



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Liiketaloustiede, johtaminen ja organisointi	Päivämäärä	19.4.2005
Tekijä(t)	Katja Paukku	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	83
Otsikko	Hiljaisen tiedon ilmeneminen ja jakaminen myyntityössä		
Ohjaaja(t)	KTT Anni Paalumäki ja KTM Piia Markkanen		

Tiivistelmä

Hiljainen tieto on tutkimusalueena varsin nuori. Viimeisen kymmenen vuoden aikana hiljaisen tiedon tunnistaminen, tutkiminen ja hyväksikäyttö ovat yritysmaailmassa lisääntyneet. Vaikka hiljainen tieto nähdään organisaation kriittisenä menetystekijänä, siitä ei ole olemassa kovinkaan paljon empiiristä tutkimusta teorioiden vahvistukseksi. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on valottaa hiljaisen tiedon asemaa myyntityössä pienessä organisaatiossa. Tarkoituksena on selvittää mitä hiljainen tieto on, miten se ilmenee ja mitä se merkitsee erityisesti myyntityössä. Toisaalta pyrkimyksenä on kartoittaa mitä hiljaisen tiedon jakamiseksi on tehty.

Tutkimus aloitettiin tarkastelemalla hiljaisen tiedon eri määritelmiä ja näkökulmia, jonka jälkeen siirryttiin kuvaamaan myyntityötä ja myyjän osaamisen eri tasoja. Viimeisessä teorialuvussa käsiteltiin keinoja, jotka soveltuvat hiljaisen tiedon jakamiseen.

Empiriaan siirryttäessä aluksi kuvattiin tutkimuksen kvalitatiivinen lähestymistapa. Varsinainen tutkimus tehtiin haastatteluiden muodossa. Haastateltavina olivat kahden pienen kaupan alan organisaation myymäläpäälliköt, joiden työssä yhdistyvät henkilökohtainen myyntityö ja esimiesasema. Haastattelut analysoitiin teemoitellen ja aineisto käsiteltiin teoriaohjaavasti.

Tutkimuksessa havaittiin koko asiakaspalvelutilanteen hallinta hiljaisen tiedon varassa kulkeväksi toiminnaksi, johon liittyvät niin asiakkaan arviointi, asiakassuhteen toimivuus ja kuin koko palveluasenne. Yksilön hiljaisen osaamisen synonyymiksi nousi ammattitaito, johon erityisesti liittyvät ihmistuntemus, palautteen antaminen ja poikkeavien tilanteiden hallinta hiljaisena tietona. Kollektiivinen hiljainen tieto kuitenkin korostui erityisesti, johtuen tutkimuksen kohdeorganisaatioiden koosta. Myyntityötä tarkasteltaessa ilmeni, että asiakkaiden sanallisten ja sanattomien viestien kuuntelu on yleensä kokeneemmalla myyjällä hallussa parhaiten ja siksi onkin hyödyllistä, että organisaatioissa työskentelee eri-ikäisiä ihmisiä, jotta hiljainen osaaminen saataisiin myös kokemattomampien myyjien haltuun. Hiljaisen tiedon jakamisen kivijalaksi tutkimuksessa havaittiin työyhteisössä vallitseva luottamuksen ja avoimuuden ilmapiiri. Spontaani ja vapaamuotoinen mentorointi soveltuvat parhaiten tutkimuksen mukaan pienen myyntiorganisaation hiljaisen tiedon jakamiseen erilaisten pari- ja ryhmätilanteiden lisäksi. Tulevaisuuden keinoiksi nostettiin yhteisöllisen oppimisen ja mallittamisen käyttö hiljaisen tiedon jakamisessa.

Systemaattinen hiljaisen tiedon hyödyntäminen ei ilmennyt tutkimuksesta. Vielä ei ole kuitenkaan liian myöhäistä muuttua passiivisesta hiljaisen tiedon hyödyntäjästä aktiiviseksi käyttäjäksi, sillä sen myötä voitaisiin saavuttaa pysyvää kilpailuetua.

Asiasanat	Hiljainen tieto, kokemus, myyntityö, mentorointi
Muita tietoja	