23C77051 Myynnin verkkokurssi
6op
Verkkokurssi
Verkkotentti
Aikaraja 1h
Suorituskertoja 3 krt
05.06.2017

1

Tutkimusten mukaan e-myynti on merkittävästi erilaista kuin kasvokkain tai puhelimessa tapahtuva myynti. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A E-myynnin tutkimuksessa puhutaan ns. ”spatiotemporaalisesta fokuksesta”, eli siitä ajan, paikan, sijainnin ja tilan tunnusta, jossa vuorovaikutus tapahtuu

B E-myynti on aloitteellista ja kohdennettua vuorovaikutusta, jonka tavoitteena on sekä myyjää että ostajaa hyödyttävän vaihdannan varmistuminen

C E-myynnissä usein käytetty sosiaalinen validointi toimii erityisesti silloin, kun arvio sisältää tunnistettavien, tuotteen tai palvelun ostaneiden henkilöiden tarinoita

D Mikään väittämistä ei pidä paikkaansa

2

Ensimmäinen kauppa on innovaatiomyyntitilanteessa etenkin start-up yritykselle erityisen tärkeä. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Ensimmäinen kauppa luo sekä myyjä- että ostajayritykselle käsityksen siitä, millaisia resursseja mahdollisesti tarvitaan seuraavaa samanlaista kauppaa varten

B Tärkeimpiä syitä ovat mm. liiketoiminnan sekä teknologian polkuriippuvuus

C Ensimmäinen kauppa antaa signaalin siitä, millaisia minkä kokoisia ja hintaisia seuraavien kauppojen kuuluu olla

D Vaikka ensimmäinen kauppa ei olisi voitollinen, voi se silti tuottaa onnistumisen tunteen sekä palvella seuraavaa samanlaista kauppaa

3

Monikanavamyynnin tulo mullistaa eri toimialoja ja henkilökohtaisen myyntityön välineet laajenevat kovaa vauhtia. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Digitaalisaatio on kiivaimmillaan mm. rakennusteollisuudessa, terveydenhuollossa ja opetuksessa

B Landing page on hyvä työkalu suuren asiakasjoukon tavoittamiseen

C Myyjät tulevat erikoistumaan eri kanaviin – yhdestä tulee nettimyyjä, toisesta myymälämyyjä ja kolmannesta chat-myyjä

D Osa nettikeskusteluille altistuneista asiakkaista menee pilalle, vaihtoehdoiksi jää usein heidän kohtaamiseensa erikoistuneet myyjät tai heidän pudottamisensa kohderyhmien ulkopuolelle

4

E-myyntiin kuuluvat toisaalta myyntitoiminnassa käytettävät sähköiset työkalut ja -järjestelmät ja toisaalta verkossa tapahtuva varsinainen myyntitoiminta. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A E-myynti on erään määritelmän mukaan digitalisoitua ammattimaista myyntityötä, jota voidaan verrata digitaaliseen markkinointiin

B E-myynnissä korostuvat esimerkiksi interaktio myyjän ja ostajan välillä sekä heidän välille syntyvän kontaktin henkilökohtaisuus

C E-myyntiä verrataan digitaaliseen mainontaan, koska molemmat toimenpiteet lisäävät myynnin todennäköisyyttä perinteisissä myyntikanavissa
D E-myyntiin liittyvät myynti- ja markkinointitoimenpiteet mahdollistavat esimerkiksi sen, että asiakas voi tilata tuotteen digitaalisessa ympäristössä

5

Ihmisen luontevan henkilöitymisen haasteen voittaminen on olennainen osa digitaalista henkilökohtaista myyntityötä. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitää paikkaansa?

A Ihmiskasvot ovat aina eduksi nettimyynnissä
B Jopa huonosti toimiva liikkuva kuva on valokuvaa parempi apuväline myynnissä
C Myynnin perusasiat kuten käyttäytymissäännöt, puhe ja pukeutuminen vaikuttavat asiakkaisiin eri tavalla digitaalisissa kanavissa
D Eri myyntipsykologiset vaikutusmekanismit toimivat paremmin netissä kuin livenä

6

Ratkaisumyyntiä on tutkittu ja siitä on kirjoitettu paljon viimeisen kymmenen vuoden aikana kansainvälisesti. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Ratkaisumyynti on tapa olla erinomainen uudella markkinalla ja kasvaa markkinaa nopeammin laajentamalla toimintaa hyödyttämään arvoketjua laajemmin
B Ratkaisumyynti on myös tapa selvitä hengissä taantuvilla markkinoilla, joissa lisäarvon tuotannon paikat ja mahdollisuudet ovat vähissä
C Ratkaisumyynti on yritysten välisen liiketoiminnan keino
D Ratkaisumyyntiorganisaation tulee kehittää valmiuksia arvoketjun eri asemissa toimimiseen

7

Mitkä väittämät pitävät paikkansa myyjien henkilöbrändeihin ja myyntityön tulevaisuuteen liittyen?

A Vahva henkilöbrändi suojaa myyjän asemaa tulevaisuudessa
B Erinomaista tuotetietoa omaavat myyjät nousevat arvossaan
C Hinnoittelu on yksi tapa vaikuttaa myyjän henkilöbrändiin
D Mitä nuorempi henkilö on, sitä suositeltavampaa on ottaa haltuun jokin laaja ja yleispätevä ala

8

Nokia Networksia käsittelevässä minicasessa kuvataan, kuinka yrityksellä oli haasteita tarjouskilpailuihin perustuvassa myynnissä. Miten ongelma ratkaistiin?

A Keskityttiin piilevään kysyntään ja erilaisiin asiakkaisiin
B Kehitettiin tuotetarjoomaa lähemmäs tarjouspyyntöjen painopisteitä
C Panostettiin asiakkaiden hankintaosastojen parempaan tuntemukseen
D Lisättiin tulospalkkion merkitystä myyjien palkitsemisessa

9

Vuorovaikutuspsykologian peruskeinoja on viisi. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Peruskeinona voidaan käyttää esimerkiksi raamittamista ja/tai valta-asemaa
B Peruskeinona voidaan käyttää esimerkiksi asiantuntemusta ja/ tai karismaattisuutta ja esimerkillisyyttä
C Peruskeinona voidaan käyttää esimerkiksi palkitsemista ja/tai rankaisemista
D Peruskeinoina voidaan käyttää esimerkiksi asiantuntemusta ja/tai pakottamista

10

Suosittuja liiketoimintamalleja on löydetty useita erilaisia. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Esimerkkejä liiketoimintamalleista ovat mm. ”freemium”, ”kytkykauppa”, ”avaimet käteen – ratkaisu”, ”alusliiketoiminta” ja ”täydennys”

B Esimerkkejä liiketoimintamalleista ovat mm. ”freemium”, ”kytkykauppa”, ”jatkuva toiminta”, ”avaimet käteen – ratkaisu”, ”alustaliiketoiminta” ja ”täydennys”

C Esimerkkejä liiketoimintamalleista ovat mm. ”freemium”, ”kytkykauppa”, ”avaimet käteen – ratkaisu” ja ”affiliaatti- eli välimiesmalli”

D Mikään väittämistä ei pidä paikkaansa

11

Myyntipsykologiaa sovelletaan myös digitaalisessa ympäristössä. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Myyntipsykologisia keinoja digitaalisessa ympäristössä ovat esimerkiksi sosiaalinen validointi, miellyttäminen sekä sitouttaminen

B Myyntipsykologisia keinoja digitaalisessa ympäristössä ovat esimerkiksi miellyttäminen, vastavuoroisuus sekä asiantuntemus ja auktoriteetti

C Myyntipsykologisia keinoja digitaalisessa ympäristössä ovat esimerkiksi rajallisuuden tunteen korostaminen, vastavetoisuus sekä asiantuntemus ja auktoriteetti

D Myyntipsykologisia keinoja digitaalisessa ympäristössä ovat esimerkiksi sosiaalinen validointi, vastavuoroisuus sekä sitoutuminen

12

Myyntityön arvotuksen parantamiselle on useita eri keinoja. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Myyjille pitää antaa mahdollisuus kehittää ja syventää omaa osaamistaan ja myyntiin liittyviä ennakkoluuloja tulee käsitellä julkisesti yrityksen sisällä

B Myyjien tulospalkkauksessa tulee olla neuvotteleva, mutta luottaa samalla konservatiivisiin yleispalkkiojärjestelmiin

C Myyntitoimenkuvista pitää kommunikoida yrityksen sisällä ja korostaa myynnin keskeistä asemaa liiketoiminnassa

D Mikään väittämistä ei pidä paikkaansa

13

Innovaatiomyyntiin liittyy tiettyjä perussääntöjä. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Uusien tuote, palvelu sekä liiketoimintamalli-innovaatioiden myyminen on suureksi osaksi suhdetoimintaa

B On tärkeä pohtia, mitä olemassa olevia myyntirutiineita voidaan hyödyntää tehokkaasti uusien tuotteiden/palveluiden myymisessä

C Kun nykyiselle asiakkaalle myydään innovatiivista tuotetta tai palvelua, tämän asiakkaan puolelleen voittamisessa tulee vedota asiakkaan uskollisuuteen sekä osoittaa millaisia uhrauksia myyntiyritys on tehnyt heille aiemmin

D Innovaatiomyynnin taloudelliseen tulokseen vaikuttavat enemmän kuin ns. normaaliliiketoiminnassa mm. markkinatutkimus- sekä mainostoimistojen käyttö

14

Liiketoimintamalli on määritelty kirjallisuudesta usein eri tavoin. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Liiketoimintamalli kuvaa kurssilla esitellyn määritelmän mukaan konkreettista tapaa, jolla yritys toteuttaa ansaintalogiikkaansa

B Liiketoimintamalli koostuu kurssilla esitellyn määritelmän mukaan kompleksisesta joukosta keskenään riippuvaisista rutiineista

C Liiketoimintamalli on kurssilla esitellyn määritelmän mukaan strateginen suunnitelma esimerkiksi taktisen asiakasvuorovaikutuksen luomiseksi

D Liiketoimintamalli kuvaa kurssilla esitellyn määritelmän mukaan arvoketjun mahdollisuuksien hyödyntämistä yrityksen transaktioiden sisällön, rakenteen ja hallinnan kautta

15

Myyntityön arvostuksen puute johtuu monista eri tekijöistä ja arvostuksen puutteelle on löydetty tutkimuksessa useita negatiivisia vaikutuksia. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Arvostuksen puutteesta johtuen myyjät eivät keskity organisaation tai liiketoimintayksikön edun maksimointiin

B Arvostuksen puute johtuu osaltaan joidenkin myyntitöiden helppoudesta

C Arvostuksen puute juontaa juurensa esimerkiksi siitä, että myyjiä houkutellaan työhön tarjoamalla palkkataso, joka on keskimäärin melko korkea muihin saman organisaation ammatteihin verrattuna

D Mikään väittämistä ei pidä paikkaansa

16

Ratkaisumyyntiin siirtyminen merkitsee muutoksia myyntiorganisaation rooleille, kulttuurille ja käytettäville myyntipsykologioille. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Ratkaisumyyntiin siirtyminen lisää epävarmuutta ja riskin tunnetta

B Sekä oman myyjätiimin että asiakkaan itsekurista ja kyvystä mennä epämukavuusalueelle tulee myyjän tärkeimpiä huolenaiheita

C Myyntityössä pitää olla perillä esimeriksi ratkaisun vaihtoehdoista, käytön vauhdittamisesta sekä ratkaisun käyttöönoton opastuksesta

D Jos ratkaisun takana oleva ongelma on laiskuus tai välinpitämättömyys, on myyjällä oltava esimerkiksi hyvä palveluasenne

17

Laadukkaan ja vaikuttavan myyntityön kulmakivi on erilaisten suosittelustrategioiden hyödyntäminen. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Suostuttelustrategioiden käyttö on usein tiedostettua (strategista)

B Ihmisille muodostuu säännönmukainen alttius tietyille suostuttelustrategioille jo varhaisessa iässä

C Jatkuvuuden mekanismeja ovat sitoutuminen ja yhtenevyys

D Mieltymykselle altis tunneihminen haluaa muiden pitävän itsestään ja toisaalta pitää niistä, jotka osoittavat mieltymystä häntä kohtaan

18

Arvomyyjän on hyvä tuntea arvoperusteisen hinnoittelun perusasiat. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Myyjän on tärkeä kommunikoida mitkä konkreettiset tekijät myytävässä tuotteessa, palvelussa tai ratkaisussa ovat uniikkeja
B Myyjän on tärkeä tehdä vertailu muihin ratkaisuihin vaikeaksi tai jopa mahdottomaksi
C Arvoperusteiseen myyntiin siirtyminen tarkoittaa sitä, että myyntiä palkitaan jatkossa esimerkiksi asiakkaalle luodun palvelutason, katteen tai liikevaihdon perusteella
D
Asiakas on enemmän tarkka nykyhyödyn menettämisen kuin lisähyödystä saamisen suhteen

19
Solstice-minicasessa kuvataan, kuinka myyjä tarjoutuu putsaamaan myymälään tulevien asiakkaiden aurinkolasit. Miksi casen mukaan myyjä tekee näin?
A Saadakseen asiakkaat pitämään myyjästä ja osoittaakseen, että hänkin pitää asiakkaista
B Myydäkseen lisäpalveluja
C Osoittaakseen oman auktoriteettiasemansa ja tarjotakseen erityispalvelua
D
Aloittaakseen vastavuoroisuuden ketjun ja kasvattaakseen asiakkaiden myymälässä viettämää aikaa

20
Kasvuyritysten myyntitoiminnan organisoituminen tulee poiketa normaalista laadukkaasta myynnistä. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?
A Asiakkaalle pitää luvata enemmän kuin todellisuudessa voidaan toteuttaa, jotta asiakas kokee saavansa tuotteesta tai palvelusta riittävää lisäarvoa
B Koko myyntihenkilöstön on tehtävä määrällisesti enemmän myyntityötä
C Myynti täytyy suunnitella ja budjetoida tarpeeksi ketteräksi, jotta myyjät osaavat kokeilla erilaisia lähestymistapoja myyntityössä
D Mikään väittämistä ei pidä paikkaansa

21
Liiketoimintamallit voidaan jaotella kolmeen luokkaan toiminnan luonteen perusteella. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?
A Samaa toiminnan substanssia voidaan usein myydä kaikilla eri liiketoimintamalleilla
B Projektiliiketoiminnassa jatkuvan riippuvuussuhteen luominen myyjän ja asiakkaan välille on erityisen tärkeää
C Projektiliiketoiminnassa vahvan läsnäolon tunteen luominen on tärkeää
D Olennainen ero luokkien välillä on se, miten kassavirrat on organisoitu

22
Liiketoimintamallit voidaan jaotella kolmeen luokkaan toiminnan luonteen perusteella. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?
A Projektiliiketoiminnan liiketoimintamallit perustuvat siihen, että osapuolet toteuttavat vuorovaikutuksessa pidemmän ajan kuluessa taloudellista vaihdantaa, joka on projektissa ennalta määritelty ja jonka tiedetään päättyvän
B Tuoteliiketoiminnan liiketoimintamallien vaihdannan sisältö on määritelty tarkasti, ja asiakas käynnistää ja päättää vaihdannan ilmaisemalla haluavansa ”yhden sellaisen, kiitos”
C Palveluliiketoiminnan liiketoimintamallit perustuvat oletukseen, että vaihdanta jatkuu periaatteessa ikuisesti.
D Mikään väittämistä ei pidä paikkaansa

23

Arvomyynnin toteuttaminen on haasteellista. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Myyjän kannattaa hankkia tai kehittää arvolaskuri, jolla esimerkiksi myytävänä olevan ratkaisun arvo voidaan määrittää asiakkaalle

B Myyntipuheessa tulee korostaa asiakasvaikutuksia

C Arvomyynti vaatii yleensä useampia onnistuneita asiakaskontakteja

D Mikään väittämistä ei pidä paikkaansa

24

Osa e-myynnin tutkimuksesta on keskittynyt digitaalisen myyntityön eri välineisiin. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Chat-myynnissä asiakkaalle tulisi pystyä ilmaisemaan myös myyjän olotilaa

B Videopuhelu tulisi valmistella hyvin etukäteen, jotta asiakas kokee myyntitilanteen laadukkaaksi ja luotettavaksi

C Tekstiviestit ovat kehittyneet henkilökohtaisimmaksi uskottavaksi mediaksi, joten ne soveltuvat erityisesti rationaaliseen myyntiargumentaatioon

D Myyntiprosessit eivät katkea yhtä helposti videopuheluissa kuin sähköpostiketjuissa

25

Koneiden välinen kommunikaatio mullistaa myyntitoimintaa. Mitkä/mitkä seuraavista väittämistä pitää paikkansa:

A Asiakkaat haluavat maksaa todennetuista hyödyistä ja siksi myyjän työstä tulee miellyttävämpää koska hänen ei tarvitse myydä lupauksia

B Myynnin kannalta merkittävin lyhyen tähtäimen muutos on myyjien reagointi digitaalisiin signaaleihin eli hyvä tekosyy soittaa asiakkaalle

C Koneiden välinen kommunikaatio uhkaa monia asiantuntijamyyjien ammatteja

D

Avatarien povattiin olevan merkittävä muutos myyntityössä, mutta odotukset eivät ole täyttyneet

26

Arvoperusteiseen hinnoitteluun liittyy useita tärkeitä käsitteitä. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A

Voitonjakosopimus tarkoittaa sopimusta, jonka perusteella myyjä saa osan asiakkaan tekemästä myynnistä

B

Myyjä voi menettää menestysmaksun, jos esimerkiksi sovitut sitoutumisehdot tai hyödyt eivät täyty

C

Palvelutasosopimus on tilastojen mukaan yleisin arvoperusteiseen hinnoitteluun liittyvä sopimuskäytäntö

D Palvelutasosopimus eli myyjän ja ostajan välinen tulospalkkiosopimus tarkoittaa sitä, että myyjä laskuttaa ostajaa toteutuneen palvelutason perusteella

27

Raamittaminen on myyntipsykologian keino, jota voidaan käyttää päätöksenteon yhteydessä. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Ihmiset pelkäävät menettämistä suhteessa enemmän kuin vastaavan hyödyn saamista

B

Ihmisillä on varsin rajallinen määrä vaihtoehtoja (n. 1-3) varsinaisella päätöksentekohetkellä

C

Ihmisten valintojen järkevyyttä väärentää eniten loppusuoralle päässeiden rajallisten vaihtoehtojen joukko

D Myyjä voi vaikuttaa siihen, mitkä vaihtoehdot lopulliseen harkintajoukkoon päätyvät

28

Kysymysten esittäminen on yksi kaikkein olennaisimpia myyjän taitoja. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Myyjän pitäisi kysymysten avulla pystyä kartoittamaan tarpeet ja tunnistamaan oston esteet

B Myyjän pitäisi profiloida asiakas ennen myyntitilannetta, jotta myyjä osaa esittää oikeat kysymykset

C Myyjän pitäisi herättää luottamusta toteuttamalla asiakkaaseen sopivaa myyntityyliä

D Kaikkia edellä mainittuja on myyntitilanteen onnistumisen kannalta tärkeä hallita samanaikaisesti

29

Yritykset ovat lähteneet kehittämään tapoja, joilla voidaan siirtyä sisäisten prosessien optimoinnista ja tarkkailusta parempien hyödyntämistapojen rakentamiseen ja tuottavien asiakassuhteiden ylläpitoon. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Khalifan (2004) asiakassuhteen arvon muodostumisen malli erottelee mm. ratkaisun, tarkoituksen ja toimivuuden osina kohti arvokeskeistä ajattelutapaa yhdessä asiakkaan kanssa

B ”Lopputulos” tarkoittaa eri toimivuuksista koostuvaa kokonaisuutta, jonka asiakas saa käyttöönsä

C ”Kokemus” tarkoittaa rationaalisia ja emotionaalisia odotuksia huomioivia aineettomia ominaisuuksia

D ”Tarkoitus” viittaa asiakkaan todellista tarvetta tukevaan kokemukseen

30

Myyntityön muutoksen keskiössä ovat erilaiset ylikanavaiset syötöt, joilla tehostetaan myyntiä. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Myyntityötä voidaan tehostaa sillä, että myyntitarjous lähetetään sähköpostitse etukäteen ennen myyntitapaamista

B Myyntityötä voidaan tehostaa sillä, että puhelinmyyntityön tukena käytetään nettiselaamisen perusteella muodostettua profiilia asiakkaasta

C Myyntityötä voidaan tehostaa sillä, että osana henkilökohtaista myyntitapaamista käytetään asiakaskohtaisesti räätälöityä, palaverissa avattavaa verkkosivustoa

D Mikään väittämistä ei pidä paikkaansa

31

Tuoteliiketoiminnassa korostuu useita eri menestystekijöitä. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Tuoteliiketoiminnassa on tärkeää, että myyjä on kyvykäs tuottamaan helppoutta

B Tuoteliiketoiminnassa on tärkeää, että suhdetta pyritään syventämään valikoimaa laajentamalla

C Tuoteliiketoiminnassa on tärkeä varmistaa, että esimerkiksi jälleenmyyjillä on riittävät edellytykset kapasiteetin ja skaalautuvuuden suhteen

D Tuoteliiketoiminnassa korostuu myyntihenkilöstön aktiivisuus ja myyntityön määrä

32

Myynnin johtamisen nyrkkisäännöt ja itsensä johtaminen. Mikä tai mitkä väittämistä eivät pidä paikkansa?

A Mitä aktiivisempi myyjä on, sitä todennäköisemmin saadaan kauppaa

B Johto voi määritellä myynnin nyrkkisääntöjä esim. tuoteryhmittäin, mutta ei koko firmalle
C Nyrkkisäännöt sopivat parhaiten yksittäisen myyjän omien heikkouksien kitkemiseen
D Nyrkkisääntöihin pätee ns. Hawthorne-vaikutus, eli pelkkä ongelmaan huomion kiinnittäminen parantaa suoritusta

33

Osa asiakkaista on alttiita tottelemaan ja uskomaan autoritäärisiä myyjiä. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Auktoriteetille alttiit henkilöt kyseenalaistavat huippumyyjien valintoja keskimääräistä vähemmän
B Asiantuntemukseen perustuvaa auktoriteetti on tavoiteltava asia myyjälle, vaikka se tuo mukanaan myös ongelmia ja vastuuta
C Myynnin ammattilaiset osaavat usein rakentaa itselleen kunnioitusta herättävää ammattitaitoa järjestelmällisesti
D Auktoriteetti voi perustua esimerkiksi valta-asemaan tai asiakkaan ja myyjän välisiin aiempiin kokemuksiin

34

Projektiliiketoiminnassa korostuu useita eri menestystekijöitä. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Menestyksekkäässä projektiliiketoiminnassa tarjonta luodaan usein asiakkaan kanssa
B Projektiliiketoiminnassa myynnin joustava resursointi on tärkeää
C Projektiliiketoiminnassa on tärkeä varmistaa esimerkiksi jakelukanavien ja kansainvälisten tietovarantojen luotettavuus
D Projektiliiketoiminnassa on tärkeää, että koko henkilöstö suhtautuu riskeihin yrittäjämäisesti

35

Ratkaisumyyntiin liittyy useita haasteita ja mahdollisuuksia lähitulevaisuudessa. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Arvoa voidaan todentaa erilaisten ratkaisustandardien ja visualisointityökalujen avulla
B Tuotantoketjudataa hyödyntämällä voidaan luoda ratkaisuja, jotka esimerkiksi mullistavat tuotteiden jakelun
C Ratkaisujen automatisointi tarkoittaa esimerkiksi ihmistyön vähenemistä ratkaisujen määrittelyssä
D Mikään väittämistä ei pidä paikkaansa

36

Nykyisen tutkimuskäsityksen mukaan laadukkaaseen myyntiprosessiin kuuluu yhdeksän (9) eri vaihetta. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Laadukkaan myyntiprosessiin kuuluvia vaiheita ovat esimerkiksi asiakkaan lähestyminen, tarpeen ja ongelman täsmentäminen sekä tilauksen käsitteleminen
B Laadukkaan myyntiprosessiin kuuluvia vaiheita ovat esimerkiksi valinta, asiakkaan lähestyminen sekä kaupan päättäminen
C Laadukkaan myyntiprosessiin kuuluvia vaiheita ovat esimerkiksi ratkaisun esittäminen, kaupan päättäminen sekä tarpeen ja ongelman arviointi
D Laadukkaan myyntiprosessiin kuuluvia vaiheita ovat esimerkiksi jatkotoimenpiteet, myyntimahdollisuuksien tunnistaminen sekä ratkaisuehdotuksen kehittäminen

37

Myynnin henkilöstöjohtaminen on yksi keskeisistä myynnin tutkimuskohteista. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Tärkeimpiä syitä myyntityöstä pois hakeutumiselle ovat esimerkiksi kilpailullisuuden aiheuttama stressi sekä muiden mielikuvat myyntityötä kohtaan

B Myyntityöhön rekrytoijan tulisi kokemuksen sijaan huomioida erityisesti rekrytoitavan sosiaalisuus, lahjakkuus sekä osaaminen

C Tärkeimpiä syitä myyntityöstä pitämiselle ovat esimerkiksi hyvät palkat sekä myyntityön sosiaalisuus

D Jos liiketoiminta perustuu pitkiin avainasiakkuuksiin, on nainen keskimäärin parempi valinta myyjäksi kuin mies

38

Henkilökohtaisen myyntityön prosessiin liittyvä tehokkuus on keskeinen myynnin tutkimuskohde. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Neuvotteluvaiheen onnistumisen todennäköisyyttä parantaa esimerkiksi asiakkaalle tuttujen henkilöiden positiiviset arvioit tuotteesta tai palvelusta

B Nykytutkimuksen mukaan myynnin tuottavuus paranee, kun myyntityö mielletään asiakkuuksien kehittämiseksi, jossa valtaosa myyntiprosessin vaiheista toteutetaan asiakkaan kanssa

C Myyntityön prosessin tehokkuus paranee, kun myyntitapaamisille asetetaan asianmukaiset standardit

D Mikään väittämistä ei pidä paikkaansa

39

Vuorovaikutuspsykologioita voidaan hyödyntää myyntityössä. Mikä seuraavista väittämistä pitää paikkaansa?

A Opettele etukäteen minkälaista valtaa asiakasta kohtaan haluat 2. Kehitä selkeitä tapoja toteuttaa niitä 3. Opettele soveltamaan tiettyjä tapoja, jotta osaat toimia tyypillisissä myyntitilanteissa 4. Opiskele tunnistamaan erilaiset ihmiset 5. Valitse tietoisesti tilanteeseen ja ihmiseen sopiva tapa vaikuttaa

B Opettele etukäteen minkälaista valtaa asiakasta kohtaan haluat 2. Kehitä selkeitä tapoja toteuttaa niitä 3. Opettele soveltamaan tapoja eri tilanteisiin, jotta et osaa toimia erinomaisesti vain harvoissa tilanteissa 4. Opiskele tunnistamaan erilaiset ihmiset 5. Valitse tietoisesti tilanteeseen ja ihmiseen sopiva tapa vaikuttaa

C Opettele etukäteen minkälaisia vuorovaikutuspsykologioita on mahdollista käyttää 2. Kehitä selkeitä tapoja toteuttaa niitä 3. Opettele soveltamaan tapoja eri tilanteisiin, jotta et osaa toimia erinomaisesti vain harvoissa tilanteissa 4. Opiskele tunnistamaan erilaiset ihmiset 5. Valitse tietoisesti tilanteeseen ja ihmiseen sopiva tapa vaikuttaa

D Opettele etukäteen minkälaista valtaa asiakasta kohtaan haluat 2. Kehitä selkeitä tapoja toteuttaa niitä 3. Opettele soveltamaan tapoja eri tilanteisiin, jotta et osaa toimia erinomaisesti vain harvoissa tilanteissa 4. Harjoittele tapojen käyttöä eri ihmisillä 5. Valitse tietoisesti tilanteeseen ja ihmiseen sopiva tapa vaikuttaa

40

Tutkimuksissa on tunnistettu laadukkaan ratkaisumyynnin ominaisuuksia. Mikä tai mitkä seuraavista väittämistä pitävät paikkaansa?

A Verkostoituminen asiakasorganisaation eri yksiköiden kanssa on tärkeää

B Ratkaisu tulee luoda niin, että kaikki sen osat ovat toisistaan riippuvaisia

C Laadukkaassa ratkaisumyynnissä myyjä on vastuussa ratkaisun toteutuksesta ja asiakas on vastuussa ratkaisuun liittyvistä kustannuksista

D Ratkaisujen standardisointi ja automatisointi parantavat ratkaisumyynnin laadukkuutta