

Tämä on rinnakkaistallenne.
Rinnakkaistallenteen sivuasettelut ja typografiset yksityiskohdat
saattavat poiketa alkuperäisestä julkaisusta.

Julkaisun tekijä(t): Blomster, Miikka

Julkaisun nimi: Ketterä päätöksenteko ja asiakaskeinen dataosaaminen

Julkaisuvuosi: 2023

Versio: Kustantajan versio

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Blomster, M. (1.9.2023). Ketterä päätöksenteko ja asiakaskeinen data-
osaaminen. Digiliike: tietoa digitaalisesta markkinoinnista -blogi.
Haettu 5.9.2023 osoitteesta
<https://blogi.oamk.fi/2023/09/01/kettera-paatoksenteko-ja-asiakaskeinen-dataosaaminen/>

Ketterä päätöksenteko ja asiakaskeskeinen dataosaaminen

[Miikka Blomster](#)

1.9.2023

Nykyajan nopeasti kehittyvässä liiketoimintaympäristössä vanha sanonta ”tieto on valtaa” ei ole koskaan ollut totuudenmukaisempi. Organisaatiot pystyvät hankkimaan ennennäkemättömän määrän dataa, joka syntyy monista eri lähteistä – asiakasvuorovaikutuksista, myyntitapahtumista, sosiaalisen median sitoutumisista jne. Kuitenkin pelkkä datan kerääminen ei riitä menestyksen saavuttamiseen, vaan todellinen menestyksen siemen piilee kyvyssä muuttaa datasta saatava tieto toimintakelpoiseksi ymmärrykseksi ja kykyyn hyödyntää tätä ymmärrystä käytännössä nopeasti. Siksi tarvitaan ketterää päätöksentekoa ja asiakaskeskeisyyttä datatyön ohjenuorana.

Ketterän päätöksenteon ymmärtäminen

[Ketterä päätöksentekokyky](#) voidaan nähdä innovatiivisena lähestymistapana, joka yhdistää ohjelmistokehityksestä tutun ”ketterän” (Agile) metodologian pääperiaatteet edistyneisiin dataprosesseihin, liiketoiminta-analytiikkaan ja päätöksentekoprosesseihin. Juurtuneena ”agilen” lähestymistavan keskeisiin periaatteisiin – *joustavuuteen, yhteistyöhön ja iteratiiviseen kehitykseen* – ketterä päätöksenteon taustalla on ajatus vahvistaa yritysten kyvykkyyttä reagoida markkinoiden jatkuvasti muuttuviin vaatimuksiin. Sen tavoitteena on yhdistää päätöksenteon tieto datasta saatavista löydöistä tehtyihin oivalluksiin, mahdollistaen organisaatioiden tehdä mahdollisimman varmoja, tietoon perustuvia valintoja.

Ketterän päätöksenteon johtavana toimintajatuksena on liiketoiminnan laadun jatkuva parantaminen. Perinteisesti liiketoimintapäätökset ovat perustuneet joko liian vanhaan dataan, pelkistettyihin tieovarantoihin (kuten vaikkapa talouslukuihin), tai aiemmin hyväksi koettuihin kaavoihin. Ketterä päätöksenteko sen sijaan keskittyy reaaliaikaisen datan hyödyntämiseen ja strategioiden hienosäätöön liiketoiminnoista saatavan datan perusteella. Tämä iteratiivisen lähestymistavns tulisi mahdollistaa yrityksille kyvyn pysyä joustavana ja reagoivana, ja siten luoda mukautumiskykyä markkinoiden aiheuttamien muutostarpeiden ilmetessä.

Asiakaskeskeisen dataosaaminen

Asiakaskeskeinen dataosaaminen täydentää ketterää päätöksentekoa [korostamalla asiakkaan roolia liiketoimintaprosessien ymmärtämisessä](#). Asiakas on lähtökohtaisesti ainoa pitkän aikavälin tuottoja yritykseen tuova lähde, joten asiakkaiden tuottaman datan laadun, relevanssin ja saavutettavuuden ymmärtämisen merkitys nousee ketterässä päätöksenteossa avainasemaan. Digitaalisena aikakautena, jossa asiakkaiden mieltymykset ja käyttäytyminen ovat jatkuvassa muutoksessa, asiakastarpeiden ymmärtäminen ja niihin vastaaminen ovat ensisijaisen tärkeitä. Tämä edellyttää yrityksiltä panostuksia asiakasdatan keräämiseen, hallinnointiin ja analysointiin. Pelkkien järjestelmien mukana tulevien analytiikkaosien hyödyntäminen ei enää riitä, vaan eri lähteistä saatava data on pystyttävä integroimaan laajaksi datakokonaisuudeksi, joka tuottaa asiakkaista

laajaa 360° näkökulmaa ja mahdollistaa asiakasmassa moniulotteisen analysoinnin muillakin kuin perinteisillä mittareilla, kuten aikasarjoilla, segmentoinnilla tai RFM-analyysillä. Siksi yritysten on kyettävä ymmärtämään asiakasdatan hallinnassa useita keskeisiä osatekijöitä:

- **Datan laatu:** Tarkka ja luotettava data on tehokkaan päätöksenteon perusta. Puhtaat ja yhtenäiset tiedot varmistavat, että analyysistä johdetut oivallukset ovat luotettavia ja toimintakelpoisia. Datan tulee kuvata sitä, mitä sen halutaan kuvaavan, eli asiakasdatan kohdalla asiakkaiden käyttäytymistä.
- **Datan relevanssi:** Kaikki data ei ole samanarvoista. Keskeisiin asiakkaan mieltymyksiin, käyttäytymiseen ja ongelmakohtiin informaatiota tuottavan data painottaminen on ratkaisevaa. Epäolennainen data voi johtaa vääristyneisiin oivalluksiin ja harhaisiin päätöksiin. Siksi datan tulee olla relevanttia, eli liittyä liiketoimintojen kehittämiseen, mutta myös luotettavaa, eli mahdollistaa liiketoimintojen kehitys luotettavasti.
- **Datan saavutettavuus:** Datan siiloutuminen ja integraatioiden vaikeudet hidastavat päätöksentekoprosessia. Asiakasdatan läpinäkyvyys ja saattaminen kaikkien relevanttien osastojen ja tiimien saataville varmistaa, että kaikilla on tarvittavat tiedot liiketoiminnan kehittämiseen. Monipuoliset datan hallinnan ja varastoinnin ratkaisut ovat tärkeitä, koska kaikilla päätöksentekoon osallistuvilla täytyy olla pääsy relevanttiin tietoon. Siksi dataprosessi pitää luoda sellaiseksi, että se tuottaa riittävät tiedot aina datan loppukäyttäjille, mutta myös sellaiseksi, että se ei ole liian raskas hallittava.
- **Datan järjestelmällinen hyödyntäminen ja rakenteellinen seuranta:** Mikään data ei tuota itsenäistä laadukkaita päätöksiä tai toimenpiteitä. Yritysten on kyettävä luomaan systemaattinen lähestymistapa datan tarkasteluun ja johtopäätösten tekoon. Dataosaaminen hyvin usein tyssää datan hallinnan ja järjestelmien integrointiin, mutta sitäkin tärkeämpää on laaja ja syvälinen datan ymmärrys ja analyttinen osaaminen, joka vielä pystytään muuntamaan laadukkaiksi johtopäätöksiksi ja liiketoiminnaksi.
- **Eettinen datan käyttö:** Asiakkaan yksityisyyden kunnioittaminen ja tietosuojamääräysten noudattaminen ovat ensisijaisen tärkeitä. Läpinäkyvät datankäsittelykäytännöt rakentavat luottamusta ja edistävät positiivisia asiakassuhteita.

Yritysten on opittava luomaan dataprosesseja jotka huomioivat nämä seikat asiakasdatan hyödyntämisessä. Vaikka neljä ensin mainittua muodostavat perustan dataprosessien oikeellisuudelle, ei viimeistäkään voi vähätellä. Asiakasdatan epäeettinen käyttö voi johtaa mittaviin mainehaittoihin, joiden seuraukset voivat olla musertavat. Parasta onkin, että liiketoiminnot (markkinointi, R&D, talous) määrittävät asiakasdatan oleelliset datalähteet, datatiimi pyrkii integroimaan ne tietovarastoon (Data-warehouse/-lake), tai luodaan [mesh](#)-malli niiden integroimiseksi laajaa päätöksentekoa hyödyntämään. Olennaista on, että data tuottaa monipuolisen näkemyksen asiakkaista, se on luotettavaa ja siihen on kaikilla asianomaisilla pääsy. Luonnollisesti data tulisi käsitellä vielä siten, että siitä tehtävät johtopäätökset perustuisivat validiin ja reliaabeliin dataan.

Ketterän päätöksenteon ja asiakaskeskeisen dataosaamisen symbioosi

Ketterän päätöksenteko yhdistettynä asiakaskeskeiseen dataosaamiseen voi tehostaa liiketoimintaa ja mahdollistaa pitkäaikaista kannattavuutta. Jotta ne saataisiin toimimaan yhteistyössä, vaaditaan:

1. *Reaaliaikaisten oivalluksien hyödyntäminen:* Ketterä päätöksenteko perustuu ajan tasalla olevaan dataan päätösten tueksi. Asiakaskeskeisen dataosaamisen tehtävä on varmistaa, että käytetty data on tarkkaa ja relevanttia. Siksi myös datatyön tulee olla ketterää ja dataprosesseihin tulee pystyä integroimaan uusia datalähteitä niiden noustessa esiin. Vastavuoroisesti tarpeettomia tulee poistaa, jotta tietomäärä ei nouse tarpeettoman suureksi. Jokaisen datavirran valideiteettia päätöksenteon näkökulmasta tulee arvioida jatkuvasti.
2. *Nopeaa iterointia:* Agileen metodologiaan kuuluu varsin korkea iteratiivinen luonne, joka yhdistettynä päätöksentekoon tarkoittaa pienten muutosten tekemistä strategioihin uuden

- datan perusteella. Laadukkaan asiakasdatan mahdollistamana nämä iteroinnit voivat olla kohdennettuja ja tehokkaita, minimoiden hukkaan mennyttä vaivaa ja resursseja.
3. *Asiakkaan ymmärtämistä*: Asiakaskeskeinen dataosaaminen mahdollistaa syvällisen ymmärryksen saamisen asiakkaiden käyttäytymisestä ja mieltymyksistä. Ketterä päätöksenteon tehtävä on muuntaa nämä havainnot toimenpiteiksi ja strategioiksi, luoden yrityksille kykyä mukauttaa tuotteitaan, palveluitaan, markkinointiaan ja hinnoitteluaan tehokkaasti vastaamaan asiakkaiden muuttuneita tottumuksia. Markkinoinnissa nämä muutokset näkyvät nopeiten, mutta myös tietointensiivisissä tuotteissa ja palveluissa tämänkaltaisen tiedon hyväksikäyttäminen on oleellista.
 4. *Mukautuvia strategioita*: Dynaaminen markkinaympäristö vaatii joustavuutta. Ketterä päätöksenteko, asiakasdataan perustuen, antaa yrityksille mahdollisuuden mukautua nopeasti vaihteleviin olosuhteisiin, ja näin luo mahdollisuuden optimoida tuloksia ja minimoida riskejä.
 5. *Tietoon perustuvaa innovaatiota*: Innovaatio ilman oivalluksia on sokkona tehty yritys. Yhdistämällä ketterä päätöksenteko ja asiakaskeskeinen dataosaaminen organisaatiot voivat luoda mahdollisuuksia innovointiin, sillä päätöksien perustuessa dataan, riskien olemassaolo voidaan paremmin tiedostaa ja niihin voidaan varautua. Asiakkaiden tuottaman datan tutkiminen mahdollistaa myös uusien oivallusten saamista ja niistä saadaan jopa aiempaa paremmin esille innovaatioita. Dataa tuottavat tuotteet, kuten esim. terveysteknologia, tuottavat valtavat määrät asiakasdataa, jota voidaan hyödyntää tuotteiden jatkokehityksessä. Siihen tarvitaan kuitenkin resurssia datan tutkimiseen, anomalioiden tunnistamiseen ja johtopäätösten tekemiseen.

Ketterän päätöksenteon toteuttaminen yhdessä asiakaskeskeisen dataosaamisen kanssa ei ole ongelmatonta. Organisaatioiden on käsiteltävä huolta liittyen tietosuojaan, teknologisten järjestelmien integrointiin, henkilöstön koulutukseen ja kulttuurimuutoksiin. Siirtyminen tähän yhdistettyyn lähestymistapaan vaatii vahvaa johtajuutta, sitoutumista muutokseen ja valmiutta omaksua tietoon perustuva ajattelutapa koko organisaatiossa. Tässä muutoksessa liiketoimintajohto on keskeisessä asemassa. Liiketoimintajohdon on kyettävä osallistumaan ja kommunikoidaan selkeästi datan laajemman hyödyntämisen perusteet ja osallistuttava validoimaan ja tunnistamaan oleellisia datalähteitä. Yleisesti dataosaaminen tulee datahenkilöstöltä ja asiakasymmärrys liiketoimintahenkilöstöltä. Näiden kahden näkökulman yhdistäminen on paljon helpommin sanottu kuin tehty. Kuten aina muutosjohtamisessa, johdon merkitys korostuu.

Digitaalisella aikakaudella yritykset toimivat ympäristössä, jossa muutos on ainoa pysyvä tekijä. Menestys perustuu kykyyn tehdä tietoon perustuvia päätöksiä, jotka perustuvat asiakkaan oivalluksiin ja mukautuvat muuttuviin olosuhteisiin. Ketterä päätöksenteko ja asiakaskeskeinen dataosaaminen tarjoavat uudenlaisen ratkaisun tähän haasteeseen. Yhdistämällä ketterän metodologian periaatteet korkealaatuiseen asiakasdataan, organisaatiot saavat paremmat valmiudet navigoida epävarmuudessa, sopeuttaa strategioita asiakastarpeisiin ja tuottaa innovaatiota pienemmin riskein. Jos yritykset pystyvät omaamaan ketterän päätöksenteon toimintamalleja yhdistettynä asiakaskeskeiseen dataosaamiseen, ne voivat mahdollistaa informoidumman, asiakaslähtöisemmän ja joustavamman päätöksentekomallin, joka tuottaa kestäväää kasvua.

Miikka Blomster, lehtori
Oulun ammattikorkeakoulu