

Myynnin johtaminen urheilukaupassa

Mitä tarvitaan voittoisaan liiketoimintaan ja kaupan toiminnan edistämiseen? Ainakin on hyvä osata valita oikeat ihmiset tiimiin, antaa työntekijöille heille sopivia tehtäviä, hioa prosessit kuntoon, asettaa yhdessä tiimin kanssa mielenkiintoisia tavoitteita, luoda työntekijöitä kannustava palkkiojärjestelmä, johtaa valmentavin ottein sekä luoda menestyksenkäs yrityskulttuuri. (Nieminen&Tomperi, 2008). Helppoa vai mitä? Ohessa tarkastelen myynnin johtamista urheilukaupan näkökulmasta ja syvennyn laajemmin tähän laajaan sekä myöskin vaativaan toimeenkuvaan sekä siinä menestymiseen.

Myynnin johtamisen tapoja on useita. Erään mallin mukaan myynnin johtaminen voidaan jakaa seuraaviin osa-alueisiin: Myyjien suorituskyvyn-, myyntiprosessin- ja osaamisen johtamiseen. Lisäksi johtajalla voi olla useita johtamistapoja, kuten myyjä, valmentaja ja hallintojohtaja. (Nieminen&Tomperi, 2008). Johtaja määrittelee, millaisessa roolissa hän toimii ja miten.

Myyntiprosessi käsittää vaiheet suunnittelusta toteutukseen ja lopulta arviointiin. Suunnitteluvaiheessa rakennetaan myyntistrategia, asiakassegmentit sekä toimintasuunnitelmat eri segmenteille ja uusasiakashankinta. Toteutus kattaa työn määrän, osaamisen, oikeisiin asioihin fokuksinnin sekä asiakkaan kohtaamisen. Arvioinnissa keskitytään myyntituloksiin ja tavoitteiden toteutumiseen, asiakastytytyväsyyteen sekä myynnin johtamisen tasoon. Myynnin johtaminen toteutuu tämän toimintamallin mukaisesti. (Myynnin johtaminen-asiateksti, haettu 22.7.2022).

Myynnin tavoitteet ohjaavat toimintaa ja ne on hyvä muodostaa käyttäen SMART-viitekehystä. Tavoitteen tulisi olla täsmällinen, mitattava, saavutettavissa oleva, realistinen ja aikaan sidottu. Lisäksi jos on mahdollista, tulisi henkilöstön myös pystyä osallistumaan tavoitteiden asettamiseen. Myyntiä on helpompi johtaa, kun tuloksia voidaan tarkastella eri mittareiden avulla. Niiden avulla voidaan määritellä tavoiteltava lopputulos sekä tarkastella tavoitteiden toteutumista ja suorituskyyä. (Myynnin johtaminen-asiateksti, haettu 22.7.2022). Tavoitteiden olisi hyvä olla tulokseen ja suoritukseen liittyviä. Toki myös kehitystavoitteita on hyvä pohtia. (Nieminen&Tomperi, 2008). Myyntitavoitteiden tulisi olla myös muita kuin euromääräisiä, ajallisesti eri pituisia sekä ei liian suurpiirteisiä. Lisäksi on tärkeää, että myyjät ovat tietoisia, millä käytännön toimenpiteillä tavoitteita on tarkoitus saavuttaa. (Selin&Selin, haettu 26.7.2022). Urheilukaupan tavoitteena on kasvattaa asiakaspohjaa ja hankkia uusia asiakkaita vähintään 50 kpl/kk. Lisäksi koska kyseessä on alati kasvava verkkokauppa ja palvelua halutaan sujuvoittaa, toimitusaikaa pyritään lyhentämään nykyisestä neljästä vuorokaudesta kolmeen seuraavan 4kk aikana. Nämä edellä mainitut tavoitteet on suunniteltu yhdessä henkilöstön kanssa.

Hyvät myyjätkin tarvitsevat työnsä tueksi erilaisia tukitoimia. Myynnin tukea voidaan toteuttaa strategisesta näkökulmasta ja se on muun muassa myyntistrategian suunnittelua ja koordinoitua, työkalujen, näkymien ja koulutusten hallinnointia sekä onnistumisen analysointia. Nykyään kovassa nosteessa on erilaiset myyntitekniologiat. (Korppi, haettu 26.7.2022). Urheilukaupan kohdalla

mietin, millaisia teknologioita on tukemassa myyntiä ja voisiko saatavilla olla jokin sellainen ratkaisu, joka hyödyttäisi tiimiä ja organisaatiota lisää. Lisäksi urheilukaupassa käydään säännöllisesti läpi tulevaisuudennäkymiä, koulutetaan tarpeen mukaan ja analysoidaan, miksi onnistuttiin tai miksi meni hieman huonommin. Myös työntekijät voivat ehdottaa erilaisia tukitoimia tai niiden kokeilua.

Myyntiprosessissa tulee nykyään huomioida myös asiakaskokemus, sillä se voi olla yrityksen menestyksen tai epäsuosion avain. Nykyään asiakastarinat leviävät nopeasti ja todella huono tai erittäin positiivinen kokemus on kohta suuren joukon tietoisuudessa. (Mikkonen, haettu 26.7.2022). Urheilukaupassa korostaisin myös myynnille asiakaskokemuksen merkitystä, sillä myyjät usein toimivat yrityksen edustajina jopa suoraan asiakkaiden kanssa kasvotusten. Toki eri kanavissa tapahtuvaan asiakaskokemukseen kiinnitetään huomiota. Etenkin digitaaliseen asiakaskokemukseen panostetaan, sillä se on nykyään yhä suuremmassa roolissa kaupankäynnin siirtyessä internettiin. Mittaan, analysoin ja teen tarvittavia toimia asiakaskokemuksen suhteen.

Myyntitulosten arviointi tehdään, jotta voidaan tarkastella, toteutuivatko myyntitavoitteet ja kuinka hyvin ne saavutettiin. Tärkeää on, että arvioinnille on selkeä aika ja että arvioitava aikaväli on tiedossa. (Nieminen&Tomperi, 2008). Urheilukaupan esimerkissä voitaisiin arvioida, saavutettiinkö kuukausittainen uusien asiakkaiden tavoite sekä onnistuttiinko toimitusaikaa lyhentämään. Tärkeää on tulosten lisäksi selvittää, mitkä seikat vaikuttivat tavoitteeseen ja miksi se onnistui tai epäonnistui. Tavoitteiden toteutumista käydään läpi sekä myyjien että esimiesten ja johtajien kanssa säännöllisesti.

Tämä kaikki huomioiden myynnin johtaminen ei ole mielestäni kovinkaan helppo paletti toteuttaa onnistuneesti. Johtajalta vaaditaan paljon erilaista osaamista ja kykyä toimia parhaalla mahdollisella tavalla muuttuvissa tilanteissa. Olosuhteet muuttuvat koko ajan haastavammaksi, maailmanlaajuinen talous tuo mukanaan uusia tilanteita sekä kilpailu asiakkaista ja osaavista työntekijöistä kiristyy. Tämän vuoksi myynnin johtajan on oltava ajan hermoilla ja valmis omaksumaan ja tuomaan käytäntöön uusia toimintatapoja. (Nieminen&Tomperi, 2008).

Lähteet

Korppi, T. Myynnin tuki luotsaa tiimin kohti kasvua + top 5 työkalut juuri nyt.2021. Haettu 26.7.2022, osoitteesta: <https://www.salesforce.com/fi/blog/2021/strateginen-myyntin-tuki-ja-suosituimmat-tyokalut.html>

Mikkonen, J. Asiakaskokemus korreloi suoraan myyntiin. Hubspot. 2021. Haettu 26.7.2022, osoitteesta: <https://www.vipunet.com/fi/blog/asiakaskokemuksen-merkitys>

Myynnin johtaminen-asiateksti. Itslearning-alusta Centria. Haettu 22.7.2022

Nieminen, T. & Tomperi, S. Myynnin johtamisen uusi aika.2008. 12,16, 106,107, 117, 118, 131.

Selin, E. & Selin, J. 7 vinkkiä tulokselliseen myyntiin. 2018. Haettu 26.7.2022, osoitteesta: <https://mma.fi/ajankohtaista/artikkelit/7-vinkkia-tulokselliseen-myyntiin/>