



Boniton huoltotiimissä vasemmalta Iris Rekola, Kimmo Neihum, Viveka Lundström, Tuomas Ylikoski ja Jussi Ahokas.

# Huollossa oleva yritys ei jätä myyjäänsä yksin

**Tukea, huoltoa, sparrausta ja kannustusta on olemassa. Tässä viisi teesiä avuksi myynnin kehittämiseen.**

1. Myyntitoiminta on sosiaalista toimintaa ja perustuu vuorovaikutukseen. Se miten hyvin osaat toimia muiden ihmisten kanssa, synnyttää kauppaa.
2. Rakenna myyntikulttuuria pitkäjänteisesti. Mikään ei tule päivässä valmiiksi. Rakenna henki ja tiimi.
3. Myyntikoneen hajoamista ei tarvitse odottaa voidakseen tulla huoltoon. Huollon tarkoitus ei ole pistää pelikuvioita uusiksi. Hyvä kone on helpompi huoltaa.
4. Työtä ei tarvitse lähestyä ongelma-keskeisesti. Kääritään hihat ja tehdään töitä yhdessä.
5. Huolto ja sen kautta syntyvä yhteisö on tukea. Bonito Business Clubilla tapaat muita, jotka painivat samojen haasteiden kanssa.

Päästä myyntipuhe muhimaan. Älä turhaan murehdi asioita itseksesi. Ota huolto kehiin, Bonito tulee mukaan ratkomaan tilanteita. Yksin ei tarvitse jäädä.

Boniton virkistysjuoma Myynnin vuosihuolto ei ole valmennusta perinteisessä mielessä. Myyjäkin tarvitsee joskus pelitauon, tapatuksen olkapäälle ja vesipullon käteen.

**Myyntikulttuurin kehittäminen on mottomme. Tavataan huollossa!**

# Olohuoneesta ulos ja myyntityöhön

**Asiantuntijamyymiä käyttävälle yritykselle on haasteellista kasvattaa omaa liiketoimintaansa. – Kultahammasmyyjiä ei asiantuntijoista tarvitse tehdä. Asiantuntija tukee omaan persoonaan sekä tietoon, määrittelee Fountain Parkin toimitusjohtaja Riitta Ahlholm.**

Johtamisen palveluyritys Fountain Park on toiminut seitsemän vuotta. Se toimittaa verkkomenetelmiä ennakoivaan johtamiseen. Tarjoama käsittää niin asiakaskohtaisia palveluhankkeita kuin standardituotteita omaan käyttöön. Omaan tuotekehitykseen on ollut helppo kiintyä. Arabianrannasta on silti lähdettävä ulos ja alettava myydä.

Fountain Parkin asiakkaat ovat suuria suomalaisia yrityksiä Altiasta Rautaruukkiin. Joukossa on myös kansainvälisiä yrityksiä sekä julkista sektoria verohallinnosta opetusministeriöön. Järjestökentälle on tuotteistettu omia standardoituja tuotteita.

Riitta Ahlholm kuvailee omia myyjänsä persoonina, joissa yhdistyy akateeminen ja käytännöllinen osaaminen. Paitsi johtamisen asiantuntemusta kaikkia yhdistää rakkaus verkkoon.

– Asiantuntijan sielu on rakentunut niin että hänellä on voimakas halu kehittyä ja kehittää. Hän haluaa löytää ratkaisun asiakkaan ongelmaan. Asiakkaan kanssa on jaettava sekä yhteinen tuska että onnistuminen, toteaa Riitta Ahlholm.

Uusille asiakkaille ei ole koskaan helppoa soittaa. Puhelimeen tartuttaessa liikutaan helposti epämuokausalueella. Ulkopuolista apua haluttiin myynnin virittämisessä. Boniton myyntihuolto värvättiin mukaan viime syksynä.

– Päätöksen tekeminen huollon ottamisesta oli tärkeä hetki, muistaa **Kimmo Neihum**. Avain oman työn laadulliseen parantamiseen lähtee aina omasta halusta kehittyä ja olla paras.

– Ulkopuolinen myynnin ammattilainen sparraa ja näkee asioita, joille omassa toiminnassa on sokeutunut, jatkaa Riitta Ahlholm.

## Huolto on kuntotesti

Huollon aluksi Fountain Parkissa tehtiin kuntotesti. Ahlholmin mukaan siihen on hyvä lähteä rohkeasti ja tuoda esille yritystä niin tuudenmukaisesti kuin mahdollista.

– Keskeistä huollossa oli liidien kvalifointi, niin ettei juoksetuta turhaan asiakasta eikä omia myyjiä. Osumatarkkuutta yritetään parantaa.

Asiakashallintajärjestelmien on oltava kun-

nossa. Lisäksi myynnin suunnittelussa on syytä tukeutua hyvään viikko-ohjelmaan, ei vain käyntien määrään.

Fountain Park on ollut erittäin tyytyväinen Boniton apuun. Boniton tilanteeseen toteutama koko myyntiryhmän yhteinen huolto oli helposti siirrettävissä käyntäntöön.

– Huoltoa voi hyvin verrata autokorjaamoon, joka katsoo myyntikunnon ja korjaa. Huollon jälkeen auto toimii, Riitta Ahlholm määrittelee.

Fountain Parkin myyntitiimissä on kymmenkunta henkilöä. Näistä yksi tiimi hakee aktiivisesti uusasiakkaita, toinen tiimi keskittyy myynnin kasvattamiseen vanhojen asiakkaiden kanssa. Uusasiakkaita haetaan sekä kumppaniverkoston kautta että myymällä standardituotteita. Monistettavuus luo helposti kasvua.

– Jokainen asiantuntija ilahtuu saamastaan tuesta myyntityössä. Salaisuus on paitsi perusasioiden myös yksityiskohtien työstämisessä yhdessä, Kimmo Neihum toteaa.

Loppusekkaus Fountain Parkissa tehtiin toukokuun alkupuolella ja syksyllä huoltoa jatketaan. Riitta Ahlholmin mielestä huollon avulla saatiin myynnin pipeline hallintaan. Tosin systemaattista huoltoa tarvitaan varmaan jatkossakin, sillä myynnissä löytyy aina uutta kehitettävää ja huollettavaa.

**Fountain Parkin myyjät koottuna "olohuoneeseen". Takarivissä vasemmalta toimitusjohtaja Riitta Ahlholm, Pasi Perälä ja Jasse Sandberg. Edessä istumassa Leila Kontkanen, Ville Tapio, Anu Valtari, Elina Joensuu, Tuomo Lähdeniemi ja Jarkko Kuusinen.**



# Ympäristöpalvelun myyntiä hiotaan yhdessä tehden

**Paperinkeräys Oy:n tytäryhtiö Encore Ympäristöpalvelun ei tarvitse enää tänä päivänä korostaa palvelujensa tärkeyttä. Jätteiden kierrätyksen vaatimukset koskevat käytännössä jo jokaista yritystä. Taloudellisten arvojen lisäksi palvelun käyttöön liittyy merkittäviä ympäristöarvoja.**

Nykyisin monet asiakkaat ovat valinneet kokonaispalvelun, jossa ideana on jäte-astioita tunnistamalla kerätä tarkkaa ja todenmukaista tietoa organisaation tuottamista jätevirroista. Tältä pohjalta on myös mahdollista kehittää yrityksen jätehuoltoa sekä määritellä siitä kertyvää laskutusta.

Encoren tarjoaman Tietoturvapalvelun puolella myynnillä on omanlaisia haasteita. Vaikka tietosuojan piiriin kuuluvaa materiaalia kuten rahatietoja ja sopimuspapereita eli kaikkea missä yrityksen logo näkyy, haravoidaan yrityksissä entistä tarkemmin, ei ole yksinkertaista myydä arvoa joka luotettavalla tiedon hävittämällä on.

– Edellytyksenä onnistuneelle myynnille on se että meihin syntyy sataprosenttinen luottamus, kertoo tietoturvapalvelujen myyntipäällikkö **Kimmo Seppälä**.

Kaikkien Encoren palvelumuotojen kohdalla myyntiä kehitettäessä yksi luottamuksen mittari on valtakunnallinen yhdenmukaisuus. Vahvan brändin tulee palvelulla samalla tavalla Helsingistä Ouluun. Pelisääntöjen yhdenmukaistamiseksi tarvittiin ulkopuolista silmää ja huoltoa.

## Asiakaspalvelu ja myynti kulkevat yhdessä asiakassuuntaisesti

Myynnin vuosi- ja huollon Encore Ympäristöpalvelu teki vuoden 2007 kesällä. Valmennukset alkoivat joulukuun puolivälissä. Uuden myynti- ja asiakaspalvelukonseptin käyttöönottoon päästään ensi syksynä. Vuonna 2009 on taas myynnin vuosi- ja huollon aika.

– Boniton huollossa ajatellaan sitä miten meidän asiakasta kokonaisuutena hoidetaan, täsmentää kokonaispalvelujen myyntipäällikkö **Jyrki Rajala**. – Myyntityö ei koskaan tapahdu yksin, vaan se on monen ihmisen yhteispeliä ja yhdessä tekemistä.

Uusia asiakkaita Encoressa tavoitellaan määrätietoisesti. Uudelleenkäytön merkitys ymmärretään, koska ilmastonmuutoksesta puhutaan paljon. Alalla tapahtuu koko ajan uutta; lait ja asetukset muuttuvat ja tiukentuvat, niin että muutoksiin pitää myös reagoida. Palveluntarjoaja uskoo taloudelliseen ja toiminnalliseen

hyötyyn, mikä syntyy yritykselle jätteen hävittämistä.

Johtaja **Olli Huikarin** mukaan Boniton huollossa on hyvää opetuksen käytännölläheisyys. Henki on innostava ja oivaltamiseen kannustava. Ideoita voi heittää vapaasti keskustellen.

– Asioita ja toimintamalleja on jouduttu miettimään itse, kertovat huoltoa saaneet myyjät. Säännöllisestä yhteydenpidosta asiakkaisiin raportoinnin ja kehityskokousten osalta vuosi- ja huollossa sovitaan yhdessä. Siitä muodostuu luonteva tapa asiakkuuksien hoitoon, Encoressa uskotaan.

– Toimintamallissa haemme tapaa, jossa asiakkaan odotukset ovat yhteneviä palvelujemme ja niiden kehittämisen kannalta, Jyrki Rajala täsmentää.

**Encore Ympäristöpalvelun vahvassa kasvussa tarvitaan myyntitiimeille yhteisiä pelisääntöjä. Kimmo Neihumin ohjauksessa vas. ylh. Tommi Rask ja Sami Takalokastari, kesk. Päivi Huhtarihi, Maria Hollmén ja Susanna Tarkka-Partanen. Istumassa alhaalla Janne Aaltonen.**

Tietoturvapalvelun puolella tunnettuutta on syytä nostaa myynnin tueksi, sillä monet tuntevat Encore Tietoturvapalvelun yhä Prosecin nimellä. Tärkeimpiä keinoja ovat olleet Kimmo Seppälän mukaan kattomarkkinointi ja lehti-ilmoittelu. – Alan kasvaneesta merkityksestä johtuen yritys kasvaa ja kasvukipujakin on ollut. Joku asia saattaa silloin jäädä huomaamatta, vahvistaa Kimmo Seppälä.



**Tammikuussa Bonito Business Clubille kokoonnuttiin palmujen alle istumaan, kuuntelemaan jazzia, syömään, juomaan viiniä ja keskustelemaan. Clubi on yhteisö, jossa kohtaavat ajankohtaiset aiheet ja kiinnostavat keskustelijat.**

**V**ertaistuki on tärkeää myyntiä johtavien keskuudessa. Klubitunnelmassa on helppo ottaa vinkkiä toisen kokemasta ja kerätä tietoa tulevaisuutta varten. Tammi-kuun klubilla keskustelua herätti kansainvälistyminen.

Boniton myyntihuollon asiakkaista noin joka toinen käy kansainvälistä kauppaa. Osuus kasvaa kaiken aikaa.

– Ruotsalasiin verrattuna meillä tehdään hyvin vähän perusteellisia markkinatutkimuksia, kertoivat puhetta johdatelleet teollisen markkinoinnin asiantuntijat **Mikael Blomqvist** ja **Jussi Liimatainen** Vipu Oy:stä.

Vipulaisten mukaan messut toimivat hyvin ensimmäisen kontaktin synnyttämisessä. Tämän jälkeen pitäisi pystyä yhdistämään myynnin saama asiakaskosketus ja markkinoinnin tapa pitää oma suunta selvänä.

– Myynti pyytää usein vain konkretiaa, ilmoituksia ja lehdistötiedotteita. Tällöin ollaan unohdettu yrityksen strategia. Puhutaan liikaa viestinnästä ja liian vähän suunnittelusta. Markkinointikompetenssin nosto on kansainvälistymisen ensimmäinen askel.

Vivun esittämään ajatukseen yhtyivät myös Boniton huoltomiehet ja -naiset.

Kimmo Neihum toivoo, että maailmalle lähdetään asenteella jossa myös myynnin kompetenssia kasvatetaan. Huolto auttaa haarukoimaan oikean lähestymistavan ja tekemään siitä uniikin.

Monet klubivieraista nappasivat heti klubilla heitettyjä ideoita kuten tehdä markkinointia

# Klubitunnelmia palmujen katveesta



**Järjestyksessään 10. Bonito Business Club järjestettiin 17. tammikuuta Ravintola Lasipalatsin Palmuhuoneessa. Keskustelemaan ilmapiiriin tilaisuudessa johdatelivat Vipu Oy:n Mikael Blomqvist (vas.) ja Jussi Liimatainen.**

ammattilehdistöä hyödyntämällä. Tällöin tavoittaa juuri oikeat päätöksentekijät.

– Se on markkinoinnin tykkitulta, todettiin.

– Oikea ajattelumalli on se mikä synnyttää tehokkuutta, vastattiin Palmusalin toiselta reunalta.

Business Clubit alkoivat vuonna 2005, kun Bonito omassa huollossaan huomasi, että sellainen puuttuu. Clubit järjestetään nyt kolmesti

vuodessa ja osallistujamäärät ovat kasvaneet koko ajan. – Haluamme lietsoa keskustelua myyntikulttuurille tärkeistä asioista. Palautteen mukaan siinä on onnistuttu, Kimmo Neihum iloitsee.

Hänen mukaansa klubi on myös vastaläakettä virtuaaliyhteisöille. – On oikeasti kiva tavata ihmisiä ja nähdä, ettei ole yksin painiskelemassa samojen johtamishaasteiden kanssa.

## Pikauutiset

Yhdestoista Bonito Business Club kokoontui toukokuussa teemalla "Miten saat asiantuntijat myymään".

• Myynnin vuosihoitoja on tehty yli 50, yli 400 myyjää on huollettu.

• Uusimpia huoltoasiakkaitamme ovat Pohjola Varainhoito, Rapal, Kuvaverkko ja Digium.

Myyntikoneesi itsearvion voit nyt tehdä osoitteessa [www.bonito.com](http://www.bonito.com). Kesätarjouksena Asiantuntijatiimin myyntipaketti.

• Boniton asiakaspalautekysely ja oma huolto tehtiin maaliskuussa. Kiitos kaikille palautetta antaneille!

## Muistettavaa ennen huoltoa

1. Varaa aikaa 2,5 tuntia haastattelua kohden.
2. Varaa yksi yhteinen palaveri huollon purkua varten.
3. Muuta valmistautumista et tarvitse.
4. Ota mukava asento tuolissa ja ajattele miten yrityksesi kasvaa ja kehittyy
5. Vastaa huollon kysymyksiin.