

OPERARIA

Myyjän rekrytointi teknisillä toimialoilla

**OPAS MYYJÄN
REKRYTOINTIIN**

SISÄLLYS

Lähtötilanne

- 01 Myyjän rekrytointi alkaa muutoksesta
- 01 Myyjän rekrytoinnin haasteet

Hyvän myyjän ominaisuudet

- 02 Myyjän rekrytoinnin muistilista
- 05 Ominaispiirteet
- 07 Palkitseminen
- 08 Näin hyvän myyjän ominaisuudet huomioidaan rekrytoinnissa

Myyjän rekrytointiprosessi

- 09 Näin myyjän rekrytointi poikkeaa muista rekrytoinneista
- 10 Ehdokkaiden arviointi
- 11 Myynnin hiljainen rekrytointi
- 12 Myyjän suora haku

Lopuksi

- 13 Loppusanat
- 14 Yhteystiedot



MYYJÄN REKRYTOINTI ALKAA MUUTOKSESTA

Myyjän rekrytointiprosessi saa alkunsa yrityksen kasvusta tai muutoksen tarpeesta. Syyt voivat liittyä **uusien markkinoiden valloittamiseen, uusien tuotteiden tai palveluiden lanseeraamiseen, yrityksen kasvuun tai vanhojen myyjien korvaamiseen tai myyntitiimin tehostamiseen.**

Myyjän rekrytointi poikkeaa kuluttajaliikkeiden ja B2B-yritysten välillä. Kuluttajaliikkeissä viihdyttävä sisäänheittäjä houkuttelee asiakkaita, kun taas B2B-myyntissä vaaditaan syvää ymmärrystä myytävistä ratkaisuksista ja yritysten tarpeista.

B2B-yritysten haasteena on usein myyjätyypin valinta (ensitapaamisten bookkaaja vs. ratkaisumyynnin vetäjä) ja yrityspäätäjien vakuuttaminen. **Onnistunut B2B-myyjä** tarjoaa nopeasti **asiantuntemusta ja ratkaisuja** asiakaspolun eri vaiheissa. Myyjien rekrytointi on yrityksille haastavaa. Kokeneille työntekijöille on tarjolla runsaasti vaihtoehtoja.

Hyvät myyjät ovat usein jo töissä eivätkä aktiivisesti etsi uutta työnantajaa. Siksi yritysten on löydettävä uusia keinoja rekrytointiprosessin parantamiseksi ja parhaiden osaajien houkuttelemiseksi.

MYYJÄN REKRYTOINNIN MUISTILISTA

Hyvän myyjän rekrytointi vaatii **oikeiden ehdokkaiden löytämistä ja heidän motivoimistaan työnantajan vaihtoon**. Tähän vaikuttavat useat tekijät, kuten **palkka, yrityksen arvot, työn merkityksellisyys ja tuotteisiin tai palveluihin uskominen**. Tekniikan alan myyjät arvostavat erityisesti mahdollisuutta hyödyntää osaamistaan ja jatkuvaa kehittymistä. He haluavat olla osa yrityksen kasvutarinaa ja ratkaista asiakkaiden haasteita. Luonnollisesti keskiöön nousee myös palkkaus, joka on myyjille todella tärkeä asia. Erilaisia palkkamalleja on todella paljon. Yleisimmät löydät sivulta 7.

1. Myy yrityksesi työnantajana hakijoille

Huipputalenttien löytäminen ei ole helppoa, ja pelkän työpaikan mainostaminen ei riitä. Yritysten tulee myydä itseään houkuttelevana työpaikkana, jotta parhaat osaajat valitsevat juuri sinut työnantajaksi.

2. Löydä oikea kumppani myyjän rekrytointiin

Menestyksekkään myyntitiimin rakentaminen alkaa oikeiden myyjien löytämisestä. Tähän tehtävään on tärkeää valita oikea kumppani, jolla on todistettu kyky löytää ja rekrytoida menestyviä myyjiä.

Paras kumppani on usein sellainen, jolla on kokemusta ja ymmärrystä menestyvien myyjien ominaisuuksista.

Vaikka rekrytointi voi houkutella kustannusten minimoimiseksi, sillä on omat haittansa. Se vie aikaa ja resursseja, joita voisi käyttää tehokkaammin muihin tehtäviin. On myös riski, ettei löydetä parhaita ehdokkaita tai palkataan yrityksen kulttuuriin sopimattomia henkilöitä.

Jos yritykselläsi ei ole omaa rekrytointiin erikoistunutta HR-osastoa, harkitse rekrytoinnin ulkoistamista. Oikea kumppani auttaa sinua löytämään ja rekrytoimaan parhaat mahdolliset myyjät.

3. Suunta selväksi ennen rekrytointia

Ennen uusien myyntipositiodien avaamista on tärkeää varmistaa **selkeä käsitys yrityksen suunnasta ja tavoitteista seuraavien vuosien aikana.**

Selkeä suunta on avainasemassa onnistuneessa rekrytoinnissa. Kun tiedät, mitä etsit, voit löytää oikeat ihmiset, jotka **sopivat yrityskulttuuriin** ja auttavat saavuttamaan tavoitteet. Suunnan määrittäminen auttaa myös muotoilemaan houkuttelevan työpaikkailmoituksen ja kertomaan hakijoille, mitä uusilta myyjiltä odotetaan ja millaista tulevaisuutta he tulevat rakentamaan. Jos esimerkiksi **tavoitteena on voimakas kasvu**, myyjien on oltava **aktiivisia uusasiakashankinnassa.**

4. Vakuuta johtajuudella ja selkeällä visiolla

Kun olet määrittänyt yrityksesi suunnan ja tavoitteet, on tärkeää viestiä ne selkeästi uusille myyjille. **Hyvä myynnin johtaja osaa kuvailla, mitä tavoitteiden saavuttaminen vaatii myyjältä** ja tarjota tarvittaessa tukea ja ohjausta. Tämä lisää luottamusta ja poistaa pelkoja hakijoilta sekä antaa ammattimaisen kuvan yrityksen toiminnasta. Selkeä visio ja tuki myyjille motivoivat ja sitouttavat heidät paremmin työhönsä. He tietävät, mitä odottaa ja tuntevat olonsa tuetuksi yrityksen johdolta. Tämä johtaa parempaan suorituskykyyn ja myyntituloksiin.



5. Yrityksen arvoilla suuri merkitys myyjien sitoutuvuuteen

Rekrytoinnissa on tärkeää tuotteiden ja palveluiden ominaisuuksien lisäksi kertoa tarina siitä, miksi yrityksesi on olemassa ja millainen vaikutus sillä on asiakkaiden elämään. Selitä, miten myyjän työ auttaa toteuttamaan tätä visiota ja palvelemaan asiakkaiden tarpeita sekä liiketoimintatavoitteita.

Kun työntekijät jakavat yrityksen arvot ja uskovat sen perimmäiseen tarkoitukseen, heidän sitoutumisensa yritykseen syvenee merkittävästi. Heistä tulee yrityksen asiantuntijoita ja he työskentelevät aktiivisesti liiketoiminnan kasvun edistämiseksi.



6. Perehdytä myyjäsi kunnolla

Uusien myyjien onnistunut perehdytys on avainasemassa myyntitiimin menestykselle. Valitettavasti monissa yrityksissä perehdytykseen panostetaan liian vähän, mikä johtaa turhautumiseen ja heikkoon tulokseen.

Hyvin suunniteltu perehdytys auttaa uusia myyjiä:

- Tutustumaan yritykseen, sen palveluihin, tuotteisiin ja yrityksen toimintaan.
- Ymmärtämään yrityksen asiakkaita ja ongelmia, joita yritys heiltä ratkoo.
- Oppimaan parhaita käytäntöjä myynnissä ja asiakaspalvelussa.
- Saavuttamaan nopeasti menestystä uudessa roolissaan.

Perehdytysohjelman suunnittelussa on tärkeää määrittää tavoitteet, aikataulu, budjetti, sisältö, menetelmät ja vastuut. Toteutuksessa on tärkeää tarjota lämmin vastaanotto, selkeä käsitys yrityksestä ja myyntiprosessista. Myyntijohdon resurssien puutteessa ulkopuolinen myyntivalmennusyritys voi olla avuksi perehdytysprosessin toteuttamisessa. 04



HYVÄN MYYJÄN OMINAISUUDET TEKNISELLÄ TOIMIALALLA

Ratkaisumyyjällä on **kyky kysyä ja selvittää** miten he voivat auttaa **asiakkaitaan**. Lisäksi ratkaisumyyjiltä usein odotetaan **kykyä rakentaa vahvoja asiakassuhteita**. Ratkaisumyyjällä on usein **korkeampi koulutustaso** ja **kokemus** verrattuna tavallisiin myyjiin, ja he ovat taitavia neuvottelemaan ja ratkaisemaan asiakkaiden ongelmia.

Kilpailun kiristyessä ja tuotteiden monimutkaistuessa asiakkaiden tarpeiden ymmärtäminen ja ratkaisujen tarjoaminen ovat avainasemassa. **Perinteiset myyntitaidot eivät enää riitä**. Menestyäkseen ratkaisumyyjän on kyettävä asettumaan asiakkaan asemaan ja tunnistamaan heidän haasteensa ja tavoitteensa. Kun hänellä on tämä ominaisuus, pystyy ratkaisumyyjä tarjoamaan räätälöityjä ratkaisuja juuri tämän yrityksen tarpeisiin. **Ratkaisumyyjä on siis enemmän kuin pelkkä tuote- tai palveluesittelijä**. Hän on luotettu neuvonantaja, joka auttaa asiakkaita löytämään parhaat ratkaisut heidän yksilöllisiin tarpeisiinsa.

Esimerkki: Projektinhallintatyökalua myyvä asiantuntija ei pelkästään esittele työkalun teknisiä ominaisuuksia, vaan analysoi asiantuntijoiden ja yrityksen johdon työnkulkua tunnistaakseen tehokkuutta parantavat ratkaisut.

Teknisen toimialan tuomat vaatimukset ja erityistaidot ratkaisumyyjälle

Jos mietitään esimerkiksi elintarvikealaa, niin ala sisältää erilaisia lainsäädäntöjä ja hygieniavaatimuksia. Jos tuote pääsee pilaantumaan, voi kymmeniä tai jopa satoja henkilöitä sairastua. Siksi laaja ymmärrys, koulutustausta ja toimialatuntemus ovat välttämättömyys. Tietotaidon lisäksi teknisen alan ratkaisumyyjällä tulee olla kyky soveltaa ja olla luova. Työympäristöt voivat olla vaativia, joka vaatii ratkaisumyyjältä tarkkuutta ja huolellisuutta. Ratkaisumyyjän tulee mukautua nopeasti muuttuviin tilanteisiin ja olla joustava.

OMINAISPIIRTEET

Kuunteleva



Ratkaisumyyjä on kuuntelija, joka kuulee mitä asiakkaalla on sanottavaa ja **osaa tarjota räätälöityä ratkaisua.**

Toimialatuntemus



Ratkaisumyyjällä on **tarvittava toimialatuntemus** ja osaaminen lainsäädäntöön sekä viranomais-säädöksiin.

Sosiaaliset taidot



Ratkaisumyyjä osaa **kysyä**, luoda **turvallisen ilmapiirin** ja kasvattaa **luottamusta.**

Uteliaisuus



Ratkaisumyyjällä on **aito oppimisen halu** ja hän haluaa oppia ymmärtämään asiakkaan pelikenttää tarjotakseen parasta apua.

Hyvä myyjä vie asiakasta kohti ratkaisua sekä tuntee oman toimialansa erityispiirteet, haasteet ja ympäristön.



MYYJÄN PALKITSEMINEN

Myyjän palkitsemiseen on hyvin paljon eri vaihtoehtoja, jotka vaihtelevat organisaatiosta riippuen. **Organisaation koko** vaikuttaa myös mahdollisuuksiin paljon.

Myyjän palkitsemisessa tulee huolehtia, että **kannustin toimii myyntiin päin, kun tiimi- tai yksilötavoitteeseen on päästy**. Tyypillinen palkitseminen muodostuu **reilusta kiinteästä palkasta ja bonusmallista**, joskus myös provisiosta.

Parhaita osaajia houkuttaa usein **tiimitavoite** sekä **kiinteä palkka**, mahdollisuus **bonukseen** sekä **provisioon**.



Näin hyvän myyjän ominaisuudet ja vaatimukset huomioidaan rekrytoinnissa

Ominaispiirteitä selvitetään keskusteluissa ja syvähaastatteluissa, miten potentiaalinen rekrytoitava toimisi aidossa tilanteessa. Etenkin **ratkaisukeskeisyyttä** testataan. Toimialan ja haasteellisuuden myötä tulee tarvetta etsiä vastauksia eri keinoin.

Näitä asioita ratkaisumyyjät vaativat työnantajalta

Nykypäivänä sitoutunut ratkaisumyyjä vaatii työnantajalta tiettyjä ominaisuuksia, jotta edes harkitaan työpaikan vaihtoa. Työnantajan tulee määrittää selkeät tavoitteet sekä johtaa selkeästi. Työympäristön on tunnettava vapaalta, vastuut oltava selkeitä ja ratkaisumyyjille on annettava luottamus hoitaa oma tonttinsa ilman jatkuvaa mikromanageerausta.

Ratkaisumyyjälle on tärkeää päästä kehittymään, vaikuttamaan ja kehittämään. Tuotteen tai palvelun on oltava hyvä, jotta myyjä uskoo siihen ja seisoo arvokkaasti yrityksen edessä.

Työvälineet on oltava kunnossa ja tänä päivänä hyvä myyjä ei tule taloon, mistä ei löydy erinomaista CRM-järjestelmää. Vuosia takaperin oli haastavaa löytää myyjä, joka olisi osannut hyödyntää CRM:n yrityksessä. Nyt se on päinvastoin.

Palkkausmalleja on erilaisia, mutta nykyään myyjät vaativat pohjapalkkaa pelkän bonusmallin sijaan. Usein toivotaan myös tiimikohtaisia tavoitteita yksilötavoitteiden sijasta.



Näin ratkaisumyyjän rekrytointiprosessi poikkeaa muista rekrytoinnista

Monille ratkaisumyyjille palkasta puhuminen voi olla haastavaa. Tietotyön tulokset ovat usein abstrakteja ja vaikeasti mitattavissa, toisin kuin fyysisen tuotteen ominaisuudet. Tämä voi vaikeuttaa ratkaisumyyjän arvon selkeää osoittamista rekrytointitilanteessa.

Rekrytointikonsultin kanssa voi olla helpompaa keskustella aiheesta ja päästä yhteisymmärrykseen.



EHDOKKAIKEN ARVIOINTI

Arviointi on ehdottomasti **tiimityötä**! Siihen tarvitaan itse rekrytoija ja yrityksen avainhenkilöitä, sekä mielellään rekrytointikonsultti.

Konsultti varmistaa, että arvioinnissa on **oikeat työkalut** käytettävissä, ja että lähtötilanteen kartoitus ja vaatimusprofiili ovat huolella tehtyjä.

Konsultti voi hoitaa yrityksen puolesta kontaktiinit ja ehdokkaiden kartoituksen, strukturoidut haastattelut, soveltuvuusarviointit ja kyky-testit.

Tämä **vapauttaa rekrytoivan yrityksen resursseja** omaan päätyöhön antaen arviointiin valmiiksi pureskeltua ja jäsenneltä tietoa ehdokkaista.

Myyjän hiljainen rekrytointi

Lähtökohtaisesti hiljaista eli salaista rekrytointia **kannattaa välttää**, ellei ole pakko. Ilmoitus- ja suorahaun yhdistelmällä saa nimittäin tavoitettua myös aktiiviset hakijat ja niin sanotusti laatikon ulkopuolelta tulevat ehdokkaat. Heillä voi olla sellaisia **ominaisuuksia, verkostoja ja näkemyksiä**, jotka eivät tulleet kartoituksessa mieleen, mutta jotka voisivat olla yritykselle relevantteja.

Pakottava syy tehdä hiljainen rekrytointi voi olla esimerkiksi herkkä tilanne, jossa myyjä **olla vaihtamassa tyytymättömyyssiä**, ja ehdokkaita halutaan identifioida ennen olemassa olevan myyjän irtisanomista.

Toinen esimerkki voisi olla radikaali muutos yrityksen sisällä, kuten **fuusioituminen tai kilpailijan ostaminen**.

Kolmas tilanne voisi olla **uutena toimijana tulo markkinoille**, jolloin halutaan aluksi rekrytoida myynti rauhassa. Myös kilpailutilanne voi saada yrityksen valitsemaan hiljaisen rekrytoinnin.

MYYJÄN SUORAHAKU

Suorahakukonsultit kartoittavat potentiaalisen rekrytoitavan elämäntilanteen ja kontaktoi henkilöitä, jotka ovat jo töissä. Pelkät avoimet roolit eri rekrytointikanavissa ei todennäköisesti tavoita heitä, joiden osaamiselle aidosti olisi kysyntää ja jotka eivät ole aktiivisesti työhaussa.

Haasteena suorahaussa voi olla, että ajankohta on väärä. Rekrytoitava voisi olla kiinnostunut keskustelemaan lisää, mutta hänellä voi olla tietty elämäntilanne, ettei työpaikan vaihto ole oleellinen. Rekrytointikumppani kirjaa potentiaalisten henkilöiden tiedot omaan ”CRM” eli ehdokastietokantaansa ja ottavat yhteyttä myöhemmin uudelleen.

Rekrytointikonsultti etsii potentiaalisia ehdokkaita, joista hän kokoaa listan. Listasta hän kerää vielä ydinlistan (ns. shortlist), joka esitetään asiakkaalle. Rekrytointikonsultti on sparraaja niin loppuyritykselle, kuin myös rekrytoivalle myyjälle. Myyjä voi pohtia yhdessä konsultin kanssa sopsisiko hän kyseiseen rooliin, vai voisiko jokin toinen toimiala olla parempi. Työantaja ei usein tule miettineeksi sitä, että rekrytointikonsultti on suuri apu myös työnhakijalle.



”

**Suorahakukonsultti
voi tuoda uutta
näkökulmaa ja
ajatuksia yrityksen
oman kuplan
ulkopuolelta, vaikka
talossa olisi oma
inhouse rekrytoija.**

**Lisäksi yritys saa
käyttöönsä
rekrytointikonsultin
laajan verkoston ja
asiantuntijuuden.**

**Parhaassa
tapauksessa konsultti
on rekrytoinut
vastaavaan positioon
aiemminkin myyjiä.**

- Markus Fabricius





Ota yhteyttä!

+358 400 603 327

info@operaria.fi

operaria.fi

