niin ne ovat nimenomaan hyviä siksi

Jonna Koponen:

39:52-39:58

He malttaa kuunnella ja sen kuuntelemisen kautta he osaavat antaa parempia ohjeita vaikka myyntitiimille

Jonna Koponen:

39:58-40:02

Siksi siinä myyntitiimissäkin tarvitaan erilaisia ihmisiä

Jonna Koponen:

40:02-40:13

Välttämättä ne introvertit eivät ole parhaimmillaan sitten tilanteessa, jossa meidän pitää tehdä joku iso launchaus ja myyntipitsaukset ja niin edelleen ja ottaa se yleisö haltuun

Jonna Koponen:

40:13-40:16

Siihen pitää siellä myyntiimistä etsi joku toisen tyyppinen henkilö

Jussi Rissanen:

40:16-40:22

Niin, mä siis ammattisotilaana entisenä, niin jotkut osaa rynnätä tilaan ja jotkut osaa pitää sen hallussa

Jussi Rissanen:

40:22-40:23

Eli tässä on ihan sama

Jussi Rissanen:

40:24-40:26

osaamisen ja tekniikoiden maailman

Jussi Rissanen:

40:26-40:28

Tämä on myyntijohtajille olennaista

Jussi Rissanen:

40:29-40:35

Jos olet se haltuunottaja, niin en rekrytoi kuutta haltuunottajaa tiimiin, koska silloin siellä

Jussi Rissanen:

40:35-40:40

Tapautuu haltuunotto, mutta pito ei synny siis sillä tavalla maallikon kielellä

Jussi Rissanen:

40:41-40:44

Tämä oli mielenkiintoinen tämä nelikenttä tässä sun paperissa

Jussi Rissanen:

40:44-40:49

Käyttäytymiseen liittyvä viestintäosaaminen tunteisiin liittyvä

Jussi Rissanen:

40:49-40:54

Mä avaan vähän tätä, mitä ne kaksi eri tasoa silloin on

Jussi Rissanen:

40:54-40:57

Käyttäytymiseen liittyvä vaihe versus tunteisiin

Jonna Koponen:

40:58-41:05

Nyt jos ajatellaan, että mitä sä näet minusta ulospäin vuorovaikutusta, niin sinähän näet ne mun vuorovaikutustaidot

Jonna Koponen:

41:05-41:06

Eli vaikka tässä nyt

Jonna Koponen:

41:06-41:13

käsien käyttöä tai katsekontaktin ottamista, tai sä voit kuunnella, miten mä rakennan mun lauseita ja niin edelleen

Jonna Koponen:

41:14-41:14

Eiks vaan?

Jonna Koponen:

41:15-41:18

Hirveän paljon tapahtuu täällä pään sisällä

Jonna Koponen:

41:18-41:28

Ne on sitten ne affektiiviset eli tunteisiin liittyvät ja mun motivaatioon liittyvät asiat ja toisaalta myös mun

Jonna Koponen:

41:26-41:30

eli siihen kognitiiviseen ulottuvuuteen liittyvät asiat

Jonna Koponen:

41:30-41:38

Näitä ei oikeastaan voi toisistaan hirveästi erottaa, koska totta kai myös se vaikka

Jonna Koponen:

41:36-41:49

Miten motivoitunut mä olen olemaan ihmisten kanssa tekemisissä ja mitä mä vaikka tiedän erilaisista vaikuttamisen strategioista, niin tietenkin sillä on yhteys siihen, että miten minä sitten ilmaisen itseäni ja miten mä puhun toisille ihmisille

Jonna Koponen:

41:51-41:55

Tämä on periaatteessa se vuorovaikutusosaamisen kore

Jonna Koponen:

41:55-42:02

Myynnissä tämä ei kuitenkaan vielä riitä, vaan se, mitä meidän tutkimus osoitti, oli, että siellä tarvitaan myös se

Jonna Koponen:

42:02-42:04

Myynnin strateginen osaaminen

Jonna Koponen:

42:05-42:15

Siellä täytyy olla ymmärrystä yritysten välisestä myynnistä, myyntiprosessista, tietenkin siitä markkinasta ja asiakkaan ostokäyttäytymisestä

Jonna Koponen:

42:15-42:26

Näistä myyntikanavista nykyään eri digitaaliset kanavat huomioiden ja myös johtamisosaamista, jos sä johdat sitä tiimiä, niin totta kai sun pitää myös ymmärtää johtamisesta jotakin

Jussi Rissanen:

42:26-42:35

Erittäin hyvä, että se on tavallaan kaksi ekaa tasoa riittää tosi hyvään kahvikeskustelutasoon, mutta silloin ei vielä eurot liiku

Jonna Koponen:

42:36-42:37

Voihan sen tiivistää

Jussi Rissanen:

42:42-42:44

Sulla on tämmöinen tavoitteellinen vuorovaikutus

Jussi Rissanen:

42:44-42:48

ja se on tosi vahva vuorovaikutus

Jussi Rissanen:

42:48-42:56

Sulla pitää olla sitten, etkä sä voi mennä tuote edellä myynti myynti edellä, vaan sun pitää kohdata ekana ihminen

Jussi Rissanen:

42:56-42:58

Tämä tulee tässäkin tavallaan

Jonna Koponen:

43:01-43:04

Tässä on ne kaksi tärkeää kriteeriä

Jonna Koponen:

43:04-43:06

Ja tieteen kielellä ne on tämmöiset kuin

Jonna Koponen:

43:06-43:09

Tehokkuus ja tarkoituksenmukaisuus

Jonna Koponen:

43:09-43:14

Se tarkoittaa juuri tuota, mitä sanoit, että et voi mennä vain se tehokkuus edellä

Jonna Koponen:

43:15-43:19

Tuote edellä tai nyt kuule klousataan kauppa tässä kiivaasti

Jonna Koponen:

43:19-43:24

vaan pitää olla myös tarkoituksen mukainen, joka liittyy siihen suhdetasoon

Jonna Koponen:

43:24-43:27

Eli tietyn ihmisen kanssa, tietyssä

Jonna Koponen:

43:27-43:35

Kulttuurisessa kontekstissa käyttäytyminen täytyy olla myöskin tarkoituksenmukaista ja sensitiivistä niin, että sä loukkaat toisia

Jonna Koponen:

43:35-43:41

Se mitä tähän myyntiin liittyy tietysti myös se eettisyys

Jonna Koponen:

43:40-43:43

Eli se tieto, mitä sä kerrot, ei voi olla valheellista

Jonna Koponen:

43:44-43:50

Etkä sä voi toista johdattaa harhaan vakuuttamalla vaikka asiasta, joka ei pidä paikkaansa

Jonna Koponen:

43:50-43:51

Ei ole totta

Jussi Rissanen:

43:51-43:52

Juuri näin, juuri näin

Jussi Rissanen:

43:53-43:55

Ai, että sä oot kyllä, se ihan löytyy tässä

Jussi Rissanen:

43:57-44:01

Voin jatkaa näillä, mulle on sulla näiden

Jussi Rissanen:

44:01-44:03

Nämä perustuu tutkittuun tietoon kaikki sillä

Jonna Koponen:

44:04-44:07

Lähde niitä perään siihen,

Jussi Rissanen:

44:09-44:11

Ja mä tein

Jussi Rissanen:

44:11-44:14

eri myyntityylien merkitys

Jussi Rissanen:

44:14-44:21

Viittasitkin tarkoituksen mukaan, että niin viestinnässä jotain vaikuttavuudessa, että voi yhdellä tyylillä

Jussi Rissanen:

44:22-44:30

päteä joka suuntaan, vaan se on sitä, että sä osaat reagoida tilanteeseen ja mietit, että milloin mä vähän vetäydyn, milloin mä oon enemmän

Jussi Rissanen:

44:30-44:31

asiantuntija

Jussi Rissanen:

44:32-44:42

Vielä tässä ostamisen muutoksessa olen huomannut, että aika monesti ostajakandidaatit tietää melkein substanssissa, mitä olen palvelemassa niin enemmän kuin minä joskus

Jussi Rissanen:

44:42-44:45

Ja mitä olen tosi varovan, että mä lähden ylipäättään

Jussi Rissanen:

44:45-44:48

Mitä ajatuksia sulla tulee tällaisen tyyli valikoimasta?

Jussi Rissanen:

44:48-44:50

Onko se relevanttia tänä päivänä?

Jonna Koponen:

44:50-44:51

On tosi relevanttia

Jonna Koponen:

44:52-44:56

Ja sitten tästä tulee mieleen tämä adaptiivinen myynti, Adaptive Selling

Jonna Koponen:

44:57-45:04

Sehän on jo perinteinen ajatus oikeastaan myyntityöskentällä, että myyjä ei vain

Jonna Koponen:

45:04-45:16

sano sitä omaa sanansa, niin kuin hän on ajatellut, että tämä tarina kulkee, vaan hänen perusidea on se, että hän mukautuu siihen tilanteeseen ja hän mukautuu sen asiakkaan tarpeisiin

Jonna Koponen:

45:15-45:28

Siihen voisi lisätä vielä varmasti tänä päivänä sen, että mukautuu tietkōisiä viestintäkanavaan, koska myös näissä kanavissa on erilaisia viestintätarpeita

Jonna Koponen:

45:29-45:39

Esimerkiksi itse olen välttänyt tuota TikTokia, koska en koe olevani parhaimmillaan siinä kanavassa, että pitäisi harjoitella varmaan vähän

Jussi Rissanen:

45:39-45:42

Pitää mennä sinne, jos haluaa asiantuntijuutta ylläpitää

Jussi Rissanen:

45:43-45:47

Jos ette lähde sinne tekemään, puhua vaikka LinkedIn käytöstä, niin

Jussi Rissanen:

45:47-45:50

Olen edelleen läsnä, niin tiedät, mitä alalla tapahtuu

Jussi Rissanen:

45:50-45:57

Se on osa sun ammattitaitoa tavallaan, että mitä argumentteja kilpailevat yritykset käyttää tai siellä ne vaikuttajat

Jussi Rissanen:

45:58-46:02

Se on paljon enemmän läsnä siinä myynnin kontekstissa sen jälkeen

Jussi Rissanen:

46:03-46:07

Todella mielenkiintoista, mistä mä osaan ottaa kiinni

Jussi Rissanen:

46:07-46:12

Niin paljon nyt tuli tässä, kun sä vedit niin hyvin nämä teoriat ainakin

Jussi Rissanen:

46:13-46:14

Otetaan kiinni tuosta

Jussi Rissanen:

46:15-46:16

Meillä oli tällainen agenda

Jussi Rissanen:

46:16-46:18

Me ollaan aika hyvin kyllä menty siinä eteenpäin

Jonna Koponen:

46:18-46:20

Täällä on poistettu kyllä, mutta ei se halua

Jussi Rissanen:

46:21-46:26

Ei tästä kuulijat tykkää, koska

Jussi Rissanen:

46:24-46:28

Jonna on tuolla rockstara vetää tiukkana

Jussi Rissanen:

46:28-46:30

Mä innostuin törkeästi tässä

Jussi Rissanen:

46:30-46:32

Ja tuossa me oltiin

Jussi Rissanen:

46:32-46:34

Joo vähän, että synnyttäänkö

Jussi Rissanen:

46:34-46:37

Miten myyjä voi oppia paremmiksi vuorovaikutukseen?

Jussi Rissanen:

46:38-46:39

Synnyttäänkö vai opitaan

Jussi Rissanen:

46:39-46:41

Me ollaan kummatkin sitä meiltä, että opitaan

Jussi Rissanen:

46:43-46:56

kun sä olet sitä valmentanut ja kouluttanut, oli lääkäreiden vuorovaikutus tai teet sitä ihan ammattilaisena, niin miten myyjä vois oppia paremmaksi siinä vuorovaikutuksessa?

Jonna Koponen:

46:57-47:04

Haluan painottaa sitä, että oikeasti sitä myyntiosaamista ja vuorovaikutusosaamista voi oppia

Jonna Koponen:

47:04-47:10

Sitä voi harjoitella ja oikeasti sitä voi reflektoida ja miettiä, että miten kehittyisin tässä

Jonna Koponen:

47:10-47:19

kenties entistä paremmaksi, mutta siihen tarvitaan aikaa, siihen tarvitaan oikeita menetelmiä siihen tarvitaan se oma motivaatio

Jonna Koponen:

47:20-47:24

En usko siihen, että kukaan pystyy sinulle saavista kaatamaan

Jonna Koponen:

47:24-47:30

Vuorovaikutusosaamista päähän ei, vaan kyllä siihen pitää olla se oma motivaatio myös taustalla

Jonna Koponen:

47:30-47:38

Ihan jonkun teknisenkin asian haltuunottaminen, niin miksi ei näitä taitoja voisi myös opiskella

Jonna Koponen:

47:39-47:45

On hirveesti tutkimusta tehty myös siitä, miten työtä ja vuorovaikutusta opitaan

Jonna Koponen:

47:45-47:50

Aika keskeisiä on tällaiset kokemukseen ja reflektointiin perustuvat työtavat

Jonna Koponen:

47:50-47:58

Eli tarkoitan sitä, että me tehdään joku harjoitus ja siinä harjoituksessa esimerkiksi vaikka perinteinen roolipeli

Jonna Koponen:

47:59-48:01

Olet myyjän roolissa ja mä oon asiakkaan roolissa

Jonna Koponen:

48:02-48:06

Me käydään sitä myyntikeskustelua ja sitten sen jälkeen me reflektoidaan

Jonna Koponen:

48:07-48:08

Eli se tarkoittaa sitä, että no

Jonna Koponen:

48:09-48:12

Me nyt analysoidaan, että kuinka se harjoitus sujui

Jonna Koponen:

48:12-48:16

Mitä asiakas sanoi, mitä myyjä sanoi, mikä fiilis siitä jäi?

Jonna Koponen:

48:16-48:17

Syntyykö kauppa?

Jonna Koponen:

48:18-48:21

Minkälaisia neuvottelustrategioita käytettiin?

Jonna Koponen:

48:21-48:24

Mikä vakuutti, mikä ei vakuuttanut ja niin edelleen

Jonna Koponen:

48:24-48:30

Me pystytään analysoimaan käyttäytymistä ja ymmärtämään entistä paremmin, miten me toimitaan

Jonna Koponen:

48:31-48:33

Tämä on perusharjoitus

Jussi Rissanen:

48:35-48:37

Tämä on jännä, kun näitä on tehnyt paljon

Jussi Rissanen:

48:39-48:41

Sen vasta hankaa välillä

Jussi Rissanen:

48:41-48:45

Tämä on nyt tämmöinen teenäinen arjoitus, ettei opi tietoja

Jussi Rissanen:

48:45-48:47

En oletko törmännyt

Jussi Rissanen:

48:48-48:55

Olen tulkinut myös sen vähän, että se on myös sellaista pelkoa mennä sinne epä mukavuusalueelle siinä ja yrittänyt madaltaa

Jussi Rissanen:

48:55-49:01

Aina kun me ollaan saatu hyvät tällaiset rooliharjoitteet, niin ne on opettanut ihan mielettömästi

Jussi Rissanen:

49:01-49:04

Tä kannustan kanssa, eikö vaan?

Jonna Koponen:

49:04-49:04

No joo

Jonna Koponen:

49:05-49:07

Ihan vastaavaa palautetta on saanut

Jonna Koponen:

49:08-49:11

Totta kai me kerrotaan ensin, että miksi näin tehdään

Jonna Koponen:

49:11-49:15

Kyllä, just siellä koulutuksessa minäkin, niin me kerrotaan sitä, että

Jonna Koponen:

49:15-49:18

Mikä on tausta, mihin tämä kaikki perustuu?

Jonna Koponen:

49:18-49:23

Mikä on se tutkittu tieto, siellä, johon tämä meidän harjoitus pohjaa

Jonna Koponen:

49:23-49:25

Mutta se on oikeasti niin, että

Jonna Koponen:

49:25-49:33

Taitoharjoittelu vaatii myös sitä, että me asetutaan alttiiksi ja me uskalletaan kokeilemaan me uskalletaan tehdä

Jonna Koponen:

49:33-49:36

Se on tutkimuskin ja on parhaita menetelmiä tähän

Jonna Koponen:

49:37-49:40

Toki, jos haluat jonkun vähän huonomman menetelmän, niin aivan fine

Jonna Koponen:

49:40-49:46

Mutta jos haluat oikeasti kehittyä, niin sitten kannattaa kyllä ottaa joku sellainen

Jonna Koponen:

49:46-49:50

harjoitus ja joku kokemuksellinen menetelmä siihen pohjaksi

Jonna Koponen:

49:51-49:53

Totta kai kyllähän myynnistä voi lukea paljon

Jonna Koponen:

49:54-49:57

Säkin mainitsin tuossa äsken, että olet lukenut kirjoja

Jonna Koponen:

49:59-50:02

Eli se tietopohjan kartuttaminen

Jonna Koponen:

50:02-50:04

Kyllähän sekin on tärkeää

Jussi Rissanen:

50:05-50:11

Ja sitten ihan jo tarvekartuus treeneissä, niin näiden kysymystekien muotoiluja

Jussi Rissanen:

50:11-50:12

tilanteeseen sopivammaksi

Jussi Rissanen:

50:13-50:16

Selling is asking questions ja sen jälkeen pitkä hiljaisuus

Jussi Rissanen:

50:16-50:23

Harjoitellaan lähtien siitä, kuinka paljon myyntikeskustelussa myyjä on äänessä versus asiakas

Jussi Rissanen:

50:23-50:31

Nykyään Teamsissa ja eri tekoälyn sovelluksilla pystyy senkin kysymään, että paljon olin äänessä

Jussi Rissanen:

50:31-50:33

Se on aika brutaalia välillä, kun se kertoo

Jussi Rissanen:

50:34-50:38

Aika vähän se sun asiakas siellä osallistui siihen, että aikaa ei ole paljon, jos olit äänessä

Jussi Rissanen:

50:38-50:43

Tässä kannattaa teknologiakin valjastaa mukaan aktiivisesti näihin harjoitteisiin

Jonna Koponen:

50:44-50:44

Ehdottomasti

Jonna Koponen:

50:45-50:53

Samoinhan sä saat myös treeniä, jos sä laitat PowerPointin, otat hyödyksi ja pidät esitelmä, niin se kyllä kertoo sinulle, että onko sulla täyte sanoja

Jonna Koponen:

50:53-50:54

Miltä se kuulostaa?

Jonna Koponen:

50:55-51:01

Pitäisikö sun äänessä olla vähän enemmän variaatioita, että onko se semmoista monotonista vaiko siellä intonaation vaihtelua ja niin edellistä

Jussi Rissanen:
51:02-51:05
Miten sitten mietitään sitä

Jussi Rissanen:
51:06-51:10
Vielä sitä sales pitch

Jussi Rissanen:
51:10-51:17
Minun tuli pakko ottaa, kun sä laitoin, mitä sä oot nyt tässä digitaalisen transformaation alallakin tutkinut

Jussi Rissanen:
51:17-51:20
Siellä oli se myynti pitchaus tavallaan

Jussi Rissanen:
51:21-51:26
Missä kontekstissa te teitte, koska sehän on vuorovaikutuksen ultimaattinen homma

Jussi Rissanen:
51:26-51:27
Ymmärtää, määritellään sitä pitchausta

Jussi Rissanen:
51:28-51:31
Puhutaanko me nyt tämmöisestä hissipuhemaisesta vai

Jussi Rissanen:
51:31-51:42
myyntikeskustelun alku vai missä kohdin tässä tutkittiin tätä, tai sijoittajaviestintä, että saadaan rahoittajia, että pitchataan bisnesideaa vai mihin tuo liittyi?

Jonna Koponen:
51:42-51:48
Se liittyy ihan tänne Tahko Skilift Pitch-kilpailukontekstiin

Jonna Koponen:
51:50-51:55
Meillä on startupeja, jotka nousevat hiihtohississä tahkon rinnettä ylös

Jonna Koponen:
51:55-51:58
Siinä on kaksi kappaletta ja keskellä on tuomari

Jonna Koponen:

51:58-52:01

He siis pitchaavat oma liikeideaansa

Jonna Koponen:

52:01-52:09

Kun kysyit, mikä on tavoite, niin tavoite on siis se, että mä saisin rahoituksen, eli siinä kilpailussa mä saisin sen rahan

Jonna Koponen:

52:10-52:14

vähän lisää pääomaa sinne oman liikeidean kehittämisen tueksi

Jonna Koponen:

52:14-52:21

Tässä yhteydessä tutkittiin, että minkälainen on vakuuttava, onnistunut myyntipuhe

Jonna Koponen:

52:20-52:29

Siellä meillä oli taas tämmöinen vanha perinteinen teoria, joka kertoo meille viisi elementtiä, mutta me pikkusen muokattiin sitä

Jonna Koponen:

52:30-52:33

Ensimmäisenähän sun pitää herättää se

Jonna Koponen:

52:33-52:39

Kuulijan huomio eli on attention, eiks vaan, jollain kiinnostavalla tavalla

Jonna Koponen:

52:39-52:46

Sitten sun pitää esittää joku ongelma, jotta syntyy tarve, eli tulee tämä niin vaihe

Jonna Koponen:

52:46-53:00

Markkinoillaan ongelma, johon ei ole vielä löytynyt ratkaisua, mutta hei, meillähän se ratkaisu on, että meillä on ihan käsittämättömän hieno tuotetaan palvelu, joka on tämän tyyppinen, eli annetaan se satisfaction

Jonna Koponen:

53:00-53:11

ongelma on ratkaistu ja sitten me kerrotaan, kun meillä on myyntipuhe, niin me kerrotaan se

Jonna Koponen:

53:09-53:17

myös siellä, että minne, kenelle tämä palvelu, on tarpeellinen

Jonna Koponen:

53:18-53:22

Me myös osoitetaan, että me on tehty vähän sitä markkinakartoitusta siellä

Jussi Rissanen:

53:23-53:27

Toimiala osaaminen ja ymmärrys siitä, miten se menee aivan

Jussi Rissanen:

53:28-53:35

Nyt halusin hakea tämän, koska tässä periaatteessa on myös pidemmänkin myyntikeskustelun

Jussi Rissanen:

53:35-53:36

Rakennetta

Jussi Rissanen:

53:36-53:43

Tässä se vaan pitää luovia tai tiivistää tosi lyhyen aikaan

Jonna Koponen:

53:42-53:43

Joo joo!

Jonna Koponen:

53:43-53:51

Ja sitten kyllähän lopuksi sun pitää myös kertoa jotain siitä, että miksi tämä meidän tiimi on vakuuttava ja mitä me halutaan, mitä me tarvitaan

Jonna Koponen:

53:51-53:56

Jos olet hakemassa rahoitusta, niin pitäähän sun kertoa sitten myös se

Jussi Rissanen:

53:56-53:57

Joo, kyllä

Jonna Koponen:

54:00-54:07

Mutta se oli vaan tosi hauska, koska kolme minuuttia aikaa siinä hississä puhua

Jussi Rissanen:

54:08-54:11

Mulla on tuttuja ollut siellä tuomarina, mä oon huomannut mediasta

Jussi Rissanen:

54:11-54:14

Enpä tiennyt Linkkarista ja Instassa, missä ne on ollut

Jussi Rissanen:

54:14-54:16

Sitähän täällä Oulussa, ne oli

Jussi Rissanen:

54:17-54:18

pitchaamassa avannossa

Jussi Rissanen:

54:18-54:22

Kyllä suomalaiset varmaan saunassa pitchattu ja ties missä

Jonna Koponen:

54:23-54:25

Näitä on erinäköisiä elementtejä

Jussi Rissanen:

54:25-54:29

Mutta tämä attention, need, satisfaction, target, market

Jussi Rissanen:

54:38-54:43

Silloin tulee, millä se menee, menee eteenpäin

Jussi Rissanen:

54:43-54:45

Miten sä pääset tähän meidän tarinaan mukaan?

Jussi Rissanen:

54:46-54:49

On sulla kyllä monia kokemuksia

Jussi Rissanen:

54:49-54:54

Mitä vielä haluaisit tämä loppuun nostaa kuulijoille, niin

Jussi Rissanen:

54:54-55:00

Kolme pääpointtia vähän meidän stupinmaisesti vuorovaikutukseen liittyen ja myyntiin

Jussi Rissanen:

55:00-55:01

Ole hyvä

Jonna Koponen:

55:02-55:03

Ensimmäinen pointti

Jonna Koponen:

55:03-55:07

Ole kiinnostunut asiakkaasta ja hänen tarpeistaan

Jonna Koponen:

55:07-55:11

Eli kysy, kuuntele, kommentoi, kysy lisää

Jonna Koponen:

55:11-55:15

Eli älä täytä sitä arvokasta aikaa omalla puheella

Jonna Koponen:

55:15-55:24

ikään kuin sä tietäisit, mitä se asiakas tarvitsee, vaan ole kiinnostunut siitä hänen ongelmasta ja tarpeesta ja sitten vasta lähde tarjoamaan ratkaisua

Jonna Koponen:

55:25-55:26

Toinen pointti

Jonna Koponen:

55:27-55:31

Ota haltuun nämä uudet digitaaliset työvälineet ja digikanavat

Jonna Koponen:

55:31-55:37

Uskaltaudu rohkeasti someen, tuota sisältöä nettisivulle, kirjoita blogi tai

Jonna Koponen:

55:37-55:42

Tuota vaikka podcast, eiks vaan just, sekin on tärkeää

Jonna Koponen:

55:42-55:52

Eli asiakashan etsii hirveän aktiivisesti tänä päivänä tietoa netistä ja sosiaalisen median kanavista, joten ole näkyvillä ja kuuluvilla myöskin siellä

Jonna Koponen:

55:53-55:54

Kolmas pointti

Jonna Koponen:

55:54-55:58

Lisää ymmärrystä myynnin vuorovaikutuksesta

Jonna Koponen:

55:58-56:05

Unohda psykologiset dikotomiat, anna tilaa uudelle vuorovaikutusosaamiseen perustuvalla ajattelulla

Jonna Koponen:

56:05-56:19

Eli me kaikki voidaan kehittää itseämme vuorovaikuttajina, eiks niin, että tarvitse piiloutua sen taksi, että mä koen olevani vaikka introvertti, ja muista, että myös ne hyvät kuuntelemisen taidot on myynnissä äärimmäisen tärkeitä

Jussi Rissanen:

56:20-56:24

Vau, tää on kyllä huikea lopetus

Jussi Rissanen:

56:25-56:29

Sä ole argumentoinnissa se perusopit, että elä argumentoi hyvää argumentoinnin päälle

Jussi Rissanen:

56:30-56:31

Ei ole mitään lisättävää

Jussi Rissanen:

56:31-56:32

Jonna

Jussi Rissanen:

56:32-56:42

Mulla oli enemmän kuin ilo kuunnella sun osaamista ja sun innostuneisuutta näköradiossa eli televisiossa, niin

Jussi Rissanen:

56:42-56:50

Miten Jonna hymyilee ja silmät säteilee vuorovaikutuksen vaikuttavuutta

Jussi Rissanen:

56:51-56:54

Käykää tutustumassa Jonnan aikaansaannoksiin

Jussi Rissanen:

56:54-56:56

Mikä se sun nettiosoite olikaan?

Jonna Koponen:

56:56-56:58

Se on ihan www

Jonna Koponen:

56:58-56:59

jonnakoponen

Jussi Rissanen:

56:59-57:07

fi Siellä kannattaa myös vierailla ja seurata Jonnan tekemisiä akateemisen Suomen

Jussi Rissanen:

57:05-57:14

kartalla myyntiin ja viestintää ja johtamiseen liittyen, sinulla on äärettömän mielenkiintoisia elementtejä tulossa sen akatemiutkijan roolissa

Jussi Rissanen:

57:14-57:20

Mikä on mun mielestä hienoa, että sitä rahaa on suunnattu tällaisiin elementteihin, koska

Jussi Rissanen:

57:19-57:26

Suomen pitää voimauttaa tätä myynti taitoa ja osaamista ja siihen liittyy myös johtaminen ja viestintä erittäin paljon

Jussi Rissanen:

57:26-57:30

Oli ilo, että olit vieraana ja toivottavasti kuuntelija

Jussi Rissanen:

57:30-57:37

Sai paljon oppeja ja jos tykkäsit

Myyntiradio Academcista käy laittaa arvio sinne Spotifyyn

Jussi Rissanen:

57:37-57:38

Siellä on ne tähdet

Jussi Rissanen:

57:38-57:43

Kuinka tämä ansaitsee 5 kautta 5 vai jotain muuta ja laita seurantaan

Jussi Rissanen:

57:43-57:48

Me kuullaan Jonna susta vielä ja kiitos oikein paljon ja menestystä jatsoon

Jonna Koponen:

57:48-57:51

Kiitos tosi paljon ja menestystä myöskin sulle!