

# MYYNIN KORKEAJÄNNITYS – JARI SARASVUO & PERTTI JARLA

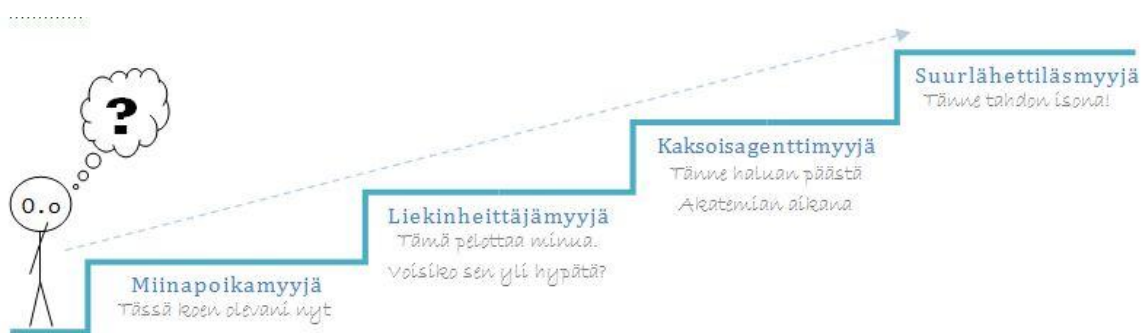
SINI-TUULIA AHONEN, 2012

Oletko koskaan ajattelut, että on olemassa erilaisia myyjiä? Itse olen luokitellut myyjät hyviin ja huonoihin. Hyvä myyjä oli minusta sellainen joka sai kauppa tehtyä tyrkyttämällä tuotteita asiakkaalle ja huono myyjä sellainen joka ei osaa tyrkyttää niitä tuotteita. Myynnin korkeajännitys muutti ajatukseni tästä!

Minulla oli tapana ajatella että myyminen on sitä kun myyjä tuo asiakkaalle tuotteen jonka asiakas myyjän puheiden perusteella ostaa. Onhan myyminen toki sitäkin, mutta se on myös paljon enemmän. Myyminen on sitä kun saat jonkun toisen suostuteltua yhteistyöhön kanssasi ja jaat tavoitteesi toisen kanssa. Se on vuorovaikutusta jonka seurauksena sekä asiakas että myyjä hyötyvät. Parhaimmillaan myyminen johtaa totta kai kaupantekoon, mutta se ei ole myynnin ainoa tavoite. Voit myös myydä itsesi yrityksen työntekijäksi tai puhua jonkun tuomaan itsellesi kahvia.

## MYYJIEN PORTAIKKO POHJAMUDISTA TAIVAASEEN

Myynnin korkeajännitys jakoi myyjät neljään erikategoriaan myyntitaitojen perusteella.



**Miinapoikamyymjä** on myyjien pohjasakkaa. Hänelle annetaan hoidettavaksi kaikki kylmät puhelut, ovelta ovelle myymiset ja muuten vaan epätoivoa vaativat hommat. Koen itse olevani vielä täällä. En oikein tiedä mitä myydä tai kelle... Asia kyllä helpottuu huomattavasti kunhan pääsen vähän kärryille siitä, mitä kaikkea voin asiakkaalle tarjota.

**Liekinheitinmyyjä** on päässyt juuri ja juuri pois pohjalta ja keksinyt yhden tavan myydä tuotteita: tyrkyttäminen. Liekinheitäjän ainoa tavoite on tehdä voittoa ja lisää voittoa, keinolla millä hyvänsä. Minua pelottaa tämä vaihe koska inhoan asioiden tyrkyttämistä ihmisille. Voisiko myyntiä hoitaa jollain muulla tavalla?

**Kaksoisagenttimyyjä** on hoksannut jotain olennaista nykyisten markkinoiden kannalta; asiakas ja myyjä voivat hyötyä yhdessä. Kaksoisagentin päätavoite ei ole tehdä kauppaa, vaan luoda kestäviä asiakassuhteita. Hän ymmärtää, ette se oma tuote, ei välttämättä olekaan se paras tuote kaikille asiakkaille eikä sitä ehkä kannata yrittää myydä ihan jokaiselle. Kaksoisagentit palvovat usein perusasioita, jotka amatöörin on helppo unohtaa. Kaksoisagentit taitavat myynnin ammattilaisen kolme perus asiaa jotka toivottavasti kulkevat tasaisesti rintarinnan. Sarasvuo ja Jarla olivat kuvailleet näitä kolmea asiaa tasakylkiseksi kolmioksi, joten minun suorastaan täytyy tehdä seuraavaksi kolmio kuvaamaan asioita:



**Suurlähettiläsmyyjä** on päässyt myyjien taivaaseen. Tie taivaaseen on pitkä ja kivinen, ja suurin osa myyjistä ei sitä koskaan pääse loppuun. Jos taivaan portit aukeavat sinulle, voin luvata, että et ole koskaan työttömänä. Suurlähettiläsmyyjä on aito ja pesunkestävä myynninammattilainen, joka taitaa myymisen, markkinoinnin ja asiakassuhteet aivan ylivermaisella tavalla. Hän taitaa kaupan käynnin taidot ja pystyy myös opettamaan niitä muille.

## MYNNIN 7 KUOLEMANSYNTIÄ

### PELKURUUS – MITÄ JOS ASIAKAS SANOO EI?

Pelkuruus johtaa usein siihen että asiakkaalle ei uskalleta edes myydä tuotetta vain torjumisen pelon takia. Olisihan se mukavaa jos voisit saada aina myönteisen vastauksen, mutta eihän se toimi niin muillakaan elämän osa-alueilla. Torjumisista huolimatta elämällä on kuitenkin tapana jatkua, miksi siis suotta pelätä?

### UJOUS – NO EN MINÄ NYT OIKEIN TIEDÄ KANNATTAAKO SILLE ASIAKKAALLE SOITELLA...

Ujous on yksi minun pahimmista synneistäni. En usko kyllin vahvasti omaan taitoihini enkä ole täysin varma siitä mitä olen myymässä, enkä siksi uskalla lähteä tarjoamaan itseäni asiakkaille. Mutta uskomatonta kyllä, kaupat eivät tule itsestään. Ujous on haitaksi myös neuvottelujen jo alettua. Asiakas haluaa että hänen tarpeistaan pidetään huolta ja ujo myyjä ei siihen kykene.

### VITKASTELU – NO JOS MIETIT ASIAA HETKEN JA OTAT SITTEN YHTEYTTÄ...

Mitä kauemmin asiakkaalle annetaan aikaa miettiä, sitä todennäköisemmin hän etsii toisen vaihtoehdon tarjoamasi tilalle. Omasta tarjouksesta pitäisi pystyä tekemään niin hyvä, ettei asiakas tarvitse turhaa miettimisaikaa.

### VÄHÄÄN TYYTYMINEN – SE ON VAIN YKSI KAUPPA, EIHÄN SIIHEN KANNATA PANOSTAA KUN EI SIELTÄ MUUTA KUITENKAAN TULE...

Jos et itsekkään usko uuteen yhteistyöhön, kuinka asiakaskaan voisi siihen uskoa? Vähään tyytymistä on myös asiakassuhteen tärkeyden vähättely. Itse olen huomannut syyllistyvän myös "johan minä myin yhden tuotteen" ajatteluun. Olen iloinen siitä, että sain myytyä jotain, mutta en koe halua tehdä sitä uudestaan. Ei kovin kannattavaa kaupantekoa minusta! Ihanteellinen myynti kun olisi sellaista, jossa nälkä vain kasvaa syödessä.

### HYLKÄÄMINEN – JOHAN MINÄ MYIN TÄLLE ASIAKKAALLE, EI MINUN TARVITSE HÄNELLE SOITELLA!

Jos hylkää asiakkaasi kauppohen jälkeen, uusia kauppohen ei varmasti synny. Kannattaa miettiä millä tavoin asiakassuhdetta voi ylläpitää kaupan syntymisen jälkeen. Minusta ainakin olisi mukavaa jos myyjä soittaisi vaikka kuukauden jälkeen kysyäksään miten tuote on oikeasti toiminut ja olenko ollut tyytyväinen, mutta kuka sellaiseen jaksaa käyttää aikaansa?

### KÄRSIMÄTTÖMYYS – TAHDON KAIKEN NYT HETI SAMAN TIEN!

Joskus on hyvä muistaa, ettei Roope Ankkakaan tienannut omaisuuttaan sekunneissa. Asioille on annettava aikaa ja tilaa tapahtua, eikä asiakasta saa painostaa liian nopeasti liian isoihin päätöksiin. Liian moni kauppa kaatuu turhan kärsimättömään toimintaan.

### LAISKUUS – EHKÄ JOKU MUU VOI TEHDÄ SEN?

Tähänkin syntiin syyllistyn aivan liian usein. En vaan löydä motivaatiota lähteä myymään ja elelen toivossa että saisin projekteja muuta kautta, mutta eihän se tietenkään niin toimi. Huipulle kiipeäminen on erittäin raskasta puuhaa, eikä se varmasti onnistu riippumatossa loikoilemalla. Vain toimimalla voi saada tuloksia.

Minun täytyy selvästi ottaa itseäni niskasta kiinni ja etsiä sisäinen myyjän, jotta voin lähteä kiipeämään kohti myyntitaivaan portteja. Pidän myös tiukasti mielessäni nuo seitsemän kuoleman syntiä, että voin opettaa itseni pois niistä.

### TULEVAISUUDEN HUIPPUMYYJÄ KIITTÄÄ JA KUITTAA!