

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
LIIKETALOUS, KUOPIO

Koulutusohjelma, suuntautumisvaihtoehto (jos on)

Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma

Tekijä(t)

Ukkonen Sirkka Helena

Työn nimi

Valmentava myynnin johtaminen pankissa

Työn laji

Päiväys

Sivumäärä

Opinnäytetyö

31.5.2011

73 + 4

Työn ohjaaja(t)

Toimeksiantaja

Antti Iire, Virpi Laukkanen

Sonkajärven Osuuspankki

Tiivistelmä

Työ pankkimaailmassa on muuttunut merkittävästi viime vuosina. Myynti ja myynnin johtaminen ovat tiiviisti osa pankkityötä. Pankkien toimihenkilöistä on siis tullut myyjiä ja esimiehistä myynnin valmentajia. Valmentava esimiestyö puolestaan eroaa perinteisestä johtamistyöstä olennaisesti.

Tässä tutkimuksessa muodostettiin pankille konkreettinen valmentavan myynnin johtamisen toimintamalli huomioimalla organisaation nykytilanne ja tulevaisuuden tarpeet myynnin johtamisessa. Teoriaosassa esitetään ne perusteet, mihin tässä työssä käytettävä valmentavan myynnin johtamisen käsite nojaa. Tutkimuksen lähestymistapana oli laadullinen tutkimus. Tutkimus suoritettiin teema-haastatteluna.

Tutkimus osoitti, että valmentavasta myynnin johtamisesta ja sen elementeistä on olemassa perusymmärrys organisaatiossa vastaajan asemasta riippumatta. Teorian ja tutkimusaineiston perusteella muodostetun mallin keskeisimmät piirteet ovat suunnitelmallisuus, säännöllisyys ja jatkuvuus. Mallissa on useita samoja elementtejä suorituksen johtamisen viitekehyksen kanssa. Mallissa on kaksi rakenteeseen liittyvää ajallista ulottuvuutta. Osa siihen liittyvistä tehtävistä toistuu puolivuositain, osa huomattavasti useammin. Tutkimuksen perusteella mallin haluttiin toimivan lähellä päivittäistä työtä, osana sitä. Tästä johtuen tärkeimmät käytännön valmennuskeinot ovat oikea-aikainen palaute työstä ja reflektointi sekä myynti- ja valmennuskeskustelut. Valmentava myynnin johtaminen ei ole vain rakenteellinen malli myynnin johtamisen eri toiminnoista, vaan sen onnistumiseen vaikuttaa vahvasti niin valmentajan kuin valmennettavan roolin ymmärtäminen organisaatiossa. Valmentajan rooli on olla fasilitaattori, joka mahdollistaa myyjien keskittymisen myyntityöhön. Toisaalta valmentaja toimii herättelijänä, joka toimii mukana arkityössä ja ohjaa valmennettavia etsimään itsenäisesti ratkaisuja erilaisissa tilanteissa. Valmennettavan puolestaan tulee pyrkiä aktiivisesti arvioimaan toimintaansa ja kehittämään sitä kautta työssään. Mallin tuloksellinen hyödyntäminen edellyttää valmentajalta valmennettavan huomioimista yksilönä. Tämä luo aidon vuoropuhelun ja kehittymisen mahdollisuuden työyhteisössä.

Asiasanat

coaching, valmentaminen, myynnin johtaminen

Huomioitavaa

SAVONIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES  
UNIT OF BUSINESS AND ADMINISTRATION, KUOPIO  
Degree Programme, option  
Degree Programme in Entrepreneurship and Business

Author(s)

Ukkonen Sirkka Helena

Title of study

Coaching as a method of sales management in a bank

Type of project

Date

Pages

Thesis

31.5.2011

73 + 4

Supervisor(s) of study

Executive organisation

Antti Iire, Virpi Laukkanen

Sonkajärven Osuuspankki

Abstract

Working in banking and the financial sector has changed remarkably over the recent years. Selling and sales management are essentially connected to working in banking sector. Customer service has turned to sales work and sales management resembles coaching. The difference between traditional sales management and coaching as a leading method is essential.

The purpose of this study was to create and describe a whole new sales management model based on coaching as a sales management method for the executive organization. The main perspectives were both current situation and the sales management needs in the future. Coaching as a term and its theoretical basis in this study are introduced in the theoretical part of this thesis. Qualitative research method was used in the study. The study consists of a theme interview.

Coaching as a sales management method and its different dimensions are well known irrespective of the organizational level. Based on theory and research material the key elements of the sales management model are systematic, regular and continuous action. The model includes several same dimensions in common with performance management. There are two dimensions of time in the model: some actions are repeated every sixth month, others more often. The research showed the model needs to be integrated into a daily work. The most important coaching methods in practice are real time feedback, reflection and discussions on coaching and sales work. Coaching as a sales leading method is not only a concrete model. The role of coach and coachee needs to be understood throughout an organization in order to achieve results. The coach is a facilitator that enables sales personnel to focus on sales work. On the other hand, the coach works in close connection with daily operations and encourages the coachees to search alternative practices in different situations. The coachee's role is to evaluate actively his/her working methods and develop skills further. The successful use of model requires that the coach considers the coachees as individuals. This enables real dialogue and development in the work community.

Keywords

coaching, personnel coaching, sales management

Note