

PÄIVÄKIRJAOPINNÄYTETYÖ: VALIKOIMANEUVOJAN JA ECOMMERCE SPECIALISTIN TYÖSSÄ KEHITTYMINEN.

Markus Kamunen

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Tradenomi (AMK)
Liiketalouden ja matkailun ala
Opinnäytetyö
Syksy 2018
Markus Kamunen

Tiivistelmä

Tekijä(t) Kamunen, Markus	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 78	Valmistumisaika Syksy 2018
Työn nimi Päiväkirjaopinnäytetyö: Valikoimaneuvojan ja eCommerce Specialistin työssä kehittyminen.		
Tutkinto Tradenomi (AMK)		
Tiivistelmä <p>Päiväkirjamuotoisessa opinnäytetyössä kuvattiin valikoimaneuvojan, sekä eCommerce Specialistin tehtäviä yritys X: palveluksessa. Opinnäytetyön tavoitteena oli tarkastella omaa osaamista ja osaamisen kehittymistä jakson aikana. Päiväkirja koostui kolmestatoista seurantaviikosta. Jokaisen seurantaviikon päätteeksi kirjoitettiin analyysi, jossa pohdittiin viikon työtehtäviä ja miten niistä suoriuduttiin, sekä miten oma osaaminen oli kehittynyt viikon aikana.</p> <p>Valikoimaneuvojan tehtävässä oltiin aktiivisesti kontaktissa myymälöiden ja tavarantoimittajien kanssa. Pääasiallinen tehtävä, oli toimia yritys X:n ja myymälöiden välisenä yhteyshenkilönä, sekä avustaa molempia osapuolia saavuttamaan parhaat tulokset omassa toiminnassaan.</p> <p>eCommerce Specialistin tehtävässä tavoitteena oli kehittää toimialan verkkokauppaa. Tärkeimmät työtehtävät liittyivät hakukoneoptimointiin, kilpailijaseurantaan, tuotetietojen rikastamiseen ja verkkokaupan kampanjainnoittelun päivittämiseen.</p> <p>Päiväkirjamuotoisen työn tuloksena havaittiin selvää edistymistä varsinkin eCommerce Specialistin tehtävien osalta. Hakukoneoptimoinnin työtavat ja keinot tulivat jakson aikana tutummiksi ja osaamisessa tapahtui selkeää kehitystä. Valikoimaneuvojan tehtävässä työtavat paranivat kokonaisvaltaisesti ja erityisesti parani osaaminen asiakaskohtaamisissa. Opinnäytetyön kirjoittamisen aikana kehittyi parempi ymmärrys siitä, miten omaa työtä tulee aikatauluttaa ja mitkä ovat omassa työssä niitä osa-alueita, joita tulee tulevaisuudessa parantaa lisää.</p>		
Asiasanat Hakukoneoptimointi, Kilpailijaseuranta, eCom Specialisti, valikoimaneuvoja		

Abstract

Author(s) Kamunen, Markus	Type of publication Bachelor's thesis	Published Autumn 2018
	Number of pages 78	
Title of publication Thesis report journal: Development as a category advisor and eCommerce Specialist.		
Name of Degree Bachelor's Degree		
Abstract <p>Thesis report was written in journal format. It described the category advisors and eCommerce Specialists work in company X. The objective of thesis was to observe own competence and the development of that competence. Journal consists of thirteen weekly periods. At the end of every week, there was an analysis, where weekly tasks were reflected and how they were managed, as well as how author's know how had developed over the week.</p> <p>In category advisors position we were actively in touch with stores and vendors. Main job was to be contact person between company X and stores, as well as help both sides to achieve best results in their operations.</p> <p>Main objective in eCommerce Specialists position was to develop our line of business e-commerce. Most important tasks were Search Engine Optimization, competitor surveillance, product information enrichment and updating e-commerce campaign pricing.</p> <p>As a result of thesis journal, obvious progress was noticed, especially in eCommerce Specialist assignments. Search Engine Optimization methods became familiar and know how developed clearly. In category advisors work, methods improved overall and especially improved the know how in customer encountering. During the thesis journal, I developed a better understanding, of how I should schedule my own work and what are the fields that need to improve more in the future.</p>		
Keywords Search Engine Optimization, Competitor surveillance, eCom Specialist, category advisor		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	NYKYTILANTEEN KUVAUS.....	2
2.1	Oman nykyisen työn analyysi	2
2.1.1	Valikoimaneuvoja	2
2.1.2	eCommerce Specialist.....	3
2.1.3	Oman osaamistason arviointi.....	5
2.1.4	Ammatillinen kehittyminen	5
2.2	Sidosryhmät.....	5
2.2.1	Sisäiset sidosryhmät.....	5
2.2.2	Ulkoiset sidosryhmät.....	7
2.3	Vuorovaikutustaidot työpaikalla.....	9
3	PÄIVÄKIRJARAPORTOINTI.....	11
3.1	Seurantaviikko 1	11
3.2	Seurantaviikko 2	14
3.3	Seurantaviikko 3	21
3.4	Seurantaviikko 4	27
3.5	Seurantaviikko 5	32
3.6	Seurantaviikko 6	38
3.7	Seurantaviikko 7	43
3.8	Seurantaviikko 8	48
3.9	Seurantaviikko 9	53
3.10	Seurantaviikko 10	58
3.11	Seurantaviikko 11	63
3.12	Seurantaviikko 12	68
3.13	Seurantaviikko 13	74
4	POHDINTA	76
	LÄHTEET	78

1 JOHDANTO

Tämä päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö kirjoitettiin 19.7.2017 – 17.10.2017. Opinnäytetyötä kirjoitettaessa työskentelen yritys X:n palveluksessa. Tarkemmin sanottuna työskentelen yritys X:n toimiala A:lla. Kyseinen yritys tunnettiin aikaisemmin nimellä yritys B, mutta se sulautettiin vuoden 2017 alussa osaksi yritys X:ää. Tällä hetkellä minulla on kaksi eri tehtävää kyseisessä yrityksessä. Työskentelen valikoimaneuvojana ja olen aloittanut tässä tehtävässä 1.9.2016. Työskentelen myös tuotelinja H:n eCommerce Specialistin tehtävissä. eCommerce Specialistin tehtävää olen hoitanut 1.4.2017 alkaen. Työaikani näiden kahden tehtävän välillä on jaettu periaatteessa niin, että valikoimaneuvojan tehtävään käyttäisin 70 % viikkotyöajastani ja eCommerce Specialistin tehtäviin käyttäisin jäljellejäävän 30 %. Käytännössä eCommerce Specialistin tehtävä on ainakin tällä hetkellä vieänyt enemmän kuin tuon 30 % viikkotyöajastani.

Valikoimaneuvojan tehtävässä toimin Kaakkois-Suomen myymälöiden ja toimiala A:n välisenä yhteyshenkilönä. Valikoimaneuvoja auttaa myymälöitä heidän ongelmissaan, käy kouluttamassa myymälöiden henkilöstöä järjestelmien ja uusien tuotteiden osalta, seuraa kuukausittain oman vastualueensa kauppojen myyntilukuja, sekä valikoiman toteutusta ja ohjeistaa tarvittaessa näihin liittyen. Kyseisessä tehtävässä lähin esimies on titteliltään International Category Manager / Tuotepäällikkö. Sidosryhmiä joiden kanssa olen tekemisissä päivittäin, ovat yrittäjät, myymälöiden henkilökunta, tavarantoimittajat, valikoimaneuvoja kollegat sekä tuotelinja H:n tuotepäälliköt.

eCommerce Specialistin tehtävässä vastaan verkkokauppa X:n rakennustarvike ja puutavara tuotteiden näkyvyydestä, hakukoneoptimoitujen verkkotekstien kirjoittamisesta, verkkokaupan sisäisen haun optimoinnista, kilpailijaseurannan suorittamisesta ja tuotteiden rikastusprosessien ohjaamisesta tuotelinjalla. eCommerce Specialistin tehtävässä lähin esimies on sama, kuin valikoimaneuvojan tehtävässä. Matriisiesimiehenä kyseisessä tehtävässä toimii verkkokauppapäällikkö. Sidosryhmät ovat myös hyvin pitkälti samoja, mutta asiat joista heidän kanssaan keskustellaan, ovat hyvin erilaisia kuin valikoimaneuvojan tehtävässä. Valikoimaneuvojan tehtävä antaa vahvan pohjan eCommerce Specialistin tehtävän hoitamiseen. Esimerkiksi tuotetuntemus, jonka valikoimaneuvojan tehtävästä saa, auttaa monella tapaa eCommerce Specialistin tehtävässä.

2 NYKYTILANTEEN KUVAUS

2.1 Oman nykyisen työn analyysi

Nykyinen työtehtäväni koostuu monista erilaisista työsuorituksista ja minun on mahdollista tehdä kaiken kattavaa listaa kyseisistä tehtävistä. Voin kuitenkin nostaa esille mielestäni tärkeimpiä ja eniten työaikaani vaativia tehtäviä. Koska minulla on kaksi eri tehtävämikettä, jaan myös työtehtävieni listan näiden kahden eri toimenkuvan alle, sillä kyseisten toimenkuvien tehtävät eroavat hyvin paljon toisistaan. Toisaalta toimenkuvat myös tukevat toisiaan ja antavat paremman käsityksen koko toimiala A:sta.

2.1.1 Valikoimaneuvoja

Valikoimaneuvojan työssä tärkeimpiä tehtäviä ovat:

- Kivijalkakauppojen valikoimien kehittäminen, joka tapahtuu yhteistyössä kaupan henkilöstön kanssa. Apuna kyseisessä työssä käytämme kollegoideni kanssa valikoimantoteutusta mittaavaa raporttia, jonka analyytikkomme tuottavat meille kuukausittain. Valikoimajaksoja on kalenterivuoden aikana kaksi ja molempien jaksosten aikana tavoitteemme on nostaa jokaisen vastuullamme olevan myymälän valikoimantoteutus riittävän hyvällä tasolle verrattuna kyseessä olevan myymälän lähtötasoon valikoimajakson alussa. Käytännössä käyn raportin läpi myymälähenkilöstön kanssa ja kerron heille mitkä tuotteet heidän valikoimistaan vielä puuttuvat ja jos myymälällä on jokin vastaava valikoiman ulkopuolinen tuote, suosittelen heitä vaihtamaan kyseisen tuotteen vastaavaan valikoimatuotteeseen.
- Kauppojen henkilöstön kouluttaminen on yksi tärkeimmistä valikoimaneuvojan tehtävistä. Kaupoissa henkilöstön vaihtuvuus on melko nopeaa ja valikoimaneuvojan tehtäviin kuuluu perehdyttää uusi henkilöstö yrityksen tarjoamien palveluiden osalta, kertoa kumppanit joiden kanssa teemme yhteistyötä ja yhdessä tavarantoinittajien kanssa järjestää tuotekoulutuksia.
- Kampanjoiden ja ennako- sekä kärkiostojen jalkauttaminen tapahtuu myös valikoimaneuvojen toimesta. Varsinkin ennen kampanjoiden alkua ja esimerkiksi ennen joidenkin tuotteiden kovimpia myyntikuukausia on tapana järjestää ennakoostoja, joilla pyritään varmistamaan, että myymälöistä löytyy kampanjan tai kauden aikana oikeat tavarat. Valikoimaneuvojan tehtävänä on käydä oman alueensa myymälöissä läpi kyseiset materiaalit ja tarvittaessa auttaa myymälöitä tilausten tekemisessä, jotta jokainen saa tilauksensa tehtyä asetettujen aikarajojen sisällä.

- Uusien toimintamallien ja konseptien jalkauttaminen on myös vahvasti valikoimaneuvojen vastuulla. Esimerkiksi uusien myymäläesillepanojen toteuttamisessa ja avattavien myymälöiden tuotteiden tilaamisessa ja hyllyttämisessä valikoimaneuvojat ovat vahvasti mukana.

2.1.2 eCommerce Specialist

eCommerce Specialistin työssä tärkeimpiä tehtäviä ovat:

- Hakukoneoptimoidun sisällön tuottaminen verkkokaupan kategoriasivuille, sekä erikseen luotaville landing-sivuille. Lisäksi autamme tuotetieto tiimiämme hakukoneoptimoitujen tuotetietojen rakentamisessa. Tekstejä kirjoittaessani pyrin löytämään sellaiset termit, joilla ihmiset kulloinkin kyseessä olevan tuotekategorian tuotteita hakevat netistä. Tähän työhön käytän esimerkiksi Googlen avainsanasuunnittelijaa. Käytän myös apunani tuotelinjani muita työntekijöitä, joilta saan esimerkiksi synonyymejä ja muuta terminologiaa jota kannattaa tuoda esille kirjoitettavassa tekstissä. Valmiin tekstin lisään oikealle kategoria sivulle verkkokauppaamme ja tämän jälkeen käyn tekemässä indeksointipyynnön Googlen Search Console palvelussa, jolloin Google käy ”lukemassa” sivun uuden sisällön ja sen jälkeen sisältö on nopeammin näkyvässä myös Googlen hakutuloksissa. Tekstien tarkoituksena on nostaa verkkokauppaamme näkyvyyttä Googlen hauissa ja tavoitteenani on kirjoittaa sellainen teksti, jotta tämä toteutuu. Kyseinen työ vaatii tuotetuntemusta, sekä ymmärrystä siitä mitä ja miten ihmiset verkossa hakevat.
- Tuotteiden rikastusprosessin edistäminen, eli käytännössä autan tuotetieto tiimiämme saamaan tuotteille hyvät tuotetiedot, jotka palvelisivat parhaalla mahdollisella tavalla asiakkaitamme. Rikastavia tuotetietoja on monia erilaisia. Niihin kuuluvat tuotekuvat, tuotteen tekniset ominaisuudet, markkinointiteksti tai vaihtoehtoisesti hakukoneoptimoitu teksti. Yleensä autan siten, että hankin materiaalia, josta tuotetieto tiimi pääsee kirjoittamaan markkinointitekstiä tai sitten toimin linkkinä valmistajan ja tuotetieto tiimin välillä. Joskus saatan myös itse osallistua tekstin tuottamiseen tai teknisten ominaisuuksien täydentämiseen. Kyseisessä työssä on todella suuri hyöty siitä, jos tuntee oman tuotealueensa tuotteet. Myös siitä on suuri hyöty, jos ymmärtää mistä tuotetiedoista on asiakkaalle hyötyä ja mistä he ovat kiinnostuneita tuotteita tutkiessaan.
- Kampanjatuotteiden rikastusten ja hinnoittelun tarkistaminen on viikoittain toistuvaa tekemistä. Tuotteilta jotka ovat kampanjoissa, tulee ennen kampanjan alkamista tarkistaa, että niiden tuotetiedot ovat kunnossa jotta ne näkyvät verkkokaupassa ja lisäksi tulee tarkistaa, että kampanjan aikaiset hintatiedot ovat kohdillaan.

Tämä työ tapahtuu SAP-toiminnanohjausjärjestelmässä. Kyseinen työ vaatii SAPin osaamista ja Excelin käyttötaitoa.

- Verkkokaupan sisäisen haun optimoinnilla pyritään vastaamaan parhaalla mahdollisella tavalla asiakkaan hakuun. Käytännössä käytän tähän työhön kahta eri ominaisuutta verkkokaupamme alustana toimivasta IBM Management Center ohjelmistosta. Ensimmäisessä vaihtoehdossa yhdistän hakusanoja toisiinsa niin sanotuilla synonyymilistoilla, eli käytännössä kerron järjestelmälle, että mitkä sanat tarkoittavat samaa asiaa. Esimerkiksi jos asiakas kirjoittaa hakuun filmivaneri, olen kertonut järjestelmälle, että se tarkoittaa samaa asiaa, kuin vesivaneri, jolloin sisäinen haku osaa näyttää oikeat hakutulokset asiakkaalle. Toinen vaihtoehto on ohjata asiakkaan haku johonkin tarkasti määriteltyn URL-osoitteeseen. Esimerkiksi jos asiakas kirjoittaa hakuun kattohuopa, olen ohjannut haun menemään Bitumikatteen kategoriaan. Tässä työssä on hyödyksi, jos tuntee oman tuotelinjan tuotteet niin hyvin, että tietää tuotteiden eri nimitykset, jolloin synonyymilistoista tulee mahdollisimman kattavia ja asiakkaat löytävät juuri ne tuotteet joita etsivätkin.
- Verkkokaupan asiakaspalvelun auttaminen on yksi osa eCommerce Specialistin työkenttää. Verkkokaupamme asiakaspalvelu vastaa asiakkaidemme kysymyksiin ja palautteisiin. Joskus heille tulee vastaan sellaisia kysymyksiä ja palautteita joihin he eivät osaa itse vastata, vaan he kääntyvät tuotelinjan eCommerce Specialistin puoleen. Jos kysymys tai palaute koskee tuotetta, vaihtoehtona on myös kääntyä kyseisen tuotteen tuotepäällikön puoleen. Yleensä asiakaspalvelu on yhteydessä molempiin. Omalla tuotelinjallani minä olen yleensä se henkilö, joka vastaa näihin viesteihin. Tämä johtuu siitä, että minulla on vahva kokemus tuotelinjani tuotteista ja osaan siksi melko kattavasti vastata kaikkiin vastaan tuleviin kysymyksiin. Tässäkin työssä tuotetuntemus on suuressa osassa. Lisäksi tiedonhakutaidot nousevat suuren arvoon.
- Kilpailijaseuranta on yksi eniten työaikaa vievistä tehtävistä, jota eCommerce Specialistin tehtävissä suoritan. Kyseinen seuranta tapahtuu pääasiallisesti siihen kehitetyllä sovelluksella, jonka tarjoaa meille ulkopuolinen palveluntarjoaja. Varsinainen työ muodostuu sovelluksen tietokannoista löytyvien kilpailijoiden tuotteiden yhdistämisestä oman verkkokaupamme tuotteisiin. Tässäkin työssä on äärimmäisen tärkeää tuntea oman tuotealueen tuotteet hyvin, sillä tuote vastaavuuksien löytäminen helpottuu huomattavasti jos tuntee omat tuotteemme ja vielä helpompaa työstä tulee jos tuntee kilpailijoiden vastaavat tuotteet.

2.1.3 Oman osaamistason arviointi

Tällä hetkellä osaamistasoni kummankin työtehtävän osalta on vajavaista ja tarvitsen työtoverien ohjausta, sekä selkeitä ohjeistuksia työtehtävistä suoriutumiseen. Tähän suurimpana syynä on se, että molemmat työtehtävät ovat suhteellisen uusia, enkä ole ehtinyt kerryttää työkokemusta kummastakaan tehtävästä riittävästi. Valikoimaneuvojan tehtävästä minulla on enemmän kokemusta, koska olen toiminut edeltäjänä vastinparina aikaisemmassa työssäni. eCommerce Specialistin työtehtävä taas ei ole minulle tuttu entuudestaan, joten suurin osa työtehtävistä on minulle täysin uusia. Suurimpana vahvuutena molempien tehtävien kannalta minulla on vahva tuotetuntemus työhistoriani vuoksi, joka tukee erinomaisesti kumpaakin tehtävää.

2.1.4 Ammatillinen kehittyminen

Kuten edellä jo mainitsin, osaamistasoni on tällä hetkellä molempien työtehtävien osalta vajavaista. Se näkyy työskentelyssäni siten, että en aina selviydy tehtävistäni samantyyppisellä tehokkuudella, kuin kokeneemmat kollegani. Lisäksi en uskalla tuoda omia mielipiteitäni niin vahvasti esille, kuin silloin, jos minulla olisi vahvempi osaamistaso.

Kehittääkseni osaamistani molempien työtehtävien, mutta etenkin eCommerce Specialistin tehtävän osalta, aion osallistua mahdollisimman aktiivisesti palavereihin ja erilaisiin koulutuksiin. Palavereissa minulla on mahdollisuus saada oppia ja neuvoja vanhemmilta kollegoilta ja koulutuksista saan varmasti runsaasti lisää osaamista. Esimerkiksi yrityksemme raportointijärjestelmästä on luvattu koulutus minulle ja kollegoilleni. Kyseinen raportointijärjestelmä on tärkeä työkalu valikoimaneuvojan tehtävässä, koska sieltä saamme tarkasteltua esimerkiksi omien vastuumyymälöidemme myyntejä ja varastosaldoja, jotka taas ohjaavat valikoimaneuvojaa oman työn suunnittelussa.

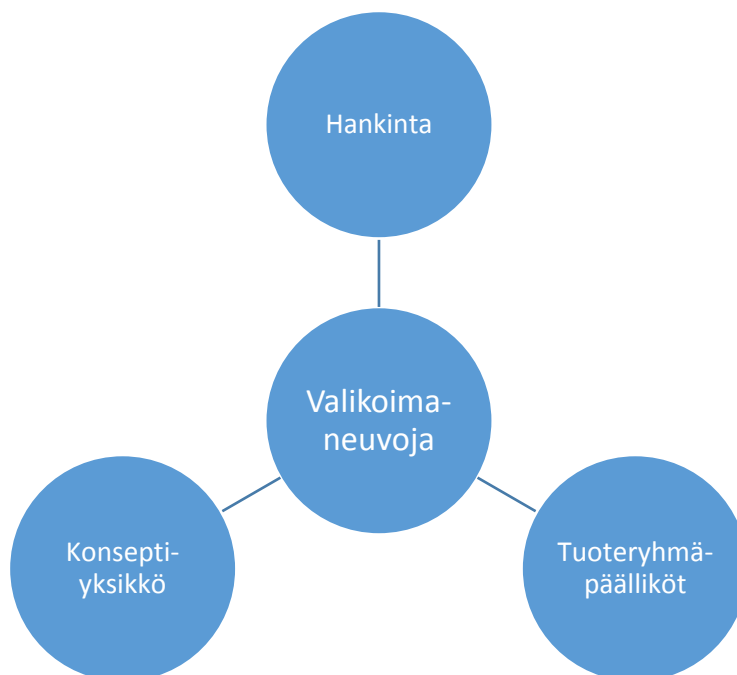
Pyrin myös lukemaan kirjallisuutta ja artikkeleita verkkokauppaan ja varsinkin hakukoneoptimointiin liittyen. Hakukoneoptimointiin on myös hyvä mahdollisuus saada oppia kuukausittain järjestettävissä SEO-palavereissa, joissa yhteistyökumppanimme käy kanssamme läpi edellisen kuukauden aikana tekemiämme optimointitoimenpiteitä, sekä arvio niiden vaikutuksia hakukonenäkyvyytemme ja antaa kehitysehdotuksia seuraavan kuukauden aikana tehtävistä toimenpiteistä.

2.2 Sidosryhmät

2.2.1 Sisäiset sidosryhmät

Hankinta vastaa yrityksemme sisäänpäin suuntautuvasta tavaravirrasta. Käytännössä tämä tarkoittaa myytävien artikkeleiden hankintaa ja tavarantoimittajien kanssa tehtävien sopimusten neuvottelua.

Tuotetietojen hallinnan tehtävänä on vastata kaikkien tuotteiden rikastavientuotetietojen ylläpidosta ja hallinnasta. Lisäksi he parantavat jatkuvasti tuotteiden rikastuksia yhdessä tuotepäälliköiden ja tavarantoimittajien kanssa, jotta tuotetieto vastaisi paremmin asiakkaiden tarpeisiin.



Kuvio 1. Valikoimaneuvojan sisäiset sidosryhmät

Tuoteryhmäpäälliköt vastaavat oman tuotealueensa valikoiman rakentamisesta, hinnoittelusta ja ovat vahvassa roolissa tavarantoimittaja yhteistyössä.

Konseptiyksikkö vastaa uusien toimintamallien suunnittelusta ja toteuttamisesta myymälöiden käyttöön. Valikoimaneuvojat ovat aktiivisesti mukana uusien toimintamallien ja tapojen viemisessä myymälöihin.

Verkkokaupan asiakaspalvelu ottaa vastaan asiakkaiden yhteydenottoja, jotka liittyvät esimerkiksi tuotteiden saatavuuteen, ominaisuuksiin tai käyttöön. Asiakaspalvelu ohjaa kysymykset oikealle henkilölle. Yleensä nämä tiedustelut ohjataan kyseisen tuotealueen tuotepäällikölle ja kyseisen tuotelinjan eCommerce Specialistille.

Master Data – osasto vastaa tuotteiden perustietojen ylläpidosta SAP-toiminnanohjausjärjestelmässä.



Kuvio 2. eCommerce Specialistin sisäiset sidosryhmät

Markkinointi ja viestintä – osasto suunnittelee ja koordinoi verkkokaupan graafista sisältöä. Lisäksi he tuottavat erilaisia artikkeleita ja sisältöä asiakkaiden käyttöön verkkokaupaan, sekä sosiaalisen median palveluihin.

2.2.2 Ulkoiset sidosryhmät

Yrittäjät toimivat oman myymälänsä vastuullisena johtajana ja heidän tavoitteenaan on kehittää oman myymälänsä liiketoimintaa parhaaksi katsomallaan tavalla, ottaen kuitenkin huomioon yritys X:n kanssa tehtävän yhteistyön ja sopimukset.

Tavarantoimittajat antavat jatkuvasti tuotekoulutusta heidän tuotteistaan, sekä auttavat valikoimaneuvojaa tukemaan myymälöitä heidän työssään. Lisäksi tavarantoimittajat tukevat yritys X:n tuotetietojen rikastamisessa omien tuotteidensa osalta.

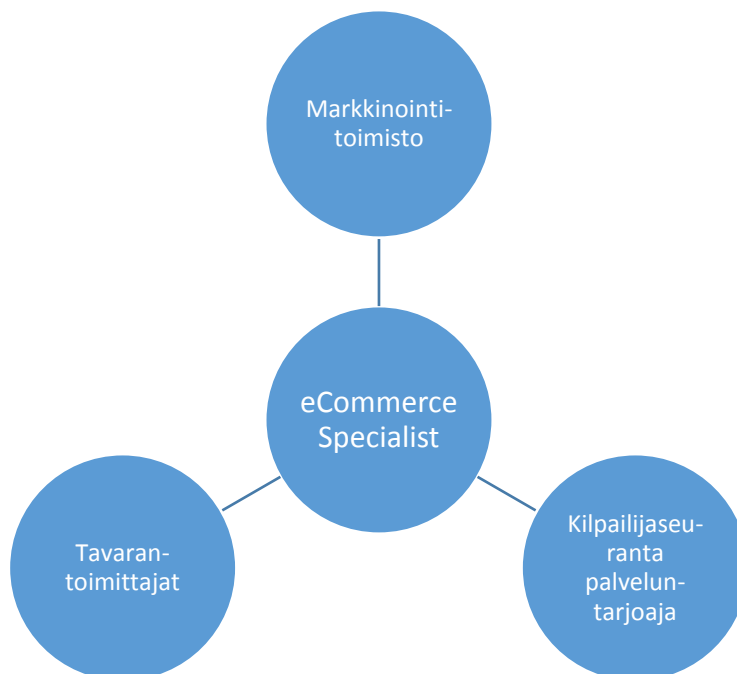
Myymälöiden henkilöstön kanssa tehdään yhteistyötä päivittäin. Koulutan henkilöstöä ja autan heitä monenlaisissa asioissa, jotta heillä olisi mahdollisuus onnistua omassa työssään parhaalla mahdollisella tavalla. Erilaiset tarjouspyynnöt ja tuotteiden saatavuuteen tai tuotetietoihin liittyvät tehtävät ovat yleisimpiä.

Myymälöiden asiakkaiden kanssa olen yhteydessä niin suoraan, kuin välillisestikin. Suorat kontaktit tapahtuvat erilaisissa myymälöiden tapahtumissa, sekä jatkuvasti tapahtuvien kauppakäyntien yhteydessä. Välilliset kontaktit tapahtuvat verkkokaupan asiakaspalvelun

kautta, jolloin en itse ole yleensä suoraan yhteydessä asiakkaaseen, vaan ohjeistan asiakaspalvelua vastaamaan asiakkaalle.



Kuvio 3. Valikoimaneuvojan ulkoiset sidosryhmät



Kuvio 4. eCommerce Specialistin ulkoiset sidosryhmät

Markkinointitoimisto auttaa ja tukee meidän verkkokaupamme hakukoneoptimoinnissa. Saamme heiltä suosituksia tehtävistä toimenpiteistä ja tilastoja tehtyjen toimenpiteiden vaikutuksista verkkokaupamme hakukonenäkyvyyteen.

Kilpailijaseurantapalvelun tarjoaja antaa teknistä tukea heidän toimittamaansa sovellukseen liittyen, sekä kehittää palveluaan esittämiemme toiveiden mukaisesti. Palvelu on erittäin hyödyllinen, jotta pysymme jatkuvasti ajan tasalla markkinoilla tapahtuvasta hintakehityksestä.

2.3 Vuorovaikutustaidot työpaikalla

Erilaisia kokouksia ja palaverieita on todella paljon ja suhteellisen uutena yrityksemme työntekijänä, en ole vielä täysin sisäistänyt palaverikäytäntöjämme sekä kaikkia erilaisia toimintatapoja kokouksiin liittyen. Usein palaverieita järjestetään myös Skypessä, jolloin kommunikointi kollegoiden kanssa on hyvin erilaista, kuin mitä kasvokkain. Oman puheenvuoron saaminen on huomattavasti hankalampaa, kuin mitä kasvokkain käytävissä kokouksissa. Puhuesssa täytyy myös kiinnittää huomattavasti enemmän huomiota siihen, miten asiansa esittää, koska vastapuolella ei ole useimmiten mahdollisuutta tulkita kehonkieltäsi.

Toimistotilamme sijaitsevat useammassa kerroksessa ja lisäksi kerros-pinta-alaa on todella paljon, joten työtoverit joiden kanssa kullakin hetkellä työskentelee, saattaa istua todella kaukana omasta työpisteestä. Silti minulla on monesti tapana lähteä omalta pisteeltäni työtoverin pisteelle keskustelemaan mieltäni askarruttavasta asiasta. Olen kokenut tämän hyväksi tavaksi monesta syystä. Yksi syy on se, että saan liikettä tietokoneella istumisen sijaan ja toinen tärkeämpi on se, että tapaan kasvokkain työtovereitani ja pääsen keskustelemaan asiasta ja asianvierestä, jolloin kerrytän omaan osaamispankkiini paljon sellaista tietoa, jota en muuten ehkä tulisi saaneeksi.

Valikoimaneuvoja kollegoideni työpisteet sijaitsevat maantieteellisesti eripuolilla Suomea, joten heidän kanssaan olen suurimmaksi osaksi yhteydessä sähköpostilla ja puhelimitse. Tapaamme toisiamme noin neljä kertaa vuodessa erilaisten kokousten tiimoilta. He ovat kaikki minua huomattavasti vanhempia ja he ovat kaikki olleet pitkään talossa töissä. Nämä kaksi tekijää luovat välillemme tietynlaisen kuilun. Toisaalta haaste on se, että he eivät välillä ymmärrä, että en ole ammatilliselta osaamiseltani vielä heidän tasollaan ja toisaalta minulla on sellaisia taitoja esimerkiksi tietotekniikan osalta, joita heiltä ei löydy. Enimmäkseen tämä on hyvä asia, sillä pystymme tukemaan toisiamme omilla vahvuuksillamme, mutta joskus asiat menevät pieleen, kun oletamme toistemme osaavan asioita, jotka itselle ovat selkeitä, mutta toiselle ne voivat olla todella haastavia.

Valikoimaneuvojan työssä olen yhteydessä asiakkaisiin sähköpostilla ja puhelimella, mutta kaikkein tärkein tapa pitää heihin yhteyttä on vierailu myymälässä. Myymälä käynneillä pyrin tapaamaan kaikki työni kannalta olennaiset henkilöt, esimerkiksi yrittäjän, osastopäällikön ja ostajan. Heidän kanssaan käyn läpi kaupan kuulumiset ja mitä uutta meillä yritys X:llä on tapahtumassa ja esittelen esimerkiksi tulevia kampanjoita tai tuoteuutuuksia. Vastaanotto myymälöissä vaihtelee laidasta laitaan ja tämä tuo oman haasteensa näihin vuorovaikutustilanteisiin. Jos myymälässä ollaan positiivisia yritys X:n suuntaan, nämä kauppakäynnit sujuvat mukavasti ja minun on helpompi mennä myymälään asioimaan. Jos taas myymälässä ollaan negatiivisia yritys X:ää kohtaan ja he kohdistavat tämän negatiivisuuden minuun, koska olen se lähin kontaktipinta yritys X:ään, on minun vaikeampi mennä myymälään ja esittää omaa asiaani. Tähän asiaan saa varmasti kokemuksen karttuessa lisää osaamista ja jatkossa pystyn paremmin hoitamaan myös nämä negatiiviset tapaukset.

Muiden sidosryhmien kanssa toimiminen on yleensä melko helppoa. Esimerkiksi tavaran-toimittajien kanssa järjestetyt palaverit ynnä muut tapaamiset ovat hyvä henkisiä ja ilmapiiri on yleensä aina rakentava. Tähän varmasti vaikuttaa suuresti se, että meillä on yhteinen intressi, kasvattaa heidän tuotteidensa myyntiä.

3 PÄIVÄKIRJARAPORTOINTI

3.1 Seurantaviikko 1

Keskiviikko 19.7.2017

Tämän päivän ohjelmassa on verkkokaupan tuotelinjojen suunnittelu ja koulutuspäivä. Päivän aikana on tarkoitus käydä läpi eri tuotelinjojen myyntitavoitteet verkkokaupassa ja suunnitella tuotelinjoille pidettävää eCom infoa. Näiden lisäksi päivä sisältää kaksi eri koulutusta. Ensimmäisessä koulutuksessa saamme perehdytyksen Google Analytics – ohjelmiston käytöstä ja kuinka sillä pystytään seuraamaan verkkokaupan avainlukuja tuotelinjatasolla. Toisessa koulutuksessa meille tullaan kouluttamaan uusi eCom-bannerityökalu ja samalla käynnistämme uuden pilotin liittyen kyseiseen työkaluun. Tavoitteena itselläni on tämän päivän aikana oppia paljon lisää Google Analytics – ohjelmiston antamista mahdollisuuksista ja sen käytöstä. Olen tähän asti käyttänyt kyseistä ohjelmistoa todella vähän ja suurimmat opit olen saanut yrityksen ja erehdyksen kautta, eli varsinaista koulutusta en aikaisemmin ole saanut. Lisäksi tämä on ensimmäinen päivä jolloin työskentelen pidemmän ajan muiden eCommerce Specialistien kanssa yhdessä ja toivonkin, että pääsemme luomaan ryhmähenkeä pieneen työryhmäämme.

Päivän ohjelma yllätti positiivisesti. Voisin sanoa jopa, että paras palaveri tällä tiimillä, johon tähän mennessä olen osallistunut. Koulutusaiheet olivat erittäin hyödyllisiä ja tulemme varmasti saamaan näistä uusista tiedoista paljon iloa tulevassa verkkokauppa tekemisessämme. Oma osaamiseni kehittyi siten, että opin miten Google Analyticsissä pystyn suodattamaan kaikesta tarjolla olevasta datasta itselleni oleellisen. Opettelimme erilaisten raporttien rakentamista ja huomasin, että ohjelmoinnin opit joita olen saanut yli kymmenen vuotta sitten, ovat edelleen muistissa ja niistä oli apua raporttien rakentamisessa. Myös toinen koulutus, joka liittyi uuteen bannerityökaluun, oli erittäin antoisa. Aikaisemmin meillä ei ole ollut montaakaan työkalua, joilla pääsemme yhtä vaivattomasti tuottamaan markkinointimateriaalia verkkokauppaamme. Nyt meillä sellainen on ja sen käyttäminenkin vaikutti erittäin mutkattomalta. Kouluttajamme kyseiseen työkaluun oli espanjalainen ja koulutus kielenä oli englanti, joten kyseisessä koulutuksessa pääsi pitkästä ajasta taas käyttämään englantia ja sitä kautta pitämään yllä kielitaitoa.

Suunnittelimme myös päivän aikana koulutuspakettia, jolla voisimme kertoa verkkokaupan päivittäisestä tekemisestä omille tuotelinjoillemme ja kasvattaa täten heidän ymmärrystään meidän tekemästämme työstä, sekä lisäksi osallistuttaa tuotelinjojen muita työntekijöitä verkkokaupan työskentelyyn. Tuotelinjoilla työskentelevillä tuotepäälliköillä ja Category Managereilla on iso rooli verkkokaupan pyörittämisessä ja sen takia on tärkeää, että

he ymmärtävät omat vastuunsa siihen liittyen. Henkilökohtaisesti oli myös mukava huomata, että minun ajatukseni verkkokaupan tekemiseen ja sen epäkohtiin olivat hyvin samanlaisia kuin muillakin eCommerce Specialisti-kollegoillani. Joskus ilmeisesti hieman aliarvioin omia kykyjäni, koska kollegoillani on enemmän kokemusta vastaavanlaisesta liiketoiminnasta. Tämän päivän jälkeen itseluottamukseni kehittyi ja sain taas enemmän varmuutta omien mielipiteitteni esiin tuomiseen.

Torstai 20.7.2017

Tänään ensimmäinen tehtäväni liittyy asiakasreklamaatioon. Asiakas on ostanut myymälästä tuotteen, jossa on paljastunut laatuvirhe. Tuote on asiakkaan kotona ja kyseessä on sen verran iso tuote, ettei asiakkaalla ole mahdollisuutta kuljettaa tuotetta korjattavaksi. Asiakas ei myöskään tyytynyt siihen, että hän saa uuden ehjän osan, jonka vaihtamalla tuote olisi ollut täysin ehjä. Tästä syystä lupauduin saapua itse paikalle ja vaihtaa tuon rikinäisen osan. Olen tehnyt kyseisiä korjauksia aikaisemminkin ja tiedän, että kyseisen osan vaihtamiseen ei mene kuin muutamia minuutteja aikaa. Mielestäni tärkeintä on, että asiakas saadaan tyytyväiseksi ja näin se onnistuu melko pienellä vaivalla. Korjausoperaation jälkeen aion tehdä loppuun muutaman tarjouksen joita olen työstänyt. Lisäksi aion käydä läpi sähköpostini saapuneet viestit ja vastata niihin viesteihin jotka vaativat toimenpiteitä. Viimeisenä tehtävänä ajattelin kirjoittaa verkkokaupan kategoria sivuille SEO-tekstejä eli hakukone optimoituja tekstejä, sillä oman tuotelinjani osalta kyseiset tekstit ovat odottaneet valmistumistaan jo jonkin aikaa.

Ensimmäinen asiakasreklamaatio nykyisessä tehtävässäni onnistui niin hyvin kuin odotin sen menevän. Saavuin paikalle sovittuna ajankohtana, eli sain aamun aikatauluni osuun kohdalleen. Asiakas oli sovitus odottamassa minua ja saimme hyvässä hengessä asian hoidettua. Asiakkaalla oli ollut aikaisemminkin negatiivinen kokemus yritystämme kohtaan. Silloin kyseessä oli ollut myös tuotereklamaatio, joka oli päättynyt huonommin kuin mitä nyt tapahtui. Asiakas olikin erittäin tyytyväinen reklamaation nopeasta hoitamisesta ja itse olin tyytyväinen, että tehtävä hoitui nopeasti ja asiakas sai tarvitsemansa avun. Seuraavaksi olin suunnitellut vastaavani muutamaaan saamaani tarjouspyyntöön, jotka koskivat meidän maahantuomiamme tuotteita. Sain tarjoukset nopeasti laskettua loppuun ja toimitettua myymälöihin, jotta he pääsevät tarjoamaan tuotteita asiakkaille. Tämän tyyppisiä tehtäviä hoidan viikoittain ja tästä en varsinaisesti oppinut mitään uutta. Olin suunnitellut kirjoittavani verkkokaupan kategoriasivuille tarvittavia SEO-tekstejä, mutta ennen niiden kirjoittamista tarkoitukseni oli käydä saapuneet sähköpostit läpi ja vastata niihin. Sähköpostiin oli kuitenkin tullut niin paljon selvitettäviä asioita, joista monet liittyivät

verkkokaupan tilauksiin tai verkkokaupan tuote näkyvyyksiin, etten enää päivän aikana ehtinyt SEO-tekstejä kirjoittaa.

Perjantai 21.7.2017

Tänään vietä työpäiväni toimistolla Vantaalla, jossa kiinteä työpisteeni sijaitsee. Päivän aluksi aion käydä saapuneet sähköpostit läpi, jonka jälkeen aloitan edelliseltä päivältä tekemättä jääneiden SEO-tekstien kirjoittamisen. Kello kymmeneltä minulla on palaveri muiden eCommerce Specialistien ja meidän yrityksemme tuotetietojen hallinnasta vastaavan tiimin kanssa. Tarkoituksenamme on käydä läpi tuotetietojen rikastamisen prosessia ja sen tämän hetkistä tilannetta. Lisäksi on tarkoitus kehittää toimintamallia jolla tuotetietojen rikastamisen kulloisestakin tilanteesta voisimme viestiä yrityksemme sisällä. Tämä palaveri kestää puolesta tunnista tuntiin, jonka jälkeen pääsen takaisin verkkokaupan SEO-tekstien pariin. Lisäksi yritän ehtiä tekemään kehitystyötä verkkokaupan haku ominaisuuksien parantamiseksi.

Aamulla sain käytyä läpi saapuneet sähköpostit. Posteissa oli ensimmäinen vedos uudesta tuote-esitteestämme, jonka tuotepäällikkö oli lähettänyt oikoluettavaksi ja kommentoitavaksi virheiden sekä muiden korjausten vuoksi. Luin esitteen läpi ja kommentoin löytämäni virheet tuotepäällikölle. Kyseinen posti oli erittäin tärkeä, sillä olemme odottaneet uutta esitettä jo pidemmän aikaa ja on erittäin tärkeää saada uusi esite painoon ja myymälöihin käyttöön. On ollut erittäin havainnollistavaa huomata kuinka paljon työtä vaatii yksittäisen esitteen painokuntoon saaminen. Se vaatii myös monen ihmisen työpanoksen ennen kuin esite on valmis. Päivän ainoa palaveri meni hyvin. Palaveri oli suhteellisen nopea ja se kesti vain vajaan tunnin. Minulle ja kollegoille esiteltiin uusi raporttimalli ja pyydettiin kommentteja siitä. Raportti esitteli verkkokauppamme tuotenäkyvyyteen vaikuttavia tekijöitä. Raportin tarkoituksena on auttaa meitä eCommerce Specialisteja ja meidän tuotelinjojamme näkemään sen hetkinen tilanne omien tuotteidemme verkkokauppa näkyvyyden kannalta. Raporttia tuottava taho halusi tietää onko raportti mielestämme tarpeellinen, miten usein sitä tulisi meille tuottaa ja onko meillä jotain toiveita tai kehitysehdotuksia raporttiin liittyen. Raportti oli erittäin hyvä ja saimme annettua myös muutaman kehitysehdotuksen siihen liittyen. Saamme varmasti hyödynnettyä kyseistä raporttia tulevassa tekemisessämme.

Palaverin jälkeen oli tarkoitus kirjoittaa SEO-tekstejä, mutta en valitettavasti saanut yhtäkään tekstiä valmiiksi asti. Sen sijaan vastasin muutamaan sähköpostiin jotka liittyivät tuotteiden verkkokauppa näkyvyyteen. Verkkosivujemme haku ominaisuuden optimointia ehdin käydä läpi ja sain selkiytettyä omassa päässäni, minkälaisia toimenpiteitä se vaatisi. Seuraavalla viikolla tarkoitukseni on ottaa kyseinen asia työnalle ja käydä työtoverini

kanssa siihen liittyviä kohtia läpi. Haluan kuulla hänen mielipiteensä muutamaan ideaani, koska hän on tehnyt töitä kyseisen ominaisuuden kanssa aikaisemmin. Kokonaisuudessaan päivä meni mukavasti. Etukäteen ajatteleman aikataulutuksen ei ihan toiminut, koska muutaman sähköposti vaati enemmän huomiota kuin mitä alun perin olin ajatellut. Sain kuitenkin muutamia tärkeitä asioita hoidettua päivän aikana ja täten edistettyä niiden projektien tilannetta.

Viikon 1 analysointi

Tämä viikon parhaat palat koostuivat keskiviikkona pidetystä kokopäivän kestäneestä palaverista jossa meille koulutettiin raporttien rakentamista sekä uutta bannerityökalua. Molemmat koulutukset olivat mielenkiintoisia ja niistä saaduilla opeilla pääsemme taas eteenpäin meidän verkkokauppaamme liittyvissä projekteissa. Oli myös mukava päästä pitkästä aikaa loppuasiakkaan kanssa kontaktiin ja vaikka kyseessä olikin reklamaation hoitaminen, oli tehtävä erittäin mieluista. Tehtävän mielekkyyttä lisäsi myös se, että asiakas oli lopputulokseen erittäin tyytyväinen. Aikataulutuksen ei tällä viikolla ollut parasta mahdollista. Esimerkiksi SEO-tekstien kirjoittaminen siirtyi jatkuvasti eteenpäin, eikä kyseisessä projektissa tullut mitään valmiita. Toisaalta työni on sellaista, että päivän aikana saattaa tulla monia välittömästi toimenpiteitä vaativia tehtäviä, jotka katkaisevat suunnitellun päivärytmin ja sotkevat suunnitellun aikataulutuksen totaalisesti. Tietotyöläisen työ on aika haasteiltaan vaihtelevaa - osa asioista on jatkuvaa pakollisen hoidettavan virtaa, osa asiakkaalle luvattuja asioita, osa tärkeitä kehitysasioita. Näiden välillä pitäisi löytää järkevä tasapaino. Tekemättömiä asioita on yleensä loputon lista, joten tärkeimmät pitäisi pystyä laittamaan listan kärkeen. Työsuunnittelua monimutkaistavat deadlinet, jotka saattavat liittyä joko enemmän tai vähemmän tärkeisiin asioihin. Nykyään myös keskeytykset ovat väistämättömiä - olemme erilaisten sovellusten kautta aina tavoitettavissa, suosimme avoimia toimistoja ja ketterää yhteispeliä (Pulkkanen 2018).

3.2 Seurantaviikko 2

Maanantai 24.7.2017

Tänään tavoitteenani on kirjoittaa loppuun ainakin yksi SEO-teksti ja sijoittaa se verkkosivuillemme. Tuoteryhmä jonka SEO-tekstin aion kirjoittaa valmiiksi, on ulko-ovet. Ulko-ovet on sellainen tuoteryhmä, jonka näkyvyyttä verkossa tulisi saada kasvatettua. SEO-tekstin kirjoittaminen kyseiseen tuoteryhmään parantaa varmasti tuoteryhmän näkyvyyttä Google-hakukoneessa. Jos saan ulko-ovi tuoteryhmän SEO-tekstin valmiiksi aamupäivän aikana, ryhdyn iltapäivällä kirjoittamaan sisäovien SEO-tekstiä. Kello 10 minulla alkaa palaveri Google Analyticsiin liittyen. Palaveri kestää noin tunnin ja se on jatko viime viikolla

pidetylle palaverille, jossa kävimme läpi raporttien rakentamista omalle tuotelinjallemme. En ole valitettavasti tässä välissä ehtinyt perehtyä enempää kyseiseen työkaluun, mutta palaverissa on varmasti taas hyödyllistä informaatiota raporttien rakentamiseen liittyen. Analyticsin avulla pystymme hakemaan informaatiota siitä, miten ihmiset verkkosivuillemme käyttäytyvät ja sitä kautta voimme kehittää verkkosivujamme paremmin asiakasta palveleviksi. Iltapäivän tulen käyttämään SEO-tekstien kirjoittamiseen.

Tänään sain hyvin pidettyä kiinni päivälle asettamistani tavoitteista. Aamun aikana sain kirjoitettua ulko-ovi kategorian SEO-tekstin, sekä vietyä kyseisen tekstin verkkokaupan sivuille. Kello 10 minulla alkoi Google Analytics – palaveri, jonka aikana sain rakennettua pohjan tuleville raporteille tuotelinjaamme liittyen. Kyseinen palaveri oli erittäin hyödyllinen myös siksi, että saimme joukolla testailla erilaisia raportin rakentamiseen liittyviä asioita. Huomasimme myös muutamia ongelmia raportointiin liittyen ja laitoimme ne selvitykseen. Yksi tällaisista ongelmista on esimerkiksi verkkokaupпамme URL-osoitteisiin liittyvä. Kyseiset osoitteet ovat liian sekavia ja samalle tuotesivulle on useampi erilainen osoite. Tämä aiheuttaa raportoinnin näkökulmasta virheellistä dataa. Keskustelimme myös yleisellä tasolla verkkokaupпамme navigaatiosta ja sen kehitystyöstä, jota olemme viime kuukausien aikana tehneet. Saimme kouluttajalta muutamia ehdotuksia ja vihjeitä navigaation parantamiseksi ja hän lupasi jopa suorittaa testausta erään kehitys ajatuksen tiimoilta, jotta voimme nähdä olisiko kyseisellä toimenpiteellä positiivista vaikutusta sivustomme käytettävyyteen. Palaverin jälkeen kävin yrityksemme markkinointiosastoon kuuluvan henkilön kanssa keskustelemassa ulko-ovi kategorian SEO-tekstin viereen sijoitettavasta kuvasta. Yhdessä kävimme kuvien kriteereitä läpi ja pyysin tietoa siitä, mistä me yleensä kuvia haemme verkkosivujemme käyttöön. Sain idean käyttää kategoriasivulla samaa kuvaa, kuin mitä tulemme käyttämään uuden ovikuvastomme kannessa. Kuva oli sellainen, että pystymme ideani toteuttamaan, joten sain toisenkin asian tehtyä kyseiseen kategoriaan liittyen. Seuraavaksi siirryin kirjoittamaan SEO-tekstiä sisäovet kategoriaan, kuten olin aikaisemmin suunnitellutkin. Tämä teksti ei kuitenkaan tullut enää saman päivän aikana valmiiksi, vaan jatkan sitä jonain toisena päivänä. Vastailin myös päivän aikana tuleisiin sähköposteihin. Eräs posteista koski myymälän saamaa laskua, jossa heidän mielestään oli virheellisesti veloitettu heiltä rahtikuluja. Kysyin myös tuotepäällikön mielipidettä asiaan, mutta emme saaneet selvyyttä, miksi kyseisiä kuluja oli tavarantoimittajan toimesta veloitettu. Soitin kyseisestä asiaa hoitaneelle henkilölle ja pyysin heitä olemaan yhteydessä suoraan tavarantoimittajaan. Oma osaamiseni kehittyi tänään SEO-tekstien kirjoittamisen osalta ja kykenen kirjoittamaan laadukkaampia tekstejä, sekä tuottamaan tekstiä nopeammin kuin aikaisemmin. Kaiken kaikkiaan päivä meni juuri niin kuin olin suunnitellutkin ja sain tehtyä ne tehtävät joita olin suunnitellut hoitavani.

Tiistai 25.7.2017

Tänään lähden valikoimaneuvojan roolissa käymään muutamassa kivijalka myymälässä. Päätin vierailla myymälä A:ssa, sekä myymälä B:ssä. Molemmissa kaupoissa aion kiertää myymälän läpi tarkastellen myymälän siisteyttä, sekä myymälästä löytyviä tuotteita. Tuotteiden osalta varsinkin sellaiset tuotteet, jotka eivät ole yritys X:n yhteistyökumppaneilta ostettuja, vaan ovat jonkin toisen toimittajan tavaraa, ovat mielenkiinnon kohteena. Molemmissa kaupoissa ajattelin myös keskustella myymälähenkilökunnan kanssa ja samalla esitellä heillä erään tuote uutuuden. Varsinkin myymälä A:ssa on hyvä keskustella henkilökunnan kanssa, koska myymälässä on tapahtunut henkilövaihdoksia. Toinen syy miksi keskusteluja tulee käydä, on muutamissa tuotekategorioissa esiintyvät tuotepuutokset. Kauppakäyntien jälkeen aion täyttää kyseisten käyntien seurantaan tarkoitetun kauppakäyntiraportin, joka on nyt muutaman viikon ajalta täyttämättä. Kyseiselle raportille kirjaan käynnit kaupassa, sekä siellä tehdyt toimenpiteet ja huomautetut epäkohdat. Tämän jälkeen, jos aikaa vielä on, ajattelin palata sisäovi kategorian SEO-tekstin pariin.

Päivän ensimmäinen etappi oli myymälä A, jossa kävin tarkastamassa rakennustarvike-osaston. Osasto oli siisti, kuten koko myymälä muutenkin. Tapasin rakennustarvike-osaston myyjiä, joiden joukossa oli myös yksi uusi työntekijä. Esittelin heille uuden tuotteen, jota heidän on mahdollisuus jatkossa tilata yritys X:n keskusvarastolta. Sain kuulla myyjiltä, että juuri kyseisen kaltaista tuotetta oli kysytty heiltä edeltävänä päivänä ja vielä kahden eri asiakkaan toimesta. Tämä ilmennyt kysyntä antaa varmasti myymälässä kipinän joko tilata tuotetta myymälään tai tuote ainakin pysyy varmasti heidän mielessään ja he osaavat tarjota sitä seuraavalle kysyjälle. Tapasin myös kyseisen myymälän ostajan, jolle myös esittelin samaisen tuotteen. Huomasin sisällä osastoa kiertäessäni, että tässäkin myymälässä oli erästä tuotetta, joka ei ole meidän yhteistyökumppaniemme toimittamaa, vaan kilpailevalta toimittajalta hankittua. Olen kohdannut kyseisen valmistajan tuotteita nyt viimeisen kahden viikon aikana useammassa ketjumme myymälässä. Kyseinen asia vaatii hieman perehtymistä ja selvittämistä, että miksi kyseisen toimittajan tuotteita on myymälöissä ja onko niitä kuinka monesta myymälästä niitä löytyy. Tavoitteemme kuitenkin on, että myymälämme sitoutuisivat yhteistyökumppaneidemme tuotteisiin.

Seuraavaksi siirryin muutaman kilometrin päässä sijaitsevaan myymälä B:hen jossa tarkoitukseni oli tehdä samanlainen kierros kuin myymälä A:ssa. Vastaanotto myymälässä ei kuitenkaan ollut mitenkään miellyttävä. Kysyin yritysmyynnin työntekijältä, mitä myymälään kuuluu ja sain kylmän vastauksen, että huonoa. Syy tähän oli kuulemma se, että myymälä ollaan lopettamassa. Tämä tieto pääsi totaalisesti yllättämään. En ollut kuullut tästä asiasta mitään ennen tätä päivää. Nopeasti etsin sähköpostistani kyseistä tietoa,

mutta sellaista en sieltä löytänyt. Tapasin myös kyseisen myymälän yrittäjän, joka vahvisti minulle juuri kuulemani uutisen. Kävin lyhyen keskustelun yrittäjän kanssa niistä syistä mitkä tähän lopettamiseen ovat johtaneet ja hyvässä yhteisymmärryksessä totesimme, että minun on melko turha jatkossa enää käydä kyseisessä myymälässä. Tästä asiasta ajattelin keskustella myöhemmin esimiesteni sekä asiaa hoitaneiden tahojen kanssa, sillä oli hieman noloa mennä kauppaan kyselemään miten bisnekset kulkee, kun kauppa ollaan lopettamassa. Mielestäni tällaisista asioista pitäisi tiedottaa ainakin meitä, jotka olemme läheisessä yhteistyössä myymälöiden kanssa.

Myymäläkierrosten jälkeen täytin kauppakäyntiraporttini ajan tasalle. Lisäksi vastailin sähköposteihini ja soittelin muutamia puheluita joihin en ollut ehtinyt päivän aikana vastata. Soitin myös esimiehelleni ja kävimme keskustelun myymälä B:n tilanteesta. Päivän tavoitteet toteutuivat muuten hyvin, mutta en ehtinyt paneutumaan lainkaan sisäovi kategorian SEO-tekstiin. Lisäksi tuo myymälä B:n tapaus jätti muutamia kysymyksiä ilmaan.

Keskiviikko 26.7.2017

Tänään aloitan päiväni konttorilla ja ensimmäisenä aion tehdä matkalaskun viimeisen kuukauden ajalta. Valikoimaneuvojan tehtävässä tulee erilaisia matkakuluja, esimerkiksi neuvottelulounaista ja majoituksista. Matkalaskun tekemiseen minulla menee noin tunti, jonka jälkeen pääsen kirjoittamaan sisäovien SEO-tekstiä. Jos ehdin kirjoittaa kyseisen tekstin valmiiksi, aloitan parvekeovi kategoriaan vastaavan tekstin kirjoittamisen. Lisäksi yritän löytää sopivat kuvat kyseisiin kategorioihin.

Matkalaskun tekeminen on jo tuttua puuhaa, joten sen tekeminen sujui jo rutiinilla. Tärkeintä matkalaskua tehdessä on täyttää kaikki laskulle tarvittavat matkat ja kulut aikajärjestyksessä, niin ettei mikään matkoista pääse unohtumaan. Toinen tärkeä juttu jo matkoja tehdessä on, että muistaa säilyttää kaikki tulevaan matkalaskuun liittyvät kuitit. Matkalaskun tekemiseen minulle kului noin tunti, kuten olin arvioinutkin. Seuraavaksi pääsin vihdoin ja viimein kirjoittamaan sisäovien SEO-tekstiä. Olen kokenut kyseisten tekstien kirjoittamisen hieman haastavaksi. En osaa sanoa johtuuko haaste siitä, etten ole tottunut vielä kirjoittamaan vastaavia tekstejä vai onko oman tuotelinjani kategorioista vain haastavampi kirjoittaa kuin muiden tuotelinjojen kategorioista. Ainakin omassa mielessäni kuvittelisin, että esimerkiksi erilaisista puutarhakalusteista on helpompi saada myyvä ja mielenkiintoinen teksti, kuin sahatusta puutavarasta. Toisaalta kirjoittamalla kyseisiä tekstejä opin myös varmasti niitä nopeammin tuottamaan. Tällä hetkellä minulla kuluu mielestäni liian paljon aikaa yhden SEO-tekstin valmiiksi saamisessa. Sain kuitenkin tämän päivän aikana kirjoitettua vihdoin sisäovien tekstin valmiiksi ja laitoin sen myös näkyviin verkkokaupan sivuille. Huomasin nyt jälkeenpäin, että tekstin muotoilussa kävi pieni virhe joka

täytyy korjata heti huomenna. Ryhdyin myös kirjoittamaan seuraavaa tekstiä parvekeovi kategorialle. Kuvia en vielä ehtinyt etsiä kumpaankaan kategoriaan.

Näiden suunniteltujen tehtävien lisäksi keskustelin puutavara tuotelinjan tuotepäällikön kanssa hänen tuotealueelleen kuuluvien tuotteiden verkkokaupan tuoterajauksessa arvojen lisäämisestä kattopaneelit ja seinäpaneelit kategoriaan. Hän kertoi, että kyseisen kategorian arvot olivat nyt täytetty ja pystyisimme lisäämään nyt erilaisia suodatusvaihtoehtoja kyseiseen kategoriaan. Näiden suodatusvaihtoehtojen avulla asiakkaan on helpompi löytää verkkokaupamme sivuilta juuri ne tuotteet joita hän on etsimässä. Sovimme tuotepäällikön kanssa, että mitä suodatusvaihtoehtoja laitamme verkkosivuille näkyviin ja toteutin kyseisen lisäyksen heti Management Centerissä. Kyseiset suodatuksot päivittyivät verkkosivuille heti ja katsoimme vielä tuotepäällikön kanssa, että ne toimivat kuten olimme toivoneet. Huomasimme tässä vaiheessa vielä yhden virheen suodatuksen toiminnassa. Minun täytyy selvittää mistä tämä virhe johtuu ja mitä me sille voisimme tehdä. Kyseinen asia on kuitenkin ratkaistavissa vasta seuraavalla viikolla, sillä tällä hetkellä asiantuntijat ovat lomalla ja palaavat vasta ensiviikolla töihin. Oma osaamisen kehittyi SEO-tekstien kirjoittamisen osalta. Mitä enemmän tekstejä saan tuotettua, sitä nopeammaksi kirjoittaminen muuttuu. Olen erittäin tyytyväinen, että sain kirjoitettua sisäovien SEO-tekstin valmiiksi ja pääsen etenemään seuraavaan.

Torstai 27.7.2017

Tänään korjaan edellisenä päivänä tekemäni sisäovien SEO-tekstien muotoiluvirheet jonka jälkeen jatkan parvekeovien vastaavan kirjoittamista. Etsin kirjoitustyön ohessa myös kuvat aikaisemmin kirjoittamaani kategoriaan sekä tähän työn alla olevaan kategoriaan. Parvekeovi kategorian jälkeen minulla on vielä kirjoitettavana saunanovi kategorian SEO-teksti, jonka jälkeen koko ovi tuoteryhmän teksti olisi tehty ja pääsisin jatkamaan johonkin toiseen tuoteryhmään. Lisäksi yritän päivän aikana muokata tuotepäällikön toiveesta sisustuslevyt kategorian tuotejärjestystä paremmin asiakasta palvelevaan muotoon. Ajatuksena on järjestää tuotteet niin, että esimerkiksi märkätilelevyt ja niiden tarvikkeet olisi peräkkäin tuotelistauksessa ja vielä niin, että ensimmäisenä ovat varsinaiset märkätilelevyt ja sen jälkeen kiinnikkeet ynnä muut tarvikkeet. Näin asiakkaan olisi mahdollisimman helppo vertailla erilaisia kuoseja, sekä hintoja. Huomasin myös aikaisemmin, että olin unohtanut liittää kyseisen sisustuslevyt tuoteryhmän Google Analyticsissä rakentamaani tuotelinjaraportointiin, joten käyn myös lisäämässä sen raporttiin.

Aloitin päiväni tekemällä edellisenä päivänä kirjoittamani SEO-tekstin korjaukset. Korjauksessa ei mennyt montaa minuuttia, koska kyseessä oli tosiaan vain tekstin muotoilullinen virhe. Olin ajatellut, että jatkaisin seuraavaksi työskentelyä parvekeovi kategorian SEO-

tekstin kanssa, mutta totesin mielekkäämmäksi tehdä ensin tuotejärjestykseen liittyvät parannukset. Toinen syy, miksi ajattelin tehdä seuraavaksi tuotejärjestykset, oli se, että niitä muokataan samassa järjestelmässä, kuin minne syötetään nuo valmiit SEO-tekstit. Tuotejärjestyksien muokkaaminen on suhteellisen hidasta puuhaa ja olemmekin todenneet kollegoiden kanssa, että tämä tekeminen ei ole välttämättä sitä ykkösprioriteetin tekemistä verkkosivujen kehittämisessä. Jos meillä olisi käytettävissä tehokkaampi tapa muokata kyseisiä järjestyksiä, olisi niiden kanssa työskenteleminen mielekkäämpää. Muokkasin tuotepäällikön toiveen mukaisesti sisustuslevyjen tuotejärjestyksen ja lisäksi myös parvekeovi kategorian tuotejärjestyksen. Sisustuslevy kategorialla tehdessäni huomasin, että kyseinen tuotekategoria ei ole ehkä siellä loogisimmassa sijainnissa verkkosivuillamme. Asiakkaat eivät välttämättä löydä kyseisiä tuotteita verkkokaupastamme, koska ne sijaitsevat käytännössä aivan väärässä paikassa. Täytyy löytää niille sopivampi sijainti navigaatiostamme ja selvittää kuinka nopeasti saisimme ne siirrettyä sinne. Kävin myös lisäämässä sisustuslevy kategorian tuotelinjamme raporttiin Google Analyticsissä. Toinen tehtävä jonka hoitamisen totesin hitaaksi, on kuvien löytäminen tuotekategoria sivuille. Kuvapankeissamme on paljon kuvia, mutta niiden selaaminen on hidasta ja sopivan kuvan löytäminen ei ole helppoa. En löytänyt tänään soveltuvia kuvia joten niiden etsimistä täytyy jatkaa myöhemmin. Loppuajan työpäivästä käytin SEO-tekstin kirjoittamiseen ja tätäkin työtä tulen jatkamaan myöhemmin, sillä en saanut taaskaan tekstejä valmiiksi. Kaiken kaikkiaan sain päivän aikana suunniteltuja tehtäviä hoidettua noin puolet. Tehtävät joita aion suorittaa, eivätkin odotettua pidempään ja tästä johtuen osa niistä jäi kesken. Tänään oma osaamiseni kehittyi siten, että opin lisää siitä, kuinka paljon aikaa kukin työtehtävä vie ja pystyn siten jatkossa paremmin aikatauluttamaan omaa tekemistäni.

Perjantai 28.7.2017

Tänään aion jatkaa SEO-tekstin kirjoittamista parvekeovi kategoriaan. Pyrin myös löytämään kuvat tuotekategorioihin. Lisäksi yritän ajaa raportointiohjelmastamme myyntiluvut myymälä C:lle heidän alkuvuoden ostoistaan eräältä tavarantoimittajalta. Olen edellisen kerran ajanut saman raportin tämän vuoden alussa, enkä muista enää millä raportilla ja miten kyseiset luvut saatiin ulos järjestelmästä. Sen muistan, että edelliselläkin kerralla kyseiseen työhön kului todella paljon aikaa. Tähän voi vaikuttaa se, että en ole juurikaan saanut koulutusta kyseisen järjestelmän käyttöön, vaan olen yrityksen ja erehdyksen kautta oppinut. Toinen vaikuttava tekijä voi olla se, etten käytä kyseistä järjestelmää päivittäin, joten sen käyttämiseen ei ole syntynyt tarvittavaa rutiinia.

Kuvien löytäminen kuvapankistamme ei ole niin nopeaa kuin olin ajatellut. Osittain kuvien hakemisen hitaus saattoi johtua siitä, että olin kirjautunut yrityksemme järjestelmiin etäyhteyden avulla. Kuvapankki toimi todella hitaasti ja kuvien etsimiseen kului paljon enemmän aikaa kuin mitä olin kuvitellut. Totesin, että kun nyt kerran kuvia etsin, voin samalla etsiä kuvat kaikkiin ovi tuoteryhmän alakategorioihin. Onnistuinkin löytämään kuvat kaikkiin muihin, paitsi parvekeovi kategoriaan. Kyseisen kategorian kuvan etsinnän saa suorittaa henkilö meidän markkinoinnistamme, sillä hänellä on enemmän kokemusta tuosta kuvapankista ja hän joka tapauksessa muokkaa kuvat verkkoon sopiviksi. Laitoin löytämisestäni kuvista tiedot tälle samaiselle henkilölle Excel-tiedostona. Seuraavana vuorossa oli kirjoitustyö parvekeovi kategorian SEO-tekstin muodossa. Sain tekstin kirjoitettua melko hyvään vaiheeseen päivän aikana. Maanantaina kyseinen teksti tulee varmasti valmiiksi jonka jälkeen pääsen lataamaan sen verkkosivuillemme. Toivottavasti myös löytämäni kategoria kuvat tulevat ensiviikon alussa näkyviin verkkokaupassa.

Valitettavasti en ehtinyt lainkaan yrittää ostolukujen ajamista myymälä C:n tavarantoimittaja ostoista. Kuvien etsiminen oli sen verran pitkäkestoinen projekti, ettei raportin ajamiseen jäänyt lainkaan aikaa. Tämäkin tehtävä saa siis odottaa maanantaille. Jälkeenpäin ajatellen tuntuu siltä, etten saanut juuri mitään tänään aikaiseksi, mutta joskus jotkin projektit vain kestävät odotettua kauemmin. Kyseiset kuvat on kuitenkin hyvä saada verkkokauppaan esille ja jossain vaiheessa ne olisi kuitenkin pitänyt etsiä kuvapankista. Aikaa olisi kuitenkin jossain vaiheessa kulunut tuohon työhön. Kuvien pitäisi parantaa myös hakukonenäkyvyyttä, joten siitä syystä ne ovat tärkeitä.

Viikon 2 analysointi

Tämän viikon tekeminen keskittyi melko pitkälti verkkokaupan kehittämiseen ja erityisesti SEO-tekstien kirjoittamiseen. Hakukoneoptimointi on käytännössä Googlea varten optimointia, koska Google on länsimaissa ylivoimaisesti suosituin ja toistaiseksi kehittynein hakukone. Hakukoneoptimoinnilla pyritään yleensä ainakin hakutulosten top-10:een. Tätä alhaisempia sijoituksia ei kannata tavoitella, sillä vain pieni osa hakijoista jatkaa tulosten selaamista toiselle hakutulossivulle (sijat 11.–20.) (Raittila 2018). En edelleenkään ole erityisen nopea kirjoittamaan kyseisiä tekstejä, mutta olen mielestäni kuitenkin kehittynyt nopeammaksi. Tätä samaa tekemistä on vielä usean kategorian edestä, joten varmasti kehityn vielä lisää. Lisäksi pääsin työskentelemään kuvapankkien syövereissä, joka oli yllättävän hidasta puurtamista. Tämäkin työ tulee varmasti jatkossa sujumaan nopeammin, kunhan tietokanta ja sen käyttö tulee tutummaksi minulle. Suurimpana uutisena itselleni tällä viikolla, tuli myymälä B:n sulkeminen. Jatkossa kyseisistä muutoksista tulee saada hy-

vissä ajoin ilmoitus, jotta meille kentällä työskenteleville henkilöille ei tule vastaavia yllätyksiä vastaan. Sain myös viikonaikana paljon lisää tietoa ja osaamista Googlen Analytic-sista ja osaan nyt huomattavasti enemmän kyseisen ohjelman käytöstä sekä raporttien rakentamisesta. Kaiken kaikkiaan viikko sujui suunnitellusti ja sain monia asioita vietyä maaliin, vaikka joinakin hetkinä tuli tunne, että asiat eivät etene minnekään tai ainakaan sillä tahdilla kuin olisin toivonut.

3.3 Seurantaviikko 3

Maanantai 31.7.2017

Päivän ensimmäisenä tehtävänä tein tarjouksen myymälä D:lle autotallinovesta. Tarjouspyyntö oli tullut perjantaina kello 18, joten on hyvä tehdä tarjous heti. Edellistä lausetta kirjoittaessani, minulle soitettiin myymälä E:stä ja kysyttiin myös tarjousta autotallinovesta. Pyysin henkilöä laittamaan minulle tarjouspyynnön sähköpostiin, jossa kerrotaan oven mitat ja halutut ominaisuudet, jonka jälkeen voin tehdä heille tarjouksen. Pääsen siis tekemään ainakin kaksi ovi tarjousta heti viikon alkuun. Näiden lisäksi yritän tänään saada järjestelmistämme ulos raportin myymälä C:n tavarantoimittaja myynneistä. He ovat odottaneet lukuja jo jonkin aikaa, joten olisi hyvä saada ne heille käyttöön. Tämän jälkeen voin keskittyä kirjoittamaan keskeneräisiä SEO-tekstejä.

Aamulla ensimmäisenä työnalle otetut autotallinovi tarjoukset olivat hyvä viikon aloitus. Ensimmäinen tarjouksista, jonka tein myymälä D:lle, oli niin sanotusti suoraviivainen ja helppo. Se ei sisältänyt mitään erikoisempia toiveita, vaan katsoin annettuihin mittoihin sopivan oven ja sille hinnan. Päivän toinen tarjous sen sijaan sisälsi muutamia harvemmin kysytyjä ominaisuuksia. Niiden ratkaisemiseksi jouduin odottamaan esimieheni saapumista työpaikalle. Meillä on käytössä liukuva työaika ja esimiehelläni on tapana aloittaa työpäivänsä hieman myöhemmin. Kysytyäni esimieheltäni nämä muutamat askarruttaneet yksityiskohdat, sain laitettua myös tämän toisen tarjouksen kaupalle. Jouduin vielä muutaman kerran vastaamaan tarkentaviin kysymyksiin, jälkimmäiseen tarjoukseen liittyen.

Seuraavaksi siirryin myymälä C:n pyytämien ostolukujen raportoinnin pariin. Pyysin tähänkin tehtävään neuvoja esimieheltäni ja sain vihjeitä millä raportointipohjalla kyseiset luvut järjestelmistämme saisin kaivettua esille. Yritin hetken aikaa suodattaa raportointijärjestelmästä haluttuja lukuja esille, mutta en mielestäni saanut oikeanlaisia lukuja. Oikeastaan tämä kyseinen tehtävä ei alun perinkään minulle kuulu, joten päätin soittaa kyseisen tuotelinjan tuotepäällikölle, jonka tiesin varmasti osaavan auttaa minua. Samaan aikaan kun tuotepäällikkö ajoi oikeita lukuja järjestelmästä ulos, jatkoin itsekin raportin muokkaamista.

Saimme suurin piirtein samaan aikaan samansuuruiset luvut ulos järjestelmästä ja tuote-päällikkö vielä vahvisti minulle, että saamani luvut olivat oikeita. Tämä tehtävä tuli suoritettua lopulta suhteellisen nopeasti, mutta en olisi selvinnyt tästä ilman kokeneempien apua. En ole kovin hyvin sisäistänyt kyseisen järjestelmän logiikkaa. Tämänkin päivän tehtävä kehitti omaa osaamistani raportointijärjestelmän osalta, mutta tarvitsen vielä enemmän harjoitusta, jotta kyseisen järjestelmän käytöstä tulee sujuvampaa. Toisaalta suurin osa tarvittavista raporteista, tuotetaan minulle ja kollegoilleni jonkun muun toimesta, joten siitä syystä harjoitustakaan ei ehdi kertyä. Jos ja kun haluan jossain vaiheessa edetä urallani, minun olisi tärkeää oppia käyttämään kyseistä järjestelmää paremmin.

Sain iltapäivällä vastauksen tavarantoimittajalta aikaisemmin tekemääni reklamaatioon liittyen. Laitoin reklamaatioon saadun hyvityspäätöksen kauppaan tiedoksi, sekä laitoin korvaavan tuotteen matkaan seuraavan tavaralähetyksen yhteydessä. Lisäksi tein uuden reklamaation samaiselle tavarantoimittajalle, mutta kylläkin eri tuotteesta. Jään odottamaan heidän päätöstään jotta saamme reklamaation taas hoidettua. Päivän viimeisenä tehtävänä verkkokaupпамme asiakaspalvelu ilmoitti, että eräällä tuotteella on verkkokaupassamme väärä tuotekuva. Laitoin kyseisen tuotteen toimittajalle pyynnön lähettää oikean kuvan ja liitin pyyntöni yhteyteen ohjeistuksen kuvan määrityksistä. Sainkin nopean vastauksen tavarantoimittajalta. Vastauksen liitteenä sain kuvan oikeasta tuotteesta ja kuva tiedosto täytti meidän asettamamme arvot, joten tallensin kuvan järjestelmäämme. Muutaman päivän päästä kuvan pitäisi näkyä verkkokaupassa. SEO-tekstejä en kerennyt tänäänkään kirjoittaa, sillä nämä kiireellisemmät asiat menivät taas kyseisen tekemisen edelle. Kokonaisuudessaan päivä oli kuitenkin hyvä, sillä sain monia asioita hoidettua loppuun tai laitettua selvitykseen.

Tiistai 1.8.2017

Tänään ajattelin käydä Lahdessa tekemässä kilpailijaseurantaa muutamassa kivijalkamyymälässä. Lahdesta löytyy oman ketjumme myymälän lisäksi yritys Y:n ja yritys Z:n myymälät. Käyn molemmissa myymälöissä katsomassa miltä myymälät näyttävät ja mikälainen tuotevalikoima niistä löytyy. Lisäksi minua kiinnostaa kyseisten myymälöiden hintataso verrattuna oman ketjumme myymälöihin, sekä tietysti asiakasmäärät. Yritän myös ehtiä edelleen SEO-tekstien pariin jotta saisin vihdoinkin ja viimein ovet tuoteryhmän kategoriat valmiiksi.

Olin suunnitellut aloittavani päiväni vieraillemalla Lahdessa kilpailijoiden luona, mutta ajaessani Lahteen sain oivalluksen liittyen edellisen päivän puhelinkeskusteluun, jonka kävin myymälä C:n myyjän kanssa. Päätinkin käydä piipahtamassa kyseisessä myymälässä ja

selvittää kyseisen asian ja samalla tarkistaa mitä kyseiselle kaupalle yleisesti kuuluu. Samalla sain vertailukohdan, kun myöhemmin käyn kilpailijoiden myymälöissä. Seuraavaksi siirryinkin yritys Y:n myymälään tekemään kilpailijaseurantaa. Kiersin kyseisen myymälän läpi. Yllätyin siitä, miten paljon asiakkaita myymälässä oli. Vaikka ajankohta ei ehkä ollut se päivän kiireisin, oli myymälän edustalla autoja parkissa mukavasti. Myymälässä kiinnitin huomiota esillepanoihin jotka olivat siistit. Katsoin myös hieman sitä, kenen toimittajan tuotteita myymälässä oli tarjolla. Oman tuotelinjan osalta kilpailijalla myytiin samojen toimittajien tuotteita kuin meidänkin ketjun myymälöissä, mutta myös sellaisten toimittajien tuotteita joiden kanssa meidän ketjullamme ei ole lainkaan yhteistyötä. Hintoja en tällä kertaa kuitenkaan ruvennut sen enempää vertailemaan, mutta nopealla vilkaisulla esimerkiksi ulko-ovissa hinnat olivat samaa tasoa kuin oman ketjumme myymälöissä.

Seuraavaksi siirryin yritys Z:n myymälään joka sijaitsee muutaman kilometrin päässä yritys Y:n myymälästä. Parkkipaikalla autoja oli huomattavasti enemmän kuin mitä edellisessä kohteessa. Vaikka parkkipaikka on huomattavasti isompi kuin yritys Y:n myymälällä, oli se silti melko täynnä. Myymälä itsessään on myös sen verran suuri, että asiakasmäärät katoavat sen käytäville, eikä ruuhkaa pääse syntymään. Myymälä oli yleisilmeeltään erittäin siisti ja myymälä henkilökuntaa oli paremmin tavoitettavissa kuin mitä yritys Y:n myymälässä. Valikoima verrattuna oman ketjumme myymälöihin, muodostui samalla lailla kuin toisellakin kilpailijalla. Hinnat olivat keskimäärin samalla tasolla kuin oman ketjumme myymälöissä. Yritys Z:n myymälässä käytyäni, siirryin saapuneiden sähköpostien pariin. Olin saanut vastauksen aikaisemmin tekemääni reklamaatioon liittyen, joten välitin tiedon myymälään ja laitoin hyvityksenä uuden tuotteen tilaukseen. Ehdin myös tarkastella hieman parvekeovi kategorian SEO-tekstiä, mutta en saanut sitä vielä valmiiksi.

Keskiviikko 2.8.2017

Tänään työskentelen kotoa käsin etätöinä. Tavoitteenani on kirjoittaa SEO-tekstejä. Ensimmäiseksi keskeneräinen parvekeovi teksti ja sen jälkeen muut ovi tuoteryhmän tekstit, kuten jo aikaisemmin olin suunnitellut. Lisäksi käyn muokkaamassa Management Centerissä ulko-ovi kategorian tuotejärjestystä. Huomasin myös, että sisäovi kategoriassa on jostain syystä muutama saunanovi vaikka niille on olemassa oma saunanovi kategoria verkkokaupassa. Minun täytyy käydä SAPista tarkastamassa mihin tuoteryhmään kyseiset tuotteet on sijoitettu ja lisäksi täytyy käydä tarkastamassa mitkä tuoteryhmät on linkitetty tuon sisäovet kategorian alle.

Aloitin päivän kuten olin suunnitellutkin, eli ryhdyin kirjoittamaan parvekeovien keskeneräistä SEO-tekstiä. Teksti oli jo melko pitkälle valmis ja siitä puuttui enää muutamia ri-

vejä, jotta se oli valmis laitettavaksi verkkoon. Sain tekstin valmiiksi, mutta en edelleenkään ole täysin tyytyväinen aikaansaannokseeni. En ole vielä niin etevä kirjoittaja, kuin esimerkiksi piha- ja puutarha tuotelinjan kollegani. Olen kuitenkin huomannut sen, että joistakin tuoteryhmistä on helpompi kirjoittaa kuin toisista. Seuraavaksi minun pitäisi kirjoittaa saunanovi kategorian teksti ja minulla on sellainen tunne, että kyseisestä aiheesta on helpompi saada aikaan myyvä teksti kuin tuosta parvekeovi kategoriasta. Teksti on kuitenkin nyt verkossa ja sitä voidaan kehittää myöhemmin paremmaksi.

Seuraavaksi ryhdyin muokkaamaan ulko-ovi kategorian tuotejärjestystä. Ajatukseni on järjestää tuotteet kaikissa kategorioissa niin, että jokaisen kategorian sisällä yritys X:n omien brändien tai oman maahantuonnin tuotteet olisivat ensimmäisenä listalla. Samaa kaavaa noudatin myös tässä kategoriassa. Tuotejärjestämiseen käytämme Management Center järjestelmää ja siinä on joitakin heikkouksia. Ensinnäkin tekeminen on hidasta ja toiseksi hyvin rajoittunutta. Tuotteiden järjestämiseen minulla kului varmasti ainakin 90 minuuttia. Aika tuntuu jälkepäin todella pitkältä, kun katsotaan aikaansaatuja tulosta joka ei ole suuren suuri muutos.

Kolmas asia jonka tämän päivän aikana sain tehtyä, oli aikaisemmin mainitsemieni muutamman saunanoven sijoittaminen oikeaan kategoriaan. Huomasin aikaisemmin, että ainakin kolme saunanovea oli verkkokaupassamme väärässä kategoriassa ja tarkistin järjestelmistämme, että ne olivat todella virheellisesti sijoitettu väärään kategoriaan tuotteita perustettaessa. Soitin pikaisen tarkistus puhelun esimiehelleni varmistaakseni sen, että oliko tuotteiden kategoriasta toiseen siirtämiselle jotain esteitä. Sain tietää, että siirto on mahdollinen suorittaa, joten laitoin Master Data – osaston palvelupyynnön jossa kerroin mitkä tuotteet tulee siirtää ryhmästä toiseen. Sain tiimiltä nopean vastauksen, että pyyntöni oli toteutettu ja tästä hetken päästä muutos oli jo tapahtunut myös verkkokaupassa. Kaiken kaikkiaan päivä oli ihan tuottelias. Pientä kehitystä sain tehtyä verkkokaupan sisältöihin. Työtä kyseiset pienet muutokset vaativat paljon, mutta toivottavasti pikkuhiljaa kaikki nämä pienet muutokset alkavat ohjata verkkokauppaamme parempaan suuntaan.

Torstai 3.8.2017

Tänään tavoitteenani on kirjoittaa SEO-teksti saunanovet kategoriaan, joka on viimeinen, ovet kategorian alakategoria, jossa ei tekstiä vielä ole. Lisäksi muutan kyseisen kategorian nimen saunanovet, lasiovet ja erikoisovet muotoon. Kyseisen kategorian alla on lasiset väliovet sekä palo-ovet, joten kategorian nimen muutos varmasti auttaa asiakkaita paremmin löytämään etsimiään tuotteita. Sähköpostiini oli tullut kysely, jossa ihmeteltiin verkkokaupassa myytävän tuotteen toimitustapoja. Kyseessä oli 5 kg rautalankakela ja

asiakaspalvelumme kysyi, että miksei kyseisellä tuotteella oli postitoimitusvaihtoehtoa toimitustavoissa. Yritän selvittää olisiko tuo postitoimitus mahdollinen ja jos on, niin laitamme kyseisen toimitustavan aktiiviseksi. Toinen verkkokauppaan liittyvä kysymys oli, että miksi Googlen hakukone löytää sellaisia tuotteita verkkokauppamme sivuilta, joita ei oikeasti ole enää valikoimissa ja niitä ei siten myöskään pysty enää tilaamaan. Asiakkaille aiheuttaa epätietoisuutta tällaiset tuotteet jotka jostain syystä näkyvät, mutta niitä ei kuitenkaan saa ostettua. Tämäkin vaatii hieman selvitystyötä. Näitä on tullut aikaisemminkin vastaan, mutta en osaa vielä sanoa pystymmekö jotenkin poistamaan kyseisiä tuotteita näkyvistä.

Aamunpäivän aikana ehdin laittaa selvityksen alle mainitsemani postitoimitusasian. Minulla oli vahva epäily syistä, jotka estävät tuotteen postitoimituksen. Ensimmäiseksi epäilin, että tuotteelta puuttuu mittatiedot ja toiseksi epäilin, että tuotetta ei ole yksinkertaisesta vapautettu postitoimitukseen. Ryhdyimme tutkimaan asiaa meidän Master Data – osaston esimiehen kanssa. Tuotteella oli kuitenkin ylläpidetty tarvittavat mittatiedot ja se oli myös vapautettu postitoimitukseen, joten nämä selkeät syyt, jotka aikaisemmin olivat estäneet tuotteiden postitoimituksen, oli suljettu pois vaihtoehdoista. Jouduimme laittamaan kyseisen asian eteenpäin selvitykseen sellaiselle henkilölle joka vastaa verkkokaupan logistikasta. Emme saaneet vastausta kyseiseen asiaan koko päivän aikana. Lisäksi ehdin aloittaa selvitystyön Googlen haun palauttamiin ”haamusivuihin” liittyen. Selvitellessäni asiaa useammankin työtoverini kanssa, löysimme ainakin väliaikaisen korjauksen kyseiseen ongelmaan. Googlen Search Console – ohjelmasta löytyi ominaisuus, jolla voimme ilmoittaa Googlelle URL-osoitteen, jota Google ei saa näyttää hakukoneensa tuloksissa. Kyseinen ominaisuus sulkee annetun osoitteen kuitenkin pois tuloksista vain 90 päivän ajaksi, joten kyseessä on vain väliaikainen apu. Jatkamme siis selvitystyötä, että miten saisimme nämä ”haamut” pysyvästi pois haku tuloksista.

Tässä kohtaa päivän suunnitelmani menivät uusiksi. Sain uuden toimiston noin puoli vuotta sitten ja tässä kyseisessä toimistossa oli kahden edeltävän haltijan jälkeensä jättämiä tavaroita ja papereita. Olimme sopineet toimistoassistenttimme kanssa, että siivoaisimme huoneen jossain vaiheessa. Nyt otin asian uudestaan puheeksi, kun kohtasimme kahvihuoneessa. Hän ehdotti, että hoitaisimme asian heti pois ja niinpä ryhdyimme tekemään siivousta. Tähän tekemiseen menikin koko loppu päivä. Ennen siivousurakan aloittamista ehdin kuitenkin keskustelemaan tuotepäällikön kanssa saunanovi kategorian nimen muutoksesta ja hän oli kanssani samaa mieltä siitä, että kyseinen muutos kannattaa tehdä. SEO-tekstiä en luonnollisestikaan ehtinyt siivousurakasta johtuen kirjoittaa. Päivä oli kokonaisuudessaan erittäin tuottelias, vaikka se ei mennytkään niin kuin olin suunnitellut. Sain kuitenkin muutaman suunnittelemani asian laitettua ainakin alulle ja tuo huoneen siivoaminen oli ollut tapetilla jo niin pitkään, että oli mahtavaa vihdoinkin saada se tehdyksi.

Googlen Search Consolen ominaisuus, jolla saimme rajattua hakutuloksissa näytettäviä sivuja, oli tämän päivän tärkein oppi. Tämän päivän selvitykseen jääneet ja tekemättä jääneet tehtävät siirtyvät huomiseksi.

Perjantai 4.8.2017

Tänään alan kirjoittamaan eilen siivouksen takia siirtynyttä saunanovi kategorian SEO-tekstiä. Toinen tehtävä, joka jäi eilen tekemättä, on kategorianimen muuttaminen. Ennen kun pystyn nimeä muuttamaan, täytyy selvittää muutama yksityiskohta siihen liittyen. Nimen vaihtaminen sinänsä on nopea ja helppo toimenpide, mutta en muista pitääkö URL-osoitettakin muuttaa jollakin tavalla ja mitä vaikutuksia sen muuttamisella saattaa olla. Testaan myös Search Consolen URL-osoitteen poisto ominaisuutta. Lisäksi aikaisemmin tekemääni tarjoukseen liittyen oli tullut lisäkysymys rahdeista, joten laitan vastauksen myymälään.

Avasin päivän vastaamalla rahtihinta kyselyyn joka liittyi aikaisemmin tekemääni tarjoukseen. Tarkistin SAPista rahdillisen hinnan tekemälleni tarjoukselle ja ilmoitin sen kaupalle. Lähes välittömästi hinnan ilmoitettuani, sain vastaus viestin jossa kiitettiin annetuista hinnoista, mutta samalla kummasteltiin, että miten tuotteiden hinta oli noussut hetkessä 24 %. Olin tarjousta tehdessäni ilmoittanut hinnat verollisina ja nyt ilmoitin samat hinnat sekä rahdit verottomina. Onneksi kauppa oli tarkkana asian suhteen ja varmisti, että olivatko antamani hinnat verollisia vai verottomia. Täytyy jatkossa olla entistä tarkempi, kun käsittelee hintoja ja ilmoittaa niitä kauppoille. Seuraavaksi aloitin saunanovi SEO-tekstin kirjoittamisen ja sen kirjoittaminen sujui tänään todella hyvin. Yritin myös kirjoittamisen ohessa tiedustella työtoveriltani kategorianimen muuttamisesta, mutta en välittömästi saanut vastausta. Sain SEO-tekstin valmiiksi ja latasin sen verkkokaupan kategoria sivulle. Jouduin vielä tekemään pienen muotoilu korjauksen, mutta nyt teksti on oikein sivulla. Samalla kun latasin tekstin, muokkasin saman kategorian title-ominaisuutta, joka siis määrittelee ”otsikon” joka näkyy Googlen hakutuloksissa. Kyseinen otsikko vaikuttaa vahvasti sijoitukseen Google haussa. Seuraavaksi syötin ”haamu” tuotesivun osoitteen Search Consolen URL-esto listalle. Seuraavana maanantaina täytyy tarkistaa, onko kyseinen sivu poistunut Googlen hakutuloksista. Sain työtoveriltani vastauksen kategorianimen muuttamiseen liittyen, jonka jälkeen kävin muuttamassa saunanovi kategorian nimeksi saunanovet, lasiovet ja erikoisovet, joka kuvaa huomattavasti paremmin kyseisen sivun sisältöä. Kyseisestä kategoriasta kun löytyy myös esimerkiksi sisätiloihin tarkoitetut palo-ovet. Tänään sain suoritettua kaikki suunnittelemani tehtävät, joten päivä oli erinomainen. Päivän aikana tunsin itseni hieman väsyneeksi ja jouduin keskittymään normaalia enemmän, jotta sain ajatukseni pysymään työntekemisessä. Ajatus tahtoi väkisin lähteä harhailemaan

kaikkeen muuhun. Ehkä myös tästä väsymyksestä johtuen tuli tehtyä tuo virhe hintoja ilmoittaessa.

Viikon 3 analysointi

Tällä viikolla sain viimein valmiiksi ovet tuoteryhmän SEO-tekstit, lukuun ottamatta päätöksen, eli ovet kategoriasivun tekstiä. Kyseiset tekstit ovat niin sanotusti ensimmäiset versiot ja tekstejä tullaan kehittämään ja parantamaan ajan myötä. Koen kehittyneeni jonkin verran nopeammaksi kirjoittajaksi, mutta huomasin myös, että kategorialla on myös vaikutusta tekstin kirjoittamisen nopeuteen. Joistakin kategorioista tekstiä syntyy helpommin kuin toisista. Toinen projekti, joka on odottanut pitkään valmistumistaan, oli työhuoneeni siivous edeltäjien jäämistöstä ja sen saimme myös tehtyä. On erittäin mukavaa, että saimme huoneestani pois kaiken sen turhan roinan jota huoneeseen oli kertynyt, kun huone oli toiminut osittain varastona. Tarvitsen edelleen lisää oppia raportointijärjestelmämme käytössä ja toivottavasti saan siihen lisää koulutusta ja enemmän mahdollisuuksia käyttää sitä, jotta oppisin myös sitä kautta. Sain myös tehtyä paljon verkkokaupan pienkehitystä tuotejärjestämisen, tuotenäkyvyyksien sekä kategorian nimien osalta. Verkkokaupan sisällön ja toimivuuden kehittäminen on erittäin tärkeää käyttäjäystävällisyyden ja asiakastyytyvyyden parantamiseksi. Verkkokauppa asiakkaat voidaan jakaa viiteen päätyyppiin. Kun tiedetään heidän erilaiset motivaationsa ja tapansa, on helpompaa suunnitella verkkokaupan käytettävyys tukemaan heidän tarpeitaan (Schade 2014).

3.4 Seurantaviikko 4

Maanantai 7.8.2017

Tänään tarkistan tilanteen "haamu" sivun osalta. Kyseisen sivun olisi pitänyt tähän mennessä poistua Googlen hakutuloksista. Lisäksi tarkistan verkkokauppaan aikaisemmin avaamani tuotteen tilanteen, että se on näkyvissä ja tilattavissa. Sähköpostiini oli tullut aikaisemmin tekemääni tarjoukseen lisäkysymys, joten vastaan siihen. Jatkan viimeviikolla aloittamaani verkkokaupan toimitustapa selvitystä, koska en saanut siihen vielä vastausta. Tarkistan myös, että aikaisemmin pyytämäni tuotokuva on nyt näkyvissä verkkokaupassa. Yritän myös aloittaa ovet kategorian SEO-tekstin kirjoittamisen.

Ensimmäisenä tarkistin tänään "haamu" sivun tilanteen. Ilokseni huomasin, että Search Consolen toiminto oli auttanut kyseisen ongelman kanssa ja hakutulos, jota emme halunneet verkossa näyttää, oli saatu poistettua. Se, miten saisimme kyseisen poiston tehtyä pysyvästi, on vielä selvityksessä. Lisäksi kyseiset poistot pitäisi saada tehtyä helposti. Verkkokauppaan aikaisemmin lisäämäni tuote oli kyllä ilmestynyt näkyviin, mutta se ei jos-

tain syystä ollut tilattavissa. Tuotteen pitäisi olla tilattavissa, joten lähdin tutkimaan tuotteen tietoja, jos olisin huomannut siellä jonkun puutteen joka estää tilaamisen. En löytänyt mitään puutteita, joten käännyin tuotetietoja hallinnoivan tiimin puoleen, mutta hetken tutkimisen jälkeen hekään eivät osanneet sanoa, missä vika on. Tämä siis vaatii lisäselvitystä. Aikaisemmin tekemääni tarjoukseen liittyen oli tullut tarkentava kysymys erään lisävarusteen hintaan. Laskin kaupalle hinnan kyseisestä lisävarusteesta ja vastasin sähköpostilla. Verkkokaupan toimitustapoihin liittyvä selvitys ei myöskään tuottanut suuria tuloksia. Huomasin kuitenkin, että verkkokaupassamme oleva suodatusominaisuus, joka suodattaa esiin tuotteet, jotka ovat kotiin toimitettavissa, antaa tulokseksi paljon sellaisia tuotteita jotka eivät ole kotiin toimitettavissa. Toinen asia jota kummastelin verkkokaupassamme toimitustavoissa, liittyi toimitushintoihin. Monissa tuotteissa toimitustapoja oli mielestäni todella vähän jos ollenkaan ja sellaisetkin tuotteet, jotka voitaisiin toimittaa suoraan asiakkaan postilaatikkoon pienellä toimituskululla, maksavat toimituskulujen osalta todella paljon. Muutamassa tuotteessa meidän verkkokaupassamme toimituskulut olivat noin 50 % kalliimmat kuin kilpailijoiden verkkokaupassa. Tämä täytyy ottaa puheeksi meidän verkkokauppa tiimimme viikkopalaverissa, jotta asialle voitaisiin tehdä jotain. Päivä oli kokonaisuudessaan ihan hyvä ja sain tehtyä suunnittelemani toimenpiteet.

Tiistai 8.8.2017

Tänään aion tehdä työtä verkkokaupan sisäisen haun parantamiseksi. Tavoitteenani on saada tulokset täsmäämään paremmin käyttäjien tekemiä hakuja. Toisena tehtävänä yritän kirjoittaa ovet kategorian SEO-tekstiä lisää. Tarkistan myös ovatko kategorioille määrittelemäni kuvat ilmestyneet viimeinkin verkkokaupan sivuille. Ajattelin myös vieraila kahdessa kivijalkakaupassa pääkaupunkiseudulla. Myymälä L ja myymälä F valikoituivat kohteiksi.

Sain sähköpostiini ohjeistuksen jossa kerrottiin kuinka hyödyntää Management Centeriä ja Google Analyticsiä sisäisen haun optimointiin. Management Centerissä on synonyymilistauksia, joiden avulla voimme parantaa verkkokaupassamme hakutoimintoa niin, että hakutulokset vastaisivat tarkemmin käyttäjän hakuja. Google Analyticsistä saamme listan hakusanoista jotka tuottavat runsaasti tuloksia. Tarkistamalla hakusanan antamat tulokset pystymme näkemään, ovatko kaikki tulokset relevantteja vai pitäisikö hakua jotenkin kehittää. Esimerkiksi "ulko ovi" hakusanaa käyttäen tuloksia tulee lähes 10000. Oikeasti valikoimistamme löytyy tällä hetkellä vajaa 200 ulko-ovea, joten hakua tulisi jotenkin parantaa. Toisaalta tehtävä voi olla mahdoton, koska ilmeisesti haku käsittelee tuota väärin kirjoitettua "ulko ovi" haku termiä niin, että tulokseksi nousee kaikki tuotteet joissa esiintyy

sana ulko tai ovi. Tämä täytyy selvittää. Ohjeistus tämän optimoinnin tekemiseen oli erittäin hyvä ja sain siitä paljon uutta oppia verkkokaupan haun kehittämiseen. Tarkistin myös ovatko kategorian kuvat ilmestyneet verkkokauppaan, mutta eivät edelleenkään olleet siellä. Varmistin markkinointisuunnittelijalta mikä kuvien tilanne on ja sain vastauksen, että kuvat ovat parasta aikaa työnalla ja hän syöttää kuvat piakkoin verkkoon. Vierailin päivän aikana myös kahdessa myymälässä. Molemmissa myymälöissä kävin tervehtimässä ammattiasiakasmyyjiä. Keskustelin heidän kanssaan siitä, kuinka kauppa on käynyt, onko ollut asiakkaita ja miltä markkinatilanne heidän mielestään näyttää. Myymälä F:ssä kuulin, että he olivat saaneet uuden suurasiakkaan joka toimi heidän naapurissaan olevissa tiloissa. Myyjän mukaan he ostavat erittäin suuria määriä tavaraa ja tämä lupaakin hyvää loppuvuotta kyseiselle myymälälle. Päivä oli erittäin opettavainen ja suurimman hyödyn tulevaisuudessa saan varmasti tuosta haun optimointiin liittyvästä materiaalista. Sain hoidettua ne tehtävät joita olin suunnitellutkin. SEO-tekstiä en saanut tänäänkään valmiiksi, mutta kuten aikaisemmin pohdinkin, niitä kirjoitetaan silloin kun on aikaa.

Keskiviikko 9.8.2017

Tänään selvittelen erään ulko-ovi toimittajamme myöhässä olevia toimituksia. Kyseisellä toimittajalla on ollut viimeaikoina viivästyksiä toimituksissa ja aikaisemmin saimme aikataulun jossa kerrottiin sisällä olevien tilauksien toimitusajat. Tämä aikataulu ei kuitenkaan nyt ole pitänyt paikkaansa ja sain eilen kaksi puhelua jossa kyseltiin tuotteiden saataavuutta. Lisäksi jatkan sisäisen haun optimointia.

Päivän ensimmäisenä tehtävänä laitoin sähköpostia ulko-ovi toimittajalle ja kysyin, että missä meidän ovitoimituksemme viipyy. Heidän aikataulunsa mukaan ovet olisivat pitäneet olla viimeistään 4.8.2017 meidän varastossamme. Tarkistin tämän päivän tilanteen kyseisen toimituksen osalta ja edelleenkään ovet eivät olleet saapuneet varastoomme. En saanut vastausta tavarantoimittajan edustajalta koko päivän aikana, joten jään odottelemaan vastausta. Jos en saa huomisen aikana vastausta, täytyy minun soittaa toimittajan edustajalle ja kysyä puhelimitse samaa asiaa. Lisäksi informoin esimiestäni asiasta. Aloin tänään tekemään verkkokaupпамme sisäisen haun optimointia. Management Centerissä pystymme synonyymilistojen avulla määrittelemään, että mitkä haku termit tarkoittavat samaa asiaa ja täten antavat myös samat hakutulokset. Toinen vaihtoehto on ohjata tietty hakutermi suoraan jollekin kategoria sivulle. Sain idean jolla voisimme kehittää hakutoimintoa. Ideani liittyi siihen, että hyödyntäisimme tuota kategoriasivulle ohjausta enemmän. Esimerkiksi tuo ”ulko ovi” hakutermi antaa lähes 10000 tulosta, mutta jos ohjaisimme kyseisen haun kategoria sivulle josta asiakas pääsee tutkimaan koko valikoimaa, saattaisi käytettävyyks olla mielekkäämpää asiakkaan mielestä. Keskustelin aiheesta verkkokauppa

päällikkömme kanssa ja hän oli samaa mieltä, että tuota kategoria sivulle ohjausta kannattaa hyödyntää. Aloin siis siirtämään aikaisemmin synonyymilistattuna olleita hakutermejä tuohon kategoria sivulle ohjaukseen. Sain tehtyä useamman kategoriasivulle ohjauksen valmiiksi ja poistettua synonyymilistoista saman verran. Lisäksi keksin muutaman kategoriasivun, joille pystyin ohjaamaan tietyt hakutermit.

Huomasin myös, että meidän autotallin nosto-oviemme tuotenimissä ei tuoda tuotteen brändiä esiin lainkaan, joka aiheuttaa Googlen haussa sen, että kyseisellä brändillä haettaessa meidän verkkokaupamme ei nouse Googlen hakutuloksissa lähellekään ensimmäistä sivua. Soitin kyseisen tuotealueen tuotepäällikölle ja totesimme, että asialle täytyy tehdä muutos. Hän lupasi lisätä brändin tuotenimeen, jolloin sijoituksemme Google haussa varmasti paranee roimasti. Samalla keksin idean, että voisimme lisätä synonyymilistalle myös toisen brändin nimen, joka ohjaisi meidän autotallinovi kategoriasivulle. En ole kuitenkaan varma onko tämä soveliaista, joten minun täytyy tarkistaa tämä verkkokauppapäälliköltämme.

Torstai 10.8.2017

Tänään ohjelmassa on Mikkelissä järjestettävät Asuntomessut. Tavoitteenani on käydä tutustumassa ensisijaisesti yritys X:n kahteen omaan Asuntomessu kohteeseen. Kohteet ovat kohde A ja kohde B. Lisäksi yritän kiertää mahdollisimman monta muuta messukohdetta. Aion myös soittaa tavarantoimittajalle ja kysellä meidän saapumattoman toimituksemme perään, koska en ole saanut lähettämäni sähköpostitiedusteluun minkäänlaista vastausta.

Matkalla Mikkelisiin sain tekstiviestin, jossa kyseltiin taas ovien saatavuutta. Kyseessä oli toinen toimittaja kuin mitä olin aikonut tänään lähestyä. Olin jo aikaisemmin tällä viikolla saanut samasta aiheesta tiedustelun, mutta silloisen tiedon mukaan toimitus oli saapumassa muutaman päivän sisällä. Nyt tämä toimitus ei kuitenkaan ollut saapunut ja myymälä oli kovasti kiinnostunut milloin tämä toimitus olisi saapumassa. Soitin tavarantoimittajan asiakaspalveluun ja pyysin heitä selvittämään, missä meidän toimituksemme viipyy. Tämä on hieman kiusallista, kun kaikilla meidän yhteistyökumppaneillamme on samanlaisia toimitusvaikeuksia. Aikaisemmin tällä viikolla eräs myymälä antoi palautetta, että yhdelläkään ovi toimittajistamme ei ole kovin luotettavat toimitukset ja tuotteita ei tahdo saada silloin kun pitäisi. Lisäksi osalta toimittajista ei kuulemma saa vastauksia tarjouspyyntöihinkään. Tämä on sellainen asia josta minun täytyy keskustella esimieheni kanssa heti kun hän saapuu lomalta takaisin töihin. En saanut edelleenkään vastausta ovi toimittajalta jolle laitoin aiemmin tällä viikolla sähköpostia toimituksen myöhästymiseen liittyen. En kuitenkaan ehtinyt soittamaan heille, kuten olin suunnitellut.

Asuntomessuille saavuttuani kävin ensimmäisenä katsomassa omat kohteemme jonka jälkeen kiersin katsomassa messujen muuta tarjontaa. Ehdin kiertämään noin 1/3 kaikista messukohteista. Messut olivat hyvin järjestetty ja tarjolla oli paljon nähtävää. Päivälle ei varsinaisesti ollut suuria tavoitteita ja ne pienet joita oli, saavutin suhteellisen hyvin. Ainoastaan yhteydenotto tavarantoimittajaan jäi tekemättä, mutta aion tehdä sen heti huomenna.

Perjantai 11.8.2017

Päivän ensimmäisenä tehtävänä aion soittaa tavarantoimittajan yhteyshenkilölle ja kysyä, että missä meidän ovitoimituksemme viipyy. Aion myös kysyä, että mikä tilanne muiden tekemiemme tilausten suhteen tällä hetkellä on. Yksi toimituksista on siis jo myöhässä ja pahasti näyttää siltä, että lisää jää saapumatta. Lisäksi aion tänään jatkaa sisäisen haun optimointitoimenpiteitä. Olin saanut sähköpostiin tuotepäällikön välittämän tarjouspyynnön autotallinovesta, joten teen tarjouksen ja lähetän myymälälle.

Päivän ensimmäinen tehtävä hoituikin nopeammin kuin arvasinkaan. Ovitoimittajan yhteyshenkilö soitti minulle, mutta hänen uutisensa eivät olleet positiivisia. Hän kertoi, että hänellä ei ole kertoa toimitusaikaa meidän tilauksellemme. Sen hän osasi sanoa, että tilaus ei ole vielä valmis lähetettäväksi. Kysyin myös muista tilauksistamme, mutta hän ei osannut sanoa niidenkään tilanteesta, että ovatko ne myöhässä vai tulevatko ajallaan. Esitin hänelle epäilykseni siitä, etteivät muutkaan toimitukset ole ajoissa jos tämä ei ole. Hän lupasi palata aiheeseen seuraavalla viikolla, jolloin hänellä olisi kertoa toimitusaika tilaukselle. Seuraavaksi aloitin autotallinovi tarjouksen tekemisen. Kyseessä olikin ensimmäinen kerta, kun tein tarjouksen tällaisesta ovesta. Olen aikaisemmin tehnyt tarjouksia eristetyistä ovista, mutta tällä kertaa kysyttiin hintaa eristämättömälle ovelle. Kyseisestä ovesta tarjousta tehdessä oli otettava huomioon monenlaisia asioita. Esimerkiksi asiakkaan toivomaa ovi kokoa ei ollut saatavissa kuin s-vaakapaneelina ja normaalisti olen eristetyissä ovissa tottunut tarjoamaan m-vaakapaneelia. Lisäksi minun oli varmistettava tuotepäälliköltä, että ovatko eristämättömissä ovissa käytetyt avaajat samoja kuin eristetyissä ovissa käytetyt. Samalla kun tein tarjousta, minulle tuli puhelu jossa tiedusteltiin autotallin kippioveen soveltuvaa sähköistä avaajaa. Jouduin taas kääntymään tuotepäällikön puoleen ja varmistamaan, että käyvätkö samat avaajat nosto-oville ja kippioville. Oma osaamiseni kehittyi runsaasti, kun selvitin vastauksen avaaja kysymykseen, sekä tein tarjouksen tuotteesta, jota en ollut aikaisemmin tarjonnut. Sain tarjouksen tehtyä ja ilmoitin myös kippi-ovi avaajan kyselijälle vastauksen.

Loppupäivän tein haun optimointia. Sain monia runsaasti hakutuloksia tuottaneita haku termejä ohjattua suoraan kategoria sivuille, jolloin haku tulokset varmasti täsmäävät paremmin asiakkaiden hakuihin. Huomasin myös, että rakennustarvikkeen osalta monet brändillä tehdyt haut oli vielä ohjaamatta tuotemerkin omalle sivulle, joten ryhdyin iltapäivällä tekemään kyseisiä optimointeja. Kyseiset optimoinnit ovat nopeita tehdä, koska tuotemerkeistä on aakkosellinen listaus, josta on helppo poimia oman tuotelinjan toimittajat joille kyseinen ohjaus tehdään Management Centerissä. Sain päivän aikana tehtyä suunnitellut tehtävät ja sain mielestäni tehtyä paljon muutoksia hakuun liittyen. Uskon, että tehdyt toimenpiteet parantavat haun ja verkkokaupan toimintaa.

Viikon 4 analysointi

Tällä viikolla sain tehtyä paljon haun optimointia. Varsinkin tuotemerkkejä sain ohjattua niiden omille sivuille runsaasti. Niitä on vielä paljon ohjattavaksi, mutta olen hyvässä vauhdissa. Vähintään 50 % asiakkaista suosii verkkokauppojen sisäistä haku löytääkseen tuotteita. Kuten mikä tahansa optimointi toimenpide, sisäisen haun tehokkuuden parantaminen voi tuottaa korkeamman konversion. Tilausten keskimääräinen arvo nousee sitä mukaa, mitä enemmän hakuja asiakas tekee (Shukairy 2018). Siksi on erittäin tärkeää, että jatkamme sisäisen haun kehittämistä aktiivisesti. Meillä on paljon selvitettävää ovi toimittajan tilanteen suhteen, mutta asia alkaa selvitä vasta kun tuotepäällikkö palaa lomaltaan ensiviikon jälkeen. Sain uutta tietoa autotallinnosto-oviin liittyen ja osaan jatkossa tehdä tarjouksen myös eristämättömästä ovesta. Asuntomessut olivat taas mielenkiintoiset ja niillä oli runsaasti nähtävää. Oman ketjumme talo mallit olivat hienosti edustettuna ja kyseisissä kohteissa oli vahvasti edustettuna ketjumme omat tuotteet, sekä yhteistyökumppaneidemme tuotteet.

3.5 Seurantaviikko 5

Maanantai 14.8.2017

Tänään aion jatkaa haun optimointia. Aion linkittää brändihakuja niiden omille sivuille, sekä purkaa aikaisempia synonyymi listauksia selkeämmiksi kokonaisuuksiksi. Ohjaan myös osan hauista niitä vastaaville kategoriasivuille. Yritän käydä läpi Google Analyticsin hakutulostilaa läpi ja löytää sieltä paljon tuloksia tuottaneita hakuja, joita voisin ohjata suoraan kategoria sivuille.

Tämä päivä meni suurimmaksi osaksi sisäisen haun parissa työskennellen. Ohjasin ison joukon brändihakuja suoraan kyseisen brändin sivulle. Kyseinen työ vie paljon aikaa. Ensin pitää tarkistaa, ettei kyseistä ohjausta ole jo tehty aikaisemmin. Lisäksi tulee tarkistaa,

ettei kyseistä haku termiä ole sisällytetty johonkin synonyymilistaukseen. Näiden tarkistusten tekeminen on melko hidasta Management Centerin käyttöliittymästä johtuen. Kyseinen käyttöliittymä on mielestäni erittäin hidas ja epäkäytännöllinen tällaiseen tekemiseen. Toisaalta minulla ei ole myöskään tietoa, onko olemassa jokin parempi ja nopeampi tapa tehdä näitä asioita. Jaoin myös osiin synonyymilistauksessa olleita synonyymi ryhmiä. Kyseiset muutokset astuvat voimaan heti verkkokaupassa. Hyvänä esimerkkinä Gyproc-sanelle oli laitettu synonyymiksi toistakymmentä kyseisen sanan johdannaista ja niiden antama tulosten määrä liikkui lähellä 3000 kappaletta, joista suuri osa ei varmasti vastannut asiakkaan hakemia tuotteita. Nyt ohjasin Gyproc-sanan ja sen johdannaiset brändi sivulle, jolloin tulosten määrä putosi 26 kappaleeseen. Lisäksi jätin synonyymilistaukseen termit kipsilevy ja sille muutaman synonyymin ja tämän jälkeen kipsilevy haku tuotti enää vain reilut 300 hakutulosta. Tämä osoittaa, että kyseisillä optimointi toimenpiteillä parannamme hakujen osuvuutta.

Sain päivän aikana verkkokaupamme asiakaspalvelusta useamman palautteen joista osan ehdin hoitaa ja toiset jäivät selvitykseen. Osa palautteista jäi myös huomiseksi päivälle. Yksi palautteista koski verkkokaupassa näkyvien tuotteiden hintoja. Tuotteille oli ilmoitettu virheellisesti hintatietoja jotka olivat täysin epäolennaisia ja kaiken lisäksi virheellisiä. Sain selvityksen tuloksena tiedon, mistä nämä virheelliset tiedot johtuvat ja kuinka niistä päästään eroon. Tein tarvittavat korjauspyynnöt ja hintojen pitäisi olla oikein huomista alkaen. Lisäksi hoidin yhden reklamaation LVI-tuotelinjaan liittyen. Vaikka kyseinen tuotelinja ei ole enää minun vastuullani, tulee kyseiseen linjaan liittyviä yhteydenottoja päivittäin. Osan näistä hoidan ja toiset ohjaan oikealle yhteyshenkilölle. Pysin aina ilmoittamaan esimiehille, kun näitä yhteydenottoja tulee, jotta tämä uusi tuotelinja jako joissain vaiheissa lähtisi toimimaan oikealla tavalla. Lisäksi vastasin myös yhteen autotallinovi tiedusteluun, joka liittyi ovien hinnoitteluun.

Tiistai 15.8.2017

Tänään jatkan verkkokaupan asiakaspalvelusta tulleiden palautteiden läpikäyntiä. Sain myös LVI tuotelinjan yhdeltä tuotepäälliköltä tiedustelun erääseen kaksi kuukautta vanhaan reklamaatioon liittyen, joten joudun kaivelemaan vanhoja sähköposteja saadakseni vastauksen hänelle. Lisäksi jatkan edelleen haun optimointia.

Sain kaikki verkkokaupan asiakaspalautteet läpikäytyä ja vastattuakin suurimpaan osaan. Tänään palautteita tuli yksi lisää, mutta siihenkin ehdin vastata. Yksi palaute jäi kuitenkin odottamaan tuotepäällikön vastausta, joten vastaan asiakaspalvelulle myöhemmin. Sain myös selvitettyä reklamaatioon liittyneen tuotepäällikön tiedustelun ja minulle selvisi, että

kyseinen asia on jäänyt hoitamatta. Vastasin tuotepäällikölle joka lupasi hoitaa asian kuntoon. Sain päivän aikana myös yhden autotallinovi tarjouspyynnön. Tarjouspyyntö tuli myyjältä jolle en ollut aikaisemmin tehnyt tarjousta, joten tehtyäni tarjouksen valmiiksi, soitin kyseiselle myyjälle ja kävin tarjouksen hänen kanssaan lävitse. Mielestäni tämä on hyvä tapa toimia, jotta jokainen myyjä osaa paremmin jatkossa tulkita tekemiäni tarjouksia. Olen pyrkinyt luomaan tietynlaisen tarjouspohjan jota käytän jokaista tarjousta tehdessäni. Nyt kun asiaa tarkemmin ajattelen, voisin yrittää tehdä käyttämästäni pohjasta sellaisen, jotta muutkin valikoimaneuvojat voisivat sitä käyttää.

Ehdin tänään tehdä paljon työtä haun optimoinnin parissa. Sain ohjattua rakennustarviketuotelinjan kaikki brändeihin liittyvät haut niiden omille sivuille. Hakujen tulokset ovat nyt hieman parempia kuin aikaisemmin, mutta työ on vasta alussa ja hakujen parantamiseen tulee kulumaan vielä useita työtunteja. Kaiken kaikkiaan työpäiväni sujui suunnitelmien mukaan ja sain tehtyä tehtävät joita olin suunnitellut. Ilmoittauduin myös syyskuun 13. päivä pidettävään kenttäpalaveriin jossa tapaam ensimmäistä kertaa kaikki myynnintuki organisaatiossa työskentelevät henkilöt.

Keskiviikko 16.8.2017

Tänään valmistaudun huomenna pidettävään verkkokauppamme viikkopalaveriin, jossa käsittelemme verkkokauppapäällikön ja eCommerce Specialistien kesken tuotelinjojen asioita. Palaveria varten kerään oman tuotelinjani osalta tietyt avainluvut ja esittelen ne palaverissa. Emme ole aikaisemmin keränneet avainlukuja tuotelinjoittain palaveria varten. Tavoitteeni on oppia mistä kaikki tarvittavat luvut saadaan ja miten kauan kyseiseen tehtävään kuluu aikaa. Sama työ on tarkoitus tehdä joka toinen viikko, joten on oleellista, että tähän tekemiseen kehittyy rutiini.

Aloitin heti aamusta tarvittavien avainlukujen keräämisen. Ensimmäisen tunnin ajan tuskailin työn suhteen. En ollut varma mitä lukuja tarvitsin ja mistä niitä tuli etsiä. Kysyin eCommerce Specialisti-kollegaltani neuvoa, että mitä hän oli tehnyt ja mistä oli tietoa oman tuotelinjansa osalta kerännyt. Sain häneltä tiedon, ettei minun tarvitsekaan selvittää kaikkia lukuja joita olin kuvitellut tarvitsevani. Sain ohjeet etsiä luvut oman tuotelinjani tuotemääristä, jotka ovat verkkokaupan valikoimissa, kuinka moni niistä on näkyvissä verkkokaupassa ja kuinka monella valikoiman tuotteista on tuotetiedot kunnossa jotta niitä on ylipäätensä mahdollista näyttää verkkokaupassa. Kollegani lupasi vielä varmistaa esimieheltämme, mitä kaikkia lukuja meidän tulisi huomissa palaverissa esitellä. Aloin siis selvittää lukuja joita kollegani oli ohjeistanut, mutta taas törmäsin samaan ongelmaan, etten ollut varma mistä kyseisiä lukuja saisin kaivettua. Lopulta minun oli pakko myöntää oma osaamattomuuteni ja kysyä toiselta eCommerce Specialisti-kollegaltani neuvoa, mistä ja

miten tarvittavat luvut saisin. Sainkin häneltä hyvät neuvot mistä luvut löytyvät ja työ lähti luistamaan.

Seuraavaksi ensimmäisenä konsultoimani kollega ilmoitti, että meidän tulee selvittää ja esittää huomenna myös ne luvut joita olin alun perin yrittänyt selvittää. Tässä vaiheessa minulta alkoi huumori loppua, mutta onneksi kolmas eCommerce Specialisti-kollegani otti minuun yhteyttä ja pyysi apua samaisten lukujen selvittämiseen, joiden kanssa olin itsekin tuskaillut. Tämä helpotti omaa oloani siten, etten ollutkaan yksin kyseisen ongelman kanssa ja minä en ehkä ollut niin avuton kuin mitä olin kuvitellut. Saimme molemmat loppulta selkeät ohjeet kollegaltamme ja pääsimme raportoimaan lukuja. Seuraava ongelma meillä tuli sen suhteen, ettei meille ollut annettu selkeää ajanjaksoa, jolta kyseiset luvut olisi raportoitava. Kollegani laittoi esimiehellemme kyselyn, että miltä ajalta ajamme kyseiset luvut. Tätä kirjoittaessani kello on 22.10, eikä esimieheni edelleenkään ole vastannut kyseiseen viestiin.

Tästä kaikesta voidaan oppia ainakin se, että meidän tulisi saada selkeämpiä ohjeistuksia mitä ja miten meidän tulee tehdä. Kunnan ohjeistuksilla säästetään työ aikaa, kun meidän ei tarvitse ihmetellä asioita vaan pääsemme oikeasti toteuttamaan tehtäviä. Olen huomannut saman ongelman muutaman kerran aikaisemminkin. Meidän toivotaan tekevän tietyt tehtävät, mutta emme saa kunnollista ohjeistusta. Meidän oletetaan osaavan juttuja, vaikka ainakaan minä en välttämättä ole koskaan aikaisemmin tehnyt kyseisiä tehtäviä. Eivät ilmeisesti kokeneemmat kolleganikaan ole aina täysin kartalla tehtävistä, kuten tämäkin päivä osoitti. Loppujen lopuksi sain tarvittavia lukuja kasaan ja huomiseksi päivälle ei jää enää niin paljon tekemistä ennen palaveria. Seuraavalla kerralla tiedän jo paremmin mistä nämä luvut saadaan haettua ja kyseiseen tekemiseen ei kulu enää koko päivää. Hoidin myös päivän aikana muutaman verkkokaupan asiakaspalvelusta tulleen kyselyn ja palautteen.

Torstai 17.8.2017

Tänään ohjelmassa on verkkokaupan viikkopalaveri, jossa käsittelemme tuotelinjojen kuumia. Valmistelin eilen materiaalia kyseistä palaveria varten ja tämän aamupäivän aikana katson, että minulla on kaikki tarvittava materiaali kasassa palaveria varten. Lisäksi huomasimme, että autotallinovie tuotemerkkisivulla puhutaan virheellisesti rullaovista. Yritän kirjoittaa aamupäivän aikana korvaavan tekstin kyseiselle sivulle. Poistan myös yhden autotallinovi tuotteen verkkokaupasta tuotepäällikön toiveesta, koska sitä ei enää ole saatavilla keskusvarastoltamme eikä tavarantoimittajalta.

Ryhdyin aamulla ensimmäiseksi kirjoittamaan tekstiä autotallinovi-brändisivulle. Aikaisemmassa tekstissä puhuttiin virheellisesti rullaovista, kun ketjumme valikoimissa olevat tuotteet ovat lamellinosto-ovia. Koska kyseessä on brändin sivu, ajattelin että uusi teksti voisi kertoa enemmän itse yrityksestä/brändistä, kuin varsinaisista tuotteista. Tutkin kyseisen yhtiön kansainvälisiä sivuja ja luin heidän yrityksensä historiasta kertovan kirjoituksen. Sain heidän sivuiltaan hyvin materiaalia. Teksti oli heidän sivuillaan englanniksi, joten tein hieman käännöstyötä ja uudessa tekstissä kerron yhtiön taustoja sekä nykypäivän tilaa. Tekstistä tuli mielestäni onnistunut ja pyysin myös tuotepäällikköä lukemaan tekstin. Hänenkin mielestään se oli huomattavasti parempi kuin vanha teksti, joten latasin kirjoittamani tekstin kyseisen brändin sivulle verkkokauppaamme. Lähetin myös pyynnön poistaa tuote verkkokaupasta, koska sillä ei ole enää saatavuutta. Huomiseen mennessä tuotteen pitäisi poistua verkkokaupasta. Tarkistan asian huomenna. Keskustelin kollegani kanssa tulevasta palaverista ja pohdimme, että mitä lukuja meidän tulisi palaverissa esittää ja mistä meidän tulisi nämä luvut etsiä. Yritimme tuloksetta saada esimieheltämme tarkennusta kyseiseen asiaan, joten päätimme kysyä palaverissa tarkennuksia asiaan.

Itse palaverissa keskustelimme siitä, että verkkokaupan elokuun myynti on jäljessä asetuista tavoitteista ja meiltä kysyttiin ehdotuksia toimenpiteistä joilla voisimme saada kyseistä tavoitetta kiinni. Esimiehellämme oli jo lista ehdotuksia joita voisimme lähteä toteuttamaan ja saimme vielä esittää lisäyksiä listaan. Lisäksi saimme tarkennusta siihen mitä lukuja meidän tulisi jatkossa palaverissa esitellä ja mistä ne tulisi raportoida. Sovimme myös seuraavalle viikolla muutamia palavereita, jotka olimme joutuneet edellisellä viikolla perumaan. Sain tänään kaivattua lisätietoa viikkopalavereihin liittyvien lukujen hankkimisesta ja seuraavaan palaveriin osaan jo paremmin valmistautua. Lisäksi sain kirjoitettua korvaavan tekstin autotallinovi brändisivulle ja latasin sen verkkokauppaan. Saavutin siis päivälle asettamani tavoitteet ja sain myös runsaasti uutta oppia verkkokauppatyöskentelyyn.

Perjantai 18.8.2017

Tänään aion vieraila kahdessa myymälässä. Lisäksi aion tehdä verkkokaupan kilpailijavertailua. Kilpailijavertailu olisi pitänyt olla eilisen päivän palaverissa esiteltävänä, mutta en ollut sitä muistanut tehdä palaveria varten. Tavoitteeni on löytää kolme tällä hetkellä ajankohtaista tuotetta ja vertailla 3-5 kilpailijan hintoja verkkokauppaamme hintoihin.

Ensimmäiseksi aamulla suuntasin myymälä C:hen. Olin edellisenä päivänä saanut puhe-lun myymälästä, mutta en pystynyt siihen vastaamaan ja kun yritin soittaa takaisin, en tavoittanut kyseistä henkilöä. Ajattelin siis käydä piipahtamassa myymälässä, koska edellisestä kerrasta on jo aikaa. Tapasin minulle soittaneen myyjän ja selvitin hänen kanssaan

asian, jonka vuoksi hän oli yrittänyt minua tavoitella. Kyseessä oli reklamaatio, mutta se koski toisen tuotelinjan tuotetta, joten neuvoin myyjälle oikean henkilön jonka puoleen kääntyä. Keskusteltuani myymälähenkilökunnan kanssa myymälän kuulumiset, sain kuulla, että myymälä G:ssä on tapahtunut henkilöstö muutoksia. Siirryinkin seuraavaksi myymälä G:n, jossa tapasin yrittäjän. Juttelin yrittäjän kanssa kyseisestä asiasta ja sain vahvistuksen asialle. Myymälään oli palkattu uusi ammattiasiakasmyyjä vain neljä kuukautta aikaisemmin ja nyt tämä samainen myyjä oli irtisanonut itsensä ja siirtynyt toisen yrityksen palvelukseen. Kyseisellä irtisanoutumisella on melko suuri vaikutus myymälän toimintaan, jolla on tavoite kasvaa nimenomaan urakoitsija ja yritysasiakas myynnissä. Lisäksi kaupan kahdesta jäljellä olevasta ammattiasiakasmyyjästä toinen on lomalla, joten yhdellä ammattiasiakasmyyjällä riitti töitä. Varsinkin kun lomakausi on päättymässä ja yritykset aloittelevat taas toimintaansa lomien jälkeen.

Seuraavaksi siirryin tekemään kilpailijaseurantaa verkkokauppaamme liittyen. Katsoin Google Analyticsistä elokuun aikana eniten myytyjä tuotteitamme ja poimin sieltä kolme mielestäni ajankohtaisinta. Seuraavaksi kävin poimimassa viideltä kilpailijaltamme samojen tai vastaavien tuotteiden hinnat ja syötin ne kyseiseen työskentelyyn rakennettuun taulukkoon. Taulukon toimitin verkkokauppapäälliköllemme joka lupasi toimittaa taulukon sitä tarvitseville henkilöille. Olimme eilisessä palaverissa todenneet, että verkkokaupassamme monet hinnat eivät ole riittävän kilpailukykyisiä ja tänään tekemäni vertailu osoitti saman asian. Olimme hieman kalliimpia, mutta ero ei ollut ihan niin suuri kuin muiden tuotelinjojen tuotteissa. Kokonaisuudessaan päivä oli tuottoisa ja sain suoritettua tehtävät, joita olin ajatellut päivän aikana hoitaa. Jatkossa kun suoritamme kilpailijaseurantaa, on mielenkiintoista nähdä, pystymmekö muuttamaan hinnoitteluaamme kilpailukykyisemmäksi.

Viikon 5 analysointi

Kaiken kaikkiaan tämä viikko oli tehokas. Sain ohjattua kaikki tuotemerkit haut niiden omille sivuille. Muutenkin sain tehtyä hakuun ja verkkokaupan sisältöön liittyen runsaasti parannuksia. Opin myös sen, mitä lukuja ja miten meidän tulee jatkossa esittää verkkokaupan viikkopalavereissa. Jatkossa saamme myös varmasti selkeämpiä ohjeistuksia tehtäviimme, mikä varmasti nopeuttaa ja helpottaa tehtävien hoitamista. Perehdytin yhden myyjän autotallinovi tarjouksiini, joten jatkossa hänen kanssaan työskentely on varmasti helpompaa ja hänen on myös helpompi lähestyä minua tarjouspyyntöjen kanssa. Toteutin myös kilpailijaseurantaa. Sain siitä hyvin informaatiota siitä, mihin sijoitumme hinnoittelun puolesta kilpailijoihimme verrattuna. On monia tekijöitä, jotka tulee ottaa huomioon kun asetetaan hintoja tuotteille. Paras kohta aloittaa, on tutkia kuinka kilpailijat ovat tuotteensa hinnoitelleet. Opit mitä kohderyhmäsi on valmis maksamaan ja saat ymmärryksen siitä

mitkä hinnat toimisivat parhaiten sinun yrityksellesi. Hinnoittelustrategia tulee olemaan yksi tärkeimmistä näkökulmista verkkokaupassasi ja mahdollinen kilpailuetu (Ferenzi 2018). Jatkossa tulemme varmasti hyödyntämään kyseistä sovellusta erittäin paljon, pysyäksemme hinnoittelussamme markkinoiden mukana. Perjantaina sain myös tietää varsin tärkeän tiedon myymälä F:n henkilöstömuutoksiin liittyen.

3.6 Seurantaviikko 6

Maanantai 21.8.2017

Tänään ohjelmassa on useampia palavereita. Ensimmäinen palaveri käsittelee uutta sovellusta, jonka avulla pystymme tekemään kilpailijaseuranta joustavammin ja helposti. Kyseinen palaveri kestää kello 9 – 12.30. Päivän toisessa palaverissa keskustelemme verkkokaupan kampanjoista. Miten kampanjaprosessi toimii ja mitä ongelmia on aikaisemmin ollut. Mitä meidän tulee ottaa huomioon tuotelinjoilla kampanjoihin liittyen? Kyseinen palaveri on kello 14 – 15.30. Päivän viimeinen palaveri on SEO kuukausipalaveri joka poikkeuksellisesti järjestetään Skype-palaverina. Kyseisessä palaverissa käymme kuukausittain läpi verkkokaupamme tämän hetkistä sijoittumista Googlen hauissa ja miten tätä sijoitusta pystyisimme parantamaan. Tähän liittyy olennaisesti esimerkiksi kirjoittamani SEO-tekstit.

Päivän ensimmäinen palaveri oli erittäin hyödyllinen ja sisällöltään mielenkiintoinen. Olimme aikaisemmin saaneet koulutuksen samaiseen sovellukseen, mutta sillä kerralla sovellus sisälsi niin paljon virheitä, että emme voineet kunnolla sitä käyttää. Tänään ohjelma oli jo siinä kunnossa, että pääsimme oikeasti perehtymään sen toimintaan ja käyttöön. Koulutuksessa kävimme läpi ohjelman peruslogiikan, sekä teimme perus toimenpiteisiin liittyviä harjoituksia. Sain hyvän käsityksen ohjelman käytöstä ja ohjelma vaikutti todella hyvältä ja käyttökelpoiselta. Nyt meidän täytyy todenteolla alkaa käyttämään kyseistä ohjelmaa, sillä saamme varmasti siitä hyötyä meidän verkkokauppa, sekä kivijalka tekemiseemme. Päivän toinen palaveri oli aiheeltaan sellainen, että se oli järjestetty mielestäni hieman väärälle kohderyhmälle. Itse en saanut kyseisestä palaverista oikeastaan mitään irti ja tunsin istuvani palaverissa täysin turhaan. Käsitellyt asiat eivät mielestäni koskettaneet minua ja kollegoitani. En toisaalta kysynyt muiden mielipidettä palaverin jälkeen. Voi olla, että he kokivat palaverin toisella tavalla. Päivän kolmannesta palaverista taas oli hyötyä. Sain nähdä tuloksia liittyen aikaisemmin tekemiini SEO-toimenpiteisiin. Osittain tekemäni työ näkyy tuloksissa vasta myöhemmin, mutta jo nyt oli joissakin tuoteryhmissä havaittavissa hakutulosten parantumista. Kävimme myös läpi mitä jatko toimenpiteitä SEO:n osalta tulee tehdä seuraavaksi. Ainoa miinus puoli kyseisessä palaverissa oli

se, että tuloksia tarjoavan yrityksen edustajat eivät olleet paikalla fyysisesti, vaan he kävivät tuloksia läpi Skypeen välityksellä. Yhteys ei ollut paras mahdollinen ja se hidasti oleellisesti palaverin pitämistä. Oli kuitenkin mukava huomata, että oma työ alkaa tuottaa positiivisia tuloksia. Siitä sain lisämotivaatiota. Kaiken kaikkiaan erittäin positiivinen päivä ja paljon hyvää uutta oppia, jota hyödyntää tulevaisuudessa.

Tiistai 22.8.2017

Tämän päivän ohjelma koostuu useammasta palaverista. Ensimmäisessä palaverissa käsittelemme haun optimointia. En ole saanut minkäänlaista agenda kyseiseen palaveriin liittyen joten en osaa tarkemmin sanoa mitä palaverissa tullaan käsittelemään. Päivän toinen palaveri liittyy Google Analyticsiin ja siellä tulemme jatkokehittämään tuotelinjoille luomiamme omia segmenttejä. Päivän kolmas palaveri on verkkokaupan viikkopalaveri ja sen tämän viikkoinen agenda sisältää verkkokaupan myyntilukujen, markkinoinnin ja pienkehityksen läpikäyntiä.

Haun optimointia käsittelevässä palaverissa kävimme läpi, mitä toimenpiteitä kukin eCommerce Specialisti oli tehnyt. Kävimme läpi myös muutamia ongelmia tilanteita, joita oli viime aikoina tullut vastaan verkkokaupamme hakua käytettäessä. Yksi tällainen ongelma liittyi siihen, että haettaessa ihan millä tahansa termillä, haun näyttäessä tuloksia, tämä kyseinen haku termi esitettiin mustalla/tummanharmaalla pohjalla. Kyseinen ominaisuus ei ollut tarkoituksella toteutettu ja se esiintyi testatessa vain yhdellä Google Chrome-selaimen versiolla. Hakutoiminnon kehittämisestä vastaava esimies lupasi selvittää mistä kyseinen virhe johtuu, jotta voisimme korjata sen. Tärkein anti kyseisessä palaverissa oli kuitenkin Management Centerin ominaisuus, jolla pystymme sulkemaan jonkin haku termin tuloksista tietyt tulokset pois. Hyvänä esimerkkinä haku antoi aikaisemmin aita haku-sanalla tulokseksi myös kaikki tuotteet, joiden tuotenimessä tai markkinointitekstissä esiintyi sana paita. Nyt kyseinen paita termi suljettiin pois haku tuloksista, jolloin haku tulosten määrä tippui noin 5000 kappaleesta alle 1000 kappaleeseen.

Päivän toinen palaveri peruuntui viime hetkellä, joten minulle jäi muutama tunti aikaa ennen seuraavaa palaveria. Käytin tämän ajan perehtyäkseni eilen meille koulutettuun kilpailijaseuranta ohjelmistoon. Sain tehtyä muutamassa tunnissa paljon pieniä toimenpiteitä joita meidän tulee aluksi suorittaa, jotta saamme parhaan mahdollisen hyödyn tulevaisuudessa kyseisestä ohjelmasta. Päivän kolmannessa palaverissa kävimme läpi verkkokaupan kesäkuun ja heinäkuun avainlukuja. Myynti ei ollut käynyt niin kuin olimme toivoneet vaikka liikennettä oli verkkosivuillamme ollut jopa enemmän kuin mitä olimme odottaneet. Katsoimme läpi myös pienkehitystoimenpiteet joita verkkosivuillemme oli tehty viimeisen

kuluneen kahden kuukauden aikana. Sovimme, että jokainen eCommerce Specialisti esittelee oman tuotelinjansa kuukausipalaverissa näitä samaisia avainlukuja, sekä kertoo verkkokaupan kuulumisia ja edeltävänä kuukautena suoritettuja kehitystoimenpiteitä. Omalle kohdalleni seuraava kuukausipalaveri ajoittuu jo heti huomiseksi päivälle, joten katsotaan saanko kyseisen materiaalin huomiseksi palaveria varten ja onko minulla mahdollisuus esitellä kyseisiä tietoja palaverissa.

Keskiviikko 23.8.2017

Tänään minulla on ohjelmassa kaksi palaveria. Ensimmäinen palaveri on heti aamulla ja siellä tulemme eCommerce Specialisti-kollegoideni kanssa tapaamaan markkinointitoimisto P+SBD:n väkeä, joka tulee esittelemään yritystään ja projektejaan meille. Jälkimmäinen päivän palavereista on tuotelinjamme hankinnan ja myynnin palaveri, joka pidetään kuukausittain. Tämä jälkimmäinen päivän palavereista on tärkeämpi ja minulle on varattu oma puheenvuoro palaverissa. Tarkoitukseni on esitellä tuotelinjamme muille työntekijöille toimenkuvaani eCommerce Specialistina ja ajattelin myös käydä läpi verkkokaupan avainlukuja, sekä kertoa mitä verkkokaupan maailmassa tällä hetkellä on työnalla ja mitä on viimeisten kuukausien aikana työstyetty. Palaverien välisen ajan käytän valmistautuakseni jälkimmäiseen palaveriin.

Päivän aluksi sain tiedustelun myymämme ilmastointilaitteen huoltotoimenpiteisiin liittyen. Tarkastin kyseisen tuotteen myymäläsaatavuuden ja totesin, että myymälä A:ssa kyseistä tuotetta löytyy ja se on työmatkani varrella, joten kävin siellä perehtymässä tuotteeseen, jotta pystyn myöhemmin vastaamaan kysyjälle. Ennen päivän ensimmäistä palaveria sain myös tiedustelun myöhässä olevasta toimituksesta. Asiakkaalle tilattu kevyt takka, ei ollut saapunut myymälään, vaikka tuotteen toimituspäivä oli ollut jo pari viikkoa sitten. Laitoin asian selvityksen vireille ja lähdin kuuntelemaan markkinointitoimiston esittäytymistä. Markkinointitoimistoa oli edustamassa kaksi työntekijää ja heillä oli näyttää esimerkkeinä aikaisempia tehtävänantojaan. Esimerkit olivat mielenkiintoisia ja kyseessä oli niin kotimaisia yrityksiä kuin myös kansainvälisesti tunnettuja suuryrityksiä. Palvelut ja palvelukonseptit joita heillä oli tarjota, kuulostivat hyviltä ja mekin pystyisimme varmasti saavuttamaan hyötyjä heidän avullaan. Vaikka emme heti ryhtyisikään käyttämään heidän palveluitaan, oli palaverista se hyöty, että olemme nyt luoneet kontaktin kyseiseen palveluntarjoajaan ja tarvittaessa tiedämme keneen ottaa yhteyttä.

Ensimmäisen palaverin päätyttyä siirryin suunnittelemaan omaa esitystäni seuraavaa palaveria silmällä pitäen. Keräsin tarvittavat materiaalit ja tein käsin itselleni muistilappua, jotta muistaisin tuoda esille kaikki tarvittavat asiat palaverissa. Itse palaverissa esitykseni

meni hyvin ottaen huomioon, että aikaisemmin verkkokaupan asioita esitellessäni, vastaanotto ei ole ollut hirveän kannustavaa. Tällä kertaa kuulijat olivat kiinnostuneita ja saimme myös runsaasti keskustelua aikaiseksi. Esittelin toimenkuvani ja kävin myös läpi verkkokaupan kesäkuun ja heinäkuun avainlukuja. Esittelin keskeisimpiä tehtäviä joita verkkokaupan parissa teen viikoittain ja esittelin myös ohjelmia ja työvälineitä joilla työskentelen. Kaiken kaikkiaan palaverista jäi positiivinen kuva. Sain tehtyä päivälle suunnittelemani tehtävät ja lisäksi hoidin monia päivän aikana tulleita sähköposti ja puhelin yhteydenottoja. Takka toimituksen selvittäminen jäi vielä kesken vaikka asia etenikin päivän aikana. Toivottavasti saan huomisen aikana vastauksen, jotta voimme antaa asiakkaalle jonkin vastauksen.

Torstai 24.8.2017

Tämän päivän tärkein tehtävä on tuottaa verkkokauppaan liittyvää dataa yhtiömme data-analyttikolle. Lisäksi hoidan yhden edellisenä päivänä tulleen reklamaation. Jatkan myös takka toimituksen selvittämistä. Pyrin myös päivän aikana jatkamaan perehtymistä kilpailijaseurannan sovellukseen. Vastaan myös muutamaan saatavuus kyselyyn sekä tarjouspyyntöön jotka olen saanut aikaisemmin.

Ensimmäisenä keräsin Google Analyticsistä verkkokauppaan liittyvää dataa, jota analyttikko oli pyytänyt minua keräämään. Hän toivoi, että toimittaisin hänelle tiedot verkkokaupamme myydyimmistä tuotteista, katsotuimmista tuotteista ja kiinnostaneimmista kategorioista. Sain eCommerce Specialisti-kollegaltani aikaisemmin erittäin hyvät ohjeet mistä ja miten kyseiset tiedot saisi Google Analyticsistä kaivettua. Ainoastaan yhdessä kohdassa jouduin kysymään häneltä tarkentavia ohjeita, mutta loppujen lopuksi sain tiedot melko nopeasti kasaan. Seuraavaksi välitin saamani reklamaation oikealle tavarantoimittajalle, joka myöhemmin päivän aikana kuittasi minulle, että asia on hoidettu ja myymälään on laitettu korvaava tuote postissa. Myymälä H oli pyytänyt tarjousta autotallin nosto-ovesta, joten laskin heille tarjouksen pyydettyjen mittojen mukaan. Myymälä B puolestaan tiedusteli sokkelin rappauslevyn saatavuutta. He olivat tilanneet kaikki loput tuotteet varastotamme, mutta tarvitsivat sitä lisää. Katsoin varastoomme saapuvien toimitusten päivämäärät ja ilmoitin myymälään milloin seuraava kuorma on saapumassa varastoon. Lupasin heille, että teen heille tilauksen puuttuvasta määrästä heti kun tavarat varastoomme saapuvat. Nyt minun täytyy vain muistaa tehdä tilaus kun tavarat saapuvat varastoomme. Siihen menee noin viikon verran.

Perjantai 25.8.2017

Tänään aion jatkaa kilpailijaseuranta sovelluksen tuotekatalogin työstämistä. Lisäksi luon kehityspyynnön kyseiseen sovellukseen liittyen. Jatkan myös ohessa haun optimointiin liittyviä kehitys toimenpiteitä. Verkkokauppapäällikkömme pyysi selvittämään onko tuotelinjollamme sellaisia tuotteita, joilta pitäisi rajata pois palautusoikeus verkkokaupassa tapahtuvassa myynnissä. Kysyn siis tätä asiaa tuotelinjamme tuotepäälliköiltä.

Päivän ohjelma koostui pitkälti kilpailijaseuranta sovelluksen parissa työskentelystä, kuten olin suunnitellutkin. Olin aikaisemmin luonut kyseiseen sovellukseen automaattisen raportin joka tulostuu minun sähköpostiini silloin kun raportille syötetyt parametrit muuttuvat. Raportti oli luotu tiistaina ja kyseinen raportti oli luomisensa jälkeen tullut sähköpostiini joka ikinen päivä, vaikka seuratuille arvoille ei ollut tapahtunut mitään muutoksia. Laitoin kyseisestä virheestä kehityspyynnön sovelluksen toimittajalle ja he lupasivatkin paneutua heti kyseiseen ongelmaan. Tämän lisäksi jatkoin tuotekatalogin parissa työskentelyä. Tuotekatalogista löytyy tällä hetkellä jo jonkin verran tuotedataa, mutta sitä tarvitaan huomattavasti enemmän, jotta pääsemme ottamaan sovelluksesta kaiken hyödyn irti. Pysin kuitenkin perehtymään tämän hetkisiin työskentely mahdollisuuksiin lisää ja erityisesti löytämään erilaisia tapoja hyödyntää kerättyä tuotedataa.

Laitoin kyselyä tuotelinjamme tuotepäälliköille sellaisista tuotteista, joilla ei ole palautusoikeutta verkkokaupassa. Yleisesti ottaen nämä samat palautusoikeuden puuttumiset koskevat myös kivijalkakaupassa tehtyä kauppaa. En itse keksinyt sellaisia tuotteita, joita ei voisi palauttaa, mutta tuotepäällikkö keksi muutaman. Esimerkiksi mittatilauksena valmistettavat ovet ovat sellainen tuoteryhmä ja myös erikoisväriset ovet kuuluvat tähän samaan ryhmään. Toisaalta näiden kanssa ei tällä hetkellä tule verkkokauppa myynnissä ongelmaa, sillä niitä ei ole saatavilla verkkokaupпамme kautta, mutta tulevaisuudessa verkkokaupпамme kehittyessä ja tällaisten tuotteiden sinne myyntiin tullessa tämä täytyy ottaa huomioon ja viestiä asiakkaalle.

Viikon 6 analysointi

Viikon alkupuoli muodostui vahvasti erilaisten palaverien ympärille. Sain koulutusta uuden kilpailijaseuranta sovelluksen suhteen ja koulutuksen perusteella sovellus vaikutti todella lupaavalta. Uskon että saamme kyseisestä sovelluksesta tulevaisuudessa paljon hyötyä. Kilpailijaseuranta on välttämätöntä liiketoiminnan menestymisen kannalta, koska silloin yrityksellä on mahdollisuus tunnistaa nopeasti toimialan trendit, sekä mukautua kilpailijoiden kampanjoihin tai strategiaan, säilyttääkseen jalansijan markkinoilla tai lyödäkseen kilpailijat kokonaan (Ferenzi 2018). Viikon jälkimmäisellä puoliskolla ehdin myös työskentelemään kyseisen sovelluksen parissa, sekä tehtyä kehityspyynnön sovellukseen liittyen. Sovellukseen tarvitaan lisää dataa ja siitä löytyy vielä muutamia toiminnallisia virheitä,

jotka pitää saada korjattua jotta ohjelmasta saadaan mahdollisimman toimiva ja siitä saadaan paras mahdollinen hyöty irti. Sain myös uutta tietoa verkkokaupan hakutoiminnon optimointiin liittyen ja uskon, että kyseisillä toimenpiteillä saamme muokattua hakua huomattavasti paremmin asiakasta palvelevaksi. Hoidin viikon aikana muutamia kaupoista tulleita toimeksiantoja jotka vaativat ajallisesti minulta vähän, mutta ovat todella tärkeitä toimeksiantajille. Näiden toimeksiantojen hyvin onnistunut toteutus tuo positiivisen ilmapiirin ja antaa lisävirtaa seuraaviin tehtäviin. Loppujen lopuksi viikko oli melko raskas, koska erilaisia palavereita oli runsaasti ja niissä tuli paljon uutta informaatiota.

3.7 Seurantaviikko 7

Maanantai 28.8.2017

Tänään aion vierailla myymälä H:ssa katsomassa miten heillä on mennyt ja onko heillä huolia tai murheita. Lisäksi aion tiedustella onko vaikeuksiin joutuneen tavarantoimittajan tilanteesta mitään uutta tietoa. Minun täytyy myös selvittää, minkälaista kampanjaa voisin tarjota myymälä I:lle esittelypäivän ajaksi.

Suuntasin aamulla auton keulan kohti myymälä H:ta. Kaupalla tapasin ensimmäisenä yritysmyyntin/rakennustarvike osaston työntekijän, joka on minulle jo tuttu pidemmältä ajalta. Kyselin perus kuulumiset ja kerroin mitä uutta yritys X:n kuuluu. Tämän jälkeen yrittäjä saapui paikalle ja tein hänen kanssaan perinteisen myymäläkierroksen. Yrittäjä esitti huolensa siitä, että he eivät pysty kilpailemaan hinnoissa yritys Y:n myymälälle. Yrittäjä näytti minulle esimerkin heidän tarjouksestaan, jonka he olivat lähettäneet tarjouskilpailuun. Hänen mielestään ketjumme hinnat ovat pielessä, koska he olivat hävinneet kilpailutuksen niin selvällä hintaerolla. Kävimme yhdessä läpi heidän tarjoamiaan hintoja ja huomasin, että ainakin osassa tuotteista he olivat tarjonneet tuotteita väärillä myyntiyksiköillä. Suomeksi, he olivat tarjonneet tuotteita kappalehinnoilla kun kilpailija oli tarjonnut samaa tuotetta neliömetrihinnalla. Nopealla vilkaisulla löysin tämän yhden virheen. Tämä virhe yksistään teki eroa kilpailijan kokonaishintaan lähes 2000€. Jos tarjous sisältää enemmänkin näitä virheitä, en ihmettele miksi he olivat hävinneet tarjouskisan. Lisäksi yrittäjä ilmoitti heidän keskikatteensa, joka mielestäni oli aivan liian korkea tämän tyyppiseen tarjouskilpailuun. Yrittäjä oli antanut tarkat ohjeet tarjouksen hinnoitteluun, mutta keskikatetta kun katsoo, hänen ohjeistustaan ei ole noudatettu lainkaan. Sovimmekin, että minä katson heidän tarjoamansa hinnat läpi ja lasken tarkemmat hinnat ohjeistuksen mukaisesti, jonka jälkeen voimme katsoa miten hintakilpailussa olisi käynyt oikeilla hinnoilla. Jos edelleen olisi tullut tappio, voimme lähteä tutkimaan onko meidän ketjumme hinnoissa jotakin parannettavaa.

Tiedustelin tuotepäälliköltä sopivaa tarjoustuotetta esittelypäivälle ja päädyimme valitsemaan juuri valikoimiimme tulleen uutuustuotteen. Huomenna minun täytyy vielä varmistaa esimieheltäni, että voimmeko hinnoitella kyseiseen tuotteen kaupalle hieman edullisemmin, jotta kauppa saisi siitä tehtyä houkuttelevan kampanjan. Sain myös iltapäivällä viestin, jossa kerrottiin, että huomenna aamulla on tulossa lisätietoa taloudellisiin vaikeuksiin joutuneen tavarantoimittajan tilanteesta.

Tiistai 29.8.2017

Tänään aion jatkaa työskentelyä kilpailijaseuranta sovelluksen parissa, sekä jatkaa verkkokaupamme haku toiminnon optimointia. Lisäksi käyn tarkistamassa onko tuleviin kampanjoihin liittyen tullut jo materiaalit, jotta voin tarkistaa, että tuotteilla on hinnat ja tuotetiedot kohdallaan ja ne näkyvät verkkokaupassa oikein. Pyrin myös kirjoittamaan ovet kategorian SEO-tekstin valmiiksi.

Aloitin päivän tarkistamalla tulevien kampanjoiden materiaaleja. Tarkistettavaksi oli tullut seuraavien kahden kampanjan tiedot, joten aloitin kyseisissä kampanjoissa olevien rakennustarvike ja puutavara tuotelinjojen tuotteiden rikastus ja hintatietojen tarkistuksen. Havaitsin kampanjatuotteissa yhden tuotteen jolle ei ollut ylläpidetty verkkokaupan myyntihintoja, joten ilmoitin tuotetieto tiimillemme kyseiset tiedot, jotta he voivat lisätä hinnat SAP-järjestelmäämme. Ilmoitin myös tarvittavat hintamuutokset jotka tulevat voimaan kampanjan ajaksi.

Tarkistin esimieheltäni onko meillä mahdollisuus hinnoitella valitsemani tuote edullisemmin myymälä I:lle, jotta he pystyisivät tekemään houkuttelevan kampanjan esittelypäivän ajaksi. Esimieheni, joka on paremmin perillä hinnoittelusta, kertoi minulle, ettei kyseinen toimenpide ollut mahdollinen. Laitoin kaupalle tiedoksi tuotteen joka voitaisiin laittaa heidän markkinointiinsa kyseiseen päivään liittyen. Lisäksi toimitin heille materiaalia markkinointi toimenpidettä varten. Keräsin myös itselleni materiaalia valmiiksi, jotta olen ajoissa valmistautunut kyseiseen päivään.

Kävin tarkistamassa kilpailijaseuranta sovelluksen tilanteen, mutta siellä ei ollut tapahtunut sellaista kehitystä jota olin toivonut, joten sen parissa työskenteleminen täytyi tältä päivää unohtaa. Keskustelin tuotepäälliköiden kanssa edellisenä päivänä myymälä H:ssa saamastani palautteesta liittyen ketjumme ostohintoihin. Minulle kerrottiin, että kyseisenlainen palaute on hyvin yleistä ja että yrittäjät ovat hyvin harvoin sitä mieltä, että meidän neuvottelemamme hinnat olisivat riittävän alhaisia. Sain positiivista palautetta tuotepäälliköltä liittyen toimintaani yrittäjän kanssa. Hänen mielestään olin hoitanut hyvin palautteen joka koski meidän ketjumme hintoja. Kaiken kaikkiaan päivä meni nopeasti, enkä ehtinyt tehdä kaikkia asioita joita olin suunnitellut. Kampanja tarkistuksiin meni enemmän aikaa

kuin mitä olin suunnitellut. Olen kuitenkin tyytyväinen, että sain tarkistukset tehtyä. Olen myös tyytyväinen siihen, että sain kerättyä paljon materiaalia esittelypäivään liittyen. Positiivinen palaute oli myös plussaa.

Keskiviikko 30.8.2017

Tänään aion kirjoittaa ovet kategorian SEO-tekstiä. Lisäksi käyn uudelleen tarkistamassa, onko kilpailijaseuranta sovellukseen ilmestynyt luvattua tuotetietoa. Lisäksi vastaan sähköpostiini tullessiin viesteihin ja selvitän onko vaikeuksiin ajautuneesta tavarantoimittajasta mitään uutta tietoa. Verkkokaupamme kansainvälisen kehityksen päällikkö otti minuun yhteyttä ja hänellä oli minulle tehtävä jonka pyrin hoitamaan päivän aikana.

Aloitin päiväni SEO-tekstin parissa. Kävin lukemassa kilpailijoiden sivuilta heidän vastaavan tuotekategorian SEO-tekstejä ja poimin niistä ideoita omaan tekstiini. Lisäksi kokeilin uudenlaista lähestymistekniikkaa tekstien kirjoittamiseen. En ole mitenkään nopea kirjoittamaan kyseisiä tekstejä ja ajattelin nyt kokeilla ensin muodostaa miellekartan kyseisestä tuotekategoriasta ja hyödyntää sitä varsinaisen tekstin rakenteen hahmottamisessa. Sain hyviä ideoita kilpailijoiden sivuilta ja miellekartta auttoi ehkä jäsentämään tekstin rakennetta. Lisäksi miellekartta auttoi pitämään mielessä, mitä asioita haluan tuoda esille tekstissä. Onnistuinkin kirjoittamaan enemmän tekstiä kuin yhteenkään aikaisempaan kategoriaan. Teksti ei kuitenkaan tullut vielä valmiiksi, mutta olen oikeastaan tyytyväinen, että se jäi kesken. Tämä siitä syystä, että teksti on tosiaan pisin kirjoittamani, teksti on mielestäni melko hyvä ja sitä on vielä luvassa lisää. Toivottavasti tekemäni työ auttaa kyseisen kategorian parempiin tuloksiin Googlen hauissa. Tällä hetkellä kyseinen kategoria ei ole läheläkään ensimmäistä hakutulossivua.

Verkkokaupamme kehityspäällikkö otti minuun yhteyttä ja pyysi antamaan esimerkin selaisesta verkkokaupassamme myytävästä tuotteesta, jonka hinta on kilpailijoihin nähden kallis ja jonka myyntihinnan laskeminen kilpailijoiden tasolle aiheuttaisi ongelmia muuhun toimintaamme. Meidän tuotelinjallamme tämä on melko tuttu ongelma ja minun oli helppoa kaivaa hänelle esimerkki tuote. Kerroin myös lisäksi mitä tuoteryhmiä kyseinen ongelma enimmäkseen koskee. Kävimme myös keskustelun verkkokaupassamme olevasta suodatustoiminnosta, jonka pitäisi suodattaa esiin tuotteet jotka ovat kotiin toimitettavissa. Kehityspäällikkö oli selvittänyt kuinka monta prosenttia verkkokaupamme tuotteista on toimitettavissa kotiin, mutta kerroin hänelle, että tuossa kyseisessä suodatustoiminnassa on jokin virhe, koska se antaa tuloksena sellaisia tuotteita joita ei oikeasti voida kotiin toimittaa. Kehityspäällikkö kävi toteamassa ilmoittamani virheen ja pyysi verkkokaupamme teknisestä kehityksestä vastaavaa organisaatiota selvittämään mistä kyseinen virhe johtuu sekä korjaamaan virheen.

Sain myös kyselyn myymälästä ulko-ovien saatavuuteen liittyen ja kerroin niiden saatavuuden olevan tällä hetkellä heikko tavarantoimittajan taloudellisesta tilanteesta johtuen. Puhelun jälkeen selvitin esimieheltäni, mikä tilanne kyseisen toimittajan suhteen on ja sain tietää, että tavarantoimittaja on saanut tilannettaan selvitettyä ja heidän pitäisi pystyä toimittamaan myöhässä olevat toimitukset seuraavien kuuden viikon sisällä. Olen tyytyväinen päivän aikaansaannoksiin ja erityisesti olen tyytyväinen kirjoittamaani SEO-tekstiin. Muutin omaa tapaa kirjoittaa tekstiä ja tekstin tuottamiseni kehittyikin positiivisesti. Aion jatkossa hyödyntää samaa tekniikkaa lisää. Toivottavasti saan nyt työstämäni tekstin huomenna valmiiksi ja pääsen laittamaan sen verkkokauppaan näkyville.

Torstai 31.8.2017

Tänään aion jatkaa ovet kategorian SEO-tekstin kirjoittamista ja tarkoitukseni on saada se valmiiksi. Sen jälkeen siirryn seuraavan tekstin pariin. Valitsen seuraavan aiheen sen mukaan, mitä on verkkokaupan palaverissa suositeltu kehitettäväksi. Lisäksi valmistaudun huomenna järjestettävään tuotelinjamme myyntikokoukseen, jossa minun on tarkoitus käydä valikoimaneuvoja kollegoilleni läpi verkkokaupan tunnuslukuja ja tämän hetken tilanne muutenkin.

Aloitin heti aamusta ovet kategorian tekstin kirjoittamisen ja sain päivän aikana hyvän määrän tekstiä lisää. Tekstistä tuli mielestäni hyvä ja uskon, että sillä saadaan positiivista vaikutusta Google näkyvyyteen. Tarkoitukseni oli viedä valmis teksti näkyville verkkokauppaan, mutta Management Centerin käyttö oli eväty tältä päivältä. Lataan kyseisen tekstin heti huomenna verkkokauppaamme, koska haluan mahdollisimman nopeasti nähdä kuinka suuri vaikutus tekstillä on Google näkyvyyteen. Kävin päivän aikana keskustelun esimieheni kanssa verkkokaupan postitoimitettavista tuotteista ja totesimme, että meillä ei ole selkeää kuvaa siitä, mitkä kaikki tuotteet ovat postitoimitettavissa ja minkä kaikkien tuotteiden tulisi olla postitoimitettavissa. Tähän asiaan täytyy löytää selvyys tulevina viikkoina, koska sillä, että tuotteet ovat asiakkaan tilattavissa kotiin, on varmasti suuri vaikutus verkkokaupan myyntiin. Minulla on vahva epäily, että meillä on suuri joukko tuotteita, jotka voisimme vapauttaa postitoimitettaviksi vaikka ne eivät sitä tällä hetkellä ole.

Vastasin päivän aikana myös muutamiin saatavuustiedusteluihin, sekä tein muutaman tilauksen kaupoille heidän puolestaan. Kävin taas tarkistamassa olisiko kilpailijaseuranta sovellukseen tullut luvattua tuotedataa, mutta näin ei edelleenkään ollut tapahtunut. Tästä syystä soitin heidän tukeensa puhelun ja keskustelin aiheesta saadakseni selvyden, että onko heidän tarkoitus tuottaa kyseinen data vai tuleeko meidän eCommerce Specialistien itse hoitaa se. Tuesta sanottiin, että asian pitäisi olla jo kunnossa, mutta tarkistettuaan tilanteen totesivat, ettei asia olekaan niin. He lupasivat laittaa asian kuntoon heti miten ja

iltapäivällä tuotetietoa alkoi lopulta ilmestyä sovellukseen. Kaiken tarvittavan datan pitäisi olla huomenna ladattuna sovellukseen, jolloin pääsemme todenteolla käyttämään sovellusta. Olen tyytyväinen päivän antiin ja sain työtehtäviä hoidettua loppuun, sekä vietyä projekteja eteenpäin.

Perjantai 1.9.2017

Tänään on tuotelinjamme myyntikokous. Myyntikokouksia on keskimäärin kolmen kuukauden välein ja niissä käsitellään tuotelinjamme myyntilukuja, valikoimia, uusia tuotteita ja kaikkia muita ajankohtaisia asioita. Nämä ovat myös tilaisuuksia joissa tapaan valikoimaneuvoja kollegoitani ja pääsen vaihtamaan kuulumisia heidän kanssaan. Lisäksi vastailen sähköpostiini tuleviin viesteihin päivän aikana.

Myyntikokouksen aluksi minut valittiin pöytäkirjan pitäjäksi. Kyseinen tehtävä kiertää aina valikoimaneuvojalta toiselle ja nyt oli minun vuoroni toimia kyseisessä tehtävässä. En ole aikaisemmin kyseistä tehtävää hoitanut joten jotain uutta myös tälle päivälle. Myyntikokous aloitettiin edellisen kokouksen pöytäkirjan läpikäymisellä, jonka jälkeen kävimme läpi tuotelinjamme myyntejä viimeiseltä seitsemältä kuukaudelta. Myyntilukujen jälkeen kävimme läpi ketjumme tulevaa markkinointia ja erityisesti meidän tuotelinjamme tuotteita jotka ovat tulossa markkinointiin loppuvuoden aikana.

Seuraavaksi oli minun puheenvuoroni, jossa kävin läpi verkkokaupan tämän hetkistä tilannetta ja minkä laisia toimenpiteitä verkkokaupassa ollaan lähiaikoina toteuttamassa. Kävin läpi myös verkkokaupan myyntilukuja. Materiaali jonka kävin läpi, oli oikeastaan hyvin pitkälle sama, kuin minkä esitin aikaisemmin hankinnan ja myynnin palaverissa. Oman osuuteni jälkeen palaveriimme liittyi eräs tavarantoimittaja, jonka kanssa olemme luomassa uutta oman brändimme tuotetta. He esittelivät yrityksensä sekä kertoivat tuotteestaan joka on tulossa meidän ketjumme oman tuotemerkin alle myyntiin. Tämä oli erittäin mielenkiintoinen osuus tämän päivän palaverissa ja odotan mielenkiinnolla minkälaisen vastaanoton kyseinen tuote saa siinä vaiheessa kun se lanseerataan. Päivän viimeisenä asiana listalla oli tuotepäälliköiden ajankohtaiset asiat ja niiden tärkeintä asiaa oli tieto siitä, minkälaisia kampanjoita kivijalka kaupoille tulemme tarjoamaan loppuvuoden aikana ja millä aikataululla. Palaverin päätteeksi sovimme vielä seuraavan myyntikokouksen ajankohdan. Palaverin aikana vastasin myös yhteen verkkokaupan asiakaspalvelusta tulleeseen tuotetiedusteluun, jonka tuotepäällikkö välitti minulle.

Viikon 7 analysointi

Tämän viikon suorituksista olin eniten tyytyväinen kirjoittamaani SEO-tekstiin. Kirjoittamani teksti oli pisin jonka olen tähän asti kirjoittanut ja teksti on rakenteeltaan ja sisällöltään sellainen, että sillä on varmasti positiivinen vaikutus Google näkyvyyteen. Tekstin kirjoittamiseen kului useampi päivä, joten tekstin tuottamisen nopeuttua tulee vielä kehittää. SEO-tekstin kirjoittaminen on taito ja kuten muutkin taidot, sitä ei opita hallitsemaan yhdessä yössä. SEO-kirjoittamisen ammattilaiseksi tuleminen vaatii aikaa. Vaikka et iskisiikään kultasuoneen ensimmäisellä yrityksellä, voit jatkaa tekstisi työstämistä paremmaksi kunnes se alkaa tuottamaan tulosta ja näkymään hakusijoitusten parantumisena (Dephills 2018). Käyttämäni miellekartta tekniikka sopi minulle ja se auttoi jäsentämään tekstin rakennetta, sekä muistamaan ne asiat jotka haluan kyseisessä tekstissä tuoda esille. Tulen myös jatkossa käyttämään kyseistä tekniikkaa, niin SEO-tekstien kirjoittamisessa, kuin myös muissa työtehtävissä. Kilpailijaseuranta sovellukseen odotettujen tuotetietojen saaminen viivästyi monta päivää, jonka takia suunnitellut toimenpiteet sovelluksen parissa jäi tällä viikolla tekemättä. Yrittäjän antama palaute liittyen ketjumme hinnoitteluun oli mielekäs haaste, koska pääsin mittaamaan omaa osaamistani tällaisessa tilanteessa. Omasta mielestäni selviydyin hyvin ja osasin kertoa yrittäjälle mitä virheitä he olivat kyseisessä tapauksessa tehneet ja miten heidän jatkossa tulisi toimia jotta samoilta virheilta vältyttäisiin. Lisäksi olin tyytyväinen, että esimieheni oli kanssani samaa mieltä ja sain positiivista palautetta omasta toiminnastani kyseisen palautteen tiimoilta.

3.8 Seurantaviikko 8

Maanantai 4.9.2017

Tänään aion vastata autotallinovi tarjouspyyntöön. Sen lisäksi vien vihdoin verkkokauppaan näkyville kirjoittamani ovet kategorian SEO-tekstin, sillä en ehtinyt sitä perjantain palaverin aikana sinne viedä. Iltapäivällä kello 15.00 minulla on palaveri liittyen Google Analyticsin raportoinnin kehittämiseen.

Ensimmäiseksi laskin tarjouksen liittyen autotallinoviin. Tarjouksessa ei ollut mitään erikoista, perus ovi sähköisellä avaajalla, joten tarjouksen tekemiseen ei kulunut paljon aikaa. Kivijalkakaupasta oli tullut palaute liittyen verkkokaupan hintoihin. Yhdellä eristyslevy tuotteella oli väärä hinta verkkokaupassa ja se pyydettiin korjaamaan. Tein hieman selvitystyötä ja huomasin, että kyseisen tavarantoimittajan kaikkiin tuotteisiin oli tehty hinnan korotuksia heinäkuun puolivälissä, mutta nämä hinnan korotukset eivät olleet päivittyneet verkkokauppaan. Tein hinnoista muutospyynnön Master Dataan, jotta hinnat korjattaisiin mahdollisimman pian oikeiksi. Lisäksi selvitin tavarantoimittaja A:n valmistaman saunanoven saatavuutta, koska tuotteita olisi pitänyt tulla jo perjantaina keskusvarastoomme,

mutta niitä ei edelleenkään siellä ollut. Jäin odottamaan tavarantoimittaja A:n vastausta asiaan.

Seuraavaksi vein ovet kategorian SEO-tekstin Management Centeriin ja jään odottamaan jotta teksti tulee näkyväksi verkossa. Tämän jälkeen voin käydä tekemässä indeksointi pyynnön Google Search Consolessa ja jäädä odottelemaan parempaa hakunäkyvyyttä. Myymälä J kyseli tavarantoimittajan sopimusehtoja ja kerroin heille kyseisen toimittajan ehdot, sekä kävimme yhdessä läpi hinnoittelun. Päivän viimeisenä ohjelmassa oli Google Analytics raportoinnin jatkopalaveri, jossa kävimme läpi ongelmia joita meille oli tullut vastaan kyseistä ohjelmaa käytettäessä. Saimme kuulla, että myyntilukuja emme koskaan tule saamaan 100 % oikeina kyseisestä ohjelmasta. Tämä on pienoinen pettymys, koska käyttöliittymä on mielestäni todella miellyttävä. Palaverissa kouluttajana ollut analyttikko näytti meille myös uusia käyttömahdollisuuksia joista voisi olla meille hyötyä jatkossa. Yksi näistä oli raporttien rakentaminen. Voimme rakentaa Google Analyticsiin omia raportteja jolloin saamme haluamamme datan helposti ja nopeasti ulos, ilman että meidän tarvitsee joka kerta tehdä samoja suodatus toimenpiteitä. Tähän ominaisuuteen täytyy perehtyä ajan kanssa, jotta siitä saisi parhaan mahdollisen hyödyn.

Tiistai 5.9.2017

Tänään päivä alkaa verkkokaupan hinnoitteluun liittyvällä palaverilla. Palaverissa tulemme käsittelemään rakennustarvike ja puutavara tuotelinjoiden verkkokaupan hinnoittelun kannalta ongelmallisia tuotteita. Pyrimme keksimään toimintamalleja ja ratkaisuja joiden avulla pystyisimme esittämään verkkokaupassamme kilpailukykyisen hinnan kilpailijoihin verrattuna. Ilmapäivällä on toinen palaveri, jossa valmistelemme jokaiselle tuotelinjalle pidettäviä infotilaisuuksia verkkokauppaan liittyen.

Aamun avanneessa palaverissa käsiteltiin syitä, joiden takia varsinkin rakennustarvike tuotelinjan joissakin tuotteissa hintamme eivät ole kilpailukykyisiä verkkokaupassa. Tavoitteenamme oli löytää keinoja kyseisen tilanteen parantamiseksi. Tuotelinjamme tuotepäälliköt kertoivat verkkokauppa päällikölle ja muille verkkokaupan toimihenkilöille, mistä kyseisessä hinta ongelmassa on pohjimmiltaan kyse. Meillä on tiedossa muutama tekijä, jotka vaikuttavat suuresti hinnanmuodostukseen, joka taas aiheuttaa sen, että emme ole kilpailukykyisiä. Nämä tekijät ovat sellaisia, että emme niitä pysty mitenkään eliminoimaan. Verkkokauppapäällikkömme ei jostain syystä ymmärtänyt näitä hankaluuksia, vaan yritti jatkuvasti kyseenalaistaa tuotepäälliköidemme osaamista kyseisen asian suhteen. Tästä johtuen palaverin anti ei välttämättä ollut niin hedelmällistä kuin mitä sen ehkä haluttiin olevan. Sovimme, että pidämme myöhemmin jatkopalaverin aiheeseen liittyen ja laajen-

namme osallistujajoukkoa yhtiömme hinnoittelu asiantuntijoilla. Toivottavasti siinä palaverissa saisimme jotain konkreettisia toimenpiteitä aikaiseksi ongelman poistamiseksi. Verkkokaupan hinnoittelulla on kuitenkin myös suuri vaikutus kivijalkakauppojemme myyntiin, joten on tärkeää ratkaista kyseinen ongelma.

Palaverin jälkeen tein muutaman korjauksen aikaisemmin verkkoon lisäämääni ovet kategorian SEO-tekstiin. Tämän jälkeen ryhdyin kirjoittamaan kipsilevyt kategorian vastaavaa tekstiä. Iltapäivän palaverissa sovimme tuotelinjoille pidettävien infotilaisuuksien päivämäärät ja kävimme infossa käsiteltävien asioiden agendaa läpi. Keskustelimme siitä, mitä asioita haluamme verkkokauppa tekemisestä esitellä tuotelinjoille ja mitkä ovat sellaisia asioita joihin kaipaamme heiltä tukea ja mistä asioista heidän on hyvä olla tietoisia. Saimme alustavan agendan sovittua ja nyt meidän eCommerce Specialistien tulee tuottaa seuraavan viikon aikana dataa, jota voimme esittää tulevassa infotilaisuudessa.

Keskiviikko 6.9.2017

Tänään pyrin kirjoittamaan kipsilevyt kategorian SEO-tekstiä. Toisena tehtävänä aion merkitä data-analytikkomme lähettämään Excel-taulukkoon tiedon siitä, mitkä verkkokaupan kategorioista kuuluvat meidän rakennustavara tuotelinjallemme. Iltapäivällä vuorossa on viikoittainen verkkokauppapalaverimme, jossa tällä viikolla käsitellään verkkokaupan myyntiä, markkinointia ja pienkehityksessä olevia toimenpiteitä. Lisäksi palaverissa on tarkoitus sivuta Google Analytics palaverissa kesken jääneitä aiheita.

Aloitin SEO-tekstin kirjoittamisen kuten olin suunnitellut. Kirjoitin kyseistä tekstiä päivän aikana useampaan kertaan ja välissä vastasin sähköpostilla ja puhelimella tulleisiin tiedusteluihin. Tiedusteluissa kyseltiin tuotteiden saatavuudesta ja tuotteiden ominaisuuksista. Sain myös vaihteeksi puhelun liittyen LVI tuotelinjan tuotteisiin. Näitä tulee aina silloin tällöin, koska olen aikaisemmin ollut vastuussa kyseisestä tuotealueesta valikoimaneuvojan toimenkuvan kautta. Valitettavaa tässä tämän päiväisessä oli se, että puhelun oli ohjannut minulle henkilö, joka tällä hetkellä hoitaa kyseistä tehtävää. Hän oli ollut palaverissa ja päättänyt ohjata asiakkaan soittamaan minulle, vaikka kyseessä on hänen vastualueensa. Mielestäni oikea tapa hoitaa asia, olisi ollut se, että hän olisi palannut asiaan itse mahdollisimman pian. Nyt jouduin mielestäni hankalaan välikäteen, sillä en ole enää hetkeen hoitanut kyseistä tuotealuetta ja siksi en osannut suoraan antaa vastausta asiakkaalle, vaan kerroin hänelle, että selvitän tilannetta ja palaan myöhemmin asiaan. Annoin siis saman vastauksen joka tuotealueen oman valikoimaneuvojan olisi pitänyt antaa.

Suurimman ärtymyksen minulle tänään aiheutti se, että ainoa syy miksi menin tänään konttorille työskentelemään, oli tuo kalenteriin merkitty verkkokaupan viikkopalaveri ja loppujen lopuksi se peruttiin juuri sillä hetkellä, kun sen piti alkaa. Ärsyttävää tästä teki se,

että tämä ei ollut ensimmäinen kerta kun kyseinen palaveri perutaan viime hetkellä. Toinen ärtymystäni nostattanut tekijä oli se, että kuulin markkinoinnissa työskentelevältä työtoveriltani jo kahta tuntia aiemmin, että palaveri tullaan mahdollisesti perumaan. Mielestäni tällainen toistuva palaverien peruminen on todella turhauttavaa ja siitä jää sellainen olo, että ei kannata omasta kalenterista varata aikaa kyseiseen toimintaan, koska sitä ei todennäköisesti tule oikeasti olemaan. Päivästä jäi todella huono maku, lisäksi en saanut päivän aikana SEO-tekstiä valmiiksi.

Torstai 7.9.2017

Tänään aion käydä myymälä C:ssä. Pitkäaikainen työtoverini on lähdössä opiskelemaan Edinburghiin ja käyn tästä syystä tervehtimässä häntä, sekä katsomassa miten myymälässä muuten sujuu. Lisäksi tiedän, että kyseisessä myymälässä on myynnissä kilpailijan autotallinovia ja ajattelin ehdottaa heille tuotteen vaihtamista yritys X:n maahantuomaan brändiin.

Päivän ensimmäisenä työnä hoidin yhden edellisiltana tuleen autotallinovi tilauksen. Tämän jälkeen jatkoin hieman kipsilevy SEO-tekstin kirjoittamista. Päivän varsinainen agenda, eli myymälävierailu myymälä C:ssä odotti ennen puoltapäivää. Saavuin myymälälle ja kävin tervehtimässä osastopäällikköä, myymäläpäällikköä ja rakennustarvikeosaston myyjiä. Kyselin kuulumisia ja kyselin myös onko heillä ollut ongelmia joissa voisin auttaa tai onko heillä jotain palautteita yritys X:n suuntaan. Kaikki tuntui olevan hyvin, eivätkä myymälän työntekijät antaneet mitään palautettakaan, joten kaikki oli ilmeisesti hyvin. Kysyin osastopäällikön mielipidettä siitä, että vaihtaisimme kilpailijan autotallinovi mallin meidän ketjumme oman maahantuonnin tuotteeseen. Osastopäällikkö sanoi, että asia on täysin mahdollinen jos toimitamme heille veloituksetta mallin ja pääsemme muistakin aiheeseen liittyvistä asioista sopimukseen. Minun täytyy selvittää tuota mallin toimittamista tuotepäälliköltä, mutta minulla on vahva epäily, että veloituksetta kyseistä mallia ei tulla toimittamaan. Lisäksi osastopäällikkö toivoi mallin asennettuna. Se olisi järjestettävissä, sillä voisin itse käydä asentamassa oven ja saisin siitä myös kokemusta itselleni, sillä en ole koskaan aikaisemmin kyseistä ovea asentanut. Teen hieman selvitystä aiheen suhteen. Selvitän esimerkiksi sen, että minkälainen kilpailutilanne kyseisessä kaupungissa on näiden tuotteiden suhteen ja mikä hintataso on. Päivä kokonaisuudessaan oli hyvä. Oli mukava käydä pitkästä ajasta kiviälässä ja sain lisää motivaatiota tästä mahdollisesti toteutuvasta autotallinovi projektista.

Perjantai 8.9.2017

Tänään aion jatkaa kilpailijaseuranta sovelluksen tuoteparitusten työstämistä. Lisäksi pyrin kirjoittamaan kipsilevy tuoteryhmän SEO-tekstiä eteenpäin.

Aloitin päivän kilpailijaseuranta sovelluksen parissa ja ehdin tehdä tuoteparituksia hyvän aikaa, kunnes törmäsin hieman kummallisiin hintatietoihin sovelluksessa. Tuotteiden hinnat oli ilmoitettu sellaisella tarkkuudella, ettei yksikään suomalainen vähittäiskauppaa harjoittava yritys myy tuotteitaan niin. Laitoin palvelun tekniseen tukeen viestiä kyseisestä kummallisuudesta ja pyysin heitä selvittämään, mistä nämä eriskummalliset hinnat johtuvat. Kyseisen palveluntarjoajan teknisen tuen vasteaika on ollut mielestäni erittäin hyvä ja vastaukset joita olen sieltä saanut, ovat olleet laadukkaita ja niistä on useimmiten ollut apua. Niin myös tälläkin kertaa. Sain vastaukseksi, että heidän sovelluksensa oli jostain syystä poiminut datan joukkoon arvonlisäverottomia hintoja, jonka takia hinnat olivat hieman kummallisia. He lupasivat korjata kyseisen asian välittömästi ja kertoivat, että väärin kerätty data muuttuu ajan mittaan oikeaan muotoon, eli verolliseksi.

Päivän toinen mielenkiintoinen sähköpostikeskustelu käytiin verkkokaupпамme hinnoitteluun liittyen. Meillä on tiedostettu ongelma, että verkkokaupassamme monella tuotteella on huomattavasti kalliimpi hinta kuin mitä kyseisen tuotteen kilpailukykyinen markkinahinta on. Tähän on yhtenä syynä se, että meillä on yrittäjiä ympäri suomen ja jotta jokainen heistä pystyy harjoittamaan yritystoimintaansa kannattavasti, me emme voi esittää verkossa sellaista hintaa joka olisi markkinan mukainen. Olemme yrittäneet keksiä ratkaisua tähän ongelmaan tuotelinjojemme ja verkkokaupan henkilöstön kesken, mutta tähän mennessä emme ole löytäneet mallia joka kelpaisi molemmille osapuolille. Välillä tuntuu siltä, että osapuolten näkemykset ovat niin kaukana toisistaan, ettei ratkaisua tulla koskaan löytämäänäkään. Toivottavasti sellainen kuitenkin löydettäisiin mahdollisimman nopeasti, koska tällä hetkellä meillä jää kauppoja paljon tekemättä sen takia, että olemme hinnallisesti niin paljon kilpailijoitamme kalliimpia.

Sain kirjoitettua kipsilevy SEO-tekstiä muutaman rivin, mutta en lähellekään niin paljon, kuin olisin toivonut.

Viikon 8 analysointi

Yritin koko viikon ajan kirjoittaa kipsilevyt tuoteryhmän SEO-tekstiä, mutta kyseinen teksti ei edennyt toivomallani tavalla. Loppujen lopuksi en saanut tekstiä aikaiseksi montaakaan riviä. Kyseinen tuoteryhmä on mielestäni melko haastava mielenkiintoisen ja houkuttelevan tekstin aihe. Samanlaisia ryhmiä on rakennustarvike tuotelinjalla useampia, mutta jotain tekstiä niistä kaikista pitäisi muodostaa. Toivottavasti keksin jonkin näkökulman josta näihin hankaliin ryhmiin saataisiin hyvät ja hakukone näkyvyyttä parantavat tekstit aikaiseksi.

Kävimme viikon aikana useamman kerran keskustelua verkkokaupamme hinnoittelun ongelmista, mutta niihin ei tunnu löytyvän kaikkia osapuolia miellyttävää ratkaisua. Hinnoittelu on yksi tärkeimmistä yrityksen liiketoiminnan kannattavuuteen vaikuttavista tekijöistä. Jokainen tuotteesta/palvelusta tienattu lisäeuro parantaa yrityksen kannattavuutta. Liian korkeaksi asetettu hinta voi aiheuttaa yksinkertaisesti sen, että tuote/palvelu ei myy, kun taas alihinnoittelu syö elintärkeät katteet ja johtaa huonoon kannattavuuteen, sekä markkinoiden nopeaan saturoitumiseen. On siis äärimmäisen tärkeää löytää korkein hinta minkä markkinat ovat valmiita maksamaan (Meriläinen 2018). Tällä hetkellä hintamme ovat liian kalliita kilpailijoihin verrattuna ja mielestäni kyseessä on yksi tärkeimmistä ratkaistavista ongelmista verkkokaupamme jatkon kannalta.

Sain myös viikon aikana uutta hyödyllistä tietoa Google Analyticsiin raporttien rakentamiseen liittyen. Kyseinen asia vaatii kuitenkin lisää perehtymistä ja omatoimista harjoittelua jotta saan raportoinnista parhaan mahdollisen hyödyn irti.

Suurin negatiivinen asia tällä viikolla oli verkkokaupan viikkopalaverin peruuntuminen, jälleen kerran. Olen useamman kerran sovittanut omaa aikatauluani kyseisten palaverien mukaan ja kun nämä palaverit on sitten peruttu, on myös oma aikatauluni mennyt uusiksi. Tällaiset toistuvat, omasta toiminnasta riippumattomat, aikataulumuutokset ovat harmillisia. Viikon tärkein aihe oli mielestäni hinnoitteluongelmat, mutta niiden ratkeaminen siirtyy hamaan tulevaisuuteen.

3.9 Seurantaviikko 9

Maanantai 11.9.2017

Tänään menen vierailulle myymälä J:n. Vien mennessäni mallikappaleen bitumikatelevystä ja kerron samalla tuotteesta sekä sen saatavuudesta kaupan henkilöstölle. Pääasiallinen syy käyntiini on yrittäjän tapaaminen. Yrittäjän kanssa minun on tarkoitus käydä läpi hänen toiveitaan minun suhteeni ja yleisesti kaupan asioita. Loppupäivän käytän sähköposteihin vastaamiseen ja mahdollisesti SEO-tekstien kirjoittamiseen.

Ajoin heti aamusta myymälä J:n. Tapasin siellä kaksi tuttua myyjää, joille esittelin bitumikatelevy uutuuden joka on tilattavissa yritys X:n keskusvarastolta. Kävin toisen myyjän kanssa läpi myös yritys X:n uutta ovikuvastoa ja siihen tulleita muutoksia, sekä uutuustuotteita joista heidän on hyvä olla tietoisia. Tämän jälkeen tapasin kyseisen kaupan yrittäjän. En ollut aikaisemmin tavannut häntä ja oli erittäin mukava vihdoin tavata ja päästä juttelemaan hänen toiveistaan ja odotuksistaan minun tekemistäni kohtaan. Ensimmäiseksi hän antoi minulle palautetta siitä, etten ollut sopinut tapaamista etukäteen, joten otan tästä

opikseni ja jatkossa sovin tapaamiset hyvissä ajoin etukäteen hänen kanssaan. Sain yrittäjältä selkeät toiveet siitä, kuinka usein hän haluaisi kanssani tavata ja mistä aiheista hän haluaa näillä tapaamisilla keskustella. Yksi tärkeimmistä asioista joita hän halusi käsitellä jokaisessa tapaamisessa, oli heidän myymälänsä valikoimantoteutus ja varsinkin kyseisen toteutuksen parantaminen. Valikoimantoteutus on yksi niistä mittareista joilla jokaisen yrittäjän tekemistä mitataan. Meillä on pian alkamassa uusi valikoimajakso ja lupasin yrittäjälle, että heti uuden valikoimajakson alussa tarkistamme heidän sen hetkisen valikoimantoteutuksensa ja lähdemme miettimään keinoja sen parantamiseksi.

Sain päivän aikana ensimmäisen reklamaation liittyen autotallin nosto-oviin. Selvitin tuotepäälliköltä, miten kyseisiä reklamaatioita on aikaisemmin hoidettu ja miten näissä ylipäättään tulee toimia. Sain selville yhteistyökumppani yrityksen jonka puoleen ohjasin asiakkaan kääntymään. Asiakas oli tyytyväinen nopeasti saamaansa apuun. Päivän parasta antia oli tapaaminen myymälä yrittäjän kanssa ja häneltä saamani tiedot. Jatkossa osaan auttaa heidän myymäläänsä paremmin ja juuri niissä asioissa joissa he apua kaipaavat.

Tiistai 12.9.2017

Tämän päivän kalenteri on täyttynyt erilaisista palavereista. Ensimmäisenä on palaveri liittyen verkkokaupan kampanjoihin ongelmiin ja kampanjaprosesseihin. Kyseinen palaveri on jatkoa aikaisemmin pidettyyn palaveriin, josta ei mielestäni ollut kyllä mitään hyötyä minulle. Minun täytyy vielä miettiä, osallistunko kyseiseen palaveriin vai teenkö jotain muuta sillä aikaa. Päivän toinen palaveri käsittelee verkkokaupan tunnistettua asiointia, eli käytännössä sellaisia vierailuja verkkosivuillamme joissa asiakas on ollut meidän kanta-asiakkaamme ja hän on sen ilmoittanut tehdessään ostoksia. Palaverissa käymme ilmeisesti läpi tämän datan hyödyntämistä eri yhteyksissä. Päivän kolmas palaveri on verkkokaupan SEO-kuukausipalaveri, jossa kuulemma jälleen miten Google näkyvyytemme on kehittynyt viimeisen kuukauden aikana ja mitä jatkokehitys toimenpiteitä meidän tulisi tehdä. Päivän neljäs ja viimeinen palaveri liittyy Google Analytics raportointiin ja on jatkoa jo aikaisemmin pitämillemme palavereille. Tarkoitus on oppia lisää Google Analyticsin käytöstä ja raporttien luomisesta.

Päivän ensimmäinen palaveri olisi tosiaankin käsitellyt verkkokaupan kampanjoita, kampanjaprosesseja sekä niissä esiintyviä ongelmia. Olin jo edellisessä samaa asiaa käsittelevässä palaverissa sitä mieltä, että kyseinen aihe ei koskettanut minua ja palaverista ei ollut itselleni mitään hyötyä, joten päätin jättää tämän päiväisen palaverin väliin. Lisäksi paikallaoloni ei edelliselläkään kerralla tuottanut muille palaveriin osallistujille mitään lisäarvoa, joten tuskin sitä olisin tälläkään kertaa pystynyt tuottamaan. Käytin kyseisen ajan kilpailijaseuranta sovelluksen kanssa työskentelyyn. Päivän toisessa palaverissa saimme

kuulla, miten laajalti tunnistamme verkkokaupassamme asioivia asiakkaita, eli kuinka moni asiakkaista käyttää kanta-asiakaskorttiaan meillä asioidessaan. Lisäksi pohdimme mahdollisia vaihtoehtoja tämän tiedon hyödyntämiseksi verkkokauppa tekemisessämme. Voimme esimerkiksi kohdentaa mainontaa näille asiakkaille heitä kiinnostaneista aiheista tai tuotteista. Lisäksi pystymme jollain tasolla seuraamaan sitä, onko verkkokauppa asiointi johtanut myöhemmin ostoksiin meidän kivijalka myymälässämme.

SEO-kuukausipalaverissa kävimme totutusti läpi meidän google sijoituksiamme ja mahdollisia kehityskohteita. Oman tuotelinjani osalta olin saanut jonkin verran positiivista kehitystä Google näkyvyyteemme. Positiivinen kehitys on hyvä asia, sillä en ole ehtinyt monen tuoteryhmän SEO optimointia tehdä, mutta ne muutokset joita olen tehnyt, näkyi tämän kuun tuloksissa. Päivän viimeisessä palaverissa saimme opetusta Google Analyticsin käytöstä ja opimme uusia tapoja esimerkiksi raporttipohjien rakentamiseen ja haluttujen tietojen suodattamiseen Analyticsin datamassasta. Päivä oli melko puuduttava. Monessa palaverissa istuminen on todella väsyttävää, sillä usein uutta tietoa tulee todella paljon ja kokoajan pitää olla valppaana, jotta palaverista saa kaiken mahdollisen irti. Päivä meni kuitenkin mukavasti ja sain paljon uutta ajateltavaa.

Keskiviikko 13.9.2017

Tänään ohjelmassa on myynnintuki yksikön ensimmäinen yhteinen kenttäpalaveri. Paikalla on kaikki valikoimaneuvojat sekä tuotelinjojen myyntipäälliköt sekä myymälöiden ketjuohjauksen henkilöstöä. Päivän agenda sisältää runsaasti aiheita. Käymme läpi tavara-kaupan strategian ja yhteiset tavoitteet, myymälä ketjun kannattavuutta ja toiminnallisia muutoksia, valikoimatyön periaatteita ja kehitystä, markkinanäkymät vuodelle 2018 ja asiakaskokemukset sekä myymälä konseptin ja sen kehitystä. Lisäksi teemme ryhmätyön aiheesta asiakaskokemuksen parantaminen kivijalka myymälöissä.

Saavuin kenttäpalaveriin hyvissä ajoin ja ehdin vaihtamaan kuulumiset valikoimaneuvoja kollegoiden kanssa ennen palaverin alkua. Päivän kantava teema oli vahvasti uudistuneen ketjun tulevaisuuden näkymissä sekä uudistuneen ketjun asiakaskokemuksen parantamisessa. Kävimme päivän eri esitelmien aikana läpi sitä, miltä mennyt vuosi on kaukallisesti näyttänyt ja mitä tuleva vuosi oletettavasti tuo tullessaan. Saimme tietoa siitä mihin suuntaan uutta myymälä konseptia ollaan kehittämässä ja minkälaisia haasteita tulevaisuudessa on odotettavissa ja kuinka meidän tulee niihin valmistautua. Teimme päivän aikana ryhmätyön myymälöiden asiakaskokemuksen parantamiseen liittyen ja kävimme myös päivän aikana läpi dataa siitä, miten nykyinen myymälä konsepti koetaan asiakkaan näkökulmasta. Osallistujat jaettiin ryhmätyötä varten pienryhmiin ja jokaiselle ryhmälle annettiin aihe jota käsitellä. Meidän ryhmämme aihe oli myymälöiden myymälämarkkinointi

ja esillepanot ja nimenomaan asiakaskokemuksen näkökulmasta lähestyttynä. Pyöritimme aihetta ryhmämme sisällä ja tulimme siihen tulokseen, että meidän tulee yritys X:ssä tehdä selkeämpiä ohjeistuksia myymälämarkkinointiin ja esillepanoihin liittyen. Tällä hetkellä myymälät toteuttavat kyseisiä toimia omien mieltymystensä mukaan. Saimme kuitenkin myöhemmin saman päivän aikana kuulla, että yritys X:llä on tällaisia ohjeistuksia vaikka kuinka paljon. Näitä ohjeistuksia on tuottanut ketjukonseptistamme vastaava työryhmä. Tämän tiedon saatuamme ryhmämme totesi, että kyseiset ohjeistukset tulee ottaa paremmin käyttöön ja tieto tulee saattaa kaikkien saataville. Ensimmäinen päivä kenttäpalaverista oli aikataulultaan erittäin kiireinen ja asiaa oli paljon. Yhteisten toimintalinjojen asettaminen oli erittäin hyvä asia ja jatkossa tulemme varmasti toimimaan yhtenäisenä joukkona.

Torstai 14.9.2017

Tänään on vuorossa kenttäpalaverin toinen päivä. Päivän agenda koostuu kahdesta aiheesta. Ensimmäisenä meille koulutetaan, kauppojemme portaittain käyttöönottama, uusi kassa- ja myyntityön käyttöjärjestelmä. Päivän toinen aihe käsittelee valikoimatyön työkaluja, eli minkälaisia välineitä meillä ja myymälöillä on myymälöiden ketjuvalikoimien hallintaan ja päivittämiseen. Lisäksi tarkoitus on päättää yhdessä siitä, miten usein ja millä kokoonpanoilla järjestämme jatkossa kyseisenlaisia palavereita.

Toisen päivän ensimmäinen koulutus liittyen uuteen käyttöjärjestelmään, oli erittäin hyödyllinen ja suurimmalle osalle paikallaolijoista varmasti täysin uutta tietoa. Itsekään en ole koskaan aikaisemmin saanut tämän tasoista koulutusta kyseiseen järjestelmään liittyen. Aikaisemmassa työsuhteessani käytin kaupoissamme käytössä ollutta ns. vanhaa järjestelmää ja uusi järjestelmä poikkeaa vanhasta, kuin yö päivästä. Kävimme koulutuksen aikana läpi järjestelmän perustoiminnot, joiden avulla myyjät suorittavat eri tehtäviä myymälässä. Uusi järjestelmä on nykyaikainen ja uusien työntekijöiden on varmasti helpompi oppia sen käyttö, kuin vanhan järjestelmän. Toisaalta vanhan työntekijän joka on käyttänyt aikaisempaa järjestelmää kymmeniä vuosia, on varmasti vaikeaa omaksua uuden järjestelmän ominaisuuksia. Omasta mielestäni uusi järjestelmä on todella suuri askel nyky aikaan. Vanha järjestelmä oli mielestäni todella kömpelö ja aikansa elänyt. Nyt meidän jokaisen koulutuksen saaneen tulee käydä jossakin myymälässä testaamassa uutta järjestelmää käytännössä, jotta saamme hieman kokemusta sen käytöstä ja pystymme sitä kautta paremmin ymmärtämään myymälässä vastaan tulevia ongelmia ja ohjeistamaan heitä järjestelmän käytössä.

Päivän toinen koulutusosio käsitteli valikoimatyön työkaluja ja tarkemmin sanottuna valikoiman toteutusraporttia, jonka saamme joka kuukauden alussa. Kyseinen raportti antaa

meille tiedon siitä, miten hyvin kukin kauppa noudattaa heidän myymälälleen määriteltyä valikoimaa. Valikoima määritellään yritys X:n toimiala A:n tuotelinjoilla. Valikoimajaksoja on vuodessa kaksi ja valikoiman toteutusta seurataan kuukausittaisella raportilla. Yrittäjät ovat kiinnostuneita kehittämään oman myymälänsä valikoimatoteutusta ja heille on siitä myös taloudellista hyötyä. Meidän valikoimaneuvojien tehtävä on seurata kyseisten raporttien lukuja ja omien tuotelinjojemme osalta pyrkiä kehittämään myymälähenkilökunnan kanssa yhdessä kaupan valikoimatoteutusta. Yksi tärkeä toimenpide joka ainakin itseltäni tahtoo unohtua kyseisen raportin osalta, on esitellä myymälälle lista tuotteista, jotka ovat poistuneet valikoimista, mutta niitä kaupassa edelleen on myynnissä. Nämä tuotteet saattavat roikkua pahimmassa tapauksessa vuodesta toiseen myymälän valikoimissa ja myyjät ihmettelevät miksi tuotteita ei saa tilattua lisää.

Päivän ensimmäinen koulutus oli erittäin hyödyllinen, varsinkin kun koulutuksen yleisössä oli henkilöitä jotka olivat aloittaneet työskentelyn yritys X:ssä vasta muutamia kuukausia sitten ja heillä ole vielä tarkkaa kuvaa yritys X:n toimintamalleista ja järjestelmistä. Itsellenikin kyseinen koulutus oli erittäin hyödyllinen ja opin monia uusia asioita, joita minun pitää mahdollisimman nopeasti päästä kokeilemaan käytännössä. Näin toimimalla saan myös konkreettista kokemusta uuden järjestelmän käytöstä.

Perjantai 15.9.2017

Tänään olen menossa myymälä I:n, jossa olen sopinut esitteleväni yritys X:n valikoimissa olevia autotallin nosto-ovia. Kyseessä on joka syksyinen tapahtuma ja neljän päivän aikana myymälässä on tavattavissa eri yrityksiä edustajia ja tarjolla on paljon hyviä tuote tarjouksia. Olen sopinut olevani paikalla kello 10–16, joten päivästä on tulossa pitkä, sillä matka kotoa myymälä I:n kestää 2,5 tuntia.

Saavuini myymälälle noin puolituntia ennen tapahtuman alkua, joten minulle jäin hyvin aikaa kantaa mukaani ottamat materiaalit kauppaan ja laittaa ne esille omalle pisteelleni. Tapahtuman alku oli melko rauhallinen ja asiakkaita ei ollut ruuhkaksi asti. Tähän saattoi vaikuttaa melko runsas vesisade joka jatkui muutaman ensimmäisen tunnin ajan. Ehdin tämän hiljaisen hetken aikana kiertää myymälässä ja keskustella muiden edustajien kanssa ja vaihtaa tutuimpien kanssa kuulumiset. Huomasin myös, että kaupan julkaisemassa ilmoituksessa oli kerrottu, että olen esittelemässä yritys X:n ulko- ja sisäovia, joka ei kuulunut alkuperäiseen suunnitelmaan, mutta kyllä siitäkin selvittää. Minulla ei vain ollut kyseisistä tuotteista oikeastaan mitään materiaalia mukana. Päivän edetessä sade lakkasi ja asiakkaita tuli enemmän kuin mitä aamupäivä lupasi. Tein päivän aikana muuttaman tarjouksen autotallin nosto-ovista ja yhden asiakkaan kanssa keskustelin pidempään mainoksessa tarjotusta autotallin ovesta. Lisäksi sain useampaan otteeseen keskustella

yritys X:n maahantuomista kamiinoista, vaikka kyseinen tuotealue ei nykyään minun vastualueelleni kuulukaan. Tein kaupat yhdestä ulko-ovesta, mutta kertoessani asiakkaalle hintaa, unohdin laskea hintaan mukaan rahtikulut. Onneksi kaupan henkilökunta oli ammattitaitoisia ja totesi, että kyseinen virhe ei muodosta ongelmaa, vaan he tilaavat oven jonkin varastokuorman yhteyteen, jolloin asiakkaalle ei tule rahtikuluja. Pahoittelin virhetäni asiakkaalle, sekä myymälän henkilökunnalle. Tästä täytyy ottaa opiksi. Päivä oli loppujen lopuksi antoisa ja sain tehtyä muutamia tarjouksia, jotka saattavat johtaa kauppoihin myöhemmin. Oli myös mukava käydä kyseisessä myymälässä pitkästä ajasta ja nähdä myymälän tämän hetkinen tilanne.

Viikon 9 analysointi

Viikon parasta antia oli kenttäpalaveri, johon pääsin ensimmäistä kertaa osallistumaan. Kenttäpalaverissa käsitellyt aiheet olivat mielenkiintoisia ja varsinkin kauppojen uuteen kassajärjestelmään liittynyt koulutus oli erittäin tervetullut ja tarpeellinen. Sain kyseisestä koulutuksesta paljon uutta tietoa kyseiseen järjestelmään liittyen, mutta nyt tietoa pitäisi päästä soveltamaan käytännössä, jotta opit eivät pääse unohtumaan. Ensimmäisen kenttäpalaverini perusteella olen sitä mieltä, että kyseiset palaverit ovat erittäin hyviä tilaisuuksia päästä tapaamaan kollegoita ja vaihtaa heidän kanssaan kokemuksia kentältä. Tapahtuma päivä myymälä I:ssä muodostui sisällöltään hieman erilaiseksi kuin mihin olin varautunut ja mitä odotin, mutta hyvin siitä silti selvisin. Odotin, että asiakkaita olisi ollut enemmän. Pieneen asiakasmäärään saattoi vaikuttaa huono sää. Olen nyt ollut useammassa tapahtuma päivässä mukana ja olen keskustellut vanhempien kollegoideni kanssa heidän kokemuksistaan tapahtuma päivistä. Minulle on muodostunut sellainen mielikuva, että kyseiset tapahtumat ovat ennen olleet toimivampia, mutta nykypäivänä ne ovat menettäneet merkitystään. Minun täytyykin jatkossa arvioida, onko minun kannattavaa osallistua kyseisiin tapahtumiin. Mielestäni osallistuminen on turhaa jos en saa kuuden tunnin aikana kuin yhden tai kaksi asiakas kontaktia.

Alkuviikon tapaaminen myymälä J:n yrittäjän kanssa oli erittäin antoisa ja sain selkeän kuvan siitä mitä kyseinen yrittäjä minulta odottaa. Jos jokainen yrittäjä osaisi antaa yhtä selkeät suuntaviivat yhteistyöllemme, olisi minun työskentelyni kauppojen kanssa huomattavasti helpompaa.

3.10 Seurantaviikko 10

Maanantai 18.9.2017

Tänään täydennän eCommerce Specialisti-kollegani pyynnöstä Excel-taulukon, josta löytyy kaikkien tuotepäällikköiden nimet ja heidän tuotevastualueensa. Minun tulee täydentää

kyseiseen Exceliin tieto siitä, keiden tuotepäälliköiden vastinpari minä olen. Päivän toisena tehtävänä on rakentaa data-analytikkomme kanssa, tuotelinjakohtaiset, Google Analytics raportit valmiiksi.

Aloitin päivän täydentämällä puuttuvia vastinpari tietoja. Suurin osa vastaavuuksista oli jo valmiiksi täydennettynä Excelissä, mutta joidenkin tuotepäälliköiden osalta vastaavuus jostain syystä oli jäänyt puuttumaan. Kyseinen tehtävä oli nopeasti hoidettu. Excelistä on hyötyä esimerkiksi meidän asiakaspalvelullemme, jotta he osaavat välittää heille tulevat kysymykset oikealle eCommerce Specialistille. Seuraavana kalenterissa oli Google-Analytics raporttien valmiiksi saattaminen. Kävimme analytikkomme kanssa läpi tuoteryhmiä, joita ei ollut vielä liitetty mihinkään tuotelinjaan raportoinnissa. Lisäksi kerroimme havaintojamme virheellisesti liitetystä tuoteryhmistä. Verkkokaupamme tuoteryhmä rakenne on sen verran monimutkainen, että raporttien rakentaminen ei ole maailman helpoin projekti kaikkien tuotelinjojen osalta. Itselläni on erittäin hyvä käsitys oman tuotelinjani tuoteryhmistä, joten omalta osaltani tuoteryhmien liittäminen ja virheiden korjaaminen oli suhteellisen helppoa. Tätä tekemistä helpotti suuresti se, että olen aikaisemmin työskennellyt myymälässä kyseisellä tuotelinjalla. Lisäksi tämän hetkinen työni valikoimaneuvojana tukee tällaista tekemistä.

Edellisen palaverin aikana olin saanut verkkokaupan asiakaspalvelusta viestin, jossa asiakas tiedusteli antamiensa mittojen mukaista ja laadukasta taiteovea. Kerroin asiakaspalvelun työntekijälle meidän valikoimissamme olevista vaihtoehtoista, sekä mistä niitä on mahdollista ostaa. Lisäksi asiakkaan mainitsema oven koko, oli sen verran leveä, että tarjosin varsinaisen oven lisäksi niin sanottuja jatkokappaleita, joilla oven leveyttä voidaan kasvattaa asiakkaan toivomaan mittaan. Ohjeistin myös lisäosien asentamisessa, jotta asiakas saisi mahdollisimman tarkat tiedot projektissa onnistuakseen.

Tiistai 19.9.2017

Tänään käyn tutkimassa konttorimme arkistoja, koska tuotepäällikkö oli saanut varaosatilauksen yli kuusi vuotta sitten myymäämme autotallin nosto-oveen liittyen. Lisäksi valmistelemme verkkokauppa tiimimme kanssa tulevien eCom-infojen esitysmateriaaleja. Kivijalkamyymälästämme oli tullut palaute, että verkkokaupassa olevalla tuotteella on täysin väärä tuotokuva, joten käyn tarkistamassa asian ja teen tarvittavat korjaukset.

Aamuni alkoi todella ikävissä merkeissä, sillä kolaroin autoni matkalla töihin. Ensimmäiset työtunnit kuluivatkin vahinkoilmoituksen täytössä ja muissa asiaan liittyvissä askareissa. Lisäksi kyseisellä asialla oli jonkin verran vaikutusta työmotivaatioon.

Konttorillamme on varastoitu joitakin varaosia myymiimme autotallioviin liittyen ja varaosia on jäänyt varastoihin myös jo myynnistä poistuneisiin tuotteisiin. Tuotepäällikön ohjeistuksen mukaisesti lähdin tutkimaan näitä varaosa varastoja, jotta saisimme asiakkaan jo myynnistä poistuneen tuotteen rikkoutuneet osat korvattua uusilla. Kyseisen oven maahantuonti oli lopetettu jo aikaa sitten ja nykyisin varaosia on saatavilla ainoastaan Yhdysvalloista tilaamalla. Valitettavasti meidänkään arkistoistamme ei löytynyt asiakkaan kaipaamia varaosia, joten emme siis pystyneet auttamaan asiakasta. Varaosia varastoimalla olemme pyrkineet varmistamaan asiakastyytyväisyyden tällaisissa vaurio tapauksissa, mutta nämä vanhemmat ovet tuottavat joskus harmaita hiuksia niin meille kuin asiakkaallemkin.

Kivijalkamyymälästä tullut palaute liittyen virheelliseen tuotekuvaan, oli suhteellisen helppo tehtävä ratkaistavaksi. Myymälästä olin saanut tuotteen tuotenumeron ja kun tarkistin meidän sähköisestä tuoteluettelostamme kyseisen tuotteen tiedot, näin heti, että tuotteella tosiaankin oli aivan väärä tuotokuva. Pyysin tuotetieto tiimiämme korvaamaan väärän kuvan oikealla kuvalla mahdollisimman pian. Yleensä nämä muutokset saadaan voimaan seuraavaksi päiväksi.

Päivän ainoassa palaverissa työstimme verkkokauppa tiimimme kanssa tulevien eCom- infojen materiaalia. Verkkokauppapäällikkö esitteli meille eCommerce Specialisteille materiaalin, jonka oli ajatellut esittää jokaiselle tuotelinjalle heidän omissa infoissaan. Lisäksi meidän eCommerce Specialistien tulee tuottaa omaa tuotelinjaamme koskevaa materiaalia kyseisiin palavereihin. Meidän tuottamastamme materiaalista tulee käydä ilmi esimerkiksi tuotelinjamme myyntilukuja, asiakasmääriä ja konversioprosentteja, joka kertoo sen, kuinka moni sivustolla vierailleista asiakkaista on ostanut vierailunsa aikana. Kaiken kaikkiaan materiaalia tulee olemaan todella paljon ja infolle varattu aika ei välttämättä tule riittämään koko materiaalin tarkkaan läpikäymiseen. Info on kuitenkin varmasti tarpeellinen, sillä siinä tuotelinjan henkilöstöllä on mahdollisuus esittää kysymyksiä ja toiveita verkkokauppa tekemiseen liittyen. Oman tuotelinjani osalta uskon, että palautetta tulee varmasti paljon ja se ei kaikki välttämättä ole niin positiivista.

Keskiviikko 20.9.2017

Myymälä E oli myynyt asiakkaalle ullakkoportaatin ja nyt asiakas kaipaa käyttöohjetta sekä tuotekorttia. Etsin ja toimitan heille sellaiset. Myymälä I oli laittanut autotallinnosto-ovi tarjouspyynnön, joten vastaan siihen. Teen myös kilpailijaseuranta sovellukseen liittyen virhekorjauspyynnön.

Myymälä E:n asiakas oli ilmeisesti onnistunut hävittämään ullakkoportaatin mukana tulleen käyttöohjeen ja oli nyt aloittanut kyseisen tuotteen asennuksen ja kaipasi käyttöohjetta,

jotta porras tulisi asennettua oikein paikalleen. Kaupalla olisi ollut mahdollisuus itsekin etsiä kyseinen dokumentti heidän käytössään olevasta intranetistä, mutta kävin nyt heidän puolestaan kyseisen dokumentin etsimässä ja lähetin sen sähköpostilla kauppaan. Etsin myös samalla kyseisen tuotteen tuotekortin ja laitoin myös sen kaupalle tiedoksi. Olen todennut tässä lyhyen urani aikana yritys X:ssä, että kaupparamme osaaminen heidän oman intranettinsä suhteen on todella vaihtelevaa. Toisissa kaupoissa sitä osataan käyttää hyvin, mutta toisissa sen käyttö on todella huonoa. Monilta kyselyiltä säästyttäisiin, kun kaupat viitsisivät itse katsoa intranetistä kyselemänsä tiedot.

Seuraavaksi aloitin autotallinovi tarjouksen tekemisen. Huomasin kuitenkin heti, että kyseinen tarjouspyyntö koski teollisuuden käyttöön tarkoitettua suurempaa nosto-ovea, joita me yritys X:ssä emme valitettavasti myy. Ohjasinkin myymälän olemaan yhteydessä maahantuojaan joka myy saman merkin teollisuus käyttöön tarkoitettuja ovia.

Kilpailijaseuranta sovelluksessa törmäsin virhetilanteeseen tuoteparituksia tehdessäni ja laitoin siitä korjauspyynnön sovelluksen toimittajalle. He eivät pystyneet toistamaan kohtaamaani virhettä, mutta he antoivat minulle ohjeet jolla minun pitäisi pystyä korjaamaan tapahtunut virhe. He myös kertoivat, että he tulevat tekemään seuraavan kahden viikon aikana päivityksen joka tulee muuttamaan sovellusta niin, ettei kyseisenlainen virhe ole enää jatkossa mahdollinen.

Torstai 21.9.2017

Sain edellisenä päivänä verkkokaupparamme asiakaspalvelusta viestin, jossa asiakas oli antanut palautetta verkkokaupassamme ilmoitetuista tuotetiedoista ja tuotteesta joka hänelle oli toimitettu. Tuotetiedot ja todellisuus eivät kohdanneet asiakkaan mielestä. Lisäksi palaute paljasti virheen verkkokaupparamme logistiikassa jota pyrin tänään selvittämään. Vastaan myös asiakaspalvelun lähettämään palautteeseen kyseiseen tapaukseen liittyen. Aamupäivällä meille eCommerce Specialisteille on järjestetty Skype-koulutus liittyen kilpailijaseuranta sovelluksen tuoteparitusten tekemiseen. Kyseinen koulutus kestää noin kaksi tuntia.

Aamupäivän kilpailijaseuranta koulutus oli erittäin hyödyllinen. Saimme aamupäivän aikana kerrottua palveluntarjoajalle kokemuksiamme tuoteparitusten tekemisestä, sekä esitimme toiveitamme palvelun jatkokehityksen suhteen. Palveluntarjoajalla oli myös kerrottavana uusia ominaisuuksia jotka tulevat helpottamaan ja nopeuttamaan tuoteparitusten tekemistä tulevaisuudessa. Yksi parhaista uusista ominaisuuksista liittyi kerätyn datan esittämiseen. Jatkossa pystymme tuomaan kerätyn datan joko Excelliin tarkasteltavaksi tai pystymme myös tuottamaan valmiin graafisen kuvaajan. Kyseisen kuvaajan ainoa on-

gelma on siinä, että se saadaan järjestelmästä ulos vain kuvan muodossa, joten sen esittäminen on suhteellisen vaivalloista. Kuvaaja olisi paremmin hyödynnettävissä jos se saataisiin ulos esimerkiksi Excelissä esitettävänä grafiikkana.

Verkkokaupan asiakaspalvelusta tullut palaute paljasti virheen verkkokaupan logistiikassa ja lähdin selvittämään kyseistä asiaa logistiikasta vastaavan henkilön kanssa. Kyseinen ongelma oli seuraava. Verkkokaupassamme on myynnissä metreittäin myytäviä puutavaroita ja kyseiset tuotteet ovat fyysisiltä mitoiltaan sen verran pitkiä, että nykyisillä rahtisopimuksillamme kyseisten tavaroiden ei pitäisi liikkua kaupasta asiakkaan luokse. Nyt jostakin kumman syystä asiakas oli kuitenkin onnistunut tilaamaan sellaisen tuotteen kotiin kuljetettuna ja kuljetusliike oli jopa tuotteen toimittanutkin asiakkaalle. SAP-järjestelmässämme kyseisen tuotteen rahtitoimitus oli nimenomaan kielletty, mutta jostain syystä tilaus oli silti onnistunut. Logistiikasta vastaava henkilö ei osannut antaa vastausta miten kyseinen on päässyt tapahtumaan, mutta hän laittoi kyseisen virhetilanteen jatko selvitykseen järjestelmä toimittajalle.

Samaiseen puutavara tilaukseen liittynyt asiakaspalaute koski tuotteen mittatietoja. Kyseessä oli siis metreittäin myytävä tavara, mutta verkossa tuotteen pakkauksen mitoiksi ilmoitetaan hieman harhaanjohtavasti yksi metri. Asiakas oli siis kuvitellut tilaavansa viisi kappaletta metrin mittaisia puupalikoita, mutta hänelle olikin toimitettu viiden metrin mittainen puuparru, vaikka tosiaan kyseisen mittaisten tuotteiden rahtitoimitukset eivät pitäisi olla mahdollisia. Kyseisen tuotteen tuotetiedoissa kuitenkin mainitaan, että kyseisenlaisten tuotteiden mitat saattavat vaihdella ja mitat tulee aina tarkistaa kivijalka myymälästä. Tämän saman tiedon kerroin myös verkkokaupan asiakaspalveluun ja kerroin myös, että kyseisen mittaisten tuotteiden ei tosiaan pitäisi edes kulkea asiakkaalle. Kerroin, että asia on selvityksessä ja kyseiseen virheeseen tullaan tekemään korjaus.

Perjantai 22.9.2017

Tämä päivä on tarkoitus käyttää pitkälti tuoteparitusten tekemiseen kilpailijaseuranta sovelluksessa. Tavoitteena on saada tehtyä niitä mahdollisimman paljon lisää, jotta saamme tuoteseurannasta entistä kattavamman. Edellisenä iltana olin saanut sähköpostiini myös yhden autotallinovi tarjouspyynnön johon aion vastata tämän päivän aikana.

Ryhdyin heti aamusta tekemään tuoteparituksia. Vastaavuuksien löytäminen kilpailijoiden tuotteista ei kaikkien tuotteiden osalta ole helppoa. Monissa tuotteissa ominaisuudet eivät kaikilta osin täsmää omiin tuotteisiimme, jolloin niiden vertaaminen toisiinsa ei ole järkevää. Varsinkin sellaiset tuotteet jotka ovat meidän omia tuotemerkkejämme, aiheuttavat haasteita. Monesti oman merkin tuotteet ovat ominaisuuksiltaan sellaisia, että täsmälleen

samanlaista tuotetta ei kilpailijoilta löydy. Sain kuitenkin päivän aikana runsaasti tuoteparituksia tehtyä ja edistin omalta osaltani kilpailijaseuranta. Olin saanut edellisenä iltana tarjouspyynnön autotallinovesta, joten vastasin kyseiseen pyyntöön tarjouksella. Ovi oli muuten melko vakiomallia, mutta asiakas toivoi oven erikoisvärissä joka nostaa oven hintaa jonkin verran. Lisäksi asiakas halusi nosto-oven viereen erillisen käyntioven, joka noudattaa samaa ulkoasua kuin varsinainen nosto-ovi. Sain molemmille oville laskettua hinnat ja toimitin tarjouksen sähköpostilla myymälään, jonka jälkeen he pääsevät tarjoamaan tuotteet asiakkaalle.

Viikon 10 analysointi

Viikon tärkeimpiä tapahtumia olivat tulevien eCom-infojen materiaalin työstäminen ja lisäksi tieto siitä minkälaista dataa meidän eCommerce Specialistien odotetaan tuottavan kyseisiin infoihin. Sain myös tehtyä tuoteparituksia ja saimme myös kollegoideni kanssa annettua kehitysehdotuksia kyseiseen sovellukseen liittyen. Sovelluksen uusi raportointi ominaisuus oli myös tervetullut kehitys joka parantaa huomattavasti materiaalin hyödyntämistä päivittäisessä työskentelyssä. Verkkokaupan logistiikasta paljastunut virhe oli erittäin erikoinen ja vaatii pikaista selvitystä. Olisi todella hienoa jos pystyisimme toimittamaan asiakkaille kaikkia tuotteita joita meillä on verkkokaupassamme myynnissä, mutta käytännössä tällä hetkellä se ei ole mahdollista. Verkkokaupalle ei riitä, että tuotteet ovat kaupassa näkyvillä ja ostettavissa, vaan ne pitää myös toimittaa asiakkaalle nopeasti, luotettavasti ja kustannustehokkaasti. Vähäistä myyntiä voidaan tehdä ilman sen kummempaa suunnittelua, mutta aktiivisemmän myynnin kohdalla pitää kehittää ketterät ja toimivat rutiinit tuotevirran toimitusten hallintaan. Verkkokaupassa tarjotuilla toimitustavoilla on vaikutuksensa myös myyntiin ja potentiaalisten asiakkaiden konversioon. Jos kaupassa ei ole tarjolla asiakkaan näkökulmasta parasta mahdollista toimitustapaa, moni asiakas jättää yksinkertaisesti tilaamatta (Anders Innovations Oy 2015). Viikko oli kaiken kaikkiaan töiden valossa positiivinen ja sain hoidettua monia asioita. Töiden ulkopuolisten asioiden valossa viikko oli todella musta, koska alkuvuikosta kolaroin autoni työmatkalla.

3.11 Seurantaviikko 11

Maanantai 25.9.2017

Tänään minulla on ensimmäinen kehityskeskusteluni yritys X:ssä. Olemme sopineet esimieheni kanssa kehityskeskustelun iltapäivän puolelle. Aamupäivän aikana käyn läpi, esimieheni minulle toimittamat, kehityskeskustelussa käsiteltävät materiaalit ja pohdin jo valmiiksi niissä mainittuja aiheita. Mietin myös valmiiksi vastauksiani, jotta kehityskeskustelu

etenisi sujuvasti. Päivän toinen tärkeä tehtävä on työstää omaa esitystäni varten tarvittava materiaali mahdollisimman valmiiksi.

Aloitin aamuni tulostamalla kehityskeskustelun materiaalit ja ryhdyin pohtimaan vastausiani materiaalissa esitettyihin kysymyksiin. Materiaali sisälsi kaksi erillistä kaavaketta. Toisessa arvioitiin vuoden 2016 tavoitteiden saavuttamista ja toisessa kaavakkeessa pohdittiin kehityskohteita ja tavoitteita tulevaisuutta silmälläpitäen. Lisäksi jälkimmäisessä kaavakkeessa arvioitiin omaa kompetenssiani nykyisessä työtehtävässä. Suurin osa arvioinneista tehtiin numeerisena ja tein itselleni muistiinpanot siitä, millä tasolla mielestäni olen milläkin arvioidulla osa-alueella. Työstin aamupäivän aikana myös eCom-info materiaalia. Poimin Google Analyticsista tietoa tuotelinjamme haetuimmista termeistä, ostetuimmista tuotteista ja vierailuimmista sivuista verkkokaupassamme

Tiistai 26.9.2017

Tänään aamulla kerään viimeiset verkkokaupan avainluvut iltapäivällä järjestettävään eCom-infoon liittyen. Iltapäivällä vuorossa on varsinainen eCom-info, jossa kerromme siis rakennustarvike ja puutavara tuotelinjalle eCom toimintatavoista, tehtävistä, työnalla olevista kehityskohteista sekä verkkokaupan avainlukuja. Lisäksi pyydän kilpailijaseuranta sovelluksen toimittajaa tutkimaan erästä huomaamaani virhetilannetta heidän järjestelmässään. Sovellukseen kerääntyy jostain syystä virheellistä dataa ja kyseinen ongelma vaikuttaa oleellisesti sovelluksen käyttöön. Laitan myös noin 20 tuotetta postitoimituskieltoon joka käytännössä tarkoittaa sitä, että kyseisten tuotteiden ostaminen verkkokaupasta kotiin toimitettuna estyy.

Sain aamulla koostettua oman osuuteni eCom-infon esityksestä. Sisällytin esitykseen tärkeimpiä avainlukuja, kuten käyntien määrä, selattujen sivujen määrä per käynti, konversio prosentti, sekä myynti kuluneella kaudella. Toimitin oman osuuteni esityksestä verkkokauppapäällikölle, jonka kanssa pidämme myöhemmin kyseisen infon, ja hän koosti molempien materiaaleista yhden yhtenäisen esityksen. Itse esitys meni kohtuullisesti. Meille oli pyydetty esiintymisaikaa noin kaksi tuntia, mutta edellisten aiheiden venymisen takia meille jäi vain noin puolitoista tuntia aikaa. Oma osuuteni esityksestä oli suhteellisen lyhyt, mutta verkkokauppapäällikön materiaalista olisi riittänyt vaikka kolmen tunnin esitykseen. Jouduimme siis käymään todella rivakassa tahdissa läpi materiaalia ja osittain jopa jättämään välistä sellaisia osioita joita emme kokeneet niin tärkeiksi. Esityksen aikana saimme myös runsaasti kommentteja ja palautetta aiheeseen liittyen, jonka olin kyllä jo etukäteen aavistanutkin. Tuotelinjallamme on ollut paljon rakentavaa palautetta liittyen verkkokaupan ilmeeseen ja toimintaan. Verkkokauppapäällikölle kyseinen palaute tuli ehkä hieman yllätyksenä tai ainakin palautteen sävy saattoi olla hieman negatiivisempi kuin mitä hän olisi

odottanut. Kaiken kaikkiaan esitys oli kuitenkin onnistunut ja niin esittäjät kuin yleisökin saivat varmasti paljon uutta informaatiota.

Infon jälkeen laitoin selvityspyynnön sähköpostitse kilpailijaseuranta sovellukseen liittyen. Kävimme toimittajan kanssa iltapäivän aikana keskustelua virheen syistä ja virheelle tehtävistä toimenpiteistä, sekä niiden vaikutuksista sovelluksen käyttämiseen. Sovelluksen toimittaja oli tyytyväinen siihen, että olemme aktiivisesti antaneet palautetta jos olemme huomanneet jonkin epäkohdan, sillä se auttaa heitä kehittämään ja parantamaan sovelluksensa toimintaa.

Lisäksi lähetin tuotetietojen hallintaamme toimeksiannon postitoimituskieltoon asetettavista tuotteista ja he kuittasivatkin hetken kuluttua tehneensä kyseisen toimenpiteen.

Keskiviikko 27.9.2017

Tänään aion käydä myymälä C:ssä keskustelemassa autotallin nosto-ovi mallin vaihtamisesta yritys X:n maahantuomaan merkkiin. Lisäksi keskustelen heidän ostajansa kanssa ja kyselen viimeisimmät kuulumiset, sekä kysyn onko hänellä jotain ongelmakohtia tai asioita joita haluaisi käydä kanssani läpi. Kauppakäynnin jälkeen hoidan muutaman tarjouksen sekä reklamaation.

Ajoin heti aamulla myymälä C:n ja ryhdyin mittaamaan autotallinovitelinettä, jossa nykyisin on kilpailijan tuote, mutta johon toivon vaihdettavan yritys X:n maahantuoman ovi mallin. Kyseisen telineen mitat ovat juuri oikeat, jotta voimme vaihtaa siihen oman tuotteemme. Seuraavaksi tapasin rakennustarvikeosaston osastopäällikön. Tiedustelin, oliko hän ehtinyt miettiä ehdottamaani ovi mallin vaihtoa ja sain häneltä vahvistuksen sille, että voimme vaihtaa oven. Joudumme vain odottamaan sen aikaa, että he saavat myytyä varastonsa tyhjäksi kilpailijan tuotteista. Positiivista kuitenkin, että he suostuvat mallin vaihtoon. Tämän jälkeen siirryin keskustelemaan kaupan ostajan kanssa. Keskustelimme kaupan valikoimista ja valikoiman toteutuksesta. Ostaja kertoi, että hän on saanut joka kuukausi raportit heidän valikoimissaan tapahtuneista muutoksista ja hän on tehnyt tarvittavat toimenpiteet niiden muutoksien osalta. Käytännössä raporteilla ilmoitetaan valikoimista poistuneista tuotteista sekä valikoimiin tulleista uusista tuotteista. Ostaja oli sitä mieltä, että minun ei tarvitse käydä kyseistä raporttia hänen kanssaan läpi, vaan hän osaa hoitaa kyseiset tehtävät itsenäisesti. Kauppakäynnin jälkeen tein yhden autotalliovitarrin, sekä välitin kaupasta tulleen reklamaation tavarantoimittajalle, joka lupasi hoitaa asian mahdollisimman pian kuntoon.

Torstai 28.9.2017

Tämän päivän isoin tehtävä on tarkistaa seuraavan viikon kampanja tuotteiden verkkonäkyvyydet ja hinnoittelut. Tulevalla viikolla rakennustarvike ja puutavara tuotelinjalla on runsaasti markkinointia, joten tuotemäärät joista tarkistukset tulee tehdä, ovat melko suuret, siitä johtuen työ vie suuren osan tämän päivän työajasta. Tämän lisäksi minun tulee tehdä korjauksia edellisenä päivänä tekemääni autotallinovi tarjoukseen, sillä asiakas oli muuttanut tarjouspyyntöään. Iltapäivällä vuorossa on verkkokaupan viikkopalaveri jossa tulemme käsittelemään tuotelinjojen asioita.

Ryhdyin heti aamusta tekemään kampanjatarkistuksia. Seuraavalla viikolla on alkamassa ehkä vuoden suurin markkinointikampanja meidän tuotelinjamme osalta. Tästä johtuen tarkistettavaa on paljon. Tarkistettava materiaali muodostuu useammasta Excel-tiedostosta, sillä eri markkinointikanavissa näytettävät materiaalit ovat omina tiedostoinaan ja jokainen näistä tiedostoista tulee käydä läpi. Ajattelin, että materiaalin läpi käymiseen menee todella iso osa päivästä, mutta mitä enemmän sain materiaalia tarkastettua, tajusin monien tuotteiden olevan samoja, vaikka markkinointikanava vaihtuikin. Loppujen lopuksi tarkistettavia tuoterivejä ei ollutkaan niin paljon kuin mitä materiaalin määrä antoi olettaa. Parhaassa tapauksessa sama tuote oli kolmessa eri markkinointikanava materiaalissa, joten sitä ei tarvinnut tarkastaa joka kerta uudestaan. Kaiken kaikkiaan materiaalin läpi käymiseen kului kuitenkin noin puolet työpäivästä.

Seuraavaksi aloitin autotallinovi tarjouksen muokkaamisen. Asiakas oli muuttanut alkuperäisellä tarjouspyynnöllään olleita mittoja, joten laskin kokonaan uuden tarjouksen ja toimitin sen myymälälle. Pian sain myymälältä vielä muutospyynnön oven väriä koskien, joten laskin vielä kertaalleen uusiksi tarjouksen ja toimitin sen myymälälle. Tästä meni muutama tunti ja sain vielä yhden mittamuutoksen tarjoukseen liittyen, joten taas laskin tarjouksen kokonaan uusiksi. Tästä voidaan oppia se, että olisi erittäin tärkeää ja työajallisesti tehokasta, jos myymälä saisi asiakkaalta heti ensimmäisellä kerralla tarkat tiedot siitä, minkälaista ovea oikeasti kohteeseen tarvitaan. Tälläkin kertaa olisi säästetty monta työvaihetta, kun esimerkiksi mitat olisivat olleet heti alusta alkaen oikeat.

Päivän viimeisenä ohjelmassa oli verkkokaupan viikkopalaveri, jossa käsitelimme viimeisen kahden viikon aikaisia tapahtumia tuotelinjoillamme. Omalla tuotelinjallani myynti oli ollut samalla tasolla kuin aikaisemminkin, eli emme olleet nostaneet myyntiämme, mutta toisaalta emme olleet myöskään notkahtaneet myynnillisesti alaspäin. Myyntiluvut eivät edelleenkään ole mitään suuria, mutta verkkokaupamme kehittyy jatkuvasti eteenpäin. Sanotaanko, että hitaasti, mutta kohtuullisen varmasti.

Perjantai 29.9.2017

Tänään vastaan autotallin nosto-ovi tarjouspyyntöön. Yritän myös löytää valikoimaneuvoja kollegalleni autotallin nosto-oven varaosia, joista asiakas oli reklamoinut edellisenä päivänä. Esimieheni kanssa syötämme aikaisemmin käymämme kehityskeskustelun aineiston meidän uuteen järjestelmäämme, jonka avulla hallinnoidaan henkilötietoja, suorituksen johtamista sekä esimerkiksi kehityskeskusteluja. Jos muilta tehtäviltä aikaa jää, suoritan tuote paritusta kilpailijaseuranta sovelluksessa.

Aloitin päivän tutustumalla saamaani autotallinovi tarjouspyyntöön. Tarjouspyynnöllä tiedusteltiin hintaa kahdelle nosto-ovelle, mutta molempien ovien mitat olivat sellaiset, että me emme valitettavasti pysty sellaisia toimittamaan. Ovet olivat menossa ratsastusmaanesin oviksi ja ovien suuren koon lisäksi ovilta vaadittiin sellaisia ominaisuuksia joita ei meidän toimittamistamme ovista löydy. Laitoinkin kyseiselle kaupalle vastauksen jossa pahoittelin, ettemme pysty auttamaan. Sain myöhemmin saman päivän aikana jatkokysymyksen samaiseen tarjoukseen liittyen, jossa kysyttiin, että onko kauttamme mahdollista saada tavallista suurempaa sivuovea. Olisimme pystyneet tarjoamaan halutun kokoisen sivuoven, mutta valitettavasti asiakkaan aikataulu oli niin kiireinen, että emme voineet luvata oven ehtivän ajoissa asiakkaalle.

Seuraavaksi lähdin etsimään sopivia varaosia kollegalleni. Hänen asiakkaansa oli ostanut aikaisemmin autotallinoven jonka pakkauksesta oli jostain syystä puuttunut joitain toimitukseen kuuluvia osia. Olimme jo aikaisemmin toimittaneet osia kyseiseen tapaukseen liittyen, mutta nyt asiakas tarvitsi lisää osia. Tällä kertaa kävin kaivamassa varastostamme uudet pyörät nosto-oveen. Kyseisten osien löytäminen oli suhteellisen helppoa, koska asiakas oli laittanut kuvan asennusohjeesta, jossa näkyi osien varaosa numerot sekä kuvat joiden perusteella oikeiden osien löytäminen sujui nopeasti.

Kävimme esimieheni kanssa aikaisemmin kehityskeskustelun, mutta emme silloin syöttäneet tarvittavia tietoja tätä varten kehitettyyn järjestelmään. Tämä johtui oikeastaan siitä syystä, että esimiehelläni ja minulla ei ole paljonkaan kokemusta kyseisestä järjestelmästä koska se on otettu käyttöön yritys X:ssä vasta kuluvan vuoden aikana. Suoritimme kehityskeskustelun perinteiseen tyyliin ja nyt jälkeinpäin syötimme tarvittavat tiedot uuteen järjestelmään. Käytännössä suoritimme tämän niin, että istuimme saman pöydän ääreen ja esimieheni kertoi minulle mitä minun tulee syöttää järjestelmään ja minne. Kyseiseen projektiin ei mennyt kuin noin puolituntia aikaa. Loppupäivän tein tuoteparituksia kilpailijaseuranta sovellukseen.

Viikon 11 analysointi

Tämän viikon tärkeimmät tehtävät olivat tuotelinjalle pidetty eCom-info ja henkilökohtainen kehityskeskustelu. eCom-info antoi varmasti kaikille osapuolille uusia näkökulmia verkkokauppa tekemiseen ja siihen todellisuuteen missä me tällä hetkellä verkkokauppamme kanssa olemme toiminnallisesti, kuin myös tuloksellisesti. Henkilökohtainen kehityskeskustelu oli minulle ensimmäinen nykyisessä työpaikassani. Varsinaisesti kehityskeskustelu ei eronnut aikaisemmista vastaavista. Suurin vaikeus kehityskeskustelun läpikäynnissä oli uusi järjestelmä, josta minulla tai esimiehelläni ei ollut juurikaan kokemusta. Saimme kuitenkin loppujen lopuksi tiedot uuteen järjestelmään ja varmasti seuraavalla kerralla olemme jo huomattavasti osaavampia asian suhteen. Henkilökohtaisesti osaan myös seuraavalla kerralla arvioida paremmin omia onnistumisiani tai epäonnistumisiani. Osaan myös jatkossa valmistautua paremmin jolloin saamme varmasti enemmän irti kehityskeskustelusta ja osaamme määrittää tarkemmin esimiehen kanssa omat vahvuuteni ja kehityskohteeni. Kehityskeskusteluun voi myös valmistautua liikaa. Tästä on kyse silloin, kun kehityskeskustelu menee vain valmiiksi täytetyn lomakkeen ääneen lukemiseksi. Pahimmassa tapauksessa koko kehityskeskustelu käydään sähköpostitse (Kunnas 2017). Periaatteessa uusi henkilöstörekisterimme mahdollistaa juuri tämän tyyppisen, sähköisesti suoritettavan, kehityskeskustelun. Uskon kuitenkin, että jatkossakin kehityskeskustelut tul- laan käymään kasvotusten, koska silloin lopputulos on varmasti laadukkaampi. Lisäksi yksi tärkeimmistä tehtävistä oli myös tulevien kampanjoiden tuotetarkistukset ja siihen ku- luikin iso osa yhdestä työpäivästä.

3.12 Seurantaviikko 12

Maanantai 2.10.2017

Tämän päivän tavoitteena on työskennellä kilpailijaseuranta sovelluksen parissa, tehden tuoteparituksia. Lisäksi ryhdyn kirjoittamaan uuden tuotteen lanseeraamiseen liittyviä SEO-tekstejä. Aion myös tehdä muita toimenpiteitä verkkokauppaan liittyen, joilla nos- tamme uuden tuotteen näkyvyyttä sivuillamme. Esimerkiksi optimoin hakua siten, että se mahdollisimman tehokkaasti ohjaa asiakkaan uuden tuotteen pariin, jos hän hakee kysei- seen tuotealueeseen liittyvää tietoa sivuiltamme. Iltapäivällä minulla on verkkokaupan viik- kopalaveri, jossa tulemme käsittelemään tuotelinjojemme asioita.

Aloitin päivän kirjoittamalla eristeet tuoteryhmän SEO-tekstiä. Olemme lanseeraamassa uuden tuotteen kyseiseen tuoteryhmään ja on tärkeää, että kyseisen tuoteryhmän verk- konäkyvyys on mahdollisimman hyvä. Perehdyin uuteen tuotteeseen ja sen suurimpiin kil- pailijoihin markkinoilla, jonka jälkeen ryhdyin kirjoittamaan SEO-tekstiä. Tekstin kirjoittami- nen sujui tällä kertaa todella hyvin ja sain päivän aikana kirjoitettua pisimmän ja omasta

mielestäni parhaan tekstini tähän mennessä. Uskon tekstin vaikuttavan positiivisesti sivustomme hakunäkyvyyteen, mutta siihen saamme varmuuden vasta muutamien viikkojen sisällä, kun Google on saanut indeksoitua kyseisen sivun. Toisena tehtävänä tälle päivälle olin suunnitellut kilpailijaseuranta sovelluksen tuote paritusten tekemistä. Tuote paritusten avulla sovellus osaa yhdistää oikeat tuotteet toisiinsa ja pääsemme tulevaisuudessa vertailemaan omien tuotteidemme tietoja kilpailijoiden vastaaviin tuotteisiin. Aikaisemmin sovelluksessa on ollut todella rajallisesti tuotteita joille tehdä tuoteparituksia, mutta nyt sovelluksen toimittaja on saanut ladattua sovellukseen runsaasti lisää dataa, joten pääsemme vihdoinkin hyödyntämään ohjelman tarjoamia mahdollisuuksia.

Sain päivän aikana asiakaspalvelustamme kaksi heille tullutta kysymystä. Toinen kysymyksistä oli tullut asiakkaalta ja liittyi taiteoveen. Kerroin asiakaspalvelun työntekijälle asiakkaan kaipaamat tiedot ja hän lupasi informoida asiakasta. Toinen kysymyksistä oli tullut meidän kivijalkamyymälästä ja liittyi meidän oman merkin ulko-oviin. Vastasin tässä tapauksessa suoraan asiaa kysyneelle henkilölle ja lähetin vastauksen myös asiakaspalvelu henkilölle tiedoksi, jotta hän tietää minun hoitaneen asian ja lisäksi hän voi lisätä vastauksen heidän ylläpitämäänsä rekisteriin. Sain myös pyynnön lisätä tämän viikon markkinoinnissa olevan tuotteen verkkokaupan valikoimiin. Olemme tuotelinjallamme sitä mieltä, että kyseistä tuotetta ei verkkokauppaan tulla laittamaan, mutta tästä asiasta tullaan nyt käymään keskustelua ja katsotaan myöhemmin tällä viikolla laitetaanko tuote verkkokauppaan vai ei. Iltapäivällä pidettiin verkkokaupan viikkopalaveri jossa kävimme tuotelinjojen avainlukuja läpi, sekä esiteltiin tuotelinjoilla tällä hetkellä työnalla olevia projekteja verkkokauppaan liittyen. En valmistautunut palaveriin tekemällä Powerpoint esitystä, vaan esitin kyseiset avainluvut suullisesti omalla vuorollani. Osittain tämä johtui siitä, että en muistanut kyseistä esitystä tehdä ja toisaalta päivän aikana oli paljon tekemistä joka osaltaan auttoi unohtamaan kyseisen asian.

Tiistai 3.10.2017

Tänään aion tehdä yhden autotallinovi tarjouksen, josta sain tarjouspyynnön eilen. Kyseessä on hieman erikoisempi ovi, joten tarjouksen tekeminen vie keskimääräistä enemmän aikaa. Lisäksi aion työskennellä kilpailijaseuranta sovelluksen parissa.

Aloitin päivän tekemällä autotallinovit tarjouksen. Tarjouksella pyydetty ovi erosi tavanomaisesta tarjouksesta siten, että ovi oli huomattavasti isompi kuin normaalisti ja lisäksi ovesa piti olla koko oven leveydeltä ikkunat. Ikkunoita kysytään sen verran harvoin, että en ole vielä täysin sisäistänyt niiden ominaisuuksia ja erilaisia vaihtoehtoja niiden toteuttamiseen. Lisäksi ikkunoita oveen laitettaessa voidaan ikkunan mallin lisäksi myös valita esimerkiksi ikkunan kehyksen väri, joko oven muun värin mukainen tai alumiini. Ikkunoita tarjoukseen

lisättäessä tulee olla myös hyvin tarkka ikkunoiden ja oven mitoituksesta, jotta ikkunat ovat riittävän isot kattaakseen koko oven leveyden, mutta ei kuitenkaan liian leveät. Jouduin ikkunoiden osalta kysymään tuotepäällikön apua, mutta muuten tarjouksen tekeminen sujui suhteellisen helposti. Sain tarjouksen tehtyä noin tunnissa jonka jälkeen lähetin sen kaupalle ja siirryin muihin tehtäviin.

Asiakaspalvelustamme tuli kysymys, jonka asiakas oli esittänyt sähköpostitse. Asiakas tarvitsi tietyn kokoiseen aukkoon taiteovea ja hän ei ollut kyseisen kokoista ovea mistään löytänyt. Nyt hän halusikin tietää, voiko meidän kauttamme tilata mittojen mukaan oven ja mitä se tulisi kustantamaan. Vastasin asiakaspalveluhenkilöstöllemme, että asiakkaan on mahdollista muokata aukkoa isommasta ovesta hänen tarpeitaan vastaava ovi ja kerroin myös toimintaohjeet muokkauksen suorittamiseen. Kerroin myös, että mittatilausovi on mahdollista tilata meidän kivijalka myymälästä, mutta ei verkkokaupasta. Lisäksi kerroin, että tämä vaihtoehto tulee kustantamaan huomattavasti enemmän kuin isomman oven muokkaus sopivan kokoiseksi.

Edellisenä päivänä vilkasta mielipiteidenvaihtoa tuotelinjamme ja verkkokaupan henkilöstön välillä aiheuttanut markkinoinnissa oleva tuote, päätettiin loppujen lopuksi avata verkkokaupan valikoimiin. Tämä tarkoitti sitä, että minun piti pyytää tuotepäällikköä toimittamaan tuotetieto tiimille kyseisen tuotteen tiedot, sekä päivittämään järjestelmiimme tuotteen osto ja myyntihinnat. Tämän jälkeen pääsin itse syöttämään verkkokaupan tarvitsemat hintatiedot kyseiselle tuotteelle. Näiden toimenpiteiden jälkeen tuotteen pitäisi aueta huomenna tai viimeistään ylihuomenna verkkokaupamme valikoimiin. Tarkistan huomenna mikä tuotteen näkyvyys tilanne on.

Sain tuotepäälliköltä tehtäväksi avata yhden eristystuotteen verkkokaupamme valikoimiin, joten tein tarvittavat hinnoittelutoimenpiteet ynnä muut ja lupasin ilmoittaa hänelle kun tuote on näkyvässä verkkokaupassamme. Ehdin päivän aikana tehdä myös jonkin verran tuoteparituksia kilpailijaseuranta sovelluksessa.

Keskiviikko 4.10.2017

Tänään olin sopinut, että menen myymälä J:n ja käymme yhdessä läpi heidän valikoimamittauksiaan. Tarkistan myös, että eilen verkkokaupan valikoimiin lisäämäni tuote on varmasti auennut näkyviin ja ilmoitan havainnoista tuotepäällikölle. Riippuen myymälässä kuluvasta ajasta, yritän myös tehdä tuoteparituksia kilpailijaseurantasovellukseen.

Ajoin heti aamusta myymälä J:n, jossa olin sopinut tapaavani rakennustarvike tuotealueesta vastaavan henkilön. Olin myös kysynyt yrittäjältä, onko hän kiinnostunut keskustelemaan heidän valikoimantoteutuksestaan, mutta hän ilmoitti luottavansa meidän ammattitaitoomme kyseisen asian suhteen.

Valikoimantoteutusraportilla seurataan sitä, miten hyvin kauppa toteuttaa heidän kaupalleen määriteltyä valikoimaa. Valikoimat on määritelty yleensä kaupan koon mukaan. Karkeasti voidaan sanoa, että mitä suurempi kauppa, sen suurempi valikoima. Yrittäjällä on tietysti valta määritellä oman kauppansa osalta mihin valikoimaan hänen kauppansa on sidottu. Meidän valikoimaneuvojien tulee käydä tätä valikoimantoteutusraporttia yrittäjän tai hänen määrittelemänsä henkilön kanssa läpi ja tehdä tarvittavia korjauksia valikoiman suhteen. Tälläkin kerralla, katsoimme yhdessä läpi, kuinka monta tuotetta myymälästä puuttui, jotka valikoimaluokan mukaan heiltä kuuluisi kuitenkin löytyä. Tavoitteena on nostaa valikoimantoteutus mahdollisimman hyvälle tasolle. Löysimme listalta muutamia sellaisia tuotteita, jotka kauppa oli valmis ottamaan hyllyihinsä ja näillä muutamalla tuotteella saimme nostettua kaupan valikoimantoteutusta oman tuotelinjamme osalta useita prosenttiyksiköitä ylöspäin.

Valikoimantoteutusraportilla on myös listattu tuotteet, jotka ovat poistuneet valikoimista. Nämä tuotteet käyn henkilöstön kanssa läpi ja kerron, että heidän kannattaa nämä kyseiset tuotteet merkitä heti poistuviksi tuotteiksi, eikä heidän missään nimessä kannata niitä enää tilata hyllyynsä. Näin toimimalla vapautamme myymälähyllyistä tilaa uusille tuotteille. Kolmas asia jota samaiselta raportilta näemme, on vertailu myymälän hyllynreunahinnan ja suositusvähittäismyyntihinnan välillä. Voimme yhdessä kaupan kanssa käydä hintaerot läpi ja katsoa onko joidenkin tuotteiden osalta tarvetta tehdä korjauksia suuntaan tai toiseen.

Myymälässä kyseisen materiaalin läpi käymiseen meni noin kaksi tuntia. Lisäksi keskustelimme heidän muista ajankohtaisista asioistaan sekä heidän murheista ja mahdollisista ongelmistaan. Kävin myös yrittäjän kanssa keskustelua siitä, miten hänen mielestään kyseisiä raportteja tulisi kehittää ja mitä tietoja hänen mielestään raporteilta pitäisi tulevaisuudessa pystyä seuraamaan. Kaiken kaikkiaan kaupakäynti oli erittäin antoisa ja saimme monta asiaa käytyä läpi. Tarkistin myös päivän aikana, että eilen verkkokauppaan avaamani tuote on varmasti näkyvissä. Tuote löytyi verkkokaupasta joten laitoin tuotepäällikölle tiedon asiasta. Loppupäivän ajan tein tuoteparituksia.

Torstai 5.10.2017

Tänään osallistun koulutukseen, jossa minulle ja eCommerce Specialisti-kollegoilleni koulutetaan uusi ominaisuus verkkokaupastamme. Lisäksi meillä on myös verkkokaupamme

viikkopalaveri, jossa käsittelemme verkkokaupan tämän hetkistä tilannetta, sekä verkkokaupan myynti yms. lukuja. Olin saanut myös edellisiltana kyselyn liittyen alkuvuodesta verkkokauppaan avaamaani markkinointituotteeseen liittyen. Kyseinen tuote ei jostain syystä näy verkkokaupassa, vaikka kaikki tarpeelliset tiedot on ylläpidettyinä järjestelmiin. Selvitän mistä syystä tuote ei silti näy verkossa.

Tämän päivän alkajaisiksi saimme koulutusta verkkokauppa tekemiseen liittyen. Minulle ja kollegoilleni koulutettiin uusi ominaisuus, jonka avulla pystymme luomaan verkkokauppaamme uusia sivuja haluamastamme joukosta tuotteita. Tämä toiminto on erittäin hyödyllinen, jos haluamme luoda esimerkiksi jonkin kampanjan tai haluamme nostaa jotakin tuotekokonaisuutta paremmin esille vaikkapa Googlen hakutuloksissa. Periaatteessa luomme täysin uuden kategoriasivun, jonne pystymme itse määrittelemään tuotteet joita siellä näkyy. Kyseiselle sivulle kirjoitamme SEO-tekstin kuten muillekin kategoria sivuille, mutta tällä kertaa voimme kohdistaa kyseisen tekstin nimenomaan haluamiimme tuotteisiin, jolloin meillä on mahdollisuus saada näille tuotteille parempaa hakukonenäkyvyyttä. Näiden luomiemme sivujen erikoisuus on myös se, että ne eivät näy verkkokauppaamme normaalissa navigaatioissa, vaan niille on mahdollista päästä ainoastaan hakukoneen kautta tai erillisestä linkistä. Kuten jo totesinkin, kyseinen ominaisuus on verkkokauppaamme ajatellen erittäin hyödyllinen, mutta omaa tuotelinjaani ajatellen en ainakaan heti keksinyt sellaisia tuotteita, joille haluaisin lähteä rakentamaan tällaista sivua.

Päivän toinen palaveri on verkkokauppaamme viikkopalaveri. Palaverin oli tarkoitus alkaa kello 13.30, mutta istuttuamme kollegoideni kanssa 20 minuuttia odottamassa verkkokauppapääällikkömme saapumista, tulimme siihen tulokseen, että hän ei ole saapumassa ja päätimme lähteä takaisin omiin työpisteisiimme jatkamaan muita töitämme. Myöhemmin iltapäivästä verkkokauppapääällikkö laittoi meille viestiä, että oli mielestään perunut kyseisen palaverin. Näin hän ei kuitenkaan ollut tehnyt, sillä kukaan kollegoistanikaan ei ollut kyseistä peruutusta koskaan saanut.

Palaverin peruunnuttua siirryin selvittämään miksi markkinoinnissamme oleva tuote ei ollut auennut verkkokaupan valikoimiin ja huomasinkin, että olin itse unohtanut ilmoittaa tuotetieto tiimillemme yhden niistä tiedoista, jotka vaikuttavat siihen nouseeko tuote näkyviin verkkokauppaamme vai ei. Laitoin tämän tiedon välittömästi tiimille ja tuotteen pitäisi olla heti huomenna auki verkkokaupassa. Tarkistan tilanteen silloin.

Perjantai 6.10.2017

Tänään aion käyttää suuren osan päivästä kilpailijaseuranta sovelluksessa tehtävään tuote paritukseen. Toinen tehtävä johon käytän aikaa tuoteparitusten lisäksi, on SEO-tekstien kirjoittaminen. Tuotelinjamme monilta kategorioilta puuttuu edelleen teksti, joten valinnan varaa kyseisessä tekemisessä on.

Tänään aioin käyttää suurimman osan työajastani tuote paritusten tekemiseen. Tällä hetkellä kyseisten paritusten tekeminen on mielekästä, sillä kuten alkuvuikosta jo kirjoitin, on sovelluksen tarjoaja saanut tuotettua sovellukseen huomattavasti lisää tuotetietoa josta lähteä rakentamaan tuotepareja. Aikaisemmin saimme muodostettua kirjaimellisesti tuotepareja, mutta nyt uuden datan myötä pystymme muodostamaan parhaimmillaan jopa viiden tuotteen ryhmiä. Mitä useampia tuotteita pystymme parittamaan toisiinsa, sitä paremmin pystymme vertailemaan omia tuotteitamme kilpailijoiden vastaaviin. Kävin päivän aikana noin parisataa oman verkkokaupпамme tuotetta läpi ja löysin niille runsaasti tuotepareja.

Viikon 12 analysointi

Suurimman osan viikosta käytin kilpailijaseuranta sovelluksen tuote paritusten tekemiseen. Nykyisellä tuotedatan määrällä paritusten tekeminen on mielekästä koska jokaiselle tuotteelle löytyy useampia vastaavuuksia, jolloin saamme myös kattavampaa vertailua kilpailijoihimme nähden. Verkkokaupan uusi, kategoriasivujen luomisen mahdollistava, ominaisuus on todella tervetullut. Se helpottaa varmasti joidenkin tuotekokonaisuuksien Google näkyvyyden parantamisessa. Hakukone lukee ja indeksoi jokaisen alasivun teeman ja luokittelee sen käsittelemään tiettyä aihetta. Jos aiheita on useampi samalla sivulla, hakukoneen on vaikea päätellä mitä asiaa sivu käsittelee (Hakukonemaailma 2016). Jälkeenpäin ajateltuna keksin myös omalta tuotelinjaltani käyttökohteen kyseiselle ominaisuudelle. Voisimme yrittää saada paremman Google-näkyvyyden uudelle lanseerattavalle oman merkin tuotteellemme, mutta en vielä osaa sanoa onko järkevää luoda omaa sivua vain yhdestä tuotteesta. Todennäköisesti saisimme paremman näkyvyyden, mutta kyseinen sivu jäisi todella tyhjäksi jos siellä olisi vain yksi tuote. Sain myös viikon aikana autettua asiakaspalveluamme useassa kyselyssä ja asiakaspalvelumme antoikin positiivista palautetta nopeasta vastaamisestamme sekä vastausten laadusta.

Saimme myös viikon aikana jonkinlaisen linjauksen sen suhteen, että miten jatkossa tulemme verkkokaupassa käsittelemään sellaisia kampanjatuotteita, jotka eivät kuulu normaaliin tuotevalikoimaamme. Käynti myymälä J:ssä oli myös positiivinen ja saimme kehitettyä muutamalla tuotelisäyksellä heidän valikoimantoteutustaan toivotulle tasolle.

3.13 Seurantaviikko 13

Maanantai 9.10.2017

Tänään aion viedä autotallinoven varaosia myymälä C:n. Etsin järjestelmistämme käyttöohjeet ilmanvaihto tuotteelle. Täytän oman tuotelinjan osalta Excel tiedostoon tuoteryhmistä vastaavien tuotepäälliköiden nimet ja toimitan tiedon verkkokaupan asiakaspalvelun käyttöön. Sovin kauppakäyntejä myymälöihin.

Myymälä C:ltä oli tullut ilmoitus, että heidän asiakkaallaan oli autotallin nosto-ovesta rikkoutunut oven alareunassa olevat tiiviste. Meillä löytyy kyseistä tiivistettä konttorilta varastoituna. Kyseisten nosto-ovien kanssa haluamme taata asiakkaalle sujuvan jälkimarkkinoinnin ja olemme tarjonneet tällaiset kuluvat osat veloituksetta asiakkaalle niiden rikkoutuessa. Kävin noutamassa varastosta asiakasta varten tarvittavan määrän tiivistettä ja lupasin toimittaa sen iltapäivällä kaupalle. Myymälä K:sta oltiin yhteydessä ja kyseltiin käyttöohjetta aurinkokäyttöiselle ilmanvaihtoventtiilille. Asiakas oli ostanut kyseisen tuotteen ja ohje oli puuttunut paketista. Löysin intranetistämme Englannin kielisen ohjeen, mutta asiakas kaipasi Suomenkielistä ohjetta, joten laitoin sähköpostia tuotepäällikölle jolta toivottavasti löytyy kyseinen ohje suomeksi.

Verkkokaupan asiakaspalveluun tulee paljon kyselyitä, jotka liittyvät tuotteiden toimintaan, käyttöön tai asentamiseen ja näihin kyselyihin useimmiten parhaiten osaa vastata kyseisen tuotealueen tuotepäällikkö. Tästä syystä koostimme tuotelinjoittain Excel-tiedoston, jossa on määritelty jokaisen tuoteryhmän vastuullinen tuotepäällikkö. Tämän tiedoston tarkoituksena on auttaa asiakaspalvelua ohjaamaan tulevat kyselyt suoraan oikealle henkilölle, jotta asiakas saa mahdollisimman nopeasti vastauksen.

Tiistai 10.10.2017

Tänään aion tehdä autotallinovitarrjousen. Tarjouspyynnössä oli paljon osia ja yksityiskohtia, joten tarjouksen tekemiseen menee varmasti useampi tunti aikaa. Tarjouksen tehtyäni aion keskittyä tuote paritusten tekemiseen.

Ryhdyin heti aamusta tekemään autotallinovi tarjousta. Asiakas oli antanut myymälään todella tarkan listan ominaisuuksista joita hän autotallinovelta toivoi. Lisäksi asiakas oli kysynyt sellaisia ominaisuuksia ovesta, joita suurin osa kuluttajista ei edes osaisi kysyä. Asiakkaan listaamissa toiveissa oli esimerkiksi avauspainike autotallin sisälle, koodinäppäimistö autotallin ulkopuolelle sekä kolme käsilähetintä joilla avata ja sulkea ovi. Lisäksi ovi oli sen verran kookas mitoiltaan, että sen avaajaksi tarvittiin hieman järeämpi laite. Ta-

varantoimittajan hinnastosta löytyy kaikkiin näihin toiveisiin useampi vaihtoehto, joten minulla meni useampi hetki tutkiessa mikä vaihtoehdoista olisi juuri tähän tapaukseen paras mahdollinen. Lisäksi hintojen laskeminen otti oman aikansa, koska laskin jokaisen hinnan useampaan kertaan, ettei tarjoukseen pääse lipsahtamaan minkäänlaista virhettä. Asiakas oli myös kysynyt oven lämpöarvoja, takuuta ja eristevahvuutta. Kaikki nämä tiedot löytyvät tavarantoimittajan tuotekuvastosta, mutta yleensä asiakkaat eivät näitä tietoja tosiaan kysy. Toimitin tarjouksen ja pyydetyt tiedot oven ominaisuuksista myymälälle ja pyysin heitä olemaan yhteydessä minuun jos tarjoukseen liittyen tulee kysymyksiä.

Tarjouksen valmistuttua pääsin työskentelemään tuote paritusten parissa. Olin saanut eCommerce Specialisti-kollegalta ohjeen, jolla tuote parituksien tekeminen olisi hieman nopeampaa. Päätin kokeilla kyseistä vihjettä joka perustui siihen, että tuotelistaa rajataan esimerkiksi tuotemerkin tai valmistajan mukaan. Tämä toimintatapa nopeutti jonkin verran paritusten tekemistä ja sain päivän aikana toista sataa paritusta tehtyä.

Viikon 13 analysointi

Tämän viikon aikana sain tehtyä runsaasti lisää tuoteparituksia. Tuote paritusten määrän kasvattaminen antaa lisää arvokasta dataa siitä, mikä on sijoituksemme markkinoilla kilpailijoihin verrattuna, kun tarkastellaan hinnoittelua. Tämän hetkinen toimintamallimme, jossa hinnoittelua pyritään pääsääntöisesti tekemään muutaman kerran vuodessa, on auttamatta liian hidasta. Kilpailijat eivät pysy paikallaan, vaan yrittävät päihittää juuri sinun yrityksesi (Leijala 2018). Tästä syystä olisikin todella tärkeää, että pystyisimme muuttamaan hinnoitteluprosessiamme nopeammaksi ja joustavammaksi. Asiakaspalvelulle toimitetusta tuotepäällikkö listauksesta on varmasti hyötyä, koska sen perusteella asiakaspalvelu osaa ohjata heille tulleet kyselyt suoran oikealle asiantuntijalle eivätkä kyselyt tule ainoastaan meille eCommerce Specialisteille. Joskus kysymykset ovat sellaisia, että me eCommerce Specialistit emme omaa tarpeeksi tuotetietoutta vastataksemme näihin kysymyksiin omatoimisesti. Sain myös myymälä C:n asiakkaan tyytyväiseksi toimittamalla hänen kaipaamansa tiivisteet.

4 POHDINTA

Tämän päiväkirjamuotoisen opinnäytetyön aikana tavoitteenani oli kehittää kokonaisvaltaisesti osaamistani valikoimaneuvojan, sekä eCom Specialistin tehtävien suhteen. Molemmat työtehtävät olivat suhteellisen uusia minulle, joten opittavaa on jatkuvasti. Erityisesti haluan kehittää osaamistani hakukoneoptimoitujen artikkeleiden kirjoittamisessa, sillä laadukkailla SEO-teksteillä on suuri vaikutus verkkokaupan asiakasmääriin. Tekstin tuottamisen opiskeluun on jakson aikana tarjoutunut erittäin hyvät mahdollisuudet, koska monista tuotekategoriosta puuttui tekstit ja tekstien kirjoittaminen on priorisoitu korkealle verkkokaupan tekemisessä. Paras tapa oppia kyseisten tekstien tuottamista, on yksinkertaisesti niiden kirjoittaminen.

Olen kehittynyt tekstin tuottamisessa huomattavasti paremmaksi jakson aikana. Olen oppinut kirjoittamaan nopeammin pidempiä ja sisällöltään laadukkaampia artikkeleita. Parhaan lopputuloksen aikaansaamiseksi on tärkeää tutustua Googlen hakutuloksiin ja varsinkin hakutulosten kärjessä olevien toimijoiden SEO-teksteihin. Miellekartan käyttäminen tukee artikkelin kirjoittamista ja auttaa keskittymään oikeisiin asioihin tekstiä kirjoittaessa.

Olen saanut runsaasti uutta oppia verkkokaupan sisäisen haun optimoinnista. Google Analyticsin käyttö on suuressa roolissa kyseisessä tekemisessä. Oma kehitykseni kyseisessä työssä näkyy siten, että osaan nykyään katsoa Googlen dataa analyttisemmin ja tehdä datan perusteella sellaisia optimointitoimenpiteitä, joilla käyttäjäkokemuksesta saadaan entistäkin parempi.

Kilpailijaseuranta sovelluksen käyttöni on kehittynyt, varsinkin sen jälkeen kun saimme sovellukseen enemmän dataa. Olen oppinut käyttämään kyseistä järjestelmää tehokkaammin ja olen löytänyt nopeimmat tavat ja tekniikat tuote paritusten tekemiseen. Tulevaisuudessa, kun saamme nostettua tuote paritusten määrää riittävästi, pystymme tuottamaan luotettavia raportteja markkinoilla vallitsevasta hintatasosta.

Valikoimaneuvojan työssä opin hyödyntämään valikoimantoteutusraporttia. Oli mielenkiintoista huomata, miten pienillä toimenpiteillä myymälöiden on mahdollista nostaa omaa valikoimantoteutusprosenttiaan ja sitä kautta nostaa omia tuloksiaan.

Olen kokenut kehittyneeni negatiivisten asiakaskontaktien hoitamisessa. Aikaisemmin koin kyseiset tilanteet haasteellisiksi ja otin minulle kohdistetun kritiikin liian henkilökohtaisesti. Useimmiten kritiikki ei kuitenkaan kohdistu varsinaisesti minun toimintaani, vaan kyseessä on tyytymättömyys edustamaani yritystä kohtaan. Nyt olen oppinut oikean suhtautumistavan negatiiviseen palautteeseen ja osaan kehittää omaa toimintaani saadun palautteen pohjalta.

Päiväkirjamuotoisen opinnäytetyön kirjoittamisen aikana opin, että hakukoneoptimoituja artikkeleita kirjoittaessa kannattaa perehtyä laajasti eri verkkosivustojen sisältöihin. On hyvä perehtyä myös muiden toimialojen verkkosivuihin, sillä artikkeleiden rakenteet saattavat tarjota uusia näkökulmia tekstien tuottamiseen, vaikka sisältö ei vastaisikaan omaa toimialaamme. Kannattaa perehtyä myös ulkomaisiin sivustoihin ja niillä oleviin artikkeleihin. Opin myös hyödyntämään Google Analyticsista löytyvää dataa verkkokaupan haun optimoinnissa, sekä suunnittelemaan verkkokaupan kehittämistä Analyticsin datan pohjalta. Esimerkiksi asiakkaiden verkkokaupassa tekemien hakujen ja katsotuimpien sivujen pohjalta voimme tunnistaa asiakkaiden kiinnostuksen kohteita ja kehittää verkkokaupamme sisältöjä, sekä tuotteistusta tämän tiedon pohjalta.

Opinnäytetyössä viikoittain suoritettu analysointi on opettanut katsomaan omaa työskentelyä ulkopuolisen silmin. Osaan jatkossa kiinnittää paremmin huomiota asioihin, joissa minulla on haasteita ja voin käyttää resursseja niiden asioiden kehittämiseen. Lisäksi oman ajankäytön parempi hallinta tulee varmasti jatkossa olemaan yksi kehityskohteistani. Olen jo päiväkirjaa kirjoittaessani ryhtynyt työstämään aikataulua työviikolleni. Tarkoitukseni on luoda tietynlainen perusrunko, jota pyrin noudattamaan jokaisella työviikolla. Näin luon itselleni selkeämmän kuvan siitä, mitä viikon aikana tulee tehdä ja varmistan myös sen, että mikään osa-alue työstäni ei jää liian vähäiselle huomiolle. On kuitenkin tärkeää osata joustaa kyseisestä aikataulusta ja jättää aikatauluun myös vapaata tilaa, jotta erilaiset yllättävät toimeksiannot eivät hajota viikkorytmiä täysin.

LÄHTEET

Pulkkanen. 2018. 3 tuottavan työn avainkysymystä, joihin vain harva osaa vastata [viitattu 18.11.2018]. Saatavissa: <https://www.agendium.com/post/3-tuottavan-tyon-avainkysymysta-joihin-vain-harva-osaa-vastata>

Nettibusnes. 2018. Hakukoneoptimointi lyhyesti [viitattu 12.11.2018]. Saatavissa: <http://nettibusnes.info/hakukoneoptimointi/>

Nielsen Norman Group. 2014. Designing for 5 types of E-Commerce Shoppers [viitattu 8.10.2018]. Saatavissa: <https://www.nngroup.com/articles/ecommerce-shoppers/>

Shukairy. 2018. Six Tips to Optimize Your Website's Internal Search Function [viitattu 18.11.2018]. Saatavissa: <https://www.invespcro.com/blog/six-tips-to-optimize-your-websites-internal-search-function/>

Ferenzi. 2018. How to Conduct a Competitive Analysis for Your Online Business [viitattu 18.11.2018]. Saatavuus: <https://www.bigcommerce.com/blog/how-perform-competitive-analysis/#undefined>

Dephillips. 2018. 9 Secrets of Professional SEO Article Writers [viitattu 18.11.2018]. Saatavissa: <https://www.contentfac.com/7-secrets-of-professional-seo-writers/>

Meriläinen. 2018. Hinnoittelu [viitattu 13.11.2018]. Saatavissa: <https://www.ammattijohtaja.fi/hinnoittelu/>

Tieke. 2015. Verkkokaupan toimitustavat [viitattu 12.11.2018]. Saatavissa: <https://www.tieke.fi/display/julkaisut/Verkkokaupan+toimitustavat>

Myynti&Markkinointi. 2017. Näin syntyy aidosti hyödyllinen kehityskeskustelu [viitattu 8.10.2018]. Saatavissa: <https://lehti.mma.fi/tyo-ura/nain-syntyy-aidosti-hyodyllinen-kehityskeskustelu>

Hakukonemaailma. 2016. Hakukoneoptimointi opas aloittelijalle [viitattu 12.11.2018]. Saatavissa: <http://hakukonemaailma.com/hakukoneoptimointi-opas-aloittelijalle/>

Leijala, A. 2018. Ultra Lean Business: rittäjän musta vyö. Helsinki: BoD – Books on Demand