

# Suomi Myyntiin



Teknillinen korkeakoulu



Helsingin kauppakorkeakoulu

Tiedotustilaisuus 18.12.2007 / HSE

## Tilaisuuden agenda

09.45 Avaussanat	Pyry Lautsuo
09.50 Taustaa, Myyntiosaamisen merkitys	Jaakko Järivistö
10.00 Myynnin tutkimuksen ja koulutuksen tila	Petri Parvinen
10.10 Myyntihankkeen kuvaus	Juha Mattsson
10.20 Verkostotalouden kehitysnäkymät, Myynnin tutkimuksen ja koulutuksen tulevaisuus	Paul Lillrank

## Tilaisuuden agenda

**09.50 Taustaa, Myyntiosaamisen merkitys**

**Jaakko Järvistö,  
President  
Metso Automation, Flow Controls**

## Esimerkkejä lehdistä

- “Sitran yliasiamiehen Esko Ahon tutkimuksen mukaan Euroopan suurin heikkous on mantereella syntyvien tutkimustulosten ja ideoiden muuttaminen rahaksi” Tekniikka & Talous 23.11.2006
- “Investoimme merkittävästi koulutukseen, ja myös tutkimuksen ja tuotekehityksen rahoitus kasvaa, mutta jostakin syystä investoinnit eivät synnytä menestyviä yrityksiä, uusia tuotteita ja hyviä työpaikkoja.” Pääministeri Matti Vanhanen / Helsingin Sanomat, Lokakuu 2006
- “Suomalainen innovaatiojärjestelmä ei ole synnyttänyt riittävästi uusia yrityksiä” Pääjohtaja Veli-Pekka Saarnivaara, TEKES / HS 16.2.2007
- “Suomi kärsii kilpailukykyparadoksista. Olemme hyviä kehittämään ideoita, mutta emme osaa muuttaa ideoita menestyväksi liiketoiminnaksi.” Prof. Pekka Himanen / HS 11.3.2007

## Esimerkkejä lehdistä

- “Suomessa osataan tutkimus ja tuotekehitys, mutta valmiiden tuotteiden ja ratkaisujen myynnissä on parantamisen varaa”, Markkinointiryhmälle Pj Eero Lehti / Taloustutkimuksen hallitus, HS Elokuu 2006
- “Myynnillä saadaan nopeimmin aikaan kannattavaa kasvua” “ Myymistä ei kouluteta missään” Peter Kietz / konsulttijohtaja Mercuri Int, Urtie Syyskuu 2006

## Esimerkkejä lehdistä

- “Suomessa ei ole tarpeeksi johtotason ihmisiä, jotka ymmärtävät mitä markkinointi globaalissa bisneksessä tarkoittaa... Teknologisen osaamisen rinnalle on nostettava kaupallistaminen” Roger Talerio, Toimitusjohtaja Amer Sports / Talouselämä 4/2007
- “Monien yritysten kasvun este on se, ettei niillä ole kansainvälisen liiketoiminnan osaamista” Risto Siilasmaa, F-Secure/ HS 3.3.2007
- “Suurin haaste on löytää hyviä yleisjohtajia, joilla on sekä markkinointi, että myyntikokemusta” Henkilöstöjohtaja Timo Vuorio Outokumpu, Tekniikka & Talous 26.4.2007



# Yrityksen prosessit

Strategy Process (years, months)

Strategy Implementation

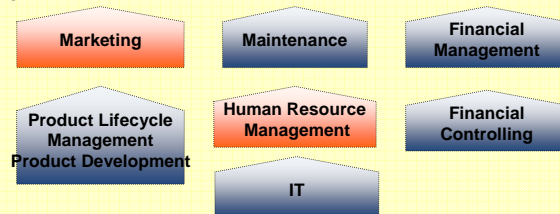
Core Processes (months, days, hours)

Supply Chain Planning



Project Management

Supporting Processes



Myyntihanke 

## Myynti vs tuotanto / R&D

- Prosessit, osaaminen ja seuranta on olemassa
  - Lean manufacturing, Six Sigma, laatumittarit
  - R&D prosessit
- Kirjanpito
  - myynti on viheliäinen kustannus vs. RTD, mikä taasen on arvokas investointi
  - arvostus
- Toimitusjohtajan tausta
  - jos ei tule myynnistä, ei sitä osaa eikä sitä arvosta, eikä osaa kehittää

## Tilaisuuden agenda

**10.00 Myynnin tutkimuksen ja koulutuksen tila**

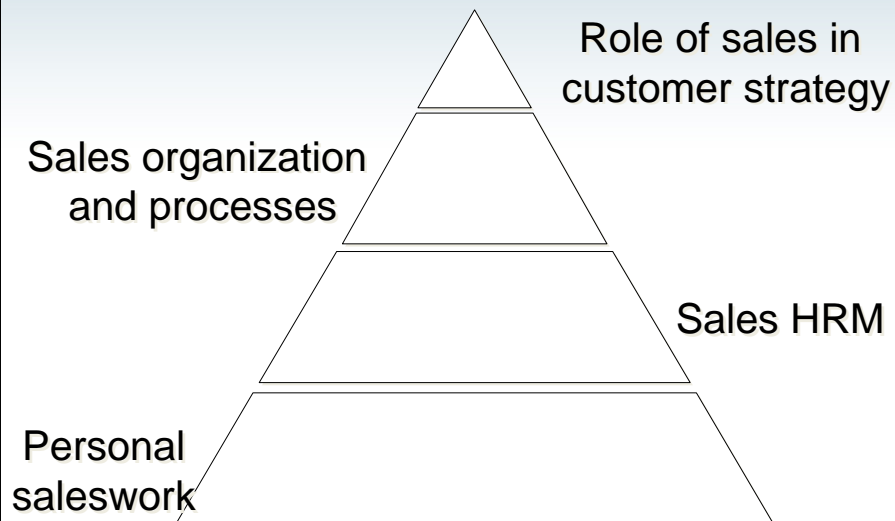
**Petri Parvinen  
Myynnin Professori (ma.)  
Helsingin Kauppakorkeakoulu**

## Mitä akateeminen yhteisö tekee myynnin eduksi?

- Myynnin matala arvostus heijastuu myös alan akateemiseen aktiivisuuteen
- Myyntityöhön ja myynnin organisointiin liittyviä prosesseja ja johtamismalleja ei ole tutkittu Suomessa kovinkaan paljon
- Suomessa ei ole vahvaa myynnin prosesseihin ja johtamiseen liittyvää akateemisen kompetenssin keskittymää
- Myös opetuksellinen panostus on jäänyt vähäiseksi

## Sales Pyramid

Myyntihanke 



Myyntihanke 

## Mitä voitaisiin tehdä ?

- Uusia, innovatiivisia yhteistyömuotoja (tutkimushankkeet, yritysohjelmat)
- Nostaa arvostusta
  - opiskelija- ja mediatyöllä tärkeä rooli
  - aktivoita yritykset ja herättää keskustelua
- Luoda myyntiin liittyvä kompetenssikeskittymä suomalaisen korkeakoulumaailmaan
- Varmistaa akateemisen myyntitoiminnan jatkuvuus
- Tuottaa konkretiaa, esim.:
  - Realistiset, relevantit kontekstit (esim. teknologiaintensiiviset suomalaiset teollisuusyritykset)
  - Tunnistaa parhaita käytäntöjä
  - Tuottaa materiaaleja
- Tehdä sitä mihin yrityksillä ei ole aikaa
  - Esim. vaikuttavuustutkimus, myynnin rajapinnat

## Tilaisuuden agenda

### 10.10 Myyntihankkeen kuvaus

**Juha Mattsson**  
**Tutkija**  
**Teknillinen korkeakoulu**

## Hankkeen päätavoitteet

- Luoda myyntitoiminnan osaamiskeskittymä suomalaiseen korkeakouluympäristöön
- Tutkia erikseen määriteltyjä myyntitoimintaan liittyviä teemoja teknologiaintensiivisten suomalaisten teollisuusyritysten kontekstissa
- Pyrkiä ymmärtämään menestykselliseen liiketoimintaan johtavia parhaita käytäntöjä em. teemojen piiristä
- Tuottaa tutkimuksen tuloksiin perustuen käytännönläheisiä best practice – caseja, joita voidaan jatkossa hyödyntää yritysentsä, tutkimuksessa sekä myyntiin liittyvässä koulutustoiminnassa
- Saattaa tutkimustieto eri kohderyhmien hyödynnettäväksi mm.
  - tuottamalla kirjallisia tuotoksia (esim. opinnäytetyöt, loppuraportti, case-kuvaukset, akateemiset julkaisut, opetusmateriaalit, kirjat)
  - käymällä keskusteluita yritysentsän kanssa (esim. roundtable, seminaarit, haastattelut)
  - Kehittämällä korkeakoulujen opetuksen muotoja ja sisältöjä
- Parantaa myyntitoiminnan mainetta ja houkuttelevuutta suomalaisessa liike-elämässä sekä opiskelijoiden keskuudessa

## Tutkimustyön taustalla yritys­lähtöisyys, akateeminen relevanssi sekä opetuksellisuus

- Tutkimuskysymykset
  - Miten myyntitoimintaa ja osaamista voidaan kehittää suomalaisissa teknologisissa ja teollisissa verkostoissa toimivissa yrityksissä?
  - Mikä on myynnin eri näkökulmien suhteellinen merkitys yritysten kansainvälisen kilpailukyvyn kehityksessä?
- Teemat
  - Liiketoimintamallin ja arvolupauksen yhteys myyntitoimintaan
  - Myyntihenkisyys ja myynnin kompetenssit
  - ”Asiakkaan silmälasit” – asiakasnäkökulma myyntitoiminnassa
  - Myyntitoiminnan johtaminen ja prosessit
  - Sopimusten ja neuvotteluprosessin rooli myyntitoiminnassa

## Toteutus ja aikataulu

- Toteutus kahden korkeakoulun yhteistyönä
  - Teknillinen korkeakoulu TKK, BIT-tutkimuskeskus
  - Helsingin kauppakorkeakoulu HSE, Markk. ja johtamisen laitos
- Akateemiset johtajat:
  - Prof. Paul Lillrank, TKK
  - Prof. (m.a.) Petri Parvinen, HSE
- Koordinointi:
  - Juha Mattsson, tutkija, TKK
- Rautainen käytännön kokemus
  - Pyry Lautsuo, tutkija, TKK
- Hankkeen aikataulu: 5/2007 – 4/2009

## Hankkeen sponsorit

TEKES

ABB

Aker Yards

Componenta

IBM

Kalmar Industries

Metso

Nokia Siemens Networks

Ruukki

Teknologioteollisuus Ry



The screenshot shows the homepage of Myyntihanke.fi. The browser window title is "myyntihanke - Etusivu - Mozilla Firefox". The address bar shows "http://www.myyntihanke.fi/index.php". The page content includes:

- Navigation menu: **Etusivu**, Hankekuvaus, Julkaisut, Blogi, Tiedotteet, Yhteistyökumppanit, Yhteyshiedot, Keskustelut.
- Header information: BIT Research Centre - Otaniementie 17 - Espoo - Tel. +358 9 4511, Maanantai 17.12.07, www.myyntihanke.fi
- Main image: A photograph of three lion cubs. Text overlay: "Myyntihanke TTK:n ja HSE:n yhteinen myyntihanke pyrkii viemään suomalaisen myyntiosaamisen uudelle tasolle". Button: "Tutustu hankkeeseen".
- Section: "Tiedotteet" with the headline "Myykö hyvä tuote itse itsensä?". Text: "Suomalaiset ovat läpi historian olleet huolellisia ja ehkieria työntekijöitä sekä luotettavia tavaran toimittajia. Tästä johtuen valmistustekniikka antoi meille kohtuullisen kilpailuedun sodanjälkeisinä vuosikymmeninä. Mittava tekninen koulutus yhdistettynä laman jälkeiseen tutkimus- ja tuotekehityspanostukseen antoi meille kilpailuetua, jonka hedelmiä nautimme toistaiseksi. Kiina ja Intia ovat kutistamassa molempia edellä mainittuista vahvuksistamme. Verkostotalouden maailmassa voimme menestyä tästä huolimatta, mikäli pystymme muita paremmin kytketymään asiakkaittemme anoverkkoon sekä yhdistämään meitä tehokkaammat toimijat omaan ratkaisuumme." Button: "Lue lisää...".
- Footer: **www.myyntihanke.fi**

## Tilaisuuden agenda

10.20 Verkostotalouden kehitysnäkymät, myynnin tutkimuksen ja koulutuksen tulevaisuus

**Prof. Paul Lillrank**  
Tuotantotalouden osasto  
Teknillinen korkeakoulu

## MISTÄ TUNNISTAT INNOVAATION ?

Olemassa olevan toiminnan tehostaminen

**Uusi liiketoiminta**

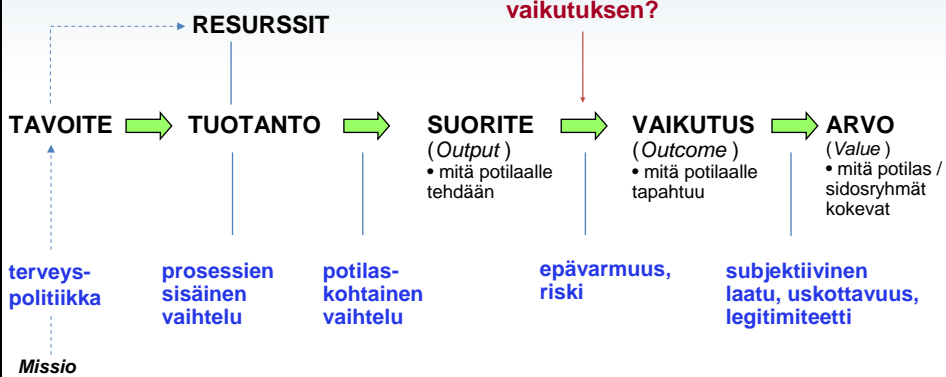
- liikevaihto
- tulos
- työpaikat
- verokertymä

- tuottavuus
- laatu
- jakelu
- liiketoimintamallit
- ...

Innovatiivinen ympäristö  
Luova häröily  
Uteliaat, kokeilunhaluiset asiakkaat

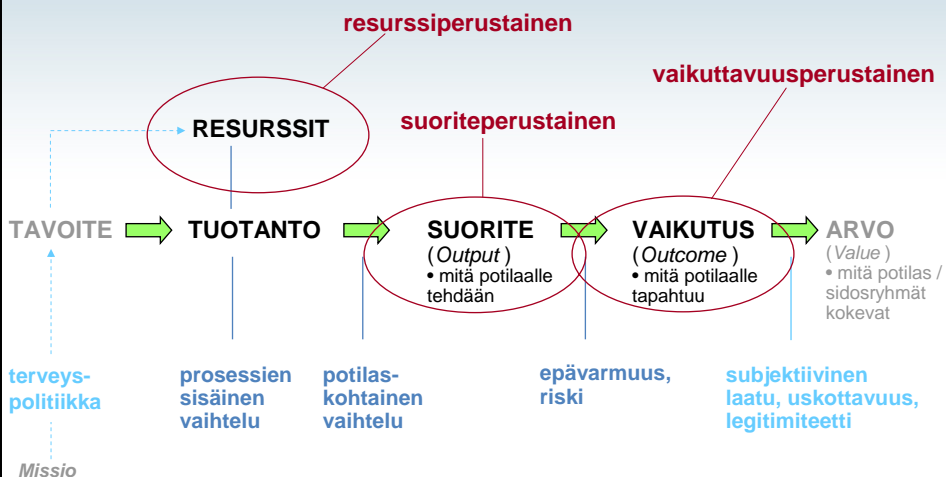
# PALVELUISSA SUORITE JA VAIKUTUS OVAT ERI ASIOITA

Voiko jollakin muulla suoritteella saada saman vaikutuksen?

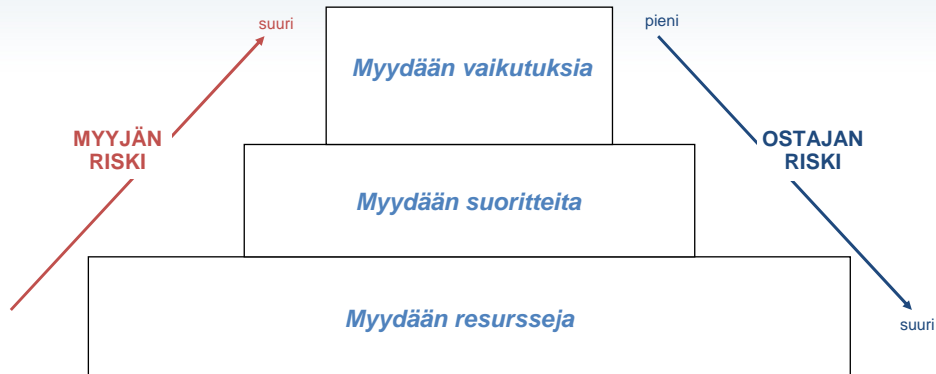


Mukaeltu lähteestä: Porter & Teisberg: Redefining Healthcare 2006

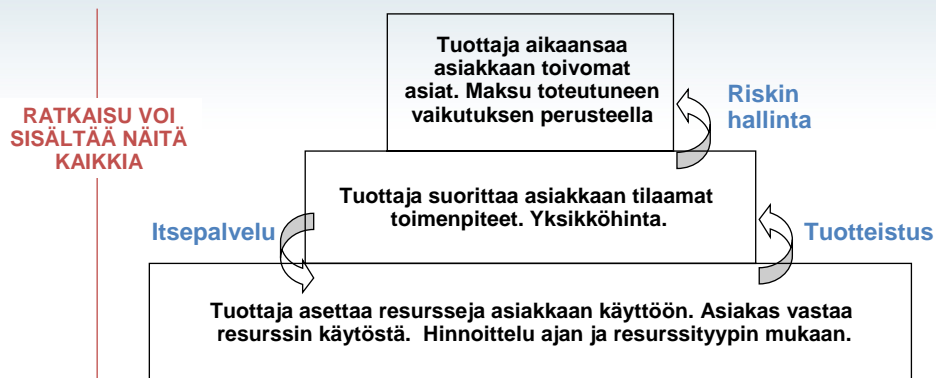
# PALVELUTUOTANNON ARVOKETJU



## PALVELUJEN LIIKETOIMINTAMALLIT



## PALVELUJEN LIIKETOIMINTAMALLIT



**Myyntitoiminnan kehittäminen teollisissa ja  
teknologisissa verkostoissa**

eli

**“Myyntihanke”**



Teknillinen korkeakoulu



Helsingin kauppakorkeakoulu