

# Myynti ylös sadassa päivässä kaivertamalla myynnin kolikka

Heikki Luoma  
Actional Oy



Myyntiä voi nostaa toisinaan nopeasti ja paljon. Jopa paljon enemmän kuin kukaan ennakkoon uskoi.

Olen itse osallistunut myynnin nostohankkeeseen, jossa tilaukset kasvoivat 12-kertaiseksi neljässä viikossa. Eräissä toisessa hankkeessa myynti tuplaantui vuosineljänneksessä. Suuressa elintarvikeyrityksessä markkinaosuus kasvoi kolmen vuoden tavoitteeseen vuodessa.

Periaatteessa myyntiä voi alkaa nostaa jo huomenna, mutta sitä vastaan toimii eräitä voimakkaita toimintamalleja.

Yksi niistä on, että lyhyen aikavälin tuloksia pidetään pahana. Monet esimiesasemassa olevat eivät halua myynnin kasvua nopeasti, vaan hitaasti joskus tulevaisuudessa.

Toinen vastaan paneva voima on valmistautuminen. Ajatellaan että ennen myynnin kasvattamista on valmistauduttava laatimalla uusi strategia, visio, missio ja tarkat markkinointisuunnitelmat, koulutettava myyjät ratkaisumyyntiin, otettava käyttöön uusi asiakkuuden hallintajärjestelmä ja muutettava organisaatiota. Valmistaudutaan kuukausia tai jopa vuosia siihen, että aletaan nostaa myyntiä. Vasta kun yrityksen henkilöstö on tarpeeksi valmistautunut, voi tekeminen alkaa.

Valmistautumisen toivotaan johtavan tuloksiin joskus tulevaisuudessa. Toisinaan valmistautumisesta tulee pääasia, jota ylläpidetään sen itsensä vuoksi ja kun tuloksia ei tule, valmistaudutaan lisää.

Valmistautumisesta huolimatta muutos usein epäonnistuu. Strategiaa ei pystytä toteuttamaan, ratkaisumyynnin koulutus ei onnistu saamaan aikaan ratkaisumyyntiä, uusi organisaatio luo uusia ennakoimattomia ongelmia ja uudet palkkaukset eivät tuo odotettua potkua. Miljoonat ihmisten päivittäiseen työhön liittyvät muutettavat asiat ovat jääneet huomiotta ja ratkaisematta.

Muutoksen voi tehdä myös toisin päin.

Yksinkertaisesti: jos yrityksen tarkoituksena on nostaa myyntiä, niin muutoksen voi käynnistää alkamalla myydä enemmän.

Mutta miten?

Vastaus alkaa sillä, että kaiverrat isosta tavoitteesta irti pienehkön tavoitteen lyhyelle aikavälille.

Jos esimerkiksi tavoittelet yrityksen myynnin kasvattamista, voin yksi välitavoite olla ratkaisumyynnin lisääminen, jonka alitavoite voi olla tietyn tyyppisten ratkaisujen myynnin lisääminen.

Toisin sanoen tavoitteen kehittäminen voisi mennä näin:

1. Yrityksen myynnin kasvutavoite on + 15 % joka vastaa 15 miljoonaa euroa vuositasolla.
2. Ratkaisujen myyntitavoite on 25 miljoonaa euroa jossa kasvua on 40 % edellisestä vuodesta.

3. Teollisuudelle myytävien logistiikkaratkaisujen myyntitavoite on 5 miljoonaa euroa vuodessa. Kasvua 100 %.

4. Teollisuudelle myytävien logistiikkaratkaisujen myyntitavoite sadan seuraavan päivän aikana on 1,5 miljoonaa euroa.

Kohdan 4 tavoite voisi olla sadan päivän myyntitavoite, joka vie kohti yrityksen vuoden myyntitavoitetta ja ratkaisumyynnin toteuttamista heti ja suoraan tekemällä.

Tekemällä sadan päivän tavoite, organisaatio saa arvokasta kokemusta, mitä on muutettava ja parannettava ratkaisumyyntiin siirtymiseksi.

Kerätty kokemus on käytettävissä seuraavien sadan päivän hankkeiden toteuttamisessa.

Pikatulosten tekemisellä voi oleellisesti nopeuttaa muutosta, saada oikeita tuloksia pikaisesti (vain sadassa päivässä) ja kerätä kokemusta, joka on laajennettavissa yrityksessä muihin hankkeisiin.

Pikatulosten tavoittelemisen on matalan riskin muutoshanke. Epäonnistumisen riski rajoittuu pieneen ja lyhyeen hankkeeseen sen sijaan, että pelissä olisi koko yrityksen myyntitoiminta.

Tiedän että yritys on 12-kertaistanut myyntinsä neljässä viikossa ja toinen tuplannut vuosineljänneksessä ja suuri yritys saavuttanut kolmen vuoden markkinaosuustavoitteensa vain vuodessa.

Vastaavat saavutukset ovat mahdollisia muissakin yrityksissä ja todennäköisesti myös sinun yrityksesi jossain myynnin kolkassa.

-----

Mitä mieltä olet tästä artikkelista? Kerro mielipiteesi, parannusehdotuksesi tai oletko jostain asiasta erimieltä. Ota yhteys puhelimella 040 5509200 tai s-postilla heikki.luoma@actional.fi

Jos tunnet omassa organisaatiossasi tai muualla henkilön, joka voi hyötyä tästä artikkelista, niin voit lähettää artikkelin hänelle.

Heikki Luoma  
Actional Oy