

ARI HEISKANEN

Tietoisesti taitava myynnin johtaja



PROLOGI

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 haastelistaasi pysyvästi, mikä olisi Sinun valintasi?”

Minä poistaisin myyntiongelman, koska 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 merkityksen laki tulee kirjata muotoon:

Yritys elää myynnistä – ja näivettyä tai kuolee myyntiongelmiensa seurauksena.

Sainko huomiosi? Jos sain, hyvä. *Huomio on uusi valuutta.* Myynnin kannalta huomio on korvaamaton. 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 se 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 myönteistä vaikutusta 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 7.2.2019

Ari Heiskanen

EPILOGI

Mä en oo puhuja vaan tekijä
Oon aina tehnyt mitä tarvittiin
Enemmän ku ootettiin
Enemmän ku vaadittiin
Nousen vaikka välil tsempattu vähiten
Kukaan ei oo mulle niin ankara ku mä ite
En lepää sillon kun on paikka mistä vetää
Sit vasta kun kattoon mun paita jäädytetään
Luotan itteeni siitä voiman saan
Näät mun silmissä kipinän kohta roihahtaa

Robin ft. Elastinen – Kipinän hetki