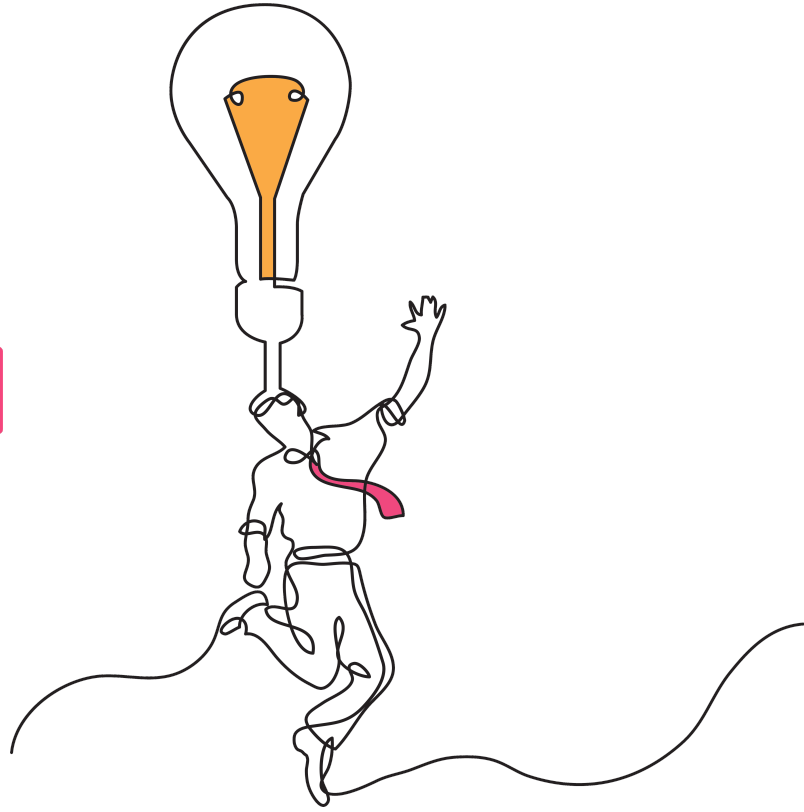



mindasi

Jack Jones

07.03.2021



Minda SI, Myynnin Pääoman mittari

Myyntiä ja myyntityötä mitattaessa ensimmäinen mieleen tuleva mittari on usein raha. Kauppaa ja katetta tulee myynnissä tehdä, jotta työ on kannattavaa. MINDA auttaa pääsemään käsiksi myyntilukujen taustalla oleviin inhimillisiin ja laadullisiin tekijöihin, jokaisen henkilökohtaiseen Myynnin Pääomaan.

Myynnin Pääoma on ihmiskeskeinen ja laadullinen myynnin ulottuvuus, resurssi jonka huoltaminen ja johon investoiminen kasvattavat yrityksen tuloksellisuutta ja tuottavuutta. Yhdistämällä yrityksen Myynnin Pääoma myynnin mittareihin, voidaan tunnistaa juuri kyseisessä yrityksessä ja sen asiakaskunnassa olennaisimmat myynnin menestystekijät ja kehittämisen kohteet. Myynnin Pääoman avulla myyjä voidaan kehittää järjestelmällisesti yrityksen sisällä ja suunnata rekrytoinnit osuvammiksi.

Myynnin Pääoma perustuu neljään tärkeimpään myyntityöhön vaikuttavaan kompetenssiin ihmisessä: Empatia, Fokus, Nälkä, Sitkeys.

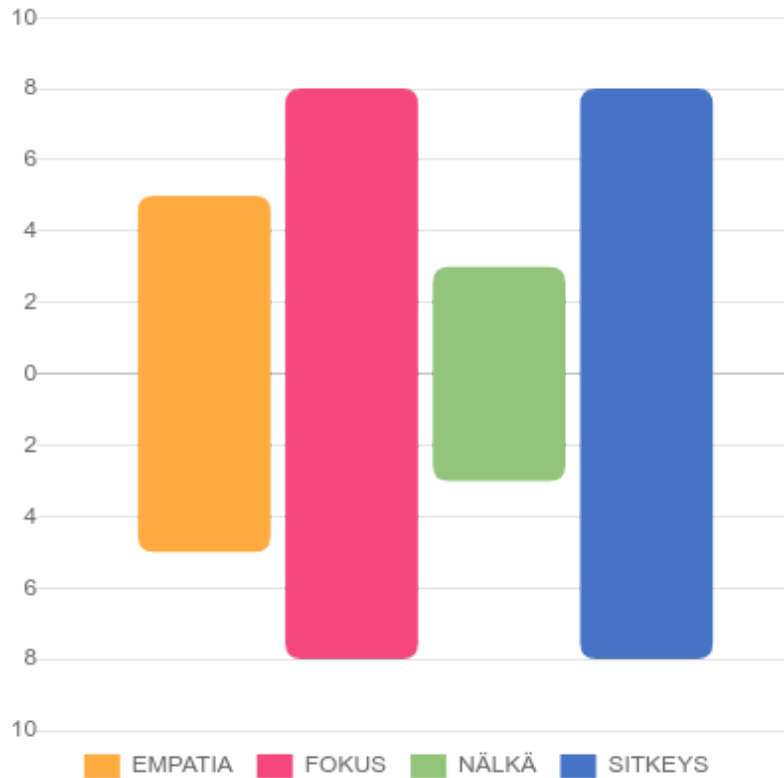
Nämä kompetenssit puolestaan koostuvat persoonallisuuden piirteistä ja motivaatiotekijöistä. Persoonallisuus on ajatusten, tunteiden ja käyttäytymisen muodostama kokonaisuus, joka on kullekin ihmiselle luonteenomainen ja melko pysyvä eri tilanteissa ja eri aikoina. Motivaatio puolestaan on liikkeellepanevaa ja toimintaa suuntaavaa voimaa. Myynnin Pääoman kompetenssit kuvaavat siis myyjän luonteenomaista tapaa toimia ja suunnata toimintaa.

Persoonallisuuden muuttaminen ei kovin helposti onnistu, mutta työelämässä voimme ja useimmiten myös joudumme opettelemaan toimimaan tavoilla, jotka eivät aina ole meille kaikista luontevimpia. Ne tuottavat nimittäin usein paremman lopputuloksen. Meidän pitää siis oppia investoimaan käytössämme olevaan Myynnin Pääomaan parhaalla mahdollisella tavalla.

Myynnin Pääoman avulla opit tunnistamaan paremmin tilanteet, joissa voit vapaammin hyödyntää luontaisia vahvuksiasi ja tilanteet, joissa sinulle on hyödyksi kokeilla ja opetella uusia toimintatapoja. Myynnin Pääoma kuvaa persoonallisuuden osa-alueita, jotka liittyvät myyntityön kannalta olennaisimpiin luonteviin valmiuksiin ja tulokset on suhteutettu muihin myynnin ammattilaisiin.

Myynnin Pääoma kertoo sinusta nimenomaan myyjänä, mutta se jättää paljon kertomatta muista elämäsi osa-alueista. Tulokset kuvaavat niitä persoonallisuuden osa-alueita, jotka liittyvät myyntityön kannalta olennaisimpiin luonteviin valmiuksiin ja tulokset on suhteutettu muihin myynnin ammattilaisiin. Myynnin Pääomaa tulisikin aina tulkita työkontekstissa, suhteessa yrityksen asiakaskuntaan, myytäviin tuotteisiin ja organisaatiokulttuuriin.

MYYNIN PÄÄOMA -PROFIILISI



Empatia kuvastaa luontaisia sosiaalisia taipumuksia kontaktin rakentamiseen ja ylläpitämiseen, sovitteluun ja yhteistyöhakuisuuteen. Empatia auttaa tunnistamaan asiakassuhteen rakentamisen ja ylläpitämisen kannalta tärkeät osa-alueet.

Fokus kuvastaa luontaista taipumusta suorituskeskeisyyteen, tavoitehakuisuuteen, tavoitteissa pysymiseen ja ratkaisujen etsimiseen. Fokus auttaa tunnistamaan niitä vipuja joilla kauppa kotiutetaan ja lisämyynti tehdään.

Nälkä kuvastaa luontaista taipumusta aktiivisuuteen, kilpailevuuteen, rohkeuteen ja itsevarmuuteen. Nälkä auttaa tunnistamaan kaupan päättämisen ja ostopäätösten tuottamisen oleelliset vipukohdat.

Sitkeys kuvastaa luontaista harkitsevuutta, tunnollisuutta, suunnitelmallisuutta ja järjestelmällisyyttä. Sitkeys on tekijä, joka vaikuttaa asiakkaan uudelleen ostamiseen. Se näkyy myyntityössä täsmällisyytenä, rauhallisuutena, kärsivällisyytenä ja huolellisesti hoidettuina jälkitoimina.

Tulosten tulkitseminen

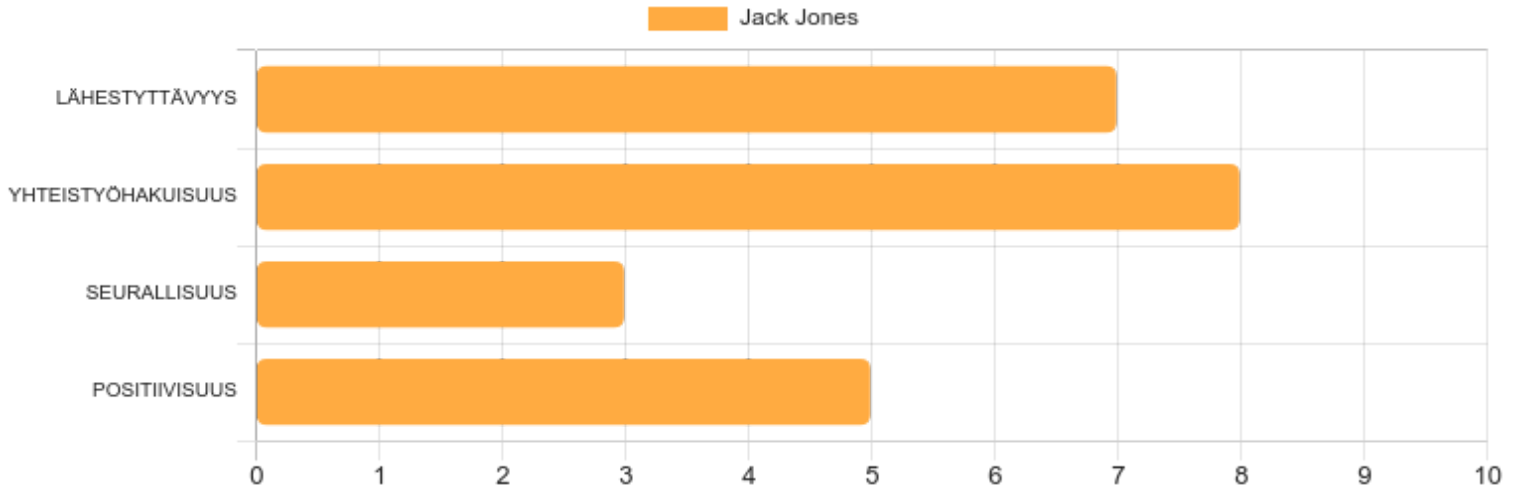
Myynnin Pääoman kartoituksessa käytetty asteikko on normitettu 1-10 välille.

Yksittäisen henkilön vastauksia on verrattu myyjistä koostuvaan vertailuaineistoomme ja pistemäärä on suhteutettu muiden vastaajien tuloksiin.

Asteikon keskiarvo on 5,5 ja 2/3 vastauksista sijoittuu välille 4-7.

Keskiarvoa korkeampana tuloksena voi siis pitää pistemääriä 8-10 ja matalampina 1-3.

Korkea tai matala pistemäärä ei sinällään ole hyvä tai huono tulos, vaan se kuvaa kyseisen piirteen voimakkuutta. Keskiarvoa lähempänä olevissa pistemäärissä ilmenee yleensä sekä korkealle että matalalle pistemäärälle tyypillisiä toimintamalleja, mutta vähemmän voimakkaan kuin asteikon ääripäissä.



Korkealla pistemäärällä empatiassa myyjä on todennäköisesti vahva rakentamaan ja pitämään yllä pitkiä asiakassuhteita, mutta voi olla että kauppojen kate kärsii. Asiakassuhteet voivat olla liian kaverillisia ja "selkään taputtelevia". Korkeaan empatian pistemäärään voi liittyä myös korostunutta mukautuvaisuutta ja joustavuutta, jolloin myyjä saattaa antaa liian helposti periksi asiakkaan vaatimuksille.

Matalan pistemäärän empatiasta saavat myyjät ovat usein asiakeskeisiä ja vastuu aloitteiden tekemisestä voi jäädä liiaksikin asiakkaan vastuulle. Matala empatia ei kuitenkaan liity siihen, miten hyvin myyjä osaa poimia asiakkaan kertomasta olennaiset asiat ja tunnistaa asiakkaan tarpeet.

Empatiaan liittyvät ominaisuudet ovat:

Lähestyttävyyks (kiinnostus muihin, lämpö, valmius kontaktien solmimiseen)

Yhteistyöhakuisuus (pyrkimys sopuun, vastakkainasettelun välttäminen)

Seurallisuus (miten hyvin viihtyy ja haluaa olla muiden seurassa)

Positiivisuus (miten usein ja voimakkaasti oma tunnemaailma on lataukseltaan positiivinen)



Myyjä jonka fokus on korkea, etenee omassa työssään tavoitteellisesti ja asiakaskeisest. Hän panostaa asiakkaan tilanteen tutkimiseen ja kysyy paljon tilannetta kuvaavia kysymyksiä. Kontaktissa korkean fokuksen myyjä saattaa kuitenkin jumittua aiheeseen ja jättää ratkaisun tarjoamiselle liian vähän aikaa tai myyjä saattaa koittaa liian suoraviivaisesti ajaa omaa tavoitettaan asiakasta huomioimatta.

Myyjän fokuksen ollessa matala, voi olla että asiakas ei ole vielä valmis ostamaan kun myyjä tarjoaa jo ratkaisua. Matalan fokuksen myyjä saattaa olla epäjohtonmukainen ja korostetun varovainen etsimään ja tarjoamaan ratkaisuja.

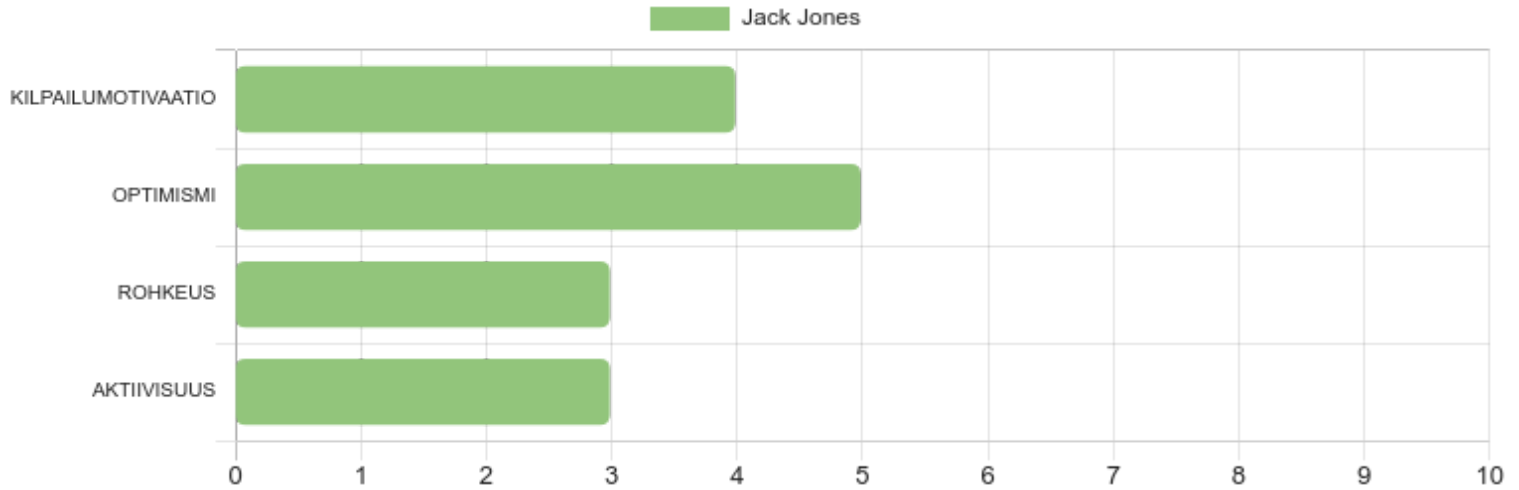
Fokukseen liittyvät ominaisuudet ovat:

Suorituskeskeisyys (suoriutumisen ja saavuttamisen tarve)

Saavutusmotivaatio (miten voimakkaasti henkilöä motivoi tavoitteiden saavuttaminen ja töiden valmiiksi saaminen itsessään)

Analyyttisyys (taipumus lähestyä asioita analyttisesti, halu ratkaista ongelmia)

Itsekuri (kurinalaisuus, kyky aloittaa ja saattaa asioita loppuun häiriöistä huolimatta)



Korkean nälän omaavalle myyjälle ominaista on kovatempoinen uusasiakashankinta, innokas ratkaisujen tarjoaminen ja on mahdollista että ostopäätöstä pyydetään toisinaan liiankin herkästi. Korkeita pistemääriä nälästä saava myyjä motivoituu usein kilpailullisista lyhyen aikavälin tavoitteista.

Myyjä, jolla nälkä on matalampi on vahvimmillaan pienemmän asiakaskunnan kanssa, kun kaupankäynti on pitkäjänteisempää ja tarkkuutta vaativaa. Hän on valmis antamaan asiakkaalle aikaa ja tilaa. Hän ei välttämättä innostu hektisestä tahdistä tai lyhytjännitteisistä kilpailullisista tavoitteista.

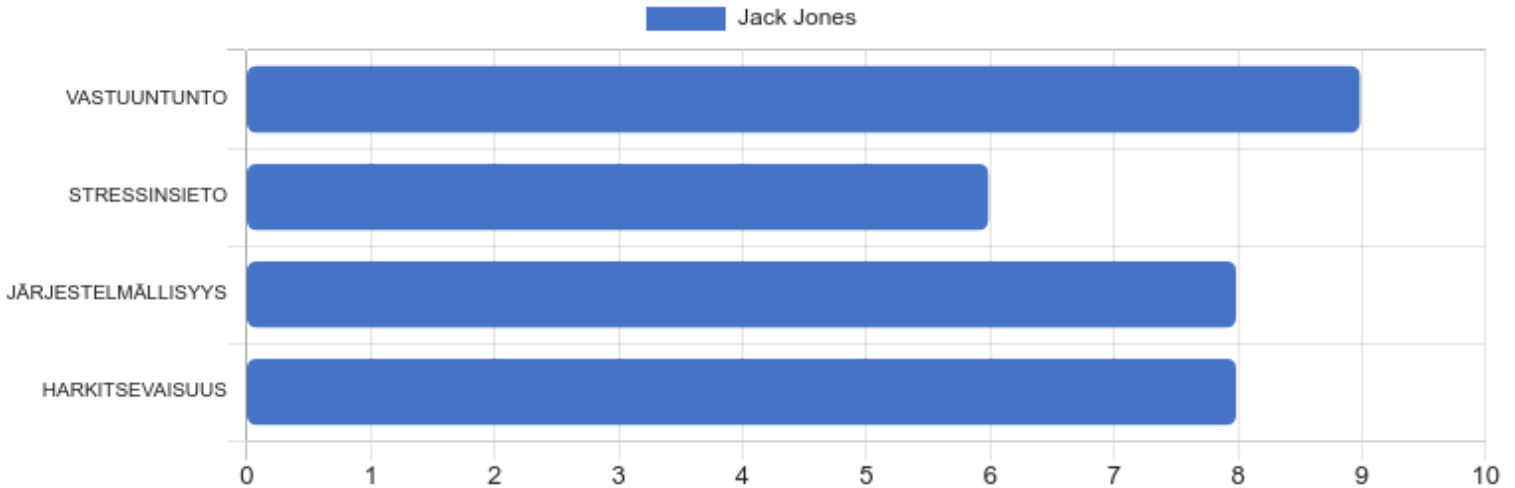
Nälkään liittyvät ominaisuudet ovat:

Kilpailumotivaatio (miten voimakkaasti kilpailu ja muiden voittaminen motivoi)

Optimismi (usko siihen että asiat menevät hyvään suuntaan, tyytyväisyys omaan elämäntilanteeseen)

Rohkeus (uskallus toimia, sosiaalinen rohkeus, taipumus olla nolostumatta)

Aktiivisuus (vauhdikkuus, tarve pysyä liikkeellä ja kiireisenä)



Korkeita pistemääriä sitkeydestä saava myyjä on systemaattinen ja tarkka omassa työssään. Hän ei kovin helposti lannistu vastoinkäymisistä. Hän käyttäytyy usein todennäköisesti rauhallisesti ja hillitysti. Hänen voi kuitenkin olla vaikea tunnistaa tilanteita, joissa joustamalla ja mukautumalla voisi saada aikaiseksi paremmat kaupat.

Matala sitkeys liittyy spontaaniuteen ja impulsiivisuuteen. Matalia pistemääriä saava myyjä viihtyy todennäköisesti parhaiten tilanteissa, joissa on vaihtelua ja mahdollisuuksia nopeisiin onnistumisiin. Hän saattaa myös huolestua tai murehtia herkemmin vastoinkäymisiä.

Sitkeyteen liittyvät ominaisuudet ovat:

Vastuuntunto (sitoutuminen velvoitteisiin)

Stressinsieto (taipumus olla huolestumatta tai murehtimatta)

Järjestelmällisyys (pitää omat asiat järjestyksessä, etenee suunnitelman mukaan)

Harkitsevaisuus (taipumus ajatella ennen toimimista)

Lisäasteikot



Myynnin Pääoma -profiilisii sisältää kaksi lisäasteikkoa.

Sosiaalisen suotavuuden asteikko mittaa taipumusta vastata tässä kyselyssä sosiaalisesti hyväksyttävällä tavalla tai pyrkiä antamaan itsestään vastauksissa positiivinen vaikutelma. Korkeat sosiaalisen suotavuuden pistemäärät voivat vaikuttaa tuloksen kokonaisluotettavuuteen.

Esilläolevuus mittaa taipumusta hakeutua ja olla sosiaalisissa tilanteissa esillä ja huomion keskipisteenä. Voimakas esilläolevuus voi vaikuttaa siihen, miten hyvin myyjä malttaa selvittää ja huomioida asiakkaan tarpeita ja mahdollisia myyntitilaisuuksia.