

**Ari Heiskanen**

**TIETOISESTI TAITAVA  
MYYNNIN JOHTAJA  
T<sup>8</sup>-malli**

Alma Talent  
Helsinki 2019

© Copyright 2019 Alma Talent Oy ja Ari Heiskanen

ISBN 978-952-14-3656-7

ISBN 978-952-14-3657-4 (sähkökirja)

ISBN 978-952-14-3658-1 (verkkokirja)

Kansi: Juha Kalliolahti

Taitto: Sirpa Puntti

BALTO print, Liettua 2019

Anna palautetta kirjasta: *kustannustoimitus@almatalent.fi*

Tilaa Tietoisesti taitava myynnin johtaja Alma Talent Shopista:  
[shop.almatalent.fi](http://shop.almatalent.fi)



# Sisällysluettelo

KIPINÄ .....	10
<b>ALKUTAHDIT .....</b>	<b>13</b>
<b>MYYNTI .....</b>	<b>14</b>
<b>MYYNNIN JOHTAMINEN .....</b>	<b>21</b>
<b>T<sup>3</sup>-MALLI .....</b>	<b>27</b>
<b>TEEMA I: UUSI NÄKYMÄ .....</b>	<b>39</b>
<b>TULEVAISUUS .....</b>	<b>41</b>
5 000 palaa .....	41
SWOT-ansa(t) .....	50
Collinsin kymppikerho .....	57
<b>TULOS .....</b>	<b>63</b>
Myynnin tehokkuusparadoksi .....	63
Korkeimman kosketus ja lähdön hetki .....	70
Realiteettiterapiaa .....	81
<b>TEHTÄVÄ / TARJOOMA .....</b>	<b>85</b>
Asiakasantropologit .....	85
LCE-malli ("Eight by Four") .....	90
Uusi kaupallinen logiikka .....	104
<b>TEEMA II: UUSI TAPA .....</b>	<b>107</b>
<b>TOIMINTA .....</b>	<b>109</b>
Liiketoiminnan hymmenottelijat uudella arvoalustalla .....	109
Myynnin maailman varjelluin salaisuus .....	120
Arvoesteitä .....	133

<b>TUNNE</b> .....	143
Suorituskyöyn ydin ja tuloskaava .....	143
Älykkäät osaajat ja neljä huonetta .....	161
Norsun muisti .....	177
<b>TOIMINTAEDELLYTYKSET JA TAVOITTEET</b> .....	183
Konflikteja pohjalla .....	183
Uudet ohjaimet .....	190
Digilähdön hetki .....	192
<b>ROIHU</b> .....	197
<b>EPILOGI</b> .....	201
KIITOKSET .....	202
LÄHDELUETTELO .....	203

Sussa on kipinä  
Sen kanssa synnyttään  
Sun pitää vaan se saadaan syttymään  
Mä nään sen kipinän sen kanssa synnyttään  
Pian se saadaan syttymään

ROBIN FT. ELASTINEN – KIPINÄN HETKI

# KIPINÄ

**Jos johtajana saisit valita poistettavaksi yhden ongelman omalta haastelaltasi pysyvästi, mikä olisi Sinun valintasi?**

Minä poistaisin myyntiongelman. Kokemus on opettanut, että jos käsissäni on akuutti ja kroonistuva myyntiongelma, huomenna käsissäni on uusia, toinen toistaan vakavampia ongelmia. Syy-seurausketju on julma ja toisinaan hämmästyttävän nopea. Myynnin merkitys tulee kirjata muotoon:

**Yritys elää myynnistä – ja näivettyy tai kuolee myyntiongelmiensa seurauksena.**

Sainko huomiosi? Jos sain, hyvä. Huomio on uusi valuutta. Myynnin kannalta huomion saaminen on kaikki kaikessa. Huomioon liittyvä haaste on valtava, koska digitaalinen todellisuus on kiihdyttänyt huomiokilpailun käsittämättömiin lukemiin. Tiesitkö, että:

- noin 55 prosenttia maailman väestöstä käyttää internetiä (4,2 miljardia ihmistä)
- käyttäjistä yli 80 prosenttia käyttää sosiaalisia medioita (3,4 miljardia ihmistä)
- keskimäärin yhdellä ihmisellä on 5,54 sosiaalisen median tiliä
- aikavälillä 9/2017–10/2018 sosiaalisten medioiden käyttäjämäärä kasvoi 10 uudella käyttäjällä joka sekunti.

Sosiaalinen vallankumous kohtasi aikanaan myyntiongelman – sosiaalisen median vallankumous ei. Kaikki viisarit osoittavat, että maailman populaatio jatkaa kietoutumistaan yhä laajempaan ja tiiviimpään algoritmihalaukseen. Kilpailu huomiosta alustoilla on kovaa, mutta

huomenna se on vielä kovempaa. Ja kilpailun koventuminen vaikuttaa jokaiseen yritykseen ja myyjään.

Yritysten myynnistä vastaavat johtajat elävät nyt todellisuudessa, jossa vanhoja rooleja ja toimintoja murskataan ja muovataan uudelleen. Myynti on markkinointia ja markkinointi on myyntiä. Brändäämme yrityksiä ja henkilöitä. Kaiken huomiohakuisuuden ytimessä on nähtävissä myynnin punainen lanka ja tavoite:

Tavoite on olla erilainen kuin muut tavalla,  
jolla on myönteinen vaikutus toiseen osapuoleen.

Kyky ja tahto erottautua muista kilpailijoista arvoa tuottavalla tavalla on myynnin kannalta kriittisen tärkeää. Se palauttaa myynnistä vastaavan johdon pisteeseen, josta ylivoimaisen ja muista erottuvan erinomaisuuden rakentaminen alkaa. Se piste on *strategia*. Vallitsevat olosuhteet suosivat myynnistä vastaavaa johtoa, jonka tavoitteena on rakentaa joukkueelleen viettelevä kutsu toimialan tulevaisuustalkoisiin. Koskaan aiemmin yrityshistoriassa johdolla ei ole ollut käytössään tähän tavoitteeseen pääsyyn niin paljon tietoa ja teknologioita kuin nyt. Mutta voidakseen johtaa omaa ja muiden tulevaisuutta, johdon pitää johtaa tietoisesti ja taitavasti omaa myyntiään. Ilman sitä ei ole tulevaisuutta johdettavaksi.

Helsingissä 6.11.2019

*Ari Heiskanen*