
SANNA-MARI RENFORS

Myyjän toimintaan pohjautuvat suoritusarviointi- kriteerit kuluttajaostajan määrittäminä

Ostajan sopeutuminen toimintaympäristössä tapahtuviin, teknologian kehityksestä johtuviin muutoksiin vaikuttaa merkittävästi ostajan tarpeisiin ja vaatimuksiin myyjän toimintaa kohtaan. Tämän vuoksi myyjän suoritusarvioinnissa on painotettava aikaisempaa enemmän toiminnan arviointia ja ostajan keskeistä asemaa arvioinnin toteuttajana. Perinteisesti myyjä itse tai myyntijohto ovat arvioineet yritysmyyntissä työskentelevää myyjää määrällisen tulostiedon perusteella. Tutkimuk-

sessä ei ole pyritty määrittämään tarkemmin arvioitavaa myyjän toimintaa ja tätä koskevien arviointikriteerien sisältöä, minkä vuoksi toimintaan liittyvistä suoritusarviointikriteereistä tiedetään yllättävän vähän. Tutkimus pyrkii täydentämään aikaisempaa näkökulmaa myyjän toimintaan pohjautuvasta suoritusarvioinnista ja tässä käytettävistä arviointikriteereistä kuluttajapalvelujen kontekstissa ostajan näkökulmasta.

Tutkimus on menetelmältään narratiivinen, eli aineisto koostuu ostajien kirjoittamista kertomuksista heidän ostaessaan valmismatkaa matkatoimistossa. Tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä oli havainnointi, eli kertomukset tuotettiin piilohavainnoimalla (ns. mystery shopping-menetelmä) myyjän toimintaa ostajan roolissa. Havainnointi oli strukturoimatonta, koska myyjän toiminnasta haluttiin saada mahdollisimman monipuolista tietoa ja ostajan keräävän tietoa avoimin mielin. Analyysissä kertomusten sisällöstä nostettiin teemoittelun avulla esille myyjän suoritusta kuvaavia arviointikriteerejä.

Tulosten mukaan myyjän toimintaa voidaan arvioida seuraavien kriteerien perusteella: 1) monimuotoinen tuotetieto, 2) dialogitaidot ja 3) kiinnostus auttaa ostajaa. Tulokset korostavat kokemuksellisen tuotetiedon jakamisen tärkeyttä, myyjän roolia ostajan saavuttamattomissa olevan tuotetiedon lähteenä ja ostajan henkilökohtaisena tiedonantajana. Tulosten mukaan myyjää tulisi arvioida myös dialogitaitojen perusteella. Tällöin tarkastelussa on se, pystyykö myyjä ostajan ja myyjän väliseen vuorovaikutukseen: yhteiseen pohdintaan, neuvotteluun, reagointiin, kommentointiin ja laajaan tiedonvaihtoon ostajan kanssa, jotta yhteisymmärrys ostajalle sopivimmasta tuotteesta voidaan saavuttaa. Kiinnostus auttaa ostajaa puolestaan

viittaa myyjän näkemään vaivaan ja aktiivisuuden myyntikohtaamisessa. Ostaja pitää siten erittäin tärkeänä myyjän tavoitteellista toimintaa ostajan auttamiseksi oikean ostopäätöksen teossa.

Tulosten voidaan sanoa heijastavan selkeästi teknologian kehityksestä johtuvia muutoksia ostajan tiedonetsinnässä, tiedonjakamisessa ja ylipäätään siinä, miten ostaja ostaa tuotteita. Tarkasteltaessa myyjän suoritusarviointia toiminnan kautta, arviointikriteerien sisältö on paljon dynaamisempi kuin teoriassa oletetaan. Myyjän suoritusarvioinnissa olisi seurattava jatkuvasti toimintaympäristössä, työn sisällöissä ja osaamisvaatimuksissa tapahtuvia muutoksia ja myyntijohdon mukautettava arviointia näiden painotusten mukaisesti. ■