

Yrittäjä on yrityksensä paras esittelijä

13.12.2024

Mikään yritys ei toimi yksin, eikä kukaan yrittäjä selviä yrityksen liiketoiminnan pyörittämisestä yksin. Verkostoon tarvitaan ainakin asiakkaita, yhteistyöyrityksiä, henkilöstöä, rahoittajia ja julkisia toimijoita, esimerkiksi kunnan elinkeinotoimi, TE-palvelut ja ELY-keskus. Yritysten on kehitettävä ja kehityttävä, eikä se useinkaan tapahdu vain yrittäjän tai yrityksen omilla resursseilla.

Suuri osa yrityksistämme on pieniä yrityksiä, joissa yrittäjällä itsellään on keskeinen rooli yrityksen arjessa ja erikoistilanteissa. Esimerkiksi yritystä myydessään yrittäjä itse ja hänen suunnitelmansa ovat arvioinnin kohteena. Yrittäjä on useimmiten aivan ylivoimainen oman yrityksensä tuntija ja tietäjä. Merkittävä rooli ja asiantuntemus tekevät hänestä yrityksensä parhaan esittelijän. Ostajan keskeisiä haasteita on selvittää yrityksen myynnin motiivi ja pohtia, miten yritys voisi jatkaa menestyksekkäästi ilman nykyistä yrittäjää.

Yrityksen esittelyä tarvitaan useissa eri tilanteissa

Yrittäjän on hyvä harjoitella yrityksensä esittelyä erilaisia tilanteita ja keskustelukumppaneita varten. Mikäli yrittäjä hakee rahoitusta tai investointitukea, hänen on osattava kertoa:

- mitä on tehty ja mihin se on johtanut
- mitä tehdään nyt ja miten se toimii
- mikä on suunnitelma ja tavoite
- minkälaisia resursseja suunnitelman toteuttaminen kaipaa ja mihin se johtaa.

Mikäli yrittäjä tavoittelee uusia asiakkaita, hänen on esiteltävä yrityksestä sellaisia asioita, jotka juuri heitä kiinnostavat:

- tuotteen ominaisuudet ja muotoilu
- hyöty ja lisäarvo asiakkaalle.

Jos yrityksen myynti ja ostajan etsiminen ovat ajankohtaisia, on hyvä valmistautua kertomaan ainakin:

- miksi yritys on myynnissä
- miksi juuri tämä yritys kannattaisi ostaa
- millaiselle ostajalle yritys erityisesti sopii.

Valmistaudu ja harjoittele

Esiintyminen muiden edessä on aina vähän jännittävää. Hyvä uutinen on, että sitä voi harjoitella. Harkittu ja harjoiteltu esiintyminen antaa ammattimaisen kuvan yrityksestä ja tuottaa hyviä tuloksia.

Onnistunut yrityksen esittely syntyy huolellisen valmistelun ja tilanteeseen sopivan vuorovaikutuksen yhdistelmästä. Sinun kannattaa valmistaa tilannekohtainen esittelyaineisto, joka voi sisältää tekstiä, numeroita, kuvia, videoita, ääntä ja verkkolinkkejä. Hyvä vuorovaikutus lähtee siitä, että sinä haluat yleisöllesi hyvää.

Valmistellessasi esittelyä tarkastele asiaa eri näkökulmista. Myyjänä sinun tehtäväsi on tarjota ostajalle mahdollisuuksia. Kun faktat ovat oikein, pääviestit kiteytyvät esittelykuntoon. Tuo esityksessäsi esille:

- Millaisiin tuloksiin yrityksesi ostaja voisi yltää?
- Mitkä ovat toimialan ja yrityksen tunnusluvut ja tulevaisuudennäkymät?
- Millainen on yrityksen markkina-asema, kilpailuedut ja maine?

Rakentaessasi myyntipuhetta sinun kannattaa asettaa argumenttisi tarkoituksenmukaiseen järjestykseen. Yksi hyvä tapa varmistaa, että kuulija nappaa pääsanomasi, on kertoa painavin asia heti aluksi. Ensimmäiseksi sopii vaikkapa väite tai kysymys, joka herättää mielenkiinnon. Puhe kannattaa hioa ja kellottaa niin monta kertaa, että se sujuu ja että tiedät, paljonko se vie aikaa. Kaikki tämä lieventää mahdollista esiintymisjännitystä.

Aito kohtaaminen rakentaa luottamusta

Ostajan kiinnostus voi syttyä tai sammua hänen puntaroidessaan yrityksen ja yrittäjän luomaa vaikutelmaa, mainetta ja arvopohjaa.

Luotettava vaikutelma syntyy puhujan levollisesta olemuksesta, katsekontaktista, luontevuudesta ja hyvin jäsennellystä, selkeästä puheesta. Aito vuorovaikutus ja myös toisen osapuolen tavoitteiden huomioiminen synnyttävät otollisen neuvotteluilmapiirin.

Aina myyntipuhe ei mene maaliin, mutta siitä ei pidä lannistua. Voi olla, että Yritysmarkkinoilla ei ole juuri silloin paikalla sopivia ostajia. Voi myös olla, että potentiaalisten ostajien asenne tai tilanne ei jostain syystä ole suotuisa. Keskustelukumppanilla voi olla liian kiire keskittyäkseen tai hän saattaa jopa pelätä innostuvansa ja tekevänsä ostopäätöksen. Tällöinkin kannattaa yrittää sopia seuraavasta tapaamisesta. Tarkoitushan on päästä kysymään, tehdäänkö kaupat.

Kirjoitus on osa EU:n osarahoittamaa Yrityskaupat käyntiin -hanketta.

Yrityskaupat käyntiin**Juha Tall**
SeAMK

Aila Hemminki
SeAMK

Kirjoittajat ovat yritysten omistajanvaihdosten asiantuntijoita Seinäjoen ammattikorkeakoulussa.

Iina Åman
Viestintätoimisto Tenho

Kirjoittaja on kokenut viestinnän ammattilainen Viestintätoimisto Tenhossa.