



X

Oppiaine	Liiketaloustiede, johtaminen ja organisointi	Päivämäärä	25.4.2008
Tekijä(t)	Tarja Koski	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	99
Otsikko	Palvelusta myyntiin – Myynnissä onnistumisen osatekijät vähittäispankissa		
Ohjaaja(t)	KTT Kirsi Kostia, KTM Marjo Westergård		

Tiivistelmä

Myyntityö on yrityksen menestymisen kannalta yksi tärkeimmistä tekijöistä. Vähittäispankkitoiminta on kokenut suuria muutoksia viimeisten 20 vuoden aikana liiketoiminnan vapautuessa, perustoimintojen automatisoituessa ja tuotevalikoiman kasvaessa. Myynnillisestä toimintatavasta on tullut arkipäivää ja jokaisen pankkivirkailijan odotetaan nykypäivänä harjoittavan päivittäisessä työssään aktiivista myyntiä.

Tutkimuksella haettiin vastausta kysymykseen mistä osatekijöistä rakentuu onnistunut myyntiprosessi vähittäispankissa. Ensimmäiseksi pohdittiin myyntiprosessin rakennetta yleisesti sekä määriteltiin mitä tarkoittaa onnistuminen myyntityössä. Onnistumisena tässä tutkimuksessa tarkastellaan sekä toiminnallista onnistumista että tuloksellista onnistumista. Onnistumiseen vaikuttavina tekijöinä tutkittiin myyjiin liittyvinä tekijöinä roolikäsitystä, motivaatiota, taitotasoa sekä työtyytyväisyyttä. Varsinaisen myyntiprosessin aikaisina toiminnallisina tekijöinä tarkasteltiin asiakaslähtöisyyttä, myyntityölin adaptiivisuutta, tiimityöskentelyä sekä myynnin suunnittelua. Lisäksi tarkasteltiin myynninjohtamisen toimintaperusteisuuden vaikutusta myyntityössä onnistumiseen. Johtamisjärjestelmän osa-alueina tarkasteltiin seurantaa, ohjausta, arviointia ja palkitsemista.

Tutkimus tehtiin case - tutkimuksena Someron Säästöpankin viidessä konttorissa. Aineiston keruu aloitettiin lähiesimiesten eli pankinjohtajien haastatteluilla. Koko myyntihenkilöstölle tehtiin kysely, jossa henkilöstöä pyydettiin arvioimaan omaa työskentelyään sekä johdon toimia. Vastausprosentiksi saatiin 100 ja vastaukset analysoitiin muodostamalla summamuuttujat kuvaamaan eri osa-alueita sekä vertailemalla konttoreita keskenään. Vertailuissa käytettiin onnistumisen mittareina pankin strategiasta johdettuja mittareita. Onnistumista arvioitiin myynnillisillä mittareilla, kuten vakuutusten myyntimäärä, jolloin saatiin puhtaasti myyntityössä onnistumista kuvaava mittari. Toisaalta onnistumista arvioitiin toiminnallisilla mittareilla, kuten asiakasluolenpitoneuvottelujen määrä. Nämä mittarit yhdistämällä saatiin kokonaiSONnistumista kuvaava mittari.

Tutkimuksessa tarkastelluista onnistumisen osatekijöistä roolikäsityksellä, motivaatiolla, adaptiivisuudella sekä myynnin suunnittelulla todettiin olevan vaikutusta puhtaasti myynnilliseen onnistumiseen. KokonaiSONnistumiseen puolestaan vaikutti eniten työtyytyväisyys sekä osittain asiakaslähtöisyys. Myynnin johtamisjärjestelmän toimintaperusteisuudella ei tämän tutkimuksen mukaan ole vaikutusta myynnilliseen onnistumiseen. KokonaiSONnistumiseen positiivista vaikutusta on kuitenkin arvioinnin ja palkitsemisen toimintaperusteisuudella. Johtamisjärjestelmällä on myös välillistä vaikutusta onnistumiseen myyjiin liittyvien tekijöiden sekä toiminnallisten tekijöiden kautta.

Asiasanat	Myynti, myynninjohtaminen, pankkitoiminta
Muita tietoja	