

Tiedotusvälineille

Myyjistä eettisyyden asiantuntijoita

- Kriittisestä kuluttamisesta puhuminen ei ehkä ihan ensimmäisenä tule mieleen, kun puhutaan kaupan alan tulevaisuudesta. Signaalit ekologisista ja eettisistä valinnoista eivät kuitenkaan ole enää kovin hiljaisia, vaan kriittisesti tuotteiden alkuperään ja tuotantotapoihin suhtautuvat kuluttajat ovat jo varteenotettava asiakasryhmä, sanoo Palvelualojen ammattiliitto PAMin puheenjohtaja Ann Selin puhuessaan Kaupan Työ ja Tulevaisuus -seminaarissa.

- Ihmisten tietoisuus omien arkisten valintojen seurauksista kasvaa jatkuvasti ja erilaisten seurantalutkimusten mukaan vuosi vuodelta lisääntyy joukko, joka tekee ostosvalintansa perustuen erilaisiin henkilökohtaisiin arvoihin, jotka heijastelevat globaalia huolta.

- PAMin Suomen Gallupilla teettämän kyselytutkimuksen mukaan suomalaisista kuluttajista 47 % piti alkuperää tai tuotantoa koskevaa informaatiota tärkeänä tai melko tärkeänä hankintaperusteena. Ja puolestaan 43 % kauppojen ja ravintoloiden henkilökunnasta vastasi voivansa auttaa asiakasta tuotteen alkuperää koskevissa kysymyksissä huonosti tai erittäin huonosti. Kaikkein heikoimmaksi oman tuotetuntemuksensa arvioivat tavaratalojen ja hypermarkettien myyjät, joissa asiakasvirrat puolestaan ovat suurimmat. Myyjistä noin 60 % vastasi myös, ettei ole saanut perehdytystä tuotteiden taustoista, oli kyse sitten raaka-aineista tai käytetystä työvoimasta.

- Riippuen keskustelun avaajasta vastuu kestävän kehityksen vaalimisesta päivittäisessä kulutuksessa vyörytetään joko viranomaisille, tuottajille, jälleenmyyjille tai asiakkaille itselleen. Osa totuutta onkin, että kysyntä määrittää tarjontaa, mutta puutteellisen informaation takia saattaa käydä niin, että yhä useampi kuluttaja katsoo monimutkaisen selvityksen sijaan helpommaksi olla ostamatta. Henkilöstön perehdytyksen puutteellisuudella hukataan joka päivä potentiaalisia asiakkaita. Myyjällä on kuitenkin käytännön ostotilanteessa aikamoinen valta ja vastuu siitä, millaiseen lopputulokseen kysyjä hankintapäätöksessään kallistuu.

- Erilaisten kansainvälisten standardointijärjestelmien laajempi hyödyntäminen ja markkinointi, hyvä yhteistyö kuluttajajärjestöjen kanssa ja henkilökunnan kouluttaminen myös eettisten kysymysten osalta ovat minusta tulevaisuuttamme. Erityisesti yhteistyö kuluttajaliikkeiden kanssa tulisi nähdä voimavarana. Nykyistä aktiivisempi ja laaja-alaisempi vuoropuhelu kaupan alan edustajien ja kuluttajien välillä rikastuttaisi molempia. Valistuneet kuluttajat mahdollistavat myynnin kasvun laadun kautta ja tähän kilpailuvalttiin soisin jonkun toimijan tarttuvan, toteaa Selin.

Palvelualojen ammattiliitto PAM ja Kaupan liitto ovat järjestäneet yhdessä joka toinen vuosi Kaupan Työ ja Tulevaisuus -seminaarin. Tämän vuoden seminaarin aiheena on myyntihenkilöstön koulutus ja osaaminen. Seminaari on tänään keskiviikkona 4.11. klo 13.00 – 16.15 Finlandia-talossa Helsingissä.

Lisätietoja: Ann Selin, puheenjohtaja, puh. 0500 750 405
Hanna Kuntsi, yhteiskuntasuhteiden sihteeri, puh. 050 3100 676