

Helsingin yliopisto - Helsingfors universitet - University of Helsinki ID 2002-1635

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Sosiaalipsykologian laitos	
Tekijä-Författare-Author Heiniö, Miira			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Yritysmyyntin psykologiset menestystekijät			
Oppiaine-Läroämne-Subject Sosiaalipsykologia			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu	Aika-Datum-Month and year 2002-04-17	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 29	
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tutkimuksessa tarkastellaan yritysmyyntin psykologisia menestystekijöitä kolmen teoreettisen viitekehysten kautta, joita ovat psykometrinen persoonallisuuden tutkimus, markkinoinnin psykologia ja sosiaalisen kompetenssin viitekehys. Tutkimuksen empiirinen aineisto on kerätty yhdestä suuresta suomalaisesta teollisuuskonsernista. Tutkittuja myyjiä oli organisaation kymmenestä eri yksiköstä yhteensä 47 henkilöä. Menetelminä pyrittiin käyttämään konsernissa jo käytössä olevia mittareita, niiden käytön ymmärtämiseksi ja syventämiseksi. Analyysi tehtiin tilastollisesti. Tutkimuksen ensimmäinen hypoteesi oli, että on konsernille on kehitettävissä yleinen hyvä myynnin mittari yhdistämällä esimiesarvio ja myynnin tuloksellisuuden mittari. Toinen hypoteesi oli, että persoonallisuusmittarin dimensioista tunnollisuus, ulospäinsuuntautuneisuus ja empatia ennustavat hyvää myyntitulosta. Kolmas hypoteesi oli, että käytetty myyntityöhön räätälöity taitomittari olisi hyvä myynnin ennustaja. Neljäs hypoteesi oli, että sosiaalinen kompetenssi on hyvä myynnin ennustaja ja viides, että kaikkien mittareiden tarkkuus paranee, kun myynti jaotellaan asiakkaan kokemuksen mukaan transaktiomyyntiin, konsultatiiviseen myyntiin ja strategiseen yhteistyöhön. Ensimmäinen hypoteesi kumoutui täysin. Esimiesarvion ja myynnin tuloksellisuuden mittari korreloivat toisiinsa lievän negatiivisesti. Toinen hypoteesi sai hieman tukea. Persoonallisuuden olottuvuuksista vaatimattomuus liittyi negatiivisesti ja empatian suuntainen mittari positiivisesti myyntitulokseen. Yllättävänä tuloksena perinteisyys ennusti psykometrisistä mittareista myyntitulosta parhaiten. Tämän johtumista toimialasta tai myyjien iästä ei voitu tarkastella. Kolmas mittari myyntitaitomittarin hyvydestä kumoutui ja neljäs hypoteesi sosiaalisen kompetenssin käytettävyydestä sai hieman tukea. Myynnin luokittelu teorian mukaisesti kolmen tyyppiseen myyntiin osoittautui hyvin hyödylliseksi ja paransi psykometrisen persoonallisuusmittarin mittaustarkkuutta hyvin. Myynnin huolellisempi luokittelu ja ympäristötekijöiden ja asiakkaaseen liittyvien tekijöiden kontrolloiminen parantaisi todennäköisesti mittareiden ennustavuutta.</p>			
<p>Avainsanat-Nyckelord-Keywords</p> <p>teollisuusmyynti persoonallisuus myyntitaito sosiaalinen kompetenssi</p>			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			