



## **Ammatillinen kasvu projektipäällikön roolissa**

Alex Kanerva

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

Amk-opinnäytetyö

2023

## Tiivistelmä

<b>Tekijä(t)</b> Alex Kanerva
<b>Tutkinto</b> Tradenomi
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Ammatillinen kasvu projektipäällikön roolissa
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 44
<p>Tässä päiväkirja opinnäytetyössä seurataan Mediaplanet nimisessä yhtiössä työskentelevää projektipäällikköä ja hänen ammatillista kehittymistään seurantajakson aikana. Mediaplanet on kansainvälinen mainostoimisto, joka tuottaa maailmanlaajuisesti noin tuhat monikanavaisesti julkaistavaa sisältömarkkinointikampanjaa vuosittain.</p> <p>Työn ensimmäisessä luvussa kuvataan projektipäällikön lähtötilanne ennen seurantajaksoa, asetetut tavoitteet, projektipäällikön keskeiset työtehtävät ja olennaiset sidosryhmät.</p> <p>Seuraavassa luvussa seurataan projektipäällikön arkea päiväkirjamerkintöjen kautta kahdeksan viikon ajan. Seurantajakso ajoittuu 28.11.2022 - 27.1.2023 välille. Projektipäällikön työn seuraaminen alkaa työsuhteen neljännellä viikolla. Päiväkirjamerkinnät pitävät sisällään projektipäällikön kohtaamia uusia työtehtäviä, tilanteita, haasteita, epäonnistumisia sekä onnistumisia. Jokaisen viikon lopussa projektipäällikkö on analysoinut viikon keskeisimpiä työtehtäviä ja verrannut havaintojaan aiheesta kertoviin kirjallisiin teoksiin.</p> <p>Lopussa työn kirjoittaja on pohtinut sitä, miten tavoitteet lähtötilanteessa asetetut ovat saavutettu ja miten ammatissa kehittyminen jatkuu seurantajakson jälkeen.</p>
<b>Asiasanat</b> Prospekti, sisältömarkkinointi, kampanja, B2B

# Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Lähtötilanteen kuvaus .....	3
	2.1 Oman nykyisen työ analysointi .....	3
	2.2 Sidosryhmien esittely .....	4
	2.3 Työpaikan vuorovaikutustilanteet .....	5
3	Seurantajakson raportointi viikkoanalyyseineen .....	7
	3.1 Seurantaviikko 1.....	7
	3.2 Seurantaviikko 2.....	11
	3.3 Seurantaviikko 3.....	14
	3.4 Seurantaviikko 4.....	18
	3.5 Seurantaviikko 5.....	21
	3.6 Seurantaviikko 6.....	25
	3.7 Seurantaviikko 7.....	29
	3.8 Seurantaviikko 8.....	32
4	Pohdinta .....	37
	Lähteet .....	39
	Liitteet.....	40
	Liite 1. xxx.....	40

## 1 Johdanto

Seurantajakso alkaa 28.11.2022 ja päättyy 27.1.2023. Päiväkirjamerkinnot tehdään seurantajakson jokaisella viikolla maanantai – perjantai välillä.

Mediaplanet on Euroopan suurin sisältömarkkinointia tuottava mainostoimisto. Yrityksen asiakkaita ovat Suomessa toimivat yhtiöt aina pienistä perheyrittäjistä suuriin lääkeyhtiöihin. Yhtiö tuottaa Suomessa vuosittain useita kymmeniä markkinointikampanjoita monikanavaisesti. Printtijulkaisut julkaistaan yhteistyökumppaneiden, joita ovat Kauppalehti, Helsingin sanomat ja HBL yhteydessä ja digitaalinen jakelu tapahtuu Mediaplanetin omien kampanjasivustojen kautta. Projektipäällikön toimenkuvaan kuuluu kampanjoiden suunnittelu, prospektointi, mahdollisten asiakkaiden kontaktointi ja myynti. Lisäksi projektipäällikkö tutkii ajankohtaisia puheenaiheita, etsii ja valitsee kampanjoihin sopivia vaikuttajia sekä pitää yhteyttä toimittajiin, jotka tekevät haastatteluja sekä artikkeleja kampanjoihin. Työtehtävät suoritetaan pääosin yhtiön toimistolla Helsingin keskustassa, mutta etätyöskentely on myös mahdollista. Kuitenkin työsuhteen alkuvaiheella on tärkeää työskennellä toimistolla, missä apu ja tuki on aina helposti saatavilla.

Työtehtävissä suoriutumiseen tarvitaan monenlaista osaamista. Kampanjoiden suunnitteluun tarvitaan paljon ideoita ja suunnitelmallisuutta sekä ymmärrystä erilaisista toimialoista. Projektin läpivientiin tarvitaan hyviä vuorovaikutus-, myynti ja projektinhallintataitoja.

Ammatillisen kehittymisen isoin ja tärkein tavoite on B2B myyntitaitojen kehittäminen. Jotta tavoite saavutetaan, niin kehitystä on tultava myös vuorovaikutustaitojen osalta. Projektinhallintataitojen kehittäminen on myös kehittymistavoitteiden keskiössä. Projektit kestävät keskimäärin 8 viikkoa, joten työskentelyä on osattava jäsenellä, jotta projekti etenee aikataulun mukaisesti.

Keskeisiä ammattikäsitteitä:

**Prospekti** – Potentiaalinen asiakas, joka sopii kampanjan teemaan.

**Sisältömarkkinointi** - Tarinallista mainontaa, jossa mainostava taho tarjoaa ratkaisua johonkin laajempaan ongelmaan.

**Kylmäpuhelu** - Puhelu mahdolliselle asiakkaalle eli prospektille, jolla ei ole ennakkotietoa kampanjasta.

**Klousata** – Eli päättää kauppa. Tällä tarkoitetaan sitä hetkeä, kun on ehdotettu kauppaa ja asiakas vastaa ehdotukseen myönteisesti.

**Nosto** – Soittoyritys prospektille, johon vastataan tai ei vastata.

**Cross sale** – Tehty kauppa toisen projektipäällikön kampanjaan.

**A-prospekti** – Potentiaalinen asiakas, jolla on oletettavasti suurempi markkinointibudjetti ja varaa tehdä suurempia kokonaisuuksia.

**Follow up** – Paluusoitto tai Teams palaveri asiakkaalle, jonka kanssa on jo puhuttu kampanjasta. Follow upissa käydään läpi tarkempia yksityiskohtia kampanjan sisällöstä ja mahdollisesti tuotettavasta artikkelista. Follow upin tavoite on klousata kauppa.

**Monikanavaisuus** – Artikkelit tai kampanjat, jotka julkaistaan useammassa eri julkaisukanavassa. Useimmiten kaikki artikkelit julkaistaan printissä, minkä lisäksi niitä voidaan julkaista Mediaplanetin omilla kampanjasivustoilla, mutta myös vaikuttajien sosiaalisen median kanavoissa, blogeissa tai liittojen ja yritysten omissa jakelukanavissa.

**Sponsoroitu artikkeli** – Artikkelit, joihin haastatellaan asiakasyrityksen edustajaa. Yritys pääsee ratkaisukeskeisellä tavalla profiloitumaan jonkun tietyn alan edelläkävijänä, esittämällä yrityksen ratkaisun johonkin tiettyyn haasteeseen. Artikkelin yhteydessä näkyy asiakasyrityksen logo.

## 2 Lähtötilanteen kuvaus

Tässä luvussa käydään läpi projektipäällikön työtehtäviä, analysoidaan niissä vaadittavia taitoja ja tietoja sekä mistä osaaminen työtehtäviin on hankittu. Luvussa pohdintaan myös omaa lähtötilannetta ja osaamistasoa päiväkirjan pitoa edeltävänä aikana sekä osa-alueita, jotka vaativat vielä kehittymistä. Projektipäällikön työn kannalta olennaiset sidosryhmät ja erilaiset vuorovaikutustilanteet on esitetty luvun lopussa.

### 2.1 Oman nykyisen työ analysointi

Projektipäällikön työnkuva sisältää sisältömarkkinointikampanjan tuottamisen aina suunnittelusta kaupan sulkemiseen asti sisäisiä sekä ulkoisia sidosryhmiä hyödyntäen. Projekti alkaa kampanjan suunnittelusta. Suunnitteluvaihe sisältää kampanjan tavoitteiden ja kohderyhmän määrittelyä, teemojen suunnittelua sekä prospektien listaamista. Suunnitteluvaiheessa pohditaan myös mahdollisia lisäjakelukanavia sekä vaikuttajia, joita haastatellaan kampanjan puolueettomiin asiantuntija-artikkeleihin. Projektisuunnitelma hyväksytetään aloituskokouksessa, minkä jälkeen alkaa itse myyntityö sekä yhteydenpito valittuihin vaikuttajiin ja toimittajiin. Projektin alkuvaiheessa kontaktoidaan, eli otetaan yhteyttä mahdollisimman moneen prospektiin. Potentiaalisille asiakkaille esitellään kampanja, tehdään tarjouksia ja ehdotetaan yhteistyötä. Ensimmäisen yhteydenoton aikana yritetään myös saada sovittua puhelin- tai Teams palaveri, jossa suunnitellaan yhteistyötä tarkemmin. Kun toteutettavan artikkelin sisältö on saatu asiakkaan kanssa suunniteltua ja sovittua, päätetään kauppa ja teksti tilataan Mediaplanetin kanssa yhteistyötä tekevältä toimittajalta. Toimittaja haastattelee asiakasyrityksen edustajaa ja kirjoittaa artikkelin, minkä jälkeen teksti hyväksytetään vielä asiakkaalla ja projektipäälliköllä. Tarvittaessa korjauspyynnöt ilmoitetaan toimittajalle ja lopulta teksti päättyy Mediaplanetin tuotantoon. Kun kampanja on painettu ja julkaistu, niin hoidetaan asiakkaan kanssa vielä jälkityöt, kuten tuotetun kampanjan tarkastelu, palautteen ja mahdollisten jatkotoimenpiteiden läpikäyminen.

Projektin läpiviemiseen tarvitaan monia erilaisia taitoja sekä ymmärrystä eri toimialoista. Kampanjan suunnitteluvaiheessa tarvitaan tiedonhakutaitoja, kun tutustutaan kampanjan teeman mukaisiin toimialoihin ja niiden eri toimijoihin. Suunnittelemisessa tarvitaan myös kykyä isompien kokonaisuuksien hahmottamiselle sekä realististen tavoitteiden asettamiselle. Prospektien listaamisessa pitää pystyä näkemään, minkälaista lisäarvoa yhteistyö toisi asiakkaalle sekä loppukäyttäjälle eli lukijalle. Myyntityö itsessään vaatii hyviä vuorovaikutustaitoja sekä taitoa perustella ja myydä omaa ideaa. Sujuvan myyntikeskustelun tärkeä elementti on myös hyvä tuntemus Mediaplanetin konseptista sekä tarjolla olevista tuotteista. Työssä selviytyminen vaatii erityisesti hyviä projektinhallintataitoja sekä pitkäjänteisyyttä. Projektin eri vaiheissa voi olla useampia eri asioita hoidettavana samanaikaisesti, kuten yhteydenpitoa toimittajiin tai vaikuttajiin, sovittujen tapaamisten pitämistä ja tarjousten laatimista. Projektipäällikön on myös pystyttävä suhtautumaan myönteisesti asiakkaiden

kielteisiin vastauksiin ja toisinaan pystyttävä luopumaan omasta mielestä hyvän tuntuisilta ideoilta, jos ne eivät asiakkaiden mielestä ole hyviä tai jostain muusta syystä myy. On siis pystyttävä muuttamaan omia suunnitelmia kesken projektin jalostamalla vanhoja tai luomalla kokonaan uusia.

Työssä vaaditun osaamisen olen hankkinut lähinnä aiemmista töistä, mutta osin myös koulusta. Tietotaitoa on toki karttunut myös Mediaplanetin koulutusjaksolta. Aiempien töiden kautta olen saanut paljon asiakaspalvelukokemusta, minkä vuoksi vuorovaikuttaminen asiakkaan kanssa on luontevaa ja asiakkaan ongelmaan paneutuminen sen myötä helpompaa. Aiemmista töistä on karttunut myös hieman myyntikokemusta. Aiemmasta työstä saamani myyntikokemuksen innoittamana lähdinkin enemmän myynnillisiin työtehtäviin. Koulusta olen saanut jonkin verran markkinointiin liittyvää tietotaitoa sosiaalisen median markkinointikursseilta. Ymmärrystä projekteista sekä projektinhallintataitoja olen saanut Haaga-Heliassa toteutetuista projektimaisista ryhmätöistä.

Ammatillinen kehittyminen projektipäällikön tehtävissä on vielä alkumetreillä, sillä kokemusta tehtävistä on vasta muutaman viikon verran. Tässä vaiheessa kuitenkin käytettävät järjestelmät ovat tulleet hyvin tutuiksi. Kehitystä on myös tapahtunut vuorovaikuttamisessa asiakkaiden kanssa. Alkumetreillä olin itse liikaa äänessä, vaikka tärkeämpää on esittää avoimia kysymyksiä ja kuunnella asiakasta, jotta voi saada asiakkaan tilanteesta paremman käsityksen ja sen myötä mahdollisia kaupan paikkoja.

Tällä hetkellä eniten on keskityttävä siihen, että saan tarpeeksi prospekteja, tehtyjä tarjouksia ja niiden myötä lopulta kauppaa. Aloittelevan projektipäällikön paras tapa tehdä kauppaa on tehdä tarjouksia isolla volyymillä. Toki yhteydenottojen laatuun on myös panostettava, mutta osaaminen tuleekin toistojen kautta sekä analysoimalla epäonnistuneita ja onnistuneita puheluita.

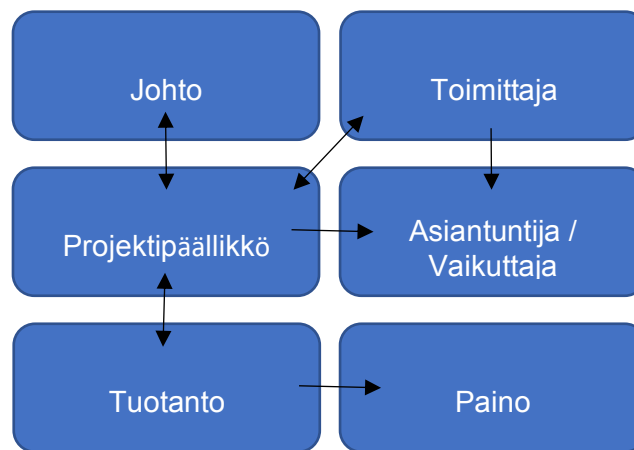
Minun tulee vielä oppia näkemään paremmin asiakkaan tilanne ja se millaista lisäarvoa minä ja Mediaplanet pystytään asiakkaalle kampanjalla tuottamaan. On myös opittava esittämään omaa ideaa sellaisella tavalla, että asiakas kiinnostuisi aiheesta enemmän ja kertoisi omista markkinointihaasteistaan. Näin keskusteluista tulisi luonnollisempia ja vähemmän myynnillisen tuntuisia.

Tällä hetkellä koen, että osaamistaso on vähintäänkin hyvällä tasolla työsuhteen kestoon suhteutettuna. Olen ideoinut kampanjani hyvin, löytänyt siihen paljon prospekteja sekä saanut asiakkaiden kanssa kehitettyä hyviä keskusteluja. Tarjouksiakin olen tehnyt useamman kappaleen, mutta kauppoja en ole vielä päässyt tekemään.

## **2.2 Sidosryhmien esittely**

Sidosryhmiä on yhteensä viisi, joista sisäisiä kaksi ja ulkoisia kolme. Johdon tehtävä on suunnitella kampanjoiden teemat ja jakaa ne projektipäälliköiden kesken. Johdolle myös esitellään projekti-suunnitelma ja raportoidaan myynneistä. Sisäisistä sidosryhmistä tuotannon kanssa ollaan eniten

tekemisissä. Tuotantotiimi vastaa kampanjan visuaalisesta ilmeestä sekä artikkeleiden ja mainosten asettelusta printtiin. Tuotantotiimi tekee myös digimarkkinoinnin kohdennukset ja tuottaa analyysit digimarkkinoinnilla saavutetuista luvuista. Ulkoisia sidosryhmiä ovat toimittajat ja eri alojen asiantuntijat tai vaikuttajat ja paino. Toimittajien rooli on haastatella puolueettomia asiantuntijoita (vaikuttajia) tai yritysten edustajia ja tuottaa artikkeleita markkinointikampanjaan. Kampanjan valmistuessa tuotanto toimittaa kaiken sisällön painoon, josta se päätyyn jakeluun.



### 2.3 Työpaikan vuorovaikutustilanteet

Projektipäälikön arkeen kuuluu lukuisia vuorovaikutustilanteita. Oikeastaan harvassa tilanteessa ei olla lainkaan vuorovaikutuksessa työtoverin, johdon, tuotannon, asiakkaan, vaikuttajan tai toimittajan kanssa. Kollegoiden kanssa käytävät vuorovaikutustilanteet liittyvät usein kampanjoiden suunnitteluun ja asiakkaista käytäviin keskusteluihin. Joissain tilanteissa jokin tietty asiakas saattaa sopia useampaan eri markkinointikampanjaan ja tällöin täytyy varmistaa kollegoilta, että saako asiakasta lähteä kontaktoimaan, jos kyseisen asiakkaan kanssa ollaan tekemässä tai on juuri tehty kauppaa. Johdon kanssa myöskin ollaan paljon vuorovaikutuksessa. Johdolta asetetaan tavoitteet ja johdolle raportoidaan viikoittain omista tavoitteista, tehdyistä tarjouksista ja kaupoista.

Haastavimpia vuorovaikutustilanteita ovat asiakkaiden kanssa käytävät keskustelu, joissa asiakkaat esittävät haastavia vastaväitteitä tai ilmaisevat, että eivät ole kiinnostuneita kampanjasta. Usein syynä kielteiselle vastaukselle on se, että ei ole saanut ilmaista omaa ideaa tarpeeksi mielenkiintoisella tai asiakkaan näkökulmasta hyödyllisellä tavalla. Oman idean esitleminen vaatii vielä paljon harjoittelua.



### 3 Seurantajakson raportointi viikkoanalyysineen

Tähän väliin tulee koko luvun sisältöä kuvaava lyhyt kuvaus.

Seuraavassa luvussa seurataan projektipäällikön ammatillista kehittymistä kahdeksan viikon ajan päiväkirjamerkintöjen kautta. Päiväkirjamerkinnät pitävät sisällään projektipäällikön ajatuksia päivittäin kohtaamistaan uusista työtehtävistä, haasteista, onnistumisista sekä havainnoistaan. Jokaisen seurantaviikon lopussa on analysoitu viikon kulkua.

#### 3.1 Seurantaviikko 1

Maanantai 28.11.2022

Tänään alkoi työsuhteeni neljäs viikko. Työskentely on jo huomattavasti itsenäisempää ja minulta vaaditaankin jo itseohjautuvuutta. Esihenkilöt eivät ole jatkuvasti ohjastamassa ja kertomassa mitä seuraavaksi pitäisi tehdä. Päinvastoin minulta kysytään, että millainen viikko on tulossa ja millaisia myyntitulukuja odotan saavani viikon aikana.

Aamu alkoi myyntitiimin yhteisellä aamunavauksella kokoushuoneessa. Edellinen viikko oli koko tiimin osalta hieman vaisu, eikä myyntitavoitteisiin päästy. Tämän vuoksi aamuissa palaverissa käsiteltiin tapoja ja neuvoja, mitä seuraamalla voitaisiin yksilöinä ja tiiminä päästä parempiin tuloksiin. Tällaiset palaverit ovat erityisen tärkeitä itseni kaltaiselle uudelle tekijälle, sillä muutaman edellisen viikon aikana uutta tietoa ja oppia on tullut niin paljon, että kaikki ei vain ole pysynyt ulkomuistissa. Asioita kertaamalla erilaiset neuvot alkavat pysymään muistissa ja niitä alkaa hyödyntää enemmän työtä tehdessä. Aamupalaverin jälkeen palattiin omien projektien pariin hieman viisaampina ja valmiimpina haastaviin tilanteisiin.

Työstän toisen minun kanssani samaan aikaan aloittaneen työntekijän kanssa Mat & dryck nimistä kampanjaa, joka julkaistaan viikkoa ennen jouluaattoja. Kampanjassa käsiteltäviä teemoja ovat mm: ruoka ja juoma vastuullisen ja kestävä kuluttamisen näkökulmasta, kuten kestävä kalastus, lähiruoka, pienpanimotuotteet sekä laadukkaat viinit. Sesongin vuoksi juhlapyhät näkyvät vahvasti teemoissa. Normaalisti kampanjat tuotetaan yksin, mutta tällä kertaa ensimmäinen projekti päätettiin tehdä parityönä, koska projektin läpivientiin on jäljellä normaalia vähemmän aikaa. Työstämme kuitenkin työparini kanssa omia osa-alueitamme projektista, joten tekeminen on suurimmaksi osaksi itsenäistä.

Minun osa-alueettani on ollut kestävä kalastuksen, kalaruokien ja kalan valmistuksen liittyvät toimet sekä juomapuolelta pienpanimoiden kontaktoiminen. Tänään käytin suurimman osan päivästä prospektien kontaktoimiseen. Tein päivän aikana useamman kymmentä nostoa. Oikeastaan nostojen määrää olisi hyvä seurata ja pitää siitä kirjaa, jotta voi sitten verrata sitä tehtyihin tarjouksiin ja

aina kauppoihin saakka. Joka tapauksessa suuresta nostomäärästä riippumatta en saanut tänään tehtyä yhtäkään uutta tarjousta. Se riippui osittain siitä, että harva edes vastasi puhelimeen ja ne ketkä sain tavoitettua eivät olleet kiinnostuneita joko markkinointibudjetin tai –aikataulun vuoksi. Se on täysin normaalia ja onkin tärkeää opetella jatkamaan asiakkaan kanssa keskustelua siitä huolimatta, koska usein budjettiin tai aikatauluun vetoaminen voi olla vain asiakkaan tapa koittaa päästä myyjästä eroon.

Päivän tärkein oivallus oli se, että innostuksella omasta jutusta ja sen välittymisellä lankoja pitkin asiakkaan korvaan saakka, on valtava merkitys. Kun oman asian esittää innostuneella äänellä ja reippaasti, niin asiakkaankin on paljon helpompi innostua ideasta ja lähteä kertomaan omasta liiketoiminnastaan ja sen haasteista. Näin saadaan rakennettua hyvä keskustelu, josta on helpompi lähteä etenemään ja tekemään kauppaa.

Tiistai 29.11.2022

Tänään oli toistaiseksi menestyksekkäin työpäiväni Mediaplanetilla. Tein ensimmäisen kauppani espoolaiselle pienpanimolle myymällä kampanjastani etusivun bannerin. Onnistuneeseen kauppaan päästiin useamman keskustelun kautta. Olin tehnyt tarjouksen viime viikon lopulla, minkä jälkeen keskustelin asiakkaan kanssa vielä muutamaan otteeseen puhelimitse. Kaupat harvoin onnistuvat yhdellä puhelinsoitolla, joten tässä menttiin aika tyypillisen kaavan mukaisesti. Ensimmäisten onnistuneiden kauppojen lisäksi pääsin tekemään kaksi uutta tarjousta. Toinen niistä oli kollegani kampanjaan, joka on lähdössä painoon loppuviikosta ja kampanjasta puuttuu vielä muutama artikkeli. Toisen projektipäällikön kampanjaan myyminen eli cross sale on yksi tapa tehdä kauppaa ja sitä kannattaakin tehdä silloin, kun on luonut hyvän suhteen johonkin tiettyyn asiakkaaseen, joka taas sopisi kollegan kampanjaan. Tänään pääsin siis ensimmäistä kertaa myymään ideaani johonkin muuhun kampanjaan, kuin työstämäni Mat & dryckiin. Kollegoiden kampanjaan myymisessä täytyy olla tarkkana, että oma idea sopii kampanjan sisältöön, mutta myös hinnoissa sillä jokaiselle kampanjalle on asetettu euromääräiset tavoitteet.

Keskiviikko 30.11.2022

Aamu alkoi ilahduttavalla tavalla nimittäin asiakas, jonka kanssa olin pitkään neuvotellut yhteistyöstä laittoi sähköpostin, jossa ilmoitti lähtevänsä mukaan kampanjaani. Kaupat kyseisen asiakkaan kanssa oli suuri saavutus, koska asiakas oli jo kerran ilmoittautunut jättäytyvänsä pois kampanjasta. Syy tähän oli se, että samalle aukeamalle tulevan puolueettoman asiantuntija-artikkelin sisältö oli jäänyt hieman epäselväksi, eikä asiakas kokenut, että profiloituminen kyseisen artikkelin

yhteydessä olisi hyväksi brändille. Tämä johtui siis täysin väärinkäsityksestä ja siitä, etten ollut esitellyt artikkelin sisältöä tarpeeksi selvästi. Kerrattuani artikkelin sisällön puhelimesta ja lähetettyäni kuvauksen vielä sähköpostitse, sain vakuutettua asiakkaalle, että profiloituminen kyseisen artikkelin yhteydessä olisi ehdottomasti hyvä asia brändille ja näin pääsin lopulta klousaamaan kaupan. Tästä opittiinkin, kuinka tärkeää on esittää mahdolliselle asiakkaalle selkeästi oma idea ja mahdollisten kolmansien osapuolien artikkeleiden sisältö. On myös hyvä, että tilanne meni juuri näin, koska tapaus oli kaiken kaikkiaan hyvin opettavainen.

Nyt kun kauppoja on muutama tehty, niin pahimmat suorituspaineeet ovat kadonneet, minkä vuoksi tekeminen on rennompaa. Huomasin tänään, että tämän vuoksi selitän ideaani asiakkaille rauhallisemmin ja kuuntelen paremmin. Myöskin kieltäviin vastauksiin tai vastalauseisiin pystyi suhtautumaan vastaanottavaisemmin, minkä ansiosta keskustelun jatkaminen niistä huolimatta oli aiempaa helpompaa. Sain tehtyä tänään kolme tarjousta, mikä on ihan hyvä määrä. Tavoite olisi saada 5 tarjousta päivässä, mutta kehitys aiempiin päiviin on ollut selkä, koska maanantaina en saanut yhtäkään ja tiistaina vasta kaksi. Tästä on hyvä jatkaa seuraavaan päivään.

Torstai 1.12.2022

Tänään halusin keskittyä siihen, että olen hyvin perillä siitä, missä mennään ja mitä minun tulee tehdä seuraavaksi saavuttaakseni tavoitteeni. Kävin läpi tarjoukset, jotka olin aiemmin tällä viikolla tehnyt ja tarkistin päivämäärät, milloin palaan niistä asiakkaille. Tein itselleni listan vielä kontaktoimattomista asiakkaista ja listan follow upeista, jotta pysyn paremmin ajan tasalla projektin etenemisestä ja pöydällä olevista tarjouksista. Toki kaikki nämä tiedot löytyvät myös sähköisessä muodossa crm järjestelmästä, mutta olen kokenut, että oma kirjanpito muistivihkoon on itselleni selkeämpi tapa seurannan osalta. Saatuani listat valmiiksi lähdin läpikäymään kontaktoimattomien a-prospektien listaa ja soittamaan asiakkaita läpi. Sitä mukaa, kun sain tavoitettua asiakkaita, merkitsin sen listaan ja siirryin seuraavaan asiakkaaseen. Yksinkertaisella tavalla sain itselleni työkalun, minkä avulla aloin seuraamaan projektin etenemistä.

Tällä hetkellä projektinhallintataitoni vaativat vielä paljon kehitystä. Aloitan päiväni tietämättä, että mitä olisi hyvä tehdä, jotta projekti etenee tasaisesti ja uusia kaupanpaikkoja tulisi sitä mukaa, kun edellisiä klousataan tai kaadetaan. Projektinhallinnan ja -etenemisen kannalta työviikkoa on hyvä jaksottaa. Maanantai ja tiistai ovat hyviä päiviä kontaktoida uusia asiakkaita ja tehdä tarjouksia, jotta niihin voi sitten palata myöhemmin samalla viikolla. Keskiviikkona ja torstaina voi sitten palaila alkuvuokosta tehtyihin tarjouksiin. Perjantaina on hyvä klousata kauppoja ja suunnitella jo tule-

vaa viikkoa prospektoimalla uusia asiakkaita sekä suunnittelemalla, miten seuraava viikko kannattaa toteuttaa. Tässä kehityskohde itselleni, johon tulee kiinnittää enemmän huomiota tulevina viikoina.

Perjantai 2.12.2022

Viikon viimeinen päivä alkoi tuttuun tapaan perjantai aamun pikaisella palaverilla, jossa käytiin läpi jokaisen projektipäällikön viikon myyntitavoitteet ja kaupanpaikat, joilla tavoitteisiin päästäisiin. Lähes jokainen oli melko lähellä tavoitteitaan, tunnelma oli toiveikas ja innostava.

Minulla oli tälle päivälle sovittuna kolme follow upia ja ryhdyinkin tavoittelemaan ensi töikseni näitä kolmea asiakasta. Sähköpostiin olikin jo tullut viestiä yhdeltä näistä asiakkaista, jossa ilmoitti, ettei olisi nyt lähdössä mukaan. Sitä mukaa, kun sain loputkin asiakkaista tavoitettua, oli loputkin kaupanpaikat tälle viikkoa menetetty. Syynä siihen, että asiakkaat eivät lähteneet mukaan oli lähinnä aikataululliset seikat. Olin taas tilanteessa, jossa täytyi lähteä tavoittelemaan uusia prospekteja, jotta saan uutta tarjouskantaa.

Tällä viikolla sain heikosti tarjouksia, vaikka muutamana päivänä sainkin useamman tehtyä. Tarjouksia olisi kuitenkin hyvä saada kolmesta viiteen per päivä. Viikon tarjoukset jäivät kuuteen kappaleeseen, mikä ei selvästikään riitä. Ensi viikon tavoitteena onkin saada enemmän tarjouksia, jotta kaupanpaikkoja tulisi enemmän.

Tänään pääsin olemaan ensimmäistä kertaa yhteydessä toimittajaan tekstitilauksen vuoksi. Kampanjaani tulee artikkeli kestävästä kalastuksesta, johon Jasper Pääkkönen tulee kala-aktiivina antamaan haastattelun hänen näkemyksestään aiheeseen. Toimittajamme siis haastattelee Jasperia maanantaina ja tekee artikkelin haastattelun pohjalta.

Viikkoanalyysi: Prospektit ja volyymi

Ensimmäinen seurantaviikko piti sisällään onnistumisia, mutta myös hankalan ja turhauttavan tuntuista tilanteita sekä kaatuneita kauppoja. Kahden onnistuneen kaupan jälkeen vaatimustasot minua kohtaan tuntuivat nousevan, mikä on toki ymmärrettävää myyntiorganisaatiossa. Tarjouskantani jäi viikon aikana pieneksi, mikä ei uuden myyjän kohdalla ole hyvä asia sillä kokematon myyjä tekee kauppaa suuren volyymin kautta. Suurta volyymiä ei saavuteta ilman suurta prospektimäärää. Prospektien vähäinen määrä, johti liian pieneen kontaktimäärään ja sen myötä pieneen tar-

jouskantaan ja lopulta kaatuneisiin kauppoihin. Tulevalla viikolla avoin tarjouskanta on valmiiksi hyvin pieni, koska uusia tarjouksia ei tullut juurikaan loppu viikosta. Tuleva viikko tulee siis aloittaa huolellisella prospektoinnilla, jotta loppuviikosta on mahdollista tehdä vielä kauppaa.

Myyntiprosessi alkaa prospektoinnista, jolle on hyvä varata kunnolla aikaa sillä huolellinen prospektointi on edellytys myynnin onnistumiselle. Prospektoinnin tarkoitus on täyttää myyjän myyntiputki potentiaalisilla asiakkailla, jolloin aikaa ei hukata turhien asiakkaiden kontaktoimiseen. Jotta myyntiputki ei pääse tyhjenemään täysin, on prospektointia hyvä tehdä säännöllisesti ja sille on varattava reilusti aikaa (Almatalent, 29.3.2021).

### **3.2 Seurantaviikko 2**

Maanantai 5.12.2022

Uusi viikko alkoi lyhyellä palaverilla, jossa oman tiimin kesken katselmoitiin jokaisen projektipäällikön kampanjoita. Kollegani projekti on lähdössä loppu viikosta painoon, minkä vuoksi jokaisen projektipäällikön yhteinen tavoite on saada myytyä viimeisetkin tyhjät paikat printtijulkaisusta täyteen, tietenkään omia projekteja unohtamatta. Minun kampanjani on lähdössä painoon ensi viikon lauantaina, joten senkään kanssa ei ole aikaa hukattavaksi.

Alkanut viikko on myynnin kannalta hieman normaalia haastavampi, sillä huomenna on itsenäisyyspäivä ja luultavasti monet työntekijät pitävät myös tänään vapaapäivän. Sen huomasi jo aamulla ratikassa, kun tilaa oli huomattavasti enemmän kuin normaalisti. Tämän päivän agendana on siis suunnitella loppu viikkoa, mutta myös koittaa tavoittaa uusia prospekteja, sillä tänään markkinoinnista vastaavat työntekijät ovat luultavasti vähemmän kiireisiä kuin normaalisti.

Tänään kontaktimäärät jäivät tosiaan todella pieniksi. Harva vastasi puheluihin, minkä vuoksi tarjouskanta oli vaikea kasvattaa. Kaikesta huolimatta sain yhden uuden tarjouksen tehtyä, joka voisi poikia jotain vielä loppu viikosta. Iltapäivästä enää todella harva vastasi puhelimeen, joten päätin edistää projektiani muilta osin. Sovin muutamasta haastattelusta toimittajamme kanssa sekä tilasin Jasper Pääkkösen artikkelia varten kuvia valokuvaajalta. Vaikka projektipäällikön arki pitääkin paljon sisällään prospektointia ja myyntiä, niin aina löytyy muutakin tehtävää eikä muita projektin etenemisen kannalta tärkeitä tehtäviä saa jättää liian vähäiselle huomiolle. Tämmöiset päivät ovat hyviä juuri muiden projektin osa-alueiden hoitamiseen.

Tiistai 6.12.2022

## Vapaapäivä

### Keskiviikko 7.12.2022

Aamu alkoi normaalilla kovemalla tempolla. Esimies tarkisti jokaiselta projektipäälliköltä, mitä kauppia tälle päivälle oli vielä luvassa. Itselläni ei ollut yhtäkään follow upia sovittuna tälle päivälle. Ilmoitin kuitenkin, että yhden kaupan voisin tehdä, sillä olin varautunut tekemään pitkän päivän ja normaalia enemmän nostoja.

Vetäydyin omaan rauhaan ja tein itselleni pitkän listan prospekteista, joita en ole vielä tavoittanut. Tänä onnekseni monet asiakkaista vastasi puhelimeen ja sainkin monen prospektin kanssa rakennettua hyviä keskusteluja. Aamun ensi tuntien jälkeen olin jo saanut kaksi uutta tarjousta pöytään ja olin tästä oikein hyvillä fiiliksillä. Päivä jatkui pitkälti samaa rataa. Soittelin prospekteja läpi, kunnes kaikki listallani olleet prospektit oli tavoitettu muutamaa lukuun ottamatta, joita yritin tavoittaa kuitenkin useamman kerran. Soittelun jälkeen päätin lähettää päivän mittaan tekemäni tarjoukset kootusti yhdellä kertaa. Tarjoukset lähetettyäni tein tekstilauksen kampanjaani tulevasta sponsoroidusta artikkelista. Päivä päättyi iloisella tavalla, sillä muutamaa tuntia aiemmin lähettämäni tarjous oli hyväksytty ja pääsin päivän tavoitteeseeni. Tämä oli myös ensimmäinen kerta, kun tein kaupan samana päivänä tekemälleni tarjoukselle. Aamun sinnikkyys siis palkittiin ja tässä todistettiin taas se, että isolla volyymillä tulee kauppaa.

### Torstai 8.12.2022

Aloitin tämän päivän samaan tapaan kuin eilenkin, tekemällä päivälle uuden listan prospekteista, minkä jälkeen lähdin suoraan kontaktoimaan niitä. Keksinkin aamulla uuden teeman kampanjaani, minkä vuoksi uusia prospektejakin löytyi heti useampi. Tänä kuitenkin oli selkeästi vaikeampi tavoittaa markkinointivastaavia kuin eilen. Tein päivän aikana lukuisia nostoja, mutta kontaktimäärät jäivät suhteessa vähäisiksi. Eilisen onnistumisen myötä ajattelin, että laitan sähköpostitse tarjouksia prospekteille, joita olen koittanut tavoitella jo pidemmän aikaa. Laadin jokaiselle prospektille oman tarjouksen luomastani tarjouspohjasta siinä toivossa, että nämä ehtisivät lukea sähköpostejaan, kun eivät kerkeä puhelimiinsa vastata. Tein kolme niin sanottua kylmää tarjousta, eli tarjouksia, jotka eivät pohjautuneet puhelinkeskusteluun potentiaalisen asiakkaan kanssa. Tarjoukset olivat kuitenkin hyvin yksilöityjä, joten jos niiden vastaanottajat lukevat ne läpi, niin ne voivat johtaakin vielä kauppaan. Kampanjan myyntiaika alkaa olemaan vähissä, joten kaikki keinot on otettava käyttöön, jotta kaikki sivut saadaan täytettyä. Päivän päätteeksi keksin vielä lisää teemoja, jotta

sain kasvatettua prospekttilistaa entisestään. Huomenna voin siis aloittaa päivän suoraan prospektien kontaktoinnilla, kun listat on tehty jo valmiiksi.

Perjantai 9.12.2022

Kampanjan ilmestyminen alkaa lähestyä ja aikataulu kiristyy. Kampanjassani on vielä muutaman sivun verran tyhjää tilaa, mutta myyntiaikaa vain muutama työpäivän verran. Sen vuoksi tänään oli hyvin intensiivinen päivä. Tavoittelin eilisen prospekteja, soittelin follow up puheluita sekä luin läpi Pääkkösen artikkelin, jonka toimittajamme lähetti minulle katselmoitavaksi. Nyt kun myyntiaikaa on enää vähän jäljellä ja tyhjää tilaa vielä jonkun verran, niin prospekteille tarjotaan niin sanottuja lästäreitä eli edullisen hinnan mainospaikkoja. Lästäri tarjouksilla saadaan asiakkaita mukaan nopealakin aikataululla.

Tänään tuli vähän kuumat paikat sillä olin ymmärtänyt väärin projektin kannalta tärkeitä päivämääriä. Kampanjan viimeinen myyntipäivä on perjantai 16.12. Ja olin ilmoittanut yhdelle asiakkaitamme, että materiaalit tulee toimittaa meille siihen mennessä. Lehti lähtee taitettavaksi jo tiistaina 13.12., joten materiaalit tulee olla meillä viimeistään tiistaina iltapäivästä. Kyseinen asiakas lähti mukaan tämän viikon keskiviikkona ja oli jo silloin hieman huolissaan aikataulusta, mutta sain heidät vakuuteltua mukaan, kun kerroin, että aikaa on vielä reilun viikon verran. Onneksi asiakasimme ymmärsi tilanteen ja ilmoitti, että saa toimitettua materiaalit minulle tiistaihin mennessä.

Tämä päivä oli niin sanotusti tiukkaa tykitystä ja näytti, millaista projektipäällikön arki on kiireisimmillään. Päivä oli kaikesta huolimatta onnistunut ja opettavainen. Ensi viikolla alkaa projektin loppukiri ja luvassa on pitkiä päiviä. Odotan innolla, että pääsen näkemään lopputuotteen.

Viikkoanalyysi: Projektinhallintataitojen kehittäminen

Kampanjan ilmestymisen lähestyessä projektinhallintataidot pääsevät kunnolla koetukselle. Tekemistä on paljon ja kaikki narut on pystyttävä pitämään käsissään. Projektipäällikön työssä keskittyminen kohdistuu suunnitteluvaiheen jälkeen helposti ainoastaan prospektointiin ja myyntiin vaikka työtehtäviin kuuluu paljon muutakin. Huomasin jättäneeni monet asiat, kuten tekstilaukset liian myöhäiseen vaiheeseen, mikä tuotti minulle turhaa stressiä. Toimittajan on kuitenkin kerettävä haastattelemaan vaikuttajaa, kirjoittamaan haastattelun pohjalta artikkeli, hyväksyttämään se haastattelun antaneella henkilöllä sekä projektipäälliköllä ja tekemään vielä mahdollisesti korjauksiakin. Jatkossa aion tehdä tekstilaukset aina sitä mukaa, kun jotain on saatu sovittua, jotta samanlainen tilanne ei pääse toistumaan.

Projektin hallittavuuden ja onnistumisen kannalta projektin eri työvaiheet on hyvä jakaa pienempiin, helpommin hallittaviin kokonaisuuksiin. Hyvin vaiheistettu projekti onnistuu varmemmin aikataulun mukaisesti (Mäntyneva 2016, 59). Seuraavan projektin suunnitteluvaiheessa osaan jo paremmin tunnistaa projektin eri vaiheet, minkä johdosta osittaminen on ylipäättänsä mahdollista. Osittamalla projektin varmistan sen, että projekti etenee sujuvasti ja aikataulun mukaisesti, eikä tietyt työtehtävät pääse unohtumaan tai kertymään projektin loppu vaiheeseen.

Projektinhallintaan voidaan soveltaa ketteriä menetelmiä, vaikka kehityksen kohteena ei olekaan tietokoneohjelmisto. Ketteryydellä varmistetaan se, että projektin edetessä saadaan säännöllisesti toimituskelpoista materiaalia valmiiksi. Tarkoituksena ei ole viedä projektia maaliin yhdellä kertaa, vaan lisätä materiaalia sitä mukaa, kun se on mahdollista. Projektin sujuvan etenemisen lisäksi hyvänä puolena ketterissä menetelmissä on se, että mahdollisen projektin häiriötekijän ilmestyessä, on kuitenkin saatu jo toimituskelpoista materiaalia valmiiksi (Projektinhallinta.info).

### 3.3 Seurantaviikko 3

Maanantai 12.12.2022

Tänään käynnistyi projektin viimeinen viikko. Kokoonnuimme aamulla koko henkilökunnan voimin neuvotteluhuoneeseen ja kävimme pikaisesti läpi viikon aikana painoon lähtevät kampanjat. Aamupalaverin aikana ne projektipäälliköt, joiden kampanjat julkaistiin jo viime viikon aikana, siirrettiin apuvoimiksi niihin projekteihin, jotka julkaistaan tämän viikon aikana. Saimme kollegani kanssa yhden projektipäällikön avuksemme. Palaverin jälkeen palattiin omien projektiryhmien kanssa kampanjoidemme pariin.

Aamun ensi töikseni luin sähköpostit läpi. Sähköpostiin oli tullut kahden asiakkaan mainoksien materiaalit, jotka tulevat printtijulkaisuun. Toimitin materiaalit tuotannon porukalle, joka tekee taittamisen, eli sommittelun. Sähköpostiin oli tullut myös eräältä valokuvaajalta kuvia Jasper Pääkkösen artikkelia varten, joista minun tuli valita mieleinen. Toimitin kuvan myös taitettavaksi. Luin vielä aamun aikana läpi toimittajan kirjoittaman artikkelin, joka tulee Pääkkösen artikkeliin yhteyteen.

Hoidettuani omat tehtäväni, aloimme aamun aikana muodostetun projektiryhmän kanssa jakamaan ajatuksia asiakkaista, joita voisimme vielä kontaktoida. Yksi kollegoistani kävi ostamassa kaupasta muutaman lehden, jotka olivat teemaltaan samanlaisia, kuin tuottamamme kampanja. Lehdistä keksimme lisää ideoita ja uusia prospekteja. Seuraavaksi lähdettiinkin kontaktoimaan uusia prospekteja. Loppu päivä kului pitkälti prospekteja kontaktoidessa, joista yhdelle sain tehtyä tarjouksen.

Tämä päivä oli hyvin monipuolinen ja pääsin myös hoitamaan työtehtäviä, joita en aiemmin vielä ollut tehnyt. Tarkistettuani asiakkailta tulleet materiaalit ja sen, että ne ovat sovitun kokoisia, materiaalit toimitettiin tuotantoon sähköpostitse.

Tiistai 13.12.2022

Tänään keskityttiin puhtaasti myymiseen. Nyt kun kaikkien tehtyjen kauppojen myötä tulleet artikkelit ovat valmiina ja mainokset saatu asiakkailta, niin tavoitteena on enää täyttää loput tyhjät paikat kampanjasta. Tänään tein lukuisia nostoja ja sain tavoitettua prospekteja ihan kiitettävästi. Myyminen ei ole missään nimessä helppoa näin lähellä kampanjan julkaisua, sillä asiakkaiden on pystyttävä toimittamaan markkinointimateriaalit todella lyhyessä ajassa. Tänään moni hyvä keskustelu kaatuikin siihen, että aikataulullisista syistä asiakkaillamme ei ollut mahdollisuutta lähteä tekemään yhteistyötä, vaikka idea oli hyvä ja tarjotut hinnat kohdillaan. Päivän mittaan sain kuitenkin tehtyä muutaman tarjouksen, joista jatketaan keskustelua huomisen aikana. Tavoite tässä vaiheessa projektia olisi kuitenkin saada klousattua kaupat jo ensimmäisen yhteydenoton aikana, mutta siinä en ole vielä onnistunut. Syy tähän on osittain siinä, että en ole osannut myydä ideaani tarpeeksi houkuttelevalla tavalla, jotta asiakkaat olisivat uskaltaneet lähteä mukaan ilman pidempää miettimisaikaa. Myyntitaitojen kehittämisessä minulla on vielä paljon oppimisen varaa. Osaan keskustella asiakkaiden kanssa ja rakentaa hyviä keskusteluja. Vastalauseisiinkin osaan varautua ja jatkaa keskustelua niistä huolimatta, mutta uskon, että ongelmakseni koituu se, etten osaa esittää asiakkaan saamia hyötyjä tarpeeksi hyvin. Jatkossa minun on keskityttävä enemmän siihen, miten saan esitettyä ideani asiakkaalle mielenkiintoisemmalla tavalla. Tällä hetkellä näen kyllä asiakkaan saavuttaman hyödyn mielessäni, mutta en vain osaa esittää sitä tarpeeksi selkeästi.

Keskiviikko 14.12.2022

Projektin viimeinen päivä ennen lehden painoa käynnistyi rivakasti. Tänään vielä keskityttiin viimeisten paikkojen myymiseen ja nostoja tehtiin sen mukaisesti paljon. Lukuisista nostoista huolimatta tarjouksia en enää saanut tehtyä, sillä prospekteilla ei ollut mahdollisuutta enää toimittaa materiaaleja ennen lehden painoon lähtöä. Tämän päivän aikana sain muutaman asiakkaan kanssa muodostettua erinomaisia keskusteluja, joissa keskustelimme jo tulevasta vuodesta ja asiakkaiden käynnistyvistä projekteista. Seuraavien kampanjoiden käynnistyessä minulla on jo valmiina keskustelu auki näiden prospektien kanssa, mikä tekee myymisestä helpompaa. Asiakassuhteiden luominen on tärkeää, sillä niiden avulla pystyy tekemään isompia kauppvoja sekä presalea eli ennakkoon myymistä.

Iltapäivällä pidettiin palaveri, jossa käytiin läpi projektin jälkityön hoitamista. Kunnollinen jälkityö on myös hyvä tapa luoda suhteita ja kerätä palautetta asiakkailta. Palautteen avulla oma toimintaa on helpompi kehittää sekä samalla luodaan asiakkaalle tunne siitä, että heidän tarpeillaan on väliä. Iltapäivästä tuotannon porukka lähetti myös ensimmäisiä vedoksia valmiiksi tehdyistä sivuista. Tarkistin vedoksista, että kaikki asiakkailta tulleet materiaalit olivat kunnossa ja oikeissa asiayhteyksissä. Tarkistin vielä kertaalleen, että puolueettomat artikkelit olivat sovitun laisia. Pääkkösen artikkelin yhteyteen oli päätynyt väärä kuva ja pyysin tuotannolta, että se vaihdettaisiin. Kuva saatiin vaihdettua, mikä jälkeen kaikki oli kunnossa. Päivän päättyessä yksi artikkeli vielä puuttui ja tuotanto lupasi hoitaa sen kuntoon iltaan mennessä.

Torstai 15.12.2022

Painopäivä alkoi kiireellä, sillä eilen puuttuneen artikkelin vedos oli tullut nyt valmiiksi ja se täytyi vielä toimittaa viimeistä hyväksyntää varten asiakkaallemme. Lehti lähti painoon 9.05, eikä asiakkaamme kerennyt vastaamaan ennen sitä. Vedos jouduttiin siis toimittamaan painettavaksi ennen viimeistä asiakkaan hyväksyntää. Asiakkaamme soitti minulle, kun vedokset oli toimitettu jo painoon ja olisi halunnut vielä yhden kuvan lisäystä artikkeliin. Tämä ei enää ollut käytännössä mahdollista ja kerroin asiakkaalle selvittäväni, jos voimme auttaa asian kanssa jotenkin. Lupasin palata asiakkaalle. Onneksi olin myynyt asiakkaalle myös verkkoartikkelin, joten tähän pystyttiin vielä lisäämään kyseinen kuva. Kuva saatiin lisättyä myös digitaaliseen näköislehteen. Soitin asiakkaalle takaisin ja tämä oli korjauksiin tyytyväinen.

Vedokset olivat nyt painossa ja printtijulkaisun myyntiaika loppunut. Saimme työparini kanssa kampanjan täyteen, minkä jälkeen alkoikin jälkitöiden hoitaminen. Katsoimme talousjohtajan kanssa läpi laskutuslistat ja tarkistimme, että asiakkaiden laskutusosoitteet olivat kunnossa. Kun jokaisen asiakkaan laskutusosoitteet oli tarkistettu aloin tekemään kiitoskirjeitä, jotka lähtevät jokaiselle yhteistyökumppanille, kun lehdet ovat tulleet painosta. Tein kiitoskirjeet PowerPointilla, tulostin ja allekirjoitin ne valmiiksi ensi viikon postitusta varten. Loppu päivä meni rennoissa merkeissä ja pääsin tapaamaan myös yhtiön operatiivisen johtajan, joka oli tullut ruotsista muutamaksi päiväksi suomen toimistolle. Pääsin tutustumaan operatiiviseen johtajaan ja myös esittelemään hänelle ensimmäisen projektini sisältöä. Tapaaminen oli oikein mukava ja sainkin häneltä paljon kiitosta ensimmäisen projektin läpiviemisestä ja kannustusta tuleviin projekteihin.

Perjantai 16.12.2022

Tänään sain käsiini kampanjani printtijulkaisun, joka tuli aamun aikana painosta (linkki verkkoversioon liitteenä). Oli mukava päästä silmäilemään projektin lopputuotetta ja todeta, että kaikki meni nappiin. Jatkoin tänään siis eilen aloittamaani jälkityön hoitoa ja laitoin lehdet kirjekuoriin, jotka lähtevät kampanjassa mukana olleille yhteistyökumppaneille. Myös muut projektipäälliköt tekivät näin ja iltapäivästä kollegani vei kuoret kootusti postiin. Ensimmäinen projektini on siis enää asiakkaille viimeistä soittoa ja palautteen pyytämistä vaille valmis. Tänään sain seuraavan projektini aiheen.

Kokoonnuimme johdon kanssa neuvotteluhuoneeseen, jossa kävimme vielä läpi fiiliksiä ensimmäisestä projektista. Johto oli analysoinut tekemistäni sekä myyntityyliäni, joten heillä oli valmiina mielessä, millaista teemaa lähtisin seuraavaksi tekemään. Minulta vielä kysyttiin, että mistä itse olisin kiinnostunut ja miksi. Keskusteltiin siitä hetken aikaa, minkä jälkeen minulle paljastettiin, että seuraavan kampanjan aihe olisi allergia, iho & astma. Tämä teema on ollut Mediaplanetin vuosittain tehtävä kampanja jo yli kymmenen vuoden ajan ja tämä oli erityisesti maajohtajan suosikkiaiheita. Kampanja julkaistaan Helsingin sanomien yhteydessä juuri ennen kansallisen allergiaviikon alkua, joka tekee siitä erityisen huomiota herättävän kampanjan.

En ollut itse ajatellut, että juuri tämä teema olisi sellainen, mitä haluaisin lähteä tekemään, mutta olin ilmaissut, että olisin kiinnostunut lifestyle sekä hyvinvointi teemoista, joten tämä kuitenkin sopii niihin. Myyntityylini on kuulemma sellainen, että se sopii erityisen hyvin juuri terveysalan kampanjoihin. Tämän lisäksi Mediaplanetin terveyskampanjoita tekevästä porukasta on lähdössä yksi projektipäällikkö äitiyslomalle, joten vahvistusta tiimiin tarvitaan. Sain johdolta vielä muutamia vinkkejä projektin teemoihin.

Palaverin jälkeen lähdin työstämään business plania eli projektisuunnitelmaa, jossa käydään läpi kampanjan tavoite, syy kampanjan julkaisulle, sen kohderyhmä ja miten asiakas hyötyy yhteistyöstä. Niiden lisäksi siinä on listattu mahdolliset lisäjakelukanavat, mukaan tulevat vaikuttajat sekä A-prospektit. Loppu päivä kului projektin suunnittelemisessa, joka esiteltäisiin jo ensi viikon aikana. Koska seuraava kampanjani julkaistaan eri lehden yhteydessä, niin ensimmäisenä suunnitteluvaiheessa tutustuin HS:n lukuihin eli levikkiin, päivittäisiin lukuaikoihin ja lukijoiden kiinnostuksenkohteisiin. Sen lisäksi silmäilin edellisiä allergia, iho ja astma –kampanjoita sekä Allergia-, iho- ja astmaliiton nettisivuja, joista sain ideoita tämän vuoden kampanjaan. Ensi viikon aikana otan yhteyttä em. liiton viestintävastaavaan ja keskustelen hänen kanssaan tämän vuoden Allergiaviikon teemoista, koska sitä kautta voisi saada hyviä näkökulmia myös tulevan kampanjan puheenaiheisiin.

Viikkoanalyysi: Projektiviestintä

Projektinhallinnan keskiössä on sujuva ja selkeä projektiviestintä. Se on myös merkittävä tekijä projektin onnistumisen kannalta, sillä suuri osa projektinhallinnan ongelmista liittyy projektiviestinnän ongelmiin (Mäntyneva 2016, 111). Kuluneen viikon aikana selkeän projektiviestinnän merkitys osana projektinhallintaa valkeni. Kun aikataulu oli tiukka ja monta asiaa piti saada hoidettua samanaikaisesti, myös selkeän viestinnän rooli kasvoi entisestään. Projektipäällikkönä pidän yhteyttä moneen sidosryhmään ja olen itse vastuussa siitä, että muut sidosryhmät ymmärtävät mitä ollaan tekemässä ja ymmärtävät viestieni sisällön. Tämän viikon aikana epäselkeän ja liian myöhäiseen vaiheeseen jätetyn viestinnän vuoksi muutama asia meinasi mennä metsään. Selkeällä projektiviestinnällä on suora yhteys projektin onnistumiseen ja projektipäällikkö on keskeisessä roolissa sen varmistamisessa. Yhteistyön sujuvuuden kannalta sidosryhmien tulee olla tietoisia aikataulusta, tavoitteista, päätöksistä sekä sopimuksista. Projektipäällikkö on vastuussa siitä, että jokaisella sidosryhmällä on tarvittava informaatio niiden osalta (Mäntyneva 2016, 111).

Vaikka viestintä sidosryhmien välillä ei mennytkään tässä projektissa oppikirjan mukaisesti, niin projekti saatiin maliin siten, että jokainen sidosryhmä oli lopputulokseen tyytyväinen. Tästä oppineena ymmärrän tulevissa projekteissa projektiviestinnän merkityksen paremmin ja osaan antaa sille enemmän painoarvoa jo projektin suunnitteluvaiheessa. Sujuvammalla viestinnällä varmistan kampanjan onnistumisen ja tyytyväisemmät asiakkaat.

### **3.4 Seurantaviikko 4**

Maanantai 19.12.2022

Tänään koko päivä kului seuraavan kampanjani suunnittelemisen parissa. Huomenna iltapäivästä pidetään aloituskokous, jossa esittelen projektisuunnitelmani. Aloituskokoukseen osallistuu johdon lisäksi tuotantotiimi ja muut projektipäälliköt, jotka tekevät terveys aiheisia kampanjoita.

Kampanjan suunnittelu piti tänään sisällään kampanjan teemojen miettimistä ja prospektointia. Tutkin mm. Allergia-, iho- ja astmaliiton nettisivuja, josta sain hyvin ideoita teemoihin ja prospekteihin. Tutkin myös eri sairaaloiden tarjoamia allergioiden ja astman hoitomuotoja. Tämän päivän aikana sain hyvän käsityksen kyseisistä terveysongelmista ja niiden erilaisista hoitomuodoista sekä lääkeyhtiöistä, jotka tarjoavat erilaisia lääkkeitä niiden hoitoon. Huomisen aloituskokouksen jälkeen voin alkaa soittelemaan ensimmäisiä prospekteja läpi. Lääkeyhtiöt poikkeavat prospekteina siinä mielessä muista, että niiden markkinointia koskevat tarkoin säädellyt lait. Tämä on samaan aikaan hyvä ja huono asia. Hyvän siitä tekee se, että esimerkiksi reseptilääkkeitä ei voi markkinoida suoraan lääkkeen nimellä, vaan lääkeyhtiö voi mainostaa ainoastaan tarjoavan reseptilääkettä johonkin tiettyyn vaivaan. Sisältömarkkinoinnin avulla lääkeyhtiö voi siis saada näkyvyyden oikeassa

asiayhteydessä, jolloin mainoksen merkittävyys kasvaa. Lakien huono puoli on se, että se voi hidastaa yhtiöiden päätöksentekoa. Sen vuoksi prospektien kontaktoiminen on aloitettava hyvin varhaisessa vaiheessa projektia.

Tiistai 20.12.2022

Tänään päivä alkoi kampanjan suunnittelulla. Aamun aikana osallistuin myös kollegani projektin aloituskokoukseen, jossa kollegani esitteli business planinsa. Kokous kesti tunnin verran ja sain siitä ideoita myös omaan suunnitelmaani. Kollegan business planista inspiroituneena lähdin vielä hiomaan omaa projektisuunnitelmaani, minkä esittäisin iltapäivästä. Tarkensin omasta suunnitelmastani muutamaa diaa, joissa esiteltiin omat tavoitteet projektille ja miten ne saavutettaisiin. Etsin myös lisää prospekteja.

Iltapäivästä kokoonnuttiin samalla porukalla uudestaan neuvotteluhuoneeseen ja esittelin projektisuunnitelmani. Esiteltyäni suunnitelmani sain siitä palautetta ja muutamia vinkkejä sen jalostukseen. Palaute oli kaikin puolin positiivista ja vinkit liittyivät lääkeyhtiöiden kanssa työskentelemiseen. Aiemmassa kampanjassani tekemäni kaupat olivat melko pieniä verrattuna tässä kampanjassa tehtäviin kauppoihin, joten ajattelutapa rahan suhteen on myös muutettava. Kokouksen jälkeen aloin lisäämään löytämiäni prospekteja crm järjestelmään. Prospektien lisääminen järjestelmään on aikaa vievää työtä, sillä osa yrityksistä täytyy lisätä manuaalisesti, jos niitä ei löydy ennestään.

Keskiviikko 21.12.2022

Tänään jatkoin vielä eilen aloittamaani prospektien lisäämistä järjestelmään. Prospekteja tulisi olla järjestelmässä aloitusvaiheessa vähintään 100 kappaletta, mutta mielellään enemmän. Päivän päätteeksi olin saanut listattua noin 150 prospektia.

Otin tänään yhteyttä Allergia-, iho- ja astmaliiton markkinointiviestinnästä vastaavaan Niki Malmrosiin. Hän on ollut mukana Mediaplanetin tuottamissa allergia ja astma kampanjoissa lukuisia kertoja, minkä vuoksi lähdin kyselemään häneltä tuoreimpia näkökulmia aiheeseen. Hän oli kiireinen, eikä kerennyt nyt juttelemaan aiheesta pidempään, mutta saimme sovittua Teams palaverin tammiukuun puolelle, missä voimme ideoida kampanjaa yhdessä. Niki puhui puhelun aikana tulevan vuoden allergiaviikon teemoista pikaisesti ja esiin nousi luontoterveys eli green care. Tutkin aihetta puhelun jälkeen ja lisäsin sen kampanjan teemoihin. Luontoterveys on tärkeä osa allergioiden ja astman hoitoa, josta allergia-, iho- ja astmaliitto tekee juuri suurta tutkimusta.

Torstai 22.12.2022

Viimeinen päivä ennen joululoman alkua alkoi koko henkilökunnan yhteisellä aamupalaverilla. Palaverissa käytiin läpi vuoden 2022 lukuja sekä katselmoitiin tulevaa vuotta. Vaikka vuosi oli ollut haasteellinen Ukrainan sodan vuoksi, niin Mediaplanetilla suunta oli koko vuoden ajan kehityksellinen. Palaverin aikana käytiin myös läpi uudistuneet näkyvyyspaketit, joita tulimme myymään asiakkaillemme.

Palaverin jälkeen palattiin viimeistelemään vuotta 2022 omien projektien osalta. Soitin vielä läpi yhden asiakkaan, jonka kanssa olin tehnyt yhteistyötä edellisessä projektissani. Kysyin asiakkaalta palautetta prosessin sujuvuudesta ja kävimme vielä yhdessä läpi tekemämme artikkelin sisällön. Yhteistyö asiakkaan mielestä meni muuten hyvin, mutta aikataulun osalta tuli palautetta, koska asiat olivat jääneet viime tippaan. Tästä olin täysin samaa mieltä ja olinkin asiaa itsekin jo miettinyt. Asiakas olisi myös halunnut artikkeliin kuvan tuotepakkauksesta, minkä oli kiireessä unohtanut mainita. Ehdotin asiakkaalle, että voisimme tehdä vielä bannerin ja lisätä sen Pääkkösen nettiartikkeliin, milloin artikkelin kautta saataisiin liikennettä asiakkaan nettisivuille. Asiakas ilmaisi olevansa kiinnostunut ehdotuksesta, mutta koska budjetit on tältä vuodelta käytetty, niin palamme asiaan tammikuun puolella.

Tulevaa projektiani varten tein Powerpointin avulla Mediakortin. Mediakortti on esitys, josta ilmenee kokonaisuudessaan kampanjan sisältö sekä Mediaplanetin konsepti, tuotepakettien sisältö ja hinnat sekä projektipäällikön yhteystiedot. Mediakortti lähetetään prospekteille tarjouksien yhteydessä. Joululoman jälkeen voin siis aloittaa suoraan prospektien kontaktoimisen.

Perjantai 23.12.2022

Vapaapäivä

Viikkoanalyysi: Projektin elinkaari: Valmistelu ja suunnittelu

Projekti alkaa sen valmistelusta ja jokaisen projektin lähtökohtana on tarve sen toteutukselle. (Mäntyneva 2016, 16) Esimerkiksi ohjelmistokehitysprojekteista eroten Mediaplanetin tuottamilla projekteilla ei ole varsinaista tilaajaa, vaan tarve tulee yhtiön sisäلتä ja projekteilla kasvatetaan yrityksen liiketoimintaa. Tarve tai kysyntä tuotettaville kampanjoille voi tulla esimerkiksi vuodenajan

tai ajankohtaisen tapahtuman, kuten esimerkiksi kriisin taustalta. Seuraava kampanjani on alku kevästä julkaistava Allergia ja iho kampanja ja se julkaistaan kansallisen Allergiaviikon aikana, milloin siitepölyoireet puhuttavat muutenkin suomalaisia.

Kun riittävät valmistelut ovat tehty, voidaan projektin suunnitteluvaihe käynnistää. Suunnitelman tavoitteena on määritellä projektin yksityiskohdat riittävän tarkasti, jotta sen projektin toteuttaminen sujuisi mahdollisimman hyvin. (Mäntyneva 2016, 17). Ensimmäinen projekti oli minulle hyvin opettavainen ja sen aikana pääsi näkemään, mitä kaikkea projektin aikana tapahtuu aina suunnittelusta päättämiseen saakka. Projektin aikana tuli monia oivalluksia tilanteista, jotka onnistuivat hyvin ja toisaalta myös tilanteista, joissa epäonnistuin. Näiden oivallusten ja oppien avulla on helpompi lähteä suunnittelemaan seuraavaa projektiani, jonka tulen toteuttamaan täysin yksin. Projektisuunnitelman tarkoitus on auttaa saavuttamaan projektin tavoitteet sovituissa aikatauluissa ja budjetissa. (Newton 2016, 65) Kun projektin aihe annettiin minulle, niin samalla kerrottiin myös kampanjan julkaisupäivä sekä tavoitebudjetti, mihin minun tulisi päästä projektin aikana. Mediaplanetilla kampanjoille asetetaan myös price list eli minimi euromääräinen tavoite, joka kattaa kampanjan kiinteät kulut. Jos minimitavoitteeseen ei päästä, niin kampanjan julkaisua voidaan joutua siirtämään eteenpäin, se voidaan vaihtoehtoisesti liittää toiseen kampanjaan tai se voidaan joutua perumaan kokonaan. Projektin suunnittelu alkaa sen määrittelystä kysymyksillä miksi se tehdään ja mitä ollaan tekemässä. Kun nämä on selvitetty, niin voidaan alkaa miettimään, että miten se tehdään sekä kenelle ja milloin (Newton 2016, 66). Kuten Newton kirjassaan kertoo projektisuunnitelman rakenteesta, niin samoin tehdään Mediaplanetilla. Projektisuunnitelman ensimmäisissä dioissa esitetään, että miksi ja mitä ollaan tekemässä sekä kenelle ja milloin. Sitten esitetään suunnitelma, millä myyntitavoitteeseen päästään.

### **3.5 Seurantaviikko 5**

Maanantai 2.1.2023

Tänään palattiin töihin reilu viikon mittaiselta joululomalta. Aamu aloitettiin tiimin keskeisellä palaverilla, jossa käytiin rennoin tunnelmin läpi kuulumisia sekä katselmoitiin tulevaa viikkoa, joka tulisi olemaan loppiaisena vuoksi vajaa. Tänään alkaa jokaisella projektipäälliköllä oman kampanjansa ensimmäinen virallinen myyntipäivä. Jotta myyntiä päästään tekemään, niin tämän viikon aikana on saatava paljon tarjouksia, joita voidaan sitten kotiuttaa tulevien viikkojen aikana. Jokaisella projektipäälliköllä viikon tärkein teema on siis tarjousten tekeminen.

Palaverin päätyttyä aloin heti soittlemaan prospekteja läpi. Aamun aikana sain muutamia potentiaalisia asiakkaita kiinni ja sain heidän kanssaan muodostettua ihan hyviä keskusteluja. Kyseiset asiakkaat olivat myös aiempina vuosina osallistuneet Allergia, iho ja astma kampanjaan ja olivat

tietoisia kyseisetä liitteestä. Tein näille asiakkaille ehdotuksen yhteistyöstä ja pääsin lähettämään heille tarjoukset. Tarjouksia varten minun täytyi vielä laatia tarjouspohja, josta ilmenee kampanjan tärkeimmät tiedot ja tavoitteet sekä yhteistyöehdotus ja hinnasto. Valmiiksi laadittua pohjaa on siten helppo muokata jokaisen asiakkaan tarjousten mukaiseksi.

Päivän aikana sain tehtyä yhteensä 3 tarjousta, jotka lähetin iltapäivästä asiakkaalle. Johto halusi vielä tarkistaa ennen joululomaa tekemäni mediakortin, joten katsottiin sitä yhdessä läpi. Media-korttiin tehtiin vielä muutamia tarkennuksia, jotka liittyivät kampanjan tavoitteiden esittämiseen ja yhteistyökumppaneiden hyötyjen esille tuomiseen.

Tiistai 3.1.2023

Tänään päätin pitää etätyöpäivän. Nyt kun projekti on siinä vaiheessa, että tärkeintä on kontaktoida mahdollisimman monia asiakkaita, niin kotona työskennellessä on sitä varten parempi työrauha. Toimistolla kaikki projektipäälliköt ovat samassa tilassa, joten siellä keskittyminen on ajoittain hieman hankalaa.

Ennen lomaa keskustelin Allergia-, iho- ja astmaliiton Niki Malmrosin kanssa ja hän mainitsi sanan luontoterveys, jonka olinkin lisännyt kampanjan teemoihin. Aamulla törmäsin aiheeseen tutustuesani mielenkiintoiseen toimijaan, Uute Scientific Oy:n. Tutustuin heidän toimintaansa ja päätin soittaa heille kampanjani tiimoilta. Yrityksen viestintävastaava vastasi puhelimeen ja oli erittäin kiinnostunut tulevasta kampanjastamme. Viestintävastaava oli lukenut aiempia liitteitämme ja tiesi, mitä teemme Mediaplanetilla. Uute Scientific Oy on raaka-ainevalmistaja, joka tekee Allergialiiton kanssa tutkimusta yhteistyössä ja tämä tutkimus liittyy juuri luontoterveyteen. Tutkimus on loppumetreillä ja tulokset ollaan valmiita tuomaan julkisuuteen kevään aikana. Juttelimme pitkän aikaa erilaisista vaihtoehdoista näkyvyydelle kampanjassamme ja pääsin tekemään heille tähän mennessä suurimman tarjoukseni.

Päivän aikana soittelin vielä monia prospekteja läpi, mutta useimmat heistä olivat vielä lomalla tämän viikon. Moni prospekti vastasi puhelimeen, mutta ilmoitti että palaa työasioihin vasta ensi viikolla. Tämä toistui monessa puhelussa, joten päätin käyttää aikani johonkin muuhun, kun lomailevien prospektien tavoittamiseen. Kampanjastani, puuttuu vielä vaikuttajat, joten aloin miettimään potentiaalisia vaihtoehtoja. Törmäsin artikkeliin, jossa laulaja Jesse Kaikuranta puhui allergioistaan ja astmastaan. Päätin ottaa yhteyttä Kaikurannan manageriin ja kysyä, jos saisimme laulajan osallistumaan kampanjaamme. Tavoitin managerin ja kerroin, mitä olen tekemässä. Lähetin infot vielä hänelle sähköpostitse ja manageri lupasi välittää ne Jesselle. Vastauksen saan myöhemmin, kun laulaja on tutustunut juttuun.

Keskiviikko 4.1.2023

Tänään työskentelin toimistolla. Aamun aikana tutustuin Uute Scientific Oy:n yhteistyökumppaneiden toimintaan. Koska yritys on raaka-ainetuottaja, niin heidän asiakkaansa ovat myös tässä yhteydessä hyvin potentiaalisia asiakkaita kampanjaani. Eilisessä keskustelussamme yrityksen viestintävastaava mainitsi kosmetiikkatuotteita, joita artikkelissa voitaisiin nostaa esiin. Partneriyrityksiin tutustuttuani olin jo soittamassa yhdelle niistä, joka tuotti juuri kosmetiikkatuotteita. Päätin vielä ennen kyseisen firman kontaktoimista soittaa uudestaan Uutteelle ja kysyä, että oliko eilisessä keskustelussamme mainittu tuote juuri tämä. Rita Uutteelta oli hyvin iloinen, että soitin hänelle asiasta ensin. Kyseinen tuote oli nimittäin juuri se, mistä hän oli eilen maininnut. Rita oli kerennyt jo keskustella kampanjaan osallistumisesta yrityksen johdon kanssa, ja he olivat tulleet sellaiseen lopputulokseen, että haluavat osallista siihen, mutta he eivät tule sitä rahoittamaan. Tapa, jolla he osallistuisivat olisi sellainen, että heidän tutkimusjohtajansa tulisi puhumaan heidän ja allergialiiton tuottamasta luontoterveystudkimuksesta sekä Uute Scientific Oy:n kehittämästä innovatiivisesta metsäbiomiute raaka-aineesta. Rahoitus tähän saataisiin hakea Uute Scientific Oy:n raaka-ainetta käytäviltä partneriyrityksiltä. Rita Uutteelta antoi minulle paljon sisäpiiritietoa tutkimukseen sekä partneriyrityksiin liittyen. Hän antoi myös yhteystiedot jokaiselle näistä ja kertoi, mistä asioista minun tulisi heille puhua, jotta saisin mahdollisimman monen partnereista kiinnostumaan ja osallistumaan kampanjaan.

Ekaa kertaa tuntui, että olin osunut oikeaan kultasuoneen. Jos kokonaisuus saataisiin tuotettua ja mahdollisimman moni Uutteen yhteistyökumppani osallistuisi projektiin, niin tästä voisi tulla koko projektin suurin teema. Kerroin johdolle, mitä olin muutaman päivän aikana tehnyt ja johto oli myös erittäin kiinnostunut aiheesta. Katsoimme yhdessä maajohtajan kanssa erilaisia mahdollisuuksia tuottaa tämä kokonaisuus ja tutustuimme jokaiseen partneriin tarkistamalla niiden taloustiedot, minkä avulla pystyimme arvioimaan, minkä suuruisilla summilla nämä mahdollisesti voisivat osallistua kampanjaan. Moni yrityksistä oli startup-yrityksiä, mutta yhdellä oli jo selkeästi suurempi liikevaihto. Loppupäivän ideoin kokonaisuutta, jotta huomenna voisin alkaa kontaktoimaan partnereita.

Torstai 5.1.2023

Aamu alkoi tänään siitä, mihin eilen jäin luontoterveys aiheen suhteen. Tänään soitin aamun aikana läpi kaikki Uute Scientific Oy:n yhteistyökumppanit, joita on yhteensä seitsemän. Yhdelle näistä en saanut puhelinnumeroa, joten yhteydenoton hoidin sähköpostitse. Näistäkin toimijoista moni oli vielä tämän viikon lomalla, joten kontaktoiminen siirtyy niiden osalta ensi viikolle. Ne yrityk-

set, jotka asian tiimoilta tavoitin, olivat hyvin kiinnostuneita kokonaisuudesta ja kyselivät paljon projektista. Kerroin näille prospekteille, että olen tuottamassa Allergia, iho ja astma kampanjaa, minkä keskeinen teema tulee olemaan luontoterveys. Allergialiiton sekä Uute Scientific Oy:n osallistuminen kampanjaan lisäsi prospektien mielenkiintoa kampanjaa kohtaan entisestään. Puhuimme avoimesti siitä, että kokonaisuus voidaan tuottaa ainoastaan, jos sille saadaan rahoittajia, jotka tässä kohtaa olisivat juuri Uutteen partneriyhtykset. Prospektit kyselivätkin hintoja ja tarjouksia kirjallisesti. Monet olivat myös kiinnostuneita siitä, että osallistuuko kokonaisuuteen muita Uutteen kumppaneita. Selvensin heille, että tulen ottamaan yhteyttä jokaiseen partneriin, ja mitä useampi näistä saadaan mukaan, niin sitä suurempi ja näkyvämpi kokonaisuudesta voidaan tehdä. Tämä päivä kului pitkälti tarjouksien lähettämiseen sekä sähköpostiviestittelyyn kokonaisuuden tiimoilta. Tänä keskustelin vielä toiseen otteeseen Jesse Kaikurannan managerin kanssa artistin osallistumisesta kampanjaan. Näyttäisi vahvasti siltä, että laulaja osallistuu kampanjaan, koska manageri kyselee jo aikataulusta.

Perjantai 6.1.2023

Vapaapäivä

Viikkoanalyysi: Asiakastiedon hyödyntäminen myynnissä

Tämän päivän myyjän on pystyttävä erottautumaan massasta. Markkinoinnista vastaavat henkilöt saavat niin paljon puheluita, että usein he keksivät lennosta verukkeita, joilla pääsevät myyjästä eroon. Itse kuulen usein sitä, että ollaan palaverissa tai markkinoinnin budjetit on jo käytetty. Usein kuitenkin keskustelua saadaan jatkettua, jos asiakkaan mielenkiinnon saa herätettyä heti puhelun ensimmäisten sekuntien aikana. Erottuakseen myyjän on pystyttävä herättämään asiakkaan mielenkiinto tarjoamalla asiantuntevia näkemyksiä asiakkaan haasteiden ratkaisemiseksi. Myyjän tehtävä on siis auttaa asiakkaitaan saavuttamaan tavoitteitaan. Jotta myyjällä on mahdollisuus tähän, pitää asiakkaan toiminnasta olla hyvä käsitys. Fakta pohjaisella asiakastiedolla myyjästä tulee asiantuntijamyymä, joka pystyy auttamaan asiakkaitaan parempien päätöksen tekemisessä (Laine 2015, Asiakastiedosta aito kilpailuetu ja digitalisaation hyödyntäminen). Tämän viikon aikana sain paljon asiakastietoa, kun keskustelin Uute Scientific Oy:n sekä Allergialiiton viestintävastaavien kanssa. Sillä, että olin tutustunut luontoterveys aiheeseen jo ennen Uuttele soittamista oli myös iso vaikutus siihen, että sain muodostettua Ritän kanssa hyvän keskustelun. Uskon, että keskustelustamme saamallani sisäpiiritiedolla olen huomattavasti valmiimpi ottamaan yhteyttä Uutteen partneriyhtykseen ja myymään heille ideaani. Asiakastiedolla pystyn antamaan asiantuntevampia ja asiakkaita paremmin palvelevia ratkaisuja markkinoinnin tueksi.

### 3.6 Seurantaviikko 6

Maanantai 10.1.2023

Maanantai aamu alkoi tuttuun tapaan tiimin aamupalaverilla. Myyjien motivointi on tärkeää, minkä vuoksi tästä päivästä eteenpäin toimistolla tarjoillaan työntekijöille ilmainen aamupala maanantaisin, joka voidaan syödä yhdessä aamupalaverin aikana. Tällaisilla pienillä eleillä on suuri vaikutus jaksamiseen ja motivaatioon. Aamupalaverissa käytiin läpi jokaisen projektipäällikön pöydällä olevat tarjoukset ja tavoitteet viikon suhteen. Itselläni oli edellisviikolta muutama tarjous valmiina, joita voisin tämän viikon aikana kotiuttaa. Asetin itselleni tähän mennessä korkeimman tavoitteen, minkä tekemiseen saa tehdä pari keskikokoista kauppaa.

Palaverin jälkeen aloitin heti prospektien kontaktoimisen. Ensimmäisenä lähdin soittamaan taas Uutteen partnereille, joiden kanssa en ollut vielä päässyt keskustelemaan. Tavoitin luonnonmukaisia pesuaineita tuottavan yrityksen toimitusjohtajan. Esiteltyäni itseni tämä kyseinen henkilö sanoi, ettei ole kiinnostunut. Pyysin häntä kuitenkin kuuntelemaan minua minuutin verran, koska minulla olisi hänelle mielenkiintoinen juttu kerrottavana. Sain toistaa pyyntöni muutaman kerran, minkä jälkeen sain minuutin aikaa. Esitettyäni asian kyseinen henkilö halusikin keskustella kanssani pitempään ja lopulta puhelimme kesti lähes 30 minuuttia. Keskustelu päättyi siihen, että sovimme torstaille Teams palaverin, jossa voimme kartoittaa mahdollista yhteistyötä tarkemmin. Päivän aikana otin yhteyttä myös toiseen Uutteen partneriin, johon olin jo ollut yhteydessä ja lähettänyt tarjouksenkin. Puhelimeen vastasi yrityksen toimitusjohtaja ja kysyin häneltä, että mitä mieltä tämä oli ehdotuksestani. Hän ei edes tiennyt, että olin ottanut yhteyttä hänen kollegaansa, joten esitin ideani myös hänelle. Toimitusjohtaja kiinnostui aiheesta ja pääsin tekemään sen tiimoilta uuden aiempaa isomman tarjouksen. Sovittiin huomiseksi Teams palaveri, jossa voitaisiin kartoittaa tarkemmin yhteistyön luonnetta.

Iltapäivästä meille projektipäälliköille keksittiin lisää motivaattoreita, joilla saataisiin enemmän buukattuja tapaamisia, tarjouksia sekä myyntiä. Seuraavien kahden päivänä tulisimme kilpailemaan pareittain. Kilpailun aikana jokaisesta buukatusta tai pidetystä teams palaverista saisi 5, tarjouksesta 5 ja kaupasta 10 pistettä. Kilpailun julkistamisen jälkeen tein crm järjestelmään soittolistan huomista varten, jotta olisin valmis tekemään nostoja heti aamusta.

Tiistai 10.1.2023

Tänään päätimme kilpararini kanssa mennä pieneen neuvotteluhuoneeseen soittamaan prospektejamme läpi. Meillä molemmilla oli jo muutama Teams palaveri sovittu tälle päivälle, joista tulimme saamaan pisteitä. Aamun aikana omat prospektini eivät vastailleet puhelimiinsa, mutta parini sai tavoitettua muutaman ja sovittuja tapaamisiakin kiitettävästi. Kymmeneltä aamulla alkoi ensimmäinen Teams palaverini. Esittelin prospektille aiemmin tekemiämme kampanjoita ja näytin muutamia esimerkkejä siitä, millaisia artikkeleita voisimme yhteistyössä tehdä. Asiakas oli hyvin tyytyväinen näkemäänsä, joten hän halusi tehdä ehdotukseni mukaisen yhteistyön. Asiakas alkoi puhumaan toisestakin projektista, joka sopisi tähän kampanjaan. Lopulta sain klousattua kaksi kauppaa samaan kampanjaan. Tällä Teams tapaamisella sain yhteensä 15 pistettä, joten olimme parini kanssa hyvin vahvoilla. Tekemäni kauppa oli myös suurin, mitä tähän mennessä olen tehnyt ja viikkotavoitteenikin melkein täyttyi. Päivän toisessa Teams palaverissani pääsin esittelemään Uutteen toiselle partnerille ideaani ja he kiinnostuivat myös kovasti. Palaverin lopputuloksena oli uusi tarjous, josta jatketaan keskustelua tulevan viikon aikana. Päivän palaverit todistivat sen, että tapaamisten sopiminen on tehokas tapa esitellä omaa ideaa ja tehdä kauppaa. Päivän aikana sovin kaksi uutta tapaamista, pidin kaksi tapaamista ja tein yhden tarjouksen ja yhden kaupan. Päivän pistesaldo oli siis hyvä. Huomenna aamulla julkistetaan pistetilanne ja käynnistetään kilpailun toinen päivä.

Keskiviikko 11.1.2023

Kilpailun toinen päivä aloitettiin pistetilanteen julistamisella yhteisessä aamupalaverissa. Olin parini kanssa jaetulla kärkisijalla, joten päivästä oli tulossa jännittävä ja ennen kaikkea uusia tarjouksia ja tapaamisia olisi saatava paljon, jotta kilpailun voi voittaa. Pisteiden julistamisen jälkeen kävimme vielä läpi myyntitavoitteet loppu viikolle sekä asiakkaat, joiden kanssa kaupat oletettavasti tehtäisiin. Oma tavoitteeni oli tehdä vielä kaksi pienempää tai yksi keskikokoinen kauppa.

Pikaisen tilannekatsauksen jälkeen aloin heti soittamaan läpi prospektejani. Pidin päivän mittaan yhden aiemmin sovitun palaverin Allergialiiton Nikin kanssa. Keskustelimme Allergialiiton panoksesta tulevaan kampanjaan ja kävimme läpi teemoja, joita aiemmin käymissämme nopeissa keskusteluissa emme olleet vielä ehtineet käydä läpi. Sain Nikiltä hyviä ideoita ja muutamia nimiä, joita voitaisiin ottaa kampanjaan mukaan asiantuntijan rooleissa. Lisäksi sain Allergialiitolle tehtyä pienen tarjouksen, jolla he saisivat liiton neuvontapalvelulle näkyvyyttä.

Tämä päivä oli kontaktimäärän ja tehtyjen tarjousten suhteen hyvin onnistunut. Sain päivän mittaan tehtyä yhdeksän uutta tarjousta ja sovin kaksi uutta Teams palaveria. Minun ja parini yhteenlaskeutuilla pisteillä voitimme kilpailun, josta palkkioksi saimme mukavan bonuksen tammikuun palkkaan. Kilpailu oli mielestäni erittäin hyvä, sillä se motivoi sopimaan tapaamisia ja tekemään tarjouksia.

Tämän viikon aikana olen pitänyt kolme palaveria ja olen huomannut, kuinka tehokkaita ne ovat pelkkiin puhelinkeskusteluihin verrattuna. Lisäksi tämän ja eilisen päivän aikana tulin esitelleeksi ideani asiakkaille niin monta kertaa, että pystyn nyt esittämään ideani paljon itsevarmemmin.

Torstai 12.1.2023

Eilisen jäljiltä pöydälläni oli 9 tekemätöntä tarjousta, joita en kerennyt lähettämään kontaktoimisen keskellä. Tänään aloitin siis työpäiväni tarjousten laatimisella. Tarjouksia varten olin toki eilisen aikana kirjoittanut kaiken tarpeellisen itselleni muistiin. Tämän viikon teemana on ollut sopia Teams tapaamisia, joita sainkin sovittua kiitettävästi. Lounaan jälkeen projektipäälliköille pidettiin pikainen koulutus tapaamisten buukkaamisesta ja pitämisestä. Palaverissa jaettiin onnistumisia ja kerrottiin vinkkejä, miten tapaamisia saa sovittua. Omat onnistumiset liittyivät juuri siihen, että olin saanut viikon aikana sovittua kuusi uutta tapaamista sekä pidin neljä, joista yhdessä tein kaupan. Tähän mennessä tekemistäni neljästä kaupasta kaksi on tullut Teams tapaamisten kautta, ja ne on ollut myöskin isoimmat tekemäni kaupat. Yleensä tapaamiset sovitaan puhelimitse, mutta itse tein muutamana buukkauksen myös sähköpostitse, joten nostin sen myös esiin koulutuksessa. Maajohtaja pyysikin, että jakaisin viestini muiden projektipäälliköiden kesken, jotta muut voisivat ottaa mallia viesteistäni. Monet asiakkaamme ovat sellaisia, ettei heitä tavoita puhelimitse, joten sähköposti voi olla näiden kohdalla ainoa tapa saada tapaaminen sovituksi.

Pidin päivän aikana vielä yhden Teams tapaamisen prospektin kanssa, jonka kanssa olin jutellut alkuvuikosta pidemmän puhelun. Esitin hänelle ideaani kyseiseen asiakkaan mahdollisuuksista olla mukana kampanjassa. Hetken keskusteltuaamme totesimme yhdessä, että asiakkaan osallistuminen juuri tähän kampanjaan ei ole välttämättä paras mahdollinen idea. Tarkistin julkaisukalenterimme ja ehdotin kahta muuta kampanjaa, jotka ovat tulossa seuraavan kvartaalin aikana, jotka mielestäni sopivat paremmin asiakkaan agendaan. Asiakas oli samaa mieltä ja päätimme siirtää yhteistyökeskustelun keväämmälle.

Perjantai 13.1.2023

Viikon mittaan olen tavoittanut ison osan prospekteistani, joten tänään oli aika alkaa ideoimaan teemoihin lisää prospekteja. Keskiyöviikkona sain muutamia ideoita prospekteihini Allergialiiton Nikiltä, joten lisäsin ne listaani. Tutustuin myös muutama prospektiin, joiden kanssa tulen pitämään tapaamisen tulevalle viikolla. Asiakastiedolla on ollut selkeästi iso vaikutus oman idean myymiseen.

Tänään laulaja Jesse Kaikurannan manageri vastasi myös, että Jesse olisi mukana tulevassa kampanjassa. Artikkelia varten otin yhteyttä yhteen toimittajistamme ja kysyin, jos hän olisi kiinnostunut tekemään artikkelin. Sain myös häneltä myönteisen vastauksen, joten laitoin Jessen managerille sähköpostia, jossa ehdotin artikkelin sisältöä ja kysyin vielä rakenteeseen ideoita artistin suunnalta.

### Viikkoanalyysi: Myyjän motivointi ja aktiivisuus

Tämän viikon aikana pääsin itse kokemaan sen, että kuinka suuri vaikutus myyjän motivoimisella on omaan aktiivisuuteen ja yrittämiseen. Vaikka myynneistä saakin provisiota, niin ylimääräisellä motivoimisella aktiivisuus nousi entisestään. Myynnin kannalta sen mitattavuus ja palkitsevuus on tärkeää. Palkitseminen ohjaa ja kannustaa myyjiä pääsemään yhteiseen tavoitteeseen. Palkitsemistapoja on monia, joista raha on yleisin. Sen lisäksi pelkästään kiitos johdolta voi motivoida myyjää (Leino 2020, Myynnin palkitseminen - Sitä saa mistä palkitaan). Itseäni myynnissä motivoi myös työpaikan tarjoamat luontaisedut sekä kilpailut, joita kuluneen viikon aikana järjestettiin kiitettävästi. Palkkausmalli on tärkeä osa myyjän motivointia. Myyjän palkka voi muodostua kiinteästä palkasta, pelkästä tulospalkasta tai niiden yhdistelmästä. Kiinteä palkka luo turvan, mutta ei motivoi myyjää ylittämään itseään. Pelkkä tulospohjainen palkka taas saattaa luoda stressiä tai vääränlaista myyntikulttuuria muiden myyjien välille. Toimivaksi todettu vaihtoehto on niiden yhdistelmä, jolloin myyjällä on pohjapalkan tuoma turva, mutta myös mahdollisuus tienata enemmän ja kehittyä paremmaksi myyjäksi (Leino 2020, Myynnin palkitseminen - sitä saa mistä palkitsee). Mediaplanetilla sovelletaan tätä hyvin, sillä projektipäällikön palkka muodostuu kiinteästä pohjapalkasta sekä myynneistä tulevalla provisiomallilla. Sen lisäksi lisäeuroja on mahdollisuus tienata säännöllisesti järjestettävistä kilpailuista.

Edellisen projektin aikana pidin ainoastaan yhden Teams tapaamisen, minkä jälkeen tapaamisten pitäminen jotenkin pääsi unohtumaan. Tämän viikon aikana sovin kuusi uutta tapaamista ja pidin neljä. Kaikissa pitämissäni tapaamisissa pääsin ehdottamaan yhteistyötä, joten tästä eteenpäin tulen keskittymään yhä enempi tapaamisten sopimiseen. Viikon mittaan tekemistäni tarjouksista ensi viikon aikana voi selvitä useampi, joka tietä sitä, että voin asettaa tulevan viikon myyntitavoitteen myös aika korkealle. Myynti on pitkälti matikkaa, mitä ei tule unohtaa. Vain useiden nostojen kautta voi tehdä tarjouksia ja tarjouksien kautta kauppaa. Koska uuden myyjän klousausprosentti on oletettavasti noin 15 %, niin tulee yhden kaupan eteen tehdä noin 6 tarjousta. Minun klousausprosenttini edellisessä kampanjassa oli noin 10 % luokkaa, joten tarjouksia tulee tehdä vielä enemmän, jotta kauppaa pääsee tekemään. Tämä mielessä pitäen tähtään siis myös tulevan viikon aikana korkeaan tarjousmäärään.

### 3.7 Seurantaviikko 7

Maanantai 16.1.2023

Viikko lähti käyntiin tuttuun tapaan tiimin yhteisellä aamupalaverilla. Palaverin aikana käytiin läpi kuulumiset, viikon myyntitavoitteet sekä asiakkaat, joiden kanssa jatketaan tarjouksiin liittyviä keskusteluja. Asetin myyntitavoitteeni tällä viikolla hieman korkeammalle kuin edellisellä viikolla, koska tarjouskantaakin oli nyt huomattavasti enemmän. Palaverin aikana sain vielä sähköpostia viime viikolla tekemääni tarjoukseen liittyen. Asiakkaani hyväksyi tekemäni tarjouksen, minkä olin tehnyt kilpailun aikana. Viikko alkoi siis oikein mukavissa merkeissä ja olin heti aamusta lähempänä viikotavoitettani.

Kuluneiden viikkojen mittaan olen huomannut, että useiden hieman isompien toimijoiden markkinointitoimet suunnitellaan ja päätetään ruotsissa. Olen muutamia tarjouksia tehnyt englanniksi, mutta mediakorttia, mikä aina lähetän tarjouksen yhteydessä en ollut vielä kääntänyt. Tänään siis käytin muutaman tunnin päivästäni mediakortin kääntämiseen, jotta voin lähettää tarjoukset mahdollisimman kattavilla tiedoilla.

Tiistai 17.1.2023

Tänään soittelin läpi prospekteja, joille olin tehnyt tarjouksia viime viikolla, mutta emme olleet sopineet tarkkaa päivää, jolloin palaisimme asiaan. Tällaiset tarjoukset ovat niin sanottuja kylmiä tarjouksia, koska asiakkaat eivät ole ilmaisseet idean suhteen suurta mielenkiintoa. Tällaiset prospektit on kuitenkin hyvä soittaa läpi, koska sähköpostitarjous voikin olla se tekijä, joka herättää asiakkaan mielenkiinnon. Päivän mittaan kaatui muutama tarjous, mutta yksi prospekteista esitti suurta mielenkiintoa kampanjaa kohtaan ja alkoi kyselemään tarkemmin yhteistyön kulusta. Asiakas myös tiedusteli, että millaisen artikkelin voisimme tuottaa yritykselle. Puhuimme pitkään yhteistyöstä ja asiakas kyseli vielä tarjoukselle viimeistä hintaa. Tein keskustelun pohjalta uuden tarjouksen, johon palaamme tulevana maanantaina. Tästä aiemmin kylmästä tarjouksesta tuli puhelun myötä kuuma tarjous. Pidin iltapäivästä vielä yhden Teams palaverin, minkä aikana kävimme läpi aiempia asiakkaan kanssa tehtyjä yhteistöitä ja esitin ideani tulevan kampanjan suhteen. Asiakas ei ollut kokenut aiempia yhteistöitä kovin kannattaviksi, joten jättäytyi pois tällä kertaa.

Keskiviikko 18.1.2023

Aamu aloitettiin tänään pikaisella tilannekatsauksella, jossa katsottiin tavoitteet loppu viikolle. Itse jouduin laskemaan viikon myyntitavoitettani sillä kaksi tarjoukseen liittyvää follow upia siirrettiin tulevalle viikolle. Joka tapauksessa tälle viikolle pöydällä oli vielä yksi kuuma tarjous, josta keskustelisin asiakkaan kanssa perjantaina. Tilannekatsauksen aikana tiimin vetäjä haastoi jokaisen projektipäällikön tekemään päivän aikana tarjouksen, joka saataisiin ratkeamaan vielä tämän viikon aikana. Minulla oli mielessä yksi hyvä prospekti, jota en ollut vielä viime viikolla tavoittanut. Lähdin siis soittamaan kyseiselle asiakkaalle ja esittämään ideaani yhteistyölle. Kampanja kiinnosti asiakasta, joten sain tehtyä tarjouksen, johon palaisimme perjantaina. Tämä oli jälleen niin sanottu kuuma tarjous, koska asiakas alkoi tiukasta budjetista huolimatta miettimään, että mistä saisi rahoituksen osallistumiseen.

Tänään pääsin jo hieman suunnittelemaan tulevan kampanjan rakennetta. Käytössämme on Blinkplan niminen työkalu, jolla lehden layout suunnitellaan. Asetein työkalulla puolueettomat artikkelit, asiantuntijoiden artikkelit sekä vaikuttajien artikkelit niille suunnitelluille paikoille. Sen jälkeen tähän mennessä tehdyt kaupat aseteltiin niiden artikkeleiden yhteyteen, mihin ne oli kaupantekohetkellä sovittu laitettavaksi. Nyt kun sisältöä on jo muutaman sivun verran, niin kampanjan runko alkaa hahmottumaan. Se edesauttaa sitä, että eri teemojen myymistä on helpompi suunnitella, kun näen, kuinka monta artikkelia tai mainosta kuhunkin teemaan mahtuu.

Torstai 19.1.2023

Tämän päivän agendana oli uusien prospektien kontaktointi, uusien tarjousten tekeminen sekä tapaamisten sopiminen. Aamupäivän aikana loin itselleni soittolistan prospekteista, joita en ollut vielä tavoittanut tähän mennessä. Tein ennen lounasta lukuisia nostoja, mutta en saanut tavoitettua kuin muutaman prospektin, eikä niilläkään tuntunut olevan kiinnostusta kampanjaa kohtaan. Lounaan jälkeen minun oli määrä pitää Teams tapaaminen asiakkaan kanssa, mutta sekin siirtyi viime hetkellä huomiseksi. Iltapäivästä projektipäälliköiden yhteisenä tavoitteena oli buukata 10 uutta tapaamista ja jokaisen projektipäällikön tehtävä oli 1,5 tunnin aikana sopia tapaamisia. Sain vihdoinkin yhden asiakkaani kiinni, jolle minulla oli selkeä idea valmiina. Esittelin ideani prospektille ja ehdotin tapaamista. Mediaplanet oli asiakkaalle jo hyvin tuttu ja he tiesivät, millaisia yhteistyöt meidän kanssamme on, joten hän ei kokenut, että meidän tarvitsisi käyttää aikaa tapaamiseen. Asiakkaan edustama yhtiö oli lanseerannut hiljattain uuden tuotteen, joka sopisi kampanjaani erinomaisesti, joten totesimme yhdessä, että kyseisen tuotteen mainostaminen kampanjassamme olisi hyvä tapa tehdä yhteistyö. Tein asiakkaalle tarjouksen ja sovimme, että palaisimme siihen tulevan viikon keskiviikkona. Iltapäivästä kokoonnuimme neuvotteluhuoneeseen ja liityimme koko konsernin yhteiseen tiedotustilaisuuteen. Tilaisuudessa tiedotettiin johtoryhmän muutoksista sekä uudesta asiak-

kuudenhallintajärjestelmästä, joka tulisi vuoden 2023 aikana syrjäyttämään vuosikausia Mediaplanetin käytössä olleen järjestelmän. Kirsikkana kakun päälle Mediaplanetin operatiivinen johtaja ilmoitti, että syyskuussa järjestetään viikonlopun mittainen konferenssi kreikassa, johon koko henkilöstö on kutsuttu.

Perjantai 20.1.2023

Aamu alkoi follow up puheluiden merkeissä. Minulla oli tälle päivälle sovittuna kaksi paluusoittoa, joiden aikana kaupat mahdollisesti klousattaisiin. Tavoitin aamun aikana vain toisen asiakkaista ja hänkin pyysi palaamaan iltapäivästä. Päätin palata molemmille asiakkaille lounaan jälkeen, mutta halusin myös saada tehtyä kauppaa ennen lounasta. Minulla oli mielessä yksi asiakas, jolle voisin soittaa ja ehdottaa kauppaa. Kyseinen asiakas on ostanut Mediaplanetilta mainostilaa viimeisten vuosien aikana hyvin säännöllisesti. Päätin siis soittaa asiakkaalle ja tarjota hänelle takakannta, minkä hän usein miten on ottanut. Sain asiakkaan tavoitettua ja kerroin, että tuotan kampanjaa Helsingin Sanomien yhteyteen ja minulla olisi takakansi vielä vapaana. Asiakas kysyi hinnan ja julkaisupäivämäärän. Nämä kerrottuaani hän pienen hiljaisuuden jälkeen sanoi ottavansa sen. Tämä oli ensimmäinen tekemäni niin sanottu one call deal, eli ensimmäisellä kontaktikerralla klousattu kauppa. Aamu lähti kaupalla mukavasti käyntiin, minkä jälkeen pidin Teams tapaamisen toisen asiakkaan kanssa. Teams oli oikein antoisa, minkä aikana sain paljon informaatiota start-up yrityksestä ja heidän lähivuosien tavoitteistaan. Tapaamisen aikana esittelin myös Mediaplanetin konseptin sekä edellisiä kampanjoitamme. Asiakas oli hyvin kiinnostunut yhteistyöstä, joten pääsin tekemään tapaamisen pohjalta tarjouksen, johon palaisimme viikolla 5. Lounaan jälkeen soitin uudestaan asiakkaille, joita tavoittelin aamun aikana. Ensimmäinen puhelimeen vastannut kaatoi tekemäni tarjouksen. Budjetti ei riittänyt ja asiakas oli muutenkin hieman skeptinen konseptimme toimivuudesta, koska he olivat aiemminkin osallistuneet kampanjaamme, eikä olleet havainneet kasvavrassa muutosta. Kyseisen asiakkaan kanssa aikaisemmat yhteistyöt eivät olleet täysin vertailukelpoisia tulevaan yhteistyöhön ja koitin tätä vielä painottaa. Asiakas tiesi itsekkin tämän, mutta oli kuitenkin sitä mieltä, että jättäytyvät pois. Tein vielä vastatarjouksen hieman alhaisemmalla hinnalla, mihin asiakas voi palata, jos vielä muuttaa mielensä. Kaatuneen tarjouksen jälkeen päätin heti soittaa toisen follow upin läpi. Puhelimeen vastattiin ja asiakas ilmoitti heti, että haluavat lähteä kokeilemaan yhteistyötä tässä kampanjassa. Kyseinen asiakas osallistui nyt siis ensimmäistä kertaa kampanjaamme, joten kerroin vielä pikaisesti, miten etenemme yhteistyön kanssa ja lähetin ohjeet vielä sähköpostitse. Päivän aikana tehdyillä kahdella kaupalla ja maanantaina tekemällä yhdellä kaupalla tein vielä edelliseen viikkoon verrattuna tuloksetkaamman viikon ja pääsin lähes maanantaina asettamaani myyntitavoitteeseen. Tällä hetkellä kampanjassani alkaa olemaan aika

hyvin rahaa ja price list eli kampanjan minimimitavoite on täynnä. Minulle se tarkoittaa sitä, että seuraavista kaupoista lähtien alan tienamaan provisiota, jokaisesta toteutuneesta kaupasta.

Viikkoanalyysi: Nopealla kaupankäynnillä varmempaa kauppaa

Miksi onnistuin tällä viikolla paremmin kuin edeltävällä viikolla? Parin kuluneen viikon aikana viikkorytmi on alkanut selkeytymään, minkä takia tulostakin on tullut huomattavasti enemmän. Koska viime viikolla sain tarjouskannan kasvatettua ennätyslukemiin, niin tällä viikolla myyntilukematkin olivat korkeammat, kuin aiemmin. Sen lisäksi heti maanantaina tehty kauppa kasvatti itsevarmuutta ja halua tehdä lisää kauppaa. Kuluneen viikon aikana tarjouksia tuli hieman vähemmän, kuin edellisellä, mutta tarjoukset olivat laadukkaampia ja asiakkaiden tarpeita ajatellen täsmällisempiä. Lisäksi suurin osa uusien tarjousten laatimisesta jäi viikon loppu päähän, joihin pääsen palaamaan jo heti tulevan viikon alku puolella. Tällaisella syklillä myyntiä tulee tasaisella tahdilla. Viikon aikana sain myös kaksi nopeaa kauppa klousattua. Yksi klousattiin toisella kontaktikerralla kaksi päivää myöhemmin tarjouksen jättöpäivästä ja toinen heti ensimmäisellä kontaktilla. Tämä laittaakin miettimään, että onnistuuko kaupat varmemmin, kun asiakkaalle ei jätä liikaa harkinta-aikaa. Tällä viikolla kaatui vain yksi kuuma tarjous, johon asiakkaalla oli harkinta-aikaa melkein kaksi viikkoa. Syy voi olla myös siinä, että tänä päivänä tietoa ja valinnan varaa on niin paljon, että se vaikeuttaa ostopäätöksen tekemistä. Tai, jos tarjousta tehdessä asiakkaan saamaa lisäarvoa ei pysty tarpeeksi selkeästi selittämään voi uskottavuus palveluun heikentyä (Tanni 2022, 37).

### 3.8 Seurantaviikko 8

Maanantai 23.1.2023

Työviikko lähti käyntiin jälleen totutusti aamupalan ja –palaverin merkeissä. Tänään aamun tilannekatsaukseen osallistui koko Mediaplanetin henkilöstö ja palaverin aikana keskityttiin tulevan viikon asiakastapaamisten läpikäymiseen ja haasteisiin, joita projektipäälliköt ovat kohdanneet projektiansa ensimmäisten viikkojen aikana. Itselläni ei sinänsä haasteita ole toistaiseksi ollut sillä teemat ovat kiinnostaneet prospekteja, ja kauppaa on tullut tasaista tahtia. Joka tapauksessa tarjouskanta alkaa olemaan aika pieni ja prospektien määrä, joille en vielä ole soittanut alkaa olemaan myös vähäinen. Tämän viikon aikana keskittyminen pitää siis kohdistaa uusien prospektien tunnistamiseen ja heille sopivien lähestymiskulmien miettimiseen. Olen keskittynyt pitkälti omaan lempi teemaani eli luontoterveyteen. Aiheen ympärillä alkaa olemaan artikkeleita ja mainoksia jo sen verran, että seuraavaksi on alettava keskittymän myös muihin teemoihin. Palaverin päätyttyä soitin ensi töikseni follow up puhelun asiakkaalle, joka oli ilmaissut mielenkiintonsa yhteistyölle jo viime viikolla.

Olin lähettänyt asiakkaan sähköpostiin esimerkkejä sponsoroiduista artikkeleista, sillä asiakas oli sen tyyppisestä yhteistyöstä kiinnostunut. Esimerkit nähtyään asiakas oli kuitenkin sitä mieltä, että puolen sivun sponsoroituun artikkeliin mahtuva merkkimäärä on liian vähäinen. Tein asiakkaalle vielä tarjouksen koko sivun näkyvyydestä ja lähetin sen hänelle sähköpostitse. Sovimme, että huomenna kaupat lyötäisiin lopulta lukkoon.

Päivän mittaan selasin paljon eri nettiapteekkien nettisivuja, joista etsin allergiaoireita helpottavia lääkevalmisteita ja iho-ongelmiin auttavia hoitotuotteita ja lisäsin niiden valmistajia prospektilistaleni. Prospektien lisäämisen jälkeen minun oli tarkoitus alkaa kontaktoimaan niitä, mutta siinä vaiheessa ilmeni pieniä haasteita. Lääkeyhtiöiden alla on usein monia eri lääkevalmisteita, mikä taas tarkoittaa sitä, että markkinointitiimit ovat valtavia ja jokaisella lääkevalmisteella on oma brand managerinsa eli markkinointivastaava. Hommaa vaikeutti entisestään se, että järjestelmissämme on paljon sellaisten henkilöiden yhteystietoja, jotka eivät enää työskentele samoissa positioissa. Iltapäivän aikana sain leikkiä salapoliisia ja kaivella netistä kunkin lääkevalmisteen brand manageria. Tiedot ovat harvemmin isoissa yhtiöissä helposti löydettävissä, joten löysin yhteystietoja vaihtelevalla menestyksellä.

Tiistai 24.1.2023

Tänään päivän agenda oli pitkälti sama kuin eilen. Etsin lisää prospekteja ja aina uuden teemaan sopivan prospektin löytyessä mietin lähestymiskulman valmiiksi ja kirjasin sen ylös crm järjestelmään. Päivän aikana koitin parhaani mukaan kontaktoida uusia prospekteja, mutta yhteystiedot olivat edelleen puutteellisia ja jouduin jonkin verran soittelemaan yritysten asiakaspalveluihin ja kyselemään yhteystietoja sitä kautta. Usein asiakaspalveluista saa vain sähköpostiosoitteita, joten tarjouksen joutuu lähettämään kylmänä suoraan sähköpostitse. Lounaan jälkeen soitin follow up puhelun asiakkaalle, jolle tein eilen uuden tarjouksen isommasta sisällöstä. Asiakas oli tullut sellaiseen lopputulokseen, ettei kuitenkaan lähde tekemään sivun kokonaisuutta vaan haluaa puolen sivun mainos näkyvyyden ja kysyi sille hintaa. Mainosnäkyvyydestä emme olleet keskustelleet missään vaiheessa, joten häkellyin hieman siitä. Kerroin hinnaksi sen, mistä olimme alun perinkin puhuneetkin, mutta hinta ei miellyttänyt asiakasta, koska he ovat aiemmin maksaneet pienempiä hintoja. Painotin vielä, että tässä kampanjassa kampanjan sisältö tukee paremmin mainostettavaa tuotetta ja digi näkyvyydellä on toki myös hintansa. Asiakas ilmoitti, että voin soittaa kampanjan loppu puolella, jos tilaa on vielä ja edullisella hinnalla pääsee mukaan. Halusin kuitenkin päättää kaupan nyt, koska tarjousta oli pyöritelty tässä kohtaa jo lähes kahden viikon ajan. Tarjosin mainospaikan asiakkaan ehdottamalla hinnalla ilman diginäkyvyyttä ja se sopi asiakkaalle. Tein siis viikon ensimmäisen kaupan ja samalla kampanjan price list tuli täyteen. Iltapäivästä sain vielä säh-

köpostia asiakkaalta, jonka kanssa olin sopinut follow upin vasta tulevalle viikolle. Asiakas oli kuitenkin kerennyt jo tutustua tarjoukseeni ja kyseli vielä sen suhteen pieniä muutoksia. Vastasin asiakkaan kysymyksiin ja tässä kohtaa vaikutti vahvasti siltä, että asiakas olisi kiinnostunut hieman laajemmasta paketista, joka sisältäisi sekä printtimainoksen, verkkoartikkelin sekä lukijapaketin artikkeliin.

Keskiviikko 25.1.2023

Keskiviikkoaamu alkoi pikaisella tilannekatsauksella, jossa käytiin läpi, miten viikon alussa asetetut tavoitteet ovat täyttyneet ja miten loppu viikko tulee menemään. Olin asettanut maanantaina itselleni aiempia viikkoja alhaisemman tavoitteen, jota kuitenkin nostin nyt. Eilen iltapäivästä asiakkaan laittama sähköposti vaikutti siltä, että kyseinen kauppa voisi vielä tulla sisään tämän viikon aikana. Tilannekatsauksen päätyttyä lähdin soittamaan follow up puhelua asiakkaalle, jonka kanssa olin sopinut paluusoiton tälle päivälle. Olin tehnyt tarjouksen puolen sivun mainospaikasta printtijulkaisussa ja olimme jo asiakkaan kanssa miettineet valmiiksi tuotteen, jota he tulisivat mainostamaan. En kuitenkaan tavoittanut asiakasta ja koitin tavoitella häntä päivän mittaan useampaan otteeseen tuloksetta. Tuon kaltaiset tilanteet luovat usein pientä painetta itselleni ja mieleen tulee aina ensimmäiseksi, että asiakas ei olekaan kiinnostunut. Laitoin asiakkaalle iltapäivällä vielä tekstiviestin, jossa pyysin tätä ottamaan yhteyttä, kun vapautuu. Painetta helpotti iltapäivän aikana toisen asiakkaan sähköposti, jossa tämä ilmoitti ottavansa tarjotun kokonaisuuden, mikäli saisi tähän normaalia poikkeavan maksuehdon. Jouduin selvittämään talousosastolta, että olisiko pidennetty maksuehto mahdollista. Talousosasto näytti vihreää valoa tämän osalta ja pääsin päättämään kaupan. Kyseisen asiakkaan kohdalla olimme sopineet follow upin vasta tulevalle viikolle, mutta se tulikin sisään jo nyt. Se oli mukava yllätys, koska asiakas oli edellisellä viikolla pitämässämme Teams palaverissa ilmaissut mielenkiintonsa kampanjalle, mutta kampanjaan osallistumiseen tarvittava budjetti oli selkeästi tiukalla.

Torstai 26.1.2023

Jäin tänään työskentelemään kotiin, koska iltapäivästä olisi opinnäytetyöseminaari, minkä aika-  
taulu menee hieman päällekkäin työpäivän kanssa. Onneksi Mediaplanetilla ollaan hyvin joustavia ja sain sovittua, että lopettaisin päivän normaalia aiemmin. Päivän mittaan tavoittelin uusia prospekteja, sillä tälle päivälle en ollut sopinut paluusoittoja. Tavoitin aamupäivästä yhden hyvin potentiaalisen prospektin, joka oli erittäin kiinnostunut tulevasta kampanjasta. Kampanjan julkaisuajankohta sopi erinomaisesti asiakkaan kevään kampanjointiin ja keskusteltiin puhelimesta hieman erilaisista yhteistyömahdollisuuksista. Ehdotin asiakkaalle Teams tapaamista, jotta voisimme

mieltä sisältöä tarkemmin ja samalla voisin näyttää esimerkkejä aiemmista kampanjoistamme sekä avata konseptiamme. Yrityksen markkinointivastaava oli vasta aloittanut yhtiössä, joten koke-  
mista aiemmista yhteistöistä Mediaplanetin kanssa ei ollut vielä karttunut. Saatiin sovittua tapaa-  
minen tulevan viikon loppu puolelle. Lounaan jälkeen yksi kokeneemmista projektipäälliköistä kut-  
sui kaikki koolle ja kävimme läpi viikon mittaan sovittujen tapaamisten määrää, tapaamisten sopi-  
miseen liittyviä haasteita ja tavoitemääriä, joita tulaisiin jatkossa seuraamaan tarkemmin. Teams  
tapaamisia on sovittu kuluneen viikon mittaan aika pieni määrä ja olisi tärkeää saada määrä korke-  
ammaksi. Itse en koe, että tapaamisia pitäisi väkipakolla yrittää sopia, koska sellaisen asiakkaan  
kohdalla, jota kampanja ei selkeästikään kiinnosta on mielestäni turha hukata aikaa.

Perjantai 27.1.2023

Tänään juhlistettiin ensimmäisen kvartaalin aloitusta ja sen myötä koko päivä oli täynnä erilaista  
ohjelmaa työn teon ohessa. Aamu alkoi yhteisellä aamupalalla Helsingissä sijaitsevan hotellin ra-  
vintolassa. Toimistolle palattuamme aloin saman tien kontaktoimaan uusia prospekteja, joille voisin  
ehdottaa pieniä, nopeasti päätettäviä kauppoja. Aamun alkaessa olin kahden kaupan päässä tam-  
mikuun kappakisan palkintoa. Palkinnon ansaitsee, mikäli tammikuun aikana päättää vähintään  
kahdeksan kauppaa. Uusien prospektien lisäksi minulla oli vielä keskiviikon jäljiltä keskustelu auki  
asiakkaan kanssa, jota en tavoittanut sovituksi. Päätin soittaa kyseisen asiakkaan edustaman yri-  
tyksen toimitusjohtajalle, jonka onneksi tavoitin. Hän oli myös tietoinen neuvotteluidestamme ja lupasi  
hoitaa asian tämän päivän sisällä. Toimitusjohtaja osasi kuitenkin sanoa jo varmaksi, että tulevat  
osallistumaan kampanjaan, joten tiesin jo tässä kohtaa, että tarvitsisin enää yhden kaupan, niin  
tammikuun kauppakisa olisi voitettu. Soittelin läpi prospekteja, jotka ostavat usein edullisesti pel-  
kästä printtijulkaisusta pieniä mainospaikkoja. Sain tavoitettua tällaisista prospekteista muutamia ja  
pääsinkin ehdottamaan heille kauppaa. Asiakkaat halusivat kuitenkin keskustella ehdotuksistani  
vielä yritysten sisällä muidenkin päättäjien kanssa ja sovimme, että tarjouksiin palattaisiin tiistaihin  
mennessä. Päivän loppuun mennessä minulla oli yhteensä neljä viimeistään tiistaina ratkeavaa tar-  
jousta. Tämänhetkisellä klousausprosentillani vähintään yhden niistä pitäisi onnistua. Päivän ai-  
kana järjestettiin leikkimielinen kilpailu, jossa tarjouksilla ja kaupoilla ansaittiin pisteitä. Projektipääl-  
liköt jaettiin kahteen joukkueeseen ja kilpailun lopuksi joukkueiden pisteet laskettiin yhteen. Itse an-  
saitsin joukkueelleni kaksi pistettä ja yhteensä ansaitsimme 10 pistettä. Hävisimme kilpailun kuiten-  
kin muutamalla pisteellä. Kilpailun päätyttyä työskentely loppui ja juhlat käynnistyivät kunnolla.

Viikkoanalyysi: seurantajakson päätösviikko

Kahdeksan viikon aikana on tapahtunut paljon. Olen päässyt työstämään kahta kampanjaa, aloittanut kaksi projektia ja päättänyt yhden. Seurantajakson aikana olen tehnyt 10 kauppaa ja päässyt viikon kolmen parhaan myyjään joukkoon jo kolmesti. Kehitystä on tapahtunut huomasti ja sama suunta tulee varmasti jatkumaan vielä hyvän tovin. Tammikuun aikana olen viimeinkin löytänyt itselleni luontevan tavan myydä, mikä on näkynyt myyntien määrässä ja kauppojen koossa. Koen olevani oikeassa paikassa ja haluan kehittyä myyjänä juuri tällaisen työn parissa.

Seurantajakson aikana tapahtui muutoksia myös johtoryhmän sisällä, kun oma lähiesihenkilöni vaihtoi yritystä. Sen vuoksi talon sisällä työskennelystä liiketoiminnan kehitysjohtajasta tuli uusi esihenkilöni. Uudella tiiminvetäjällä on hyvin erilainen tapa johtaa, ja sen johdosta minulla on ollut erittäin paljon vapaampi olo toteuttaa omaa myyntityyliäni. Edellinen tiiminvetäjä asetti turhan kovia paineita heti alkumetreiltä lähtien eikä onnistumisista huolimatta ollut kovinkaan kannustava. Johdon tehtävä on kannustaa ja tukea myyjää saavuttamaan myyjän sekä yhtiön tavoitteet. Tehtäviin kuuluu myös myyjän kouluttaminen, palkitseminen ja mahdollisten esteiden poistaminen, joita myyjät kohtaavat. Terveen suhteen myyjän ja johdon välillä saa vain luottamuksen ja kunnioituksen kautta (Jobber 2012, 447). Uuden tiiminvetäjän kannustavampi ja luottavaisempi johtamistapa on toiminut erittäin hyvin ja minulla on tunne, että voin tehdä töitä omalla tavallani ja tahdillani ja voin kysyä apua, jos sitä tarvitsen. Uskon, että esihenkilön vaihtumisella on ollut iso vaikutus omaan kehitykseeni.

## 4 Pohdinta

Vertaile luvussa aiemmin kirjoittamaasi nykytilanteen kuvausta ja päiväkirjaraportoinnissa syntynyttä analyysiä:

### Kehitys

Kahdeksan viikon seurantajakson aikana kehitystä on tapahtunut monella osa-alueella. Onnistuneeseen kauppaan vaikuttaa moni asia, mutta koen, että itseluottamus on yksi tärkeimpiä tekijöitä. Kahdeksan viikon aikana olen soittanut läpi muutaman sata asiakasta ja esitellyt näille kampanjaani sekä ideaani. Väliin on mahtunut monia hyviä, että huonoja puheluita, mutta kaikki niistä on vienyt minua eteenpäin. Seurantajakson aikana olen oppinut esittämään ideaani itsevarmasti, vaikka vastapuolelta ei tulisikaan kovin lämmin vastaanotto. Joissakin tilanteissa alussa huonon tuntuinen puhelu onkin kääntynyt hyväksi ja johtanut jopa kauppaan.

Itseluottamuksen kartuttua olen oppinut myymään kampanjaani paremmin ja selkeämmin. Onnistuneen myyntipuheen myötä olen saanut useammat prospektit kiinnostumaan kampanjastani, mikä on taas johtanut useampiin kauppoihin ja jokainen kauppa on taas ruokkinut itseluottamusta entisestään.

Seurantajakson aikana myös projektinhallintataitoni ovat kehittyneet. Ensimmäisen kampanjan aikana tein virheitä, jotka meinasivat kostautua loppumetreillä. Niistä oppineena, olen panostanut projektinhallintaan ja –seurantaan enemmän. Paremman projektinhallinnan myötä voin keskittyä olennaisimpaan eli myyntien tekemiseen.

Seurantajakson aikana olen löytänyt monia erilaisia ratkaisumalleja työhöni, sillä lähtöpisteessä olin vielä urani alkumetreillä. Tärkeimmät löydökset liittyvät prospektointiin. Prospektointia voi tehdä jatkuvasti ja uusia prospekteja voi löytää lähes mistä tahansa, kuten sosiaalisesta mediasta, bussipysäkkien mainoksista, kauppojen hyllyiltä, radiosta tai tv:stä. Seurantajakson aikana prospektoinnista on tullut ikään kuin alitajuista ja teen sitä jatkuvasti. Myös kotona vaimoni kanssa keskustellessa esiin saattaa tulla uusia potentiaalisia asiakkaita. Sopivien prospektien löydyttyä olen oppinut hyödyntämään myös asiakastietoa. Ymmärrettyäni asiakkaiden liiketoiminnan perustan myymisestä on tullut asiantuntevampaa ja vakuuttavampaa. Asiakastiedon keräämiseen olen löytänyt muutamia menetelmiä, kuten: nettisivut, blogit sosiaalinen media ja Mediaplanetin aiemmin tuottamat kampanjat.

Päiväkirjaa kirjoittaessani olen oppinut sen, kuinka tärkeää oman työn analysoiminen on uuden tiedon oppimisen ja sisäistämisen kannalta. Uskon, että työssä kehittyminen on ollut nopeampaa, kuin mitä se olisi ollut ilman päiväkirjan pitämistä.

Opinnäytetyön aikana olen varmistunut siitä, että myyntityö on minulle mielekästä työtä ja haluan kehittyä siinä. Olen myös aina kokenut, että paineen alla tai kilpailutilanteessa en suoriudu parhaalla mahdollisella tavalla. Tämä kuitenkin osoittautui epätodeksi, sillä tammikuun aikana järjestetyissä kilpailuissa pärjäsin erinomaisesti. Nyt kun nämä asiat ovat selvillä, niin tulen varmasti työskentelemään pitkään myynnin parissa ja kehittymään entistä paremmaksi.

Työtäni analysoimalla omat heikkouteni ovat tulleet selkeämmin esille ja niihin keskittyminen on ollut helpompaa. Toisaalta myös onnistumisten läpikäyminen on ollut kehittäväää ja rohkaissut itseäni suoriutumaan entistä paremmin.

Koska kehitys ei missään nimessä tyssää tähän, niin jatkossa voin kehittää osaamistani yhä analysoimalla työtäni viikkotasolla sekä miettimällä projektin päättyessä, että millä osa-alueilla onnistuin ja missä on vielä kehittymisen varaa. Sen lisäksi omaa osaamista tulla käymään läpi johdon kanssa aina projektin päättyessä sekä uuden kampanjan suunnitteluvaiheessa.

## Lähteet

- Alma talent. 29.3.2021. Prospektointi: Näin prospektoit tehokkaasti ja sys-te-maat-ti-ses-ti. Luettavissa: <https://www.almatalent.fi/blogi/prospektointi-nain-prospektoit-tehokkaasti-ja-systemaattisesti/>. Luettu 4.12.2022.
- Jobber, D. 2012. Selling and sales management. Pearson Education. E-kirja. Luettu 5.2.2023.
- Laine, K. 2015. Miksi myynti on rikki? Teoksessa Myynti on rikki: B-to-B myynnin uusi aika. Talentum pro. E-kirja. Luettu: 8.1.2023.
- Leino, S. 2020. Myynnin matematiikka – Myynti on enemmän tiedettä kuin tadeitta. Teoksessa #Myyntikirja: menesty uuden ajan B2B-myyntissä. Alma talent. E-kirja. Luettu: 15.1.2023.
- Mäntyneva, M. 2016. Hallittu projekti. Kauppakamari. Helsinki. E-kirja. Luettu: 11.12.2022.
- Newton, R, 2012. Project management, step by step. Pearson Education. E-kirja. Luettu: 1.1.2023.
- Projektinhallinta.info. Agile - Ketterät menetelmät projektin-hallinnassa [1/3]. Luettavissa: <https://projektinhallinta.info/agile-ketterat-menetelmat-projektinhallinnassa/#comments>. Luettu 11.12.2022.
- Tanni, K. 2022. B2B-ostamisen uusi aika. Kauppakamari. Helsinki. E-kirja. Luettu: 22.1.2023.

## **Liitteet**

### **Liite 1. Mat och dryck –kampanjan verkkolehti.**

[https://issuu.com/mediaplanetfi/docs/web\\_matochdryck\\_hbl\\_2022\\_b0a10399841925](https://issuu.com/mediaplanetfi/docs/web_matochdryck_hbl_2022_b0a10399841925)