

Myynti & Markkinointi

2023

Uskallus ja rohkeus: menestyksen muutosvoimat myyjille ja markkinoijille

Myynti & Markkinointi 2023 -barometrimme tuloksista nousee selkeästi esiin, että alamme menestyksen edellytys on innostunut asenne uusia asioita kohtaan. Tekoäly ja digitalisaation kehittyminen muuttavat kuitenkin kiihtyvällä vauhdilla myynnin ja markkinoinnin pelisääntöjä.

Digitalisaatio tarjoaa huikeita mahdollisuuksia liiketoiminnan kehittämiseen. Nyt on erityisen tärkeää, että yritysten johto suhtautuu muutokseen ennakkoluulottomasti eikä toimi kehityksen jarruna. Tekoäly on jo täällä, ja kehityksen kelkkaan kannattaa hypätä mukaan. Kannustan rohkeasti kokeilemaan ehkä pelottavaltakin tuntuvia asioita eturintamassa.

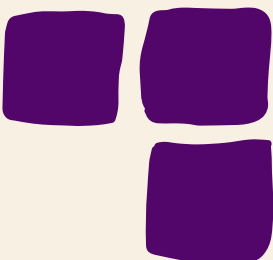
Muutos vaatii uusien taitojen ja työvälineiden oppimista. Myös työurien pidentämisessä elinikäisen oppimisen tärkeys on kiistaton. Tällä hetkellä aikuiskoulutustukijärjestelmän kohtalo herättää kuitenkin kysymyksiä. Miten takaamme osaavan työvoiman riittävyyden, jos ammattitaidon kehittäminen jää yksinomaan yksilön oman innostuksen varaan?

Me MMA:ssa pidämme tärkeänä, että täydennyskouluttamista tuetaan jatkossakin julkisin varoin. Lisäksi yritysten on nähtävä osaavan ja motivoituneen henkilöstön tuoma arvo liiketoiminnalle. Panostaminen henkilöstön kouluttamiseen kantaa hedelmää pitkälle tulevaisuuteen sekä lisää työntekijöiden hyvinvointia. Ilokseni barometrimme tuloksista huomaa, että iso osa ammattilaisistamme kehittää innolla osaamistaan itsenäisesti.

Myyntin ja markkinoinnin ammattilaisen ammattitaidon arvostaminen on liima, joka tartuttaa positiivista ilmapiiriä osajiemme työyhteisöön. Avain arvostuksen parantamiseen on molempien toimintojen työpanoksen arvon ymmärtäminen ja tunnustaminen, kannustaminen yhdessä tekemiseen sekä sillojen poistaminen. Tätä kaipaavat niin myyjät kuin markkinoijatkin.

Panostaminen yhteispeliin heijastuu taatusti ulospäin – mittari tähän ja myös hyvä syy palkitsemiseen on asiakastyytyväisyyden paraneminen. Kun alojemme ammattilaiset viihtyvät työssään, myös yritys menestyy. Myyjät ja markkinoijat: teette tärkeää ja arvokasta työtä!

Marko Hovinmäki
MMA:n puheenjohtaja



Myynti & Markkinointi 2023

Myynti & Markkinointi 2023 -barometrin toteutti MMA:n toimeksiannosta Tutkimustoimisto Vastakaiku. Kysely toteutettiin kesä-elokuussa 2023 sähköisellä kyselyllä, johon vastasi 678 myynnin ja markkinoinnin ammattilaista eri puolilta Suomea. Lisäksi tutkimuksen laadullisessa osassa haastateltiin 21 myynnin ja markkinoinnin vaikuttajaa. Barometrin tavoitteena oli syventää ymmärrystä myynti- ja markkinointityön nykytilasta, arvostuksesta ja strategisesta merkityksestä, johtamisesta ja työelämän murroksesta sekä teknologioiden kehityksestä ja tulevaisuuden trendeistä.

Ketterät ja rohkeat kokeilijat menestyvät

Tulevaisuuden organisaatiot ovat rohkeita, valmiita kokeilemaan, investoivat henkilöstön koulutukseen sekä ymmärtävät tekoälyn potentiaalin ja sen vastuullisen käytön merkityksen. Ammattiosaaminen ja monipuolinen ymmärrys uusien teknologioiden tuomista mahdollisuuksista on avain menestykseen.

Tekoälyn aika on nyt

Tekoäly on muuttumassa kiinnostavaksi myynnin ja markkinoinnin ammattilaisten liittolaiseksi, mutta matkalla on vielä esteitä voitettavana.

Uusi teknologia tehostaa prosesseja, vapauttaa aikaa luoville tehtäville sekä tuo uusia mahdollisuuksia verkko-kauppaan ja markkinointiin. Lähes puolella (48 %) vastaajista suhtautuminen tekoälyyn on myönteistä, mutta valtaosa (84 %) on hyödyntänyt tekoälyä vain vähän tai ei lainkaan työssään.

Ilahduttavasti etenkin markkinoinnin ammattilaiset ovat ottaneet innokkaasti ensiaskeleitaan tekoälyn maailmaan kokeilemalla sitä ja suhtautumalla myönteisesti sen käyttöön. Myös nuoremmat työntekijät ovat tekoälyn varhaisia omaksujia. Vaikka 40 prosenttia myyjistä suhtautuu tekoälyyn myönteisesti, lähes neljänneksellä (24 %) suhtautuminen uuteen teknologiaan on edelleen hyvin kielteistä.

Vastaajien työnantajista vain alle kymmenes (9 %) on järjestänyt tekoälykoulutusta. Potentiaalia ketterään kokeiluun siis on. Silti iso osa yrityksistä ei näytä aktiivisesti miettivän tekoälyn hyödyntämistä. Tekoälyn käyttökin on vielä vähäistä, vaikka johdolla on ymmärrystä sen potentiaaliin.

Edelläkävijät satsaavat koulutukseen

Laadullisissa haastatteluissa korostui jatkuvan oppimisen tärkeys, tarve sopeutua muutoksiin ja kyky oppia uutta. Teknologian kehitys herättää innostusta, mutta myös huolta työpaikkojen kohtalosta. Lisäksi eettisyys ja vastuullisuus korostuvat haasteina uuden teknologian käytössä. Ilahduttavaa on, että ihmisen luovuuden ja intuition merkitys nähtiin säilyvän tärkeinä tekijöinä työssä.

Fiksut työnantajat panostavat nyt koulutukseen ja näkevät sen investointina yrityksen menestykseen. Ilman tulevaisuuden taitoja osaavia työntekijöitä ei tulostakaan synny.

Lähes kolmannes (29 %) organisaatioista ei kuitenkaan tue henkilöstön osaamisen kehittämistä. Huomionarvoinen havainto on myös, että myyntiosaamisen kehittämiseen satsataan enemmän kuin markkinointitaitoihin. On rohkaisevaa huomata, että iso osa (40 %) ammattilaisistamme panostaa aikaa itsenäiseen oman osaamisensa kehittämiseen.

Uskallusta somen käyttöön

Alalla tarvitaan uskallusta lisätä sosiaalisen median käyttöä. Innokkaimpia somen käyttäjiä ovat markkinoinnin ammattilaiset ja nuoremmat työntekijät. Erityisesti myyntiammattilaisten olisi hyvä rohkaistua käyttämään somea, koska sitä hyödyntää työssään vain viidesosa (20 %) myyjistä.

Kesytä muutos näillä vinkeillä

Kartoita omat kehityskohteesi ja mieti, mitkä taidot sinun olisi tärkeintä ottaa haltuun seuraavaksi.

Suhtaudu uuden oppimiseen positiivisen uteliaasti. Se vaatii rohkeutta, mutta myös palkitsee!

Kehitä itseäsi kuin huippuyritystä – lähesty uusia mahdollisuuksia, opi uutta, ole sitkeä ja rohkea. Korota markkina-arvoasi seuraamalla, mitä alan huiput tekevät.

Aloita tekoälyyn tutustuminen vaikkapa webinaariin ilmoittautumalla – niitä löydät rutkasti MMA:n koulutuskalenterista!



Alan työtehtävissä kasvaa jatkuvan kouluttautumisen merkitys. Nyt ne, jotka luulevat tietävänsä kaiken myynnistä ja markkinoinnista, tippuvat kelkasta kuin lumiukot. Verkostoitumisen merkitys ja jatkuva kouluttautuminen ovat jatkossa ihan ratkaisevassa roolissa. Henkilöstön koulutukseen ja verkostoitumiseen panostavat organisaatiot tulevat erottautumaan muista selkeästi.

Riikka-Maria Lemminki

Toimitusjohtaja
Marketing Finland

Tärkeimmät myynti- ja markkinointitaidot tulevaisuudessa

- Työvälineet ja teknologia
- Analytiikka ja data
- Asiakkaiden kohtaaminen
- Aitous ja henkilökohtaisuus
- Ajanhallinta ja proaktiivisuus
- Mukautumiskyky ja monipuolisuus

Alalla on intoa uuden oppimiseen

40 % panostaa itse paljon myynti- ja markkinointiosaamisen kehittämiseen

51 % voi käyttää työaikaansa osaamisen kehittämiseen

Osaamisen kehittäminen yrityksissä

29 % työnantajista ei tue henkilöstön osaamisen kehittämistä

38 % yrityksistä panostaa paljon myyntiosaamisen kehittämiseen

18 % yrityksistä panostaa paljon markkinointiosaamisen kehittämiseen

48 %

vastaajista suhtautuu myönteisesti tekoälyn käyttöön

Tekoälyn ensiaskeleet

Tekoälyn käyttöä on kokeillut

30 % myynnin ammattilaisista

74 % markkinoinnin ammattilaisista

Vastaajien organisaatioista vain

9 % on järjestänyt tekoälykoulutusta

11 % on ohjeistanut tekoälyn käyttöä

18 % miettii aktiivisesti tekoälyn hyödyntämisen mahdollisuuksia.

Ymmärrys ja yhteispeli johtamisen ytimessä

Menestyksenkäs liiketoiminta vaatii panostamista sekä myyntiin että markkinointiin. Vaikka yli puolella (57 %) organisaatioista markkinointi on strategisessa roolissa, sillä ei ole yhtä vahva asema kuin myynnillä. Myynti on myös markkinointia selkeästi useammin edustettuna johtoryhmissä.

Myynti ohjaa prioriteetteja ja sen arvo ymmärretään yrityksissä herkemmin, sillä sitä on helpompi mitata. Johtamisessa vastaajat kaipasivat erilaisten työroolien arvostamista ja ymmärtämistä tasapuolisesti. Usein markkinoinnin arvon ymmärtäminen jää kuitenkin myynnin arvostuksen varjoon. Selkeästi markkinoinnin strategisen merkityksen ymmärtämisessä on parannettavaa. Markkinointijohdon on herättävä ja tehtävä työtä asian kohentamiseksi.

Tulosten mittarit ja asiakasymmärrys kehityskohteeksi

Asiakastyytyväisyyden merkitys korostuu koko ajan enemmän, mutta tämä ei näy vastaajien mielestä riittävästi palkitsemisessa. Tämä on selkeä kehityskohde seurantamittareihin. Jo vuoden 2021 barometrissamme nousi esiin toive, että ammatilaistemme työtä mitattaisiin nimenomaan asiakastyytyväisyydellä.

Vastaajat kokivat markkinoinnin tuloksellisuuden osoittamisen haasteelliseksi. Vaikka dataa on saatavilla runsaasti, tarvitaan enemmän analytiikkaosaamista, investointeja koulutukseen ja mittausmenetelmiin.

Markkinoinnin strategista roolia on vahvistettava. Johdon ymmärrys vahvistuu, kun tulokset kerrotaan liiketoimintakielellä: euroilla ja numeroilla.

Markkinoinnissa tunnettuuden ja brändin rakentaminen sekä asiakassuhteen hoito nähdään liiketoiminnalle tärkeinä tehtävinä. Ne eivät saisi jäädä vähemmälle huomiolle olipa yrityksen koko suuri tai pieni.

Yhteisellä parempiin tuloksiin

Tulokset osoittavat myös, että yli puolet (52 %) vastaajista koki, että myynti ja markkinointi toimivat vieläkin liian siilomaisesti yrityksissä. Tämä haastaa tehokkaan yhteistyön ja tiedonjakamisen. Yrityksissä panostaminen myynnin ja markkinoinnin yhteispeliin on yksi tärkeimmistä keinoista saada menestystä aikaiseksi.

Laadullisissa haastatteluissa korostui, että johtaminen edellyttää ymmärrystä tiimien monimuotoisuudesta, kulttuurista ja kansainvälisyydestä. Diversiteetin arvostaminen ja erilaisten ajatusmallien yhdistäminen ovat keskeisiä asioita nykypäivän johtajuudessa.

Tulevaisuuden johtaja hallitsee pehmeitä taitoja, kuten motivointia, läpinäkyvää ja avointa viestintää sekä työhyvinvoinnin tukemista. Hierarkkinen ja jäykkä johtamistyyli, jossa ymmärrys erilaisten roolien merkityksestä puuttuu, ei edesauta myyjiä ja markkinoijia menestymään työssään.

Tulevaisuuden johtajan askelmerkit

Istuta myynti ja markkinointi samaan pöytään: yhteiset mittarit, tavoitteet ja niiden seuranta rakentavat synergiaa. Määrittele eri toimintojen roolit, mutta jätä tilaa myös joustolle.

Asiakastyytyväisyys on yksi tärkeimmistä menestysedellytyksistä. Se on myös työntekijöiden palkitsemisen arvoinen asia!

Yrityksen menestykselle ketterä muutosvalmius, kokeilukulttuuri ja nopea reagointi ovat avainasemassa nyt ja jatkossa. Myös johdon rooli työntekijöiden kehittymisen tukijana korostuu entisestään.

Johtajuus muuttuu hajautetuksi ja päätöksenteko nopeammaksi. Ota huomioon tiimien monimuotoisuus, kulttuuriset erot ja kansainvälisyys — ne ovat voimavara. Arvosta diversiteettiä ja yhdistä erilaiset ajatukset.

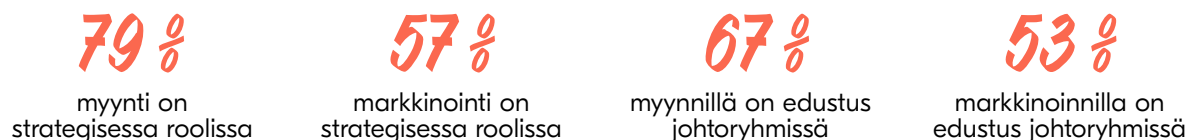
Myynti ei ymmärrä, mitä nykyaikaisella markkinoinnilla voi saada aikaan. Osittain markkinointi on luonut tämän ongelman itse, sillä se ei osaa puhua liiketoimintaa. Tämän vuoksi arvostusta ei tule eikä kyvykkyyksiä saa myytyä. Myynnillä taas voi olla vanhanaikainen näkemys siitä, mitä dataa kerätään ja miten sitä voisi hyödyntää. Se on se haaste.

Henna Niiranen

Liiketoimintajohtaja
Vincit



Myynnin ja markkinoinnin asema yrityksissä



Tärkeimmät asiat johtamisessa

- 55 %** Motivointi ja kannustus
- 53 %** Läpinäkyvä ja avoin viestintä ja tiedonkulku
- 53 %** Työhyvinvoinnin ja jaksamisen tukeminen
- 46 %** Tavoitteiden ja työtehtävien selkeys

Parhaiten käytännössä toteutuu

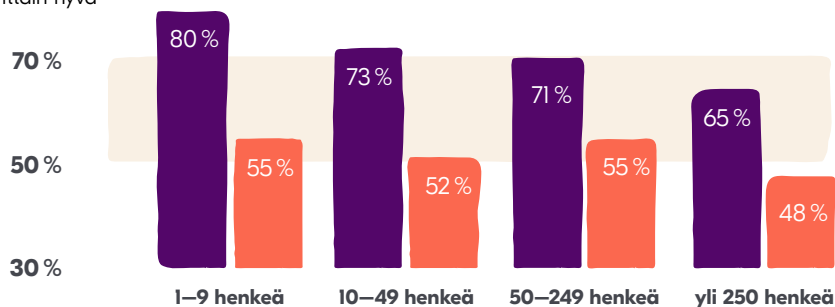
- tiimihengen luominen
- työntekijöiden kuuntelu

Heikoiten käytännössä toteutuu

- läpinäkyvä ja avoin viestintä ja tiedonkulku
- motivointi ja kannustus
- myynnin ja markkinoinnin yhteispelin johtaminen

Johtoryhmän ymmärrys myynnin ja markkinoinnin merkityksestä yrityksen kilpailukykyyn

Arvosana hyvä
tai erittäin hyvä



Kysyimme, kuinka hyvin yritysten johtoryhmät ymmärtävät myynnin ja markkinoinnin merkityksen yrityksen kilpailukykylle. Yllättäen kooltaan suurimmissa yrityksissä tämä ymmärrys oli heikointa.

■ Myynti
■ Markkinointi

Imu työhön syttyy arvostuksesta

Selkeät tavoitteet, arvostava johtaminen, yhteisöllisyys, kouluttautuminen ja palkitseminen ovat tekijöitä, jotka saavat ammattilaisemme innostumaan työstään. Hyvä työilmapiiri, ammatillinen kasvu sekä kilpailukykyinen palkka taas vaikuttavat oman työn suositteluhaluksuuteen merkittävästi.

Tyytyväisyys työhön näyttää myös nousevan iän myötä, mikä voi johtua osaamisen karttumisesta ja motivaation lisääntymisestä oman työn tekemiseen. Työpaikoilla kannattaakin kiinnittää enemmän huomiota työntekijöiden ammatilliseen kasvuun uran joka vaiheessa.

Työ ja vapaa-aika

Myyntin ja markkinoinnin ammattilaisten työajasta keskimäärin puolet (48 %) tehdään etänä. Myös asiakkaiden tapaaminen etänä on vakiintunut isolla osalla (45 %) vastaajista käytännöksi, etenkin markkinointialalla. Tämä vaatii työnantajilta uusia strategioita ja resursseja työntekijöiden tukemiseen etätyössä.

Iso osa (61 %) vastaajista joustaa paljon tai erittäin paljon vapaa-ajastaan työn vuoksi. Joustoa löytyy etenkin myyjiltä, mikä korostaa alan omistautuneisuutta.

Silti noin viidennes (21 %) vastaajista suhtautuu kielteisesti vapaa-ajasta joustoon, tämä näkyy erityisesti nuorempien työntekijöiden kohdalla. Työnantajien on syytä kiinnittää huomiota eri ikäryhmien tarpeisiin ja työntekijöiden suhtautumiseen urakehitykseen ja vapaa-aikaan.

Esteitä tyytyväisyyden tiellä

Yksi huolestuttavista huomioista liittyy alan Net Promoter Score (NPS) -suosittelulukuihin. Etenkin markkinoinnin tehtävissä NPS-luku on erityisen alhainen, vain 14. Jopa 24 prosenttia markkinoinnin ammattilaisista ei suosittelisi alaa. Noin kolmasosa (34 %) markkinoijista ei myöskään pidä omaa alaansa arvostettuna. Arvostus on suurempaa esimerkiksi myyjillä, joista yli puolet (55 %) pitää markkinointia arvostettuna.

Työnantajien olisi selkeämmin tunnistettava ja tunnustettava markkinoinnin rooli ja arvo yrityksen menestyksen kulmakivenä myös meillä Suomessa. Vastaajien mielestä ulkomailla markkinoinnin arvostus on yleisempää.

Suorituspaine ja henkinen kuormittavuus ovat suositteluhaluksuuden esteitä myynnissä ja markkinoinnissa. Toisaalta

joustavuus, vaihtelevuus ja mahdollisuus uuden oppimiseen ovat tekijöitä, jotka saavat ihmiset jaksamaan työssä.

Vaikka arvostus omaa alaa kohtaan näyttää olevan epäyhtenäistä, on ilo huomata valtaosan (85 %) ammattilaisistamme olevan ylpeä omasta työstään. Yli 70 prosenttia vastaajista uskoi myös työskentelevänsä alalla vielä kolmen vuoden päästä. Alalla on siis paljon potentiaalia.

Pidä itsestäsi huolta, ammattilainen

Sovi esihenkilösi kanssa – tai laadi itse – selkeät tavoitteet työillesi. Näin pidät huolta siitä, että odotukset ja suorituspainheet eivät kuormita liikaa.

Osoita arvostusta työkavereita, kumppaneita ja asiakkaita kohtaan, ja kiitä myös itseäsi!

Pidä oppimisen ilo läsnä arjessa. Koulutuksissa ja tapahtumissa voit myös verkostoitua, ammentaa virtaa ja lisätä työniloa.

Tsekkaa ajoittain, oletko tyytyväinen työtilanteeseesi. Pohdi, kaipaatko lisää haasteita vai hölläystä. Entä mikä tekee työstä sinulle merkityksellistä ja innostavaa?

Jos kuormitus kasvaa liian suureksi, pyydä apua matalalla kynnyksellä. MMA:lta saat esimerkiksi työkykyvalmennusta.

Suomi on tehnyt uskomattomia harppauksia, on ihan maailmanluokan juttuja. Lopa maailman suurimmissa toimistoissa on suomalaisia ihan johtoasemissa. Voidaan olla helvetin ylpeitä myynnistä ja markkinoinnista. En sano tätä siksi, että voidaan olla nyt tekemättä mitään, vaan minua häiritsee se jatkuva jankutus, että "Suomessa ollaan niin huonoja". Niin ollaan muuallakin! Mun mielestä olisi tärkeää, että sen sijaan, että voivotellaan huonoa tasoa ja että ollaan niin metsäläisiä, niin mietittäisiin sitä, miten saadaan ryhtiliike jatkumaan!

Alf Rehn

Innovaation, designin ja johtamisen professori
University of Southern Denmark



- Myyntitehtävissä: 87 %
- Markkinointitehtävissä: 75 %
- Myynnin ja markkinoinnin tehtävissä: 88 %

NPS-suosittelemisluokitus



Innostusta lisäävät asiat

- Johtaminen ja arvostus
- Työyhteisö ja yhteisöllisyys
- Selkeät tavoitteet ja odotukset
- Itsekehitys ja koulutus
- Palkitseminen ja tunnustus
- Työvälineet ja resurssit

Alan arvostus

52 % vastaajista pitää markkinointialaa arvostettuna

- 55 % myynnin ammattilaisista
- 34 % markkinoinnin ammattilaisista

39 % vastaajista pitää myyntialaa arvostettuna

- Arvostus on yhtä suurta (38 %) sekä myynnin että markkinoinnin ammattilaisilla

Ammattilaistemme työnkuva

Työn plussat

- työn monipuolisuus ja vaihtelu
- työskentelytapojen joustavuus
- alan tarjoamat mahdollisuudet ja ammatillinen kasvu

Työn miinukset

- paine, kiire ja rajalliset resurssit
- myyntityössä työn ja vapaa-ajan tasapainottamisen haasteet
- markkinointityössä työtehtävät eivät aina vastaa koulutusta tai odotuksia työn sisällöstä

Tulevaisuudessa

81 % haluaa edelleen tehdä töitä koko-aikaisesti

23 % toimii yrittäjänä

14 % työskentelee osa-aikaisesti

9 % tekee freelance-töitä

Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset MMA:n
päämääränä on jäsenten menestys ja hyvinvointi.

MMA valvoo alojen ammattilaisten yhteiskunnallista etua,
tarjoaa työelämäturvaa sekä kouluttaa.

MMA on liikettä luova voima. Liike pitää Suomen
hyvinvoivana.

mma.fi



Myynnin &
Markkinoinnin
Ammattilaiset

