



Myyntipäällikön työnkuvaus ja kehittäminen

Niko Kajander

2024 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Myyntipäällikön työnkuvaus ja kehittäminen

Niko Kajander
Liiketalouden koulutus
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2024

Opinnäytetyön tavoitteena oli analysoida ja kehittää myyntipäällikön työtä ja löytää haasteita nykyisessä toimenkuvassa sekä antaa niihin kehitysehdotuksia. Lisäksi tavoitteena oli laatia työn kuvaus ja taitoprofiili myyntipäällikön vaatimuksien selkeyttämiseksi ja rekrytoinnin helpottamiseksi. Toimeksiantaja on Otis Oy, jonka pääasiallisena liiketoimintana on hissien ja liukuportaiden valmistus, asennus sekä huoltaminen.

Opinnäytetyö on toteutettu päiväkirjaprosessina, joka muodostuu kahdeksan viikon ajan laadittavista päiväkirjamerkinnöistä syksyn 2024 aikana. Jokaisen raportointiviikon lopuksi on laadittu teoriaa ja ammattikirjallisuutta hyödyntävät viikkoanalyysit pohtimisen tueksi. Teemat viikkoanalyseissa olivat joko viikon alussa päätettyjä tai vaihtoehtoisesti päiväkirjamerkintöjen pohjalta syntyneitä. Aiheet keskittyivät yrityksen järjestelmiin, myyntipäällikön vastuisiin, ostoprosessiin, työn organisointiin, viestintään, sidosryhmäyhteistyöhön, yrityksen mittareihin ja asiakkuuksien hallintaan.

Opinnäytetyön seurauksena huoltotoimintojen myyntipäällikön oli mahdollista luoda kehitys- ja ratkaisuehdotuksia yritykselle, jolla mahdollistetaan tulevaisuudessa toimivampi ja tehokkaampi myynnin organisaatio. Laaditun taitoprofiilin ja työn kuvauksen kautta yritykselle ja myyntipäällikölle muodostui selkeä kuva vastuista ja työtehtävistä, jonka lisäksi taitoprofiilia tullaan henkilöstöhallinnon osalta hyödyntämään tulevaisuuden rekrytoinnissa. Jatkokehityksen kannalta henkilökohtainen tavoite on kasvattaa osaamista uusien hissien myyntitoiminoissa ja henkilöstöjohtamisessa.

Niko Kajander

Job description and development of a sales manager

Year	2024	Pages	50
------	------	-------	----

The aim of the thesis was to analyse and develop the work of the sales manager while aiming to find challenges in the current job description and to give suggestions for development. In addition, the aim was to create a job description and a skills profile to clarify the requirements of the sales manager and to facilitate recruitment. The client is Otis Oy, whose main business is the manufacture, installation and maintenance of lifts and escalators.

The thesis has been implemented as a diary process consisting of eight weeks of diary entries during the autumn of 2024. At the end of each reporting week, weekly analyses based on theory and professional literature were prepared to support reflection. The themes in the weekly analyses were either decided at the beginning of the week or alternatively generated from the diary entries. The topics focused on company systems, sales management responsibilities, the buying process, work organisation, communication, stakeholder cooperation, company metrics and customer relationship management.

As a result of the thesis, the sales manager of the service operations was able to create development and solution proposals for the company to enable a more functional and efficient sales organization in the future. Through the skill profile and job description, the company and the sales manager had a clear picture of responsibilities and tasks. The skill profile will be used in future recruitment for human resource management. In terms of further development, my personal goal is to further increase skills in the sales of new lifts and in human resource management.

Keywords: elevator maintenance, job description, sales manager, skills profile

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Nykytilan analyysi	7
2.1	Nykyinen työ	8
2.2	Oman osaamisen arviointi ja kehitys	8
2.3	Sidosryhmät	9
2.4	Vuorovaikutustaidot	10
2.5	Kehittäminen	10
2.6	Opinnäytetyön tavoitteet	11
3	Päiväkirja.....	11
3.1	Viikko 1: Järjestelmät ja ohjelmistot	12
3.2	Viikko 2: Myyntipäällikön vastuut.....	16
3.3	Viikko 3: Asiakkaan ostoprosessi	18
3.4	Viikko 4: Työn organisointi.....	22
3.5	Viikko 5: Viestintä.....	25
3.6	Viikko 6: Sidosryhmäyhteistyö.....	30
3.7	Viikko 7: Mittarit ja KPI:t	33
3.8	Viikko 8: Asiakkuuksien hallinta.....	37
4	Yhteenveto	41
4.1	Pohdinta ja oivallukset	41
4.2	Kehittämisehdotukset ja hyödyt toimeksiantajalle	42
	Lähteet.....	44
	Kuviot	48
	Taulukot	48
	Liitteet	48

1 Johdanto

Suurimmalla osalla ihmisistä hissit ovat osa jokapäiväistä elämää. Hissien- ja nostolaitteiden keksiminen mahdollisti korkeiden kiinteistöjen rakentamisen yhteiskunnassamme ja muokkasi asutetusta ympäristöstä sellaisen, joka mahdollisti valtaviin ja keskittyneisiin kaupunkien rakentamisen. Suomessa on tällä hetkellä käytössä noin 60 000 hissiä ja vuosittain käyttöön otetaan noin 1600 hissiä. Näistä uusista hisseistä osa menee vanhojen käytöstä poistettavien hissien tilalle. (Tukes 2024.) Jotta hissit pysyvät toimintakuntoisina ja palvelevat parhaalla tavalla käyttäjiään, vaativat ne jatkuvaa huoltoa ja ylläpitoa. Kun hissien käyttöikä alkaa saavuttamaan päätöksensä ja varaosien saatavuus vaikeutuu, ovat vaihtoehtoina joko hissien uusiminen tai vaihtoehtoisesti modernisointi.

Kiinteistöjen omistajat, taloyhtiöt ja isännöitsijät tarvitsevat asiantuntijuutta hankkiessaan laadukasta palvelua hissiyhtiöiltä huollon- ja kunnossapidon osalta. Työskentelen Otis Oy:llä huollon myyntipäällikkönä vastaten Etelä-Suomen alueen asiakkuuksista ja myynnistä. Tässä opinnäytetyössä tulen dokumentoimaan ja havainnoimaan omaa työtäni syksyn 2024 aikana. Opinnäytetyön tarkoituksena on laatia kahdeksan viikon päiväkirjamuotoinen raportti. Jokaisen viikon päätteeksi laadin analysoinnin viikon tapahtumista teoriaan vedoten. Tavoitteena opinnäytetyössä on löytää ja tarjota ratkaisuja myyntipäällikön työssä havaittuihin kehityskohteisiin sekä laatia työkuvaus, jota esimerkiksi HR voi hyödyntää tulevaisuudessa myyntipäällikön rekrytoinnissa. Opinnäytetyön muodoksi valikoitui päiväkirjamuotoinen kehittämistyö, sillä se soveltuu erinomaisesti yhteen nykyisen toimenkuvan kanssa.

Toimeksiantajan esittely: Otis Oy

Toimeksiantaja on Otis Oy, joka kuuluu osaksi kansainvälistä Otis Worldwide Corporationia ja pääasiallisena liiketoimintana yrityksellä on hissien ja liukuportaiden valmistus, asennus sekä huoltaminen. (Asiakastieto 2024.) Otisin historia alkaa vuodesta 1853, jolloin Elisha Otis kehitti alkuperäisen hissien turvajarrun edesauttaen nykyaikaisten kaupunkien syntymistä. Ensimmäinen kaupallinen hissi aloitti käyttönsä 1857. Tämän jälkeen yhtiö on jatkanut uusien innovaatioidensa keksimistä, jotka ovat parantaneet hissien suorituskykyä, matkustuskokemusta ja antaneet arkkitehdeille mahdollisuudet luoda kokonaan uudentyyppisiä rakennuksia. Esimerkiksi aiemmat korkeusrajoitukset poistuivat vaihteettomien vetolaitteiden ansiosta, ja hissien automatisoituminen johti siihen, ettei hissien henkilökuntaa enää tarvittu. (Otis 2024a.)

Suomessa Otis Oy on perustettu vuonna 1986. Henkilöstöä yrityksellä on vuonna ollut 132 ja sen päätoimisto sijaitsee osoitteessa Uutistie 3 C, 01770 Vantaa. Otis Oy:llä on toimipisteitä 17. Liikevaihtoa yritys teki vuonna 2023 26 464 000 €, josta liikevoittoa -970 000 €. Yrityksen nykyinen toimitusjohtaja on Valtonen Ville Tapio. (Asiakastieto 2024.)

Kuviossa 1 ovat selitettyinä Otiksen perusarvot nk. ”absoluutit”. Yhtiön kulttuuri ja tekeminen perustuu kolmelle ydinarvolle, joita ovat turvallisuus, eettisyys ja laatu. Turvallisuuden osalta yhtiö mainitsee olevansa tekemässä korkeampaa, nopeampaa ja älykkäämpää maailmaa, mutta ei silti tule koskaan oikaisemaan tavoitteisiinsa pääsyssä, ja turvallisuus on aina kaiken tekemisen keskiössä. ”kaikki riippuu ihmisten turvallisesta kuljettamisesta”. Etiikan osalta yhtiö kertoo miljoonien asiakkaidensa, työntekijöidensä ja käyttäjiensä luottavan ja odottavan Otiksen tekevän liiketoimintaa oikealla tavalla eettisesti, laillisesti ja rehellisesti. ”Liiketoiminnan tekeminen oikealla tavalla, se edustaa meitä”. Laadun osalta yhtiö mainitsee haluavansa olla paras ja seisovansa korkean laadun takana, oli kyse suunnittelusta, tuottamisesta, asennuksesta ja huollosta. ”Me toimitamme laadukkaita tuloksia kaikessa mitä teemme”.



Kuvio 1: Otisin perusarvot (Otis 2024b)

2 Nykytilan analyysi

Tällä hetkellä työskentelen huollon myyntipäällikkönä Otis Oy:llä hoitaen ja ylläpitäen Etelä-Suomessa olevia asiakkuuksia. Kyseisessä työtehtävässä olen työskennellyt tammikuusta 2023

alkaen. Seuraavissa luvuissa kuvailen tarkemmin nykyisiä työtehtäviäni, vastuitani, työympäristöäni ja osaamistani.

2.1 Nykyinen työ

Huoltotoimintojen myyntipäällikkönä olen vastuussa Etelä-Suomen alueella tapahtuvasta uusasiakashankinnasta ja yhteistyöstä nykyisten asiakkaiden kanssa. Vastuulleni kuuluu myös johdon avustaminen isoissa kilpailutuksissa, sekä tarjousten valmistelu suurasiakkaiden kilpailutuksiin.

Myyntipäällikkönä työtehtäviini kuuluvat potentiaalisten asiakkaiden etsiminen hyödyntäen järjestelmiä kuten Metroc (2024) ja Otiksen sisäiset datalähteet. Vastuullani on selvittää mahdollisten asiakkaiden yleistiedot, sekä kartoittaa minkälaista laitekantaa asiakkaalla on nykyhetkellä tiloissaan. Laitekantaa kartoittaessa suoritan aina kohdekohtaiset käynnit ja tutkin voimmeko tarjota huoltoa kyseisille laitteille. Toimin asiakkaan ensimmäisenä kontaktina Otiksen huollon edustuksessa ja esittelen heille palvelutarjontamme. Tehtäviini kuuluvat myös sopimusneuvottelut ja lopullisten sopimuksien laadinta. Asiakkuuden käynnistymisen myötä myös jälkeen tapahtuva asiakasyhteistyö kuuluu hoidettavakseni. Muihin työtehtäviini lukeutuvat organisoiminen ja edustaminen messuilla sekä muissa tarvittavissa tilaisuuksissa.

Omaa työnkuvaani pidän itsenäisenä ja monipuolisena. Työ edellyttää avoimuutta, itseohjautuvuutta, energisyyttä ja hyviä vuorovaikutustaitoja. Erittäin tärkeitä työssä on osata kuunnella asiakkaita ja heidän tarpeitaan, jonka pohjalta muodostetaan kokonaiskuva tarjottavista palveluista, jotka parhaiten tukevat asiakkaan omia tarpeita. Työskentelyotteen tulee olla kehityshakuinen ja aikaansaava. Vahva organisointikyky, ymmärrys huoltoliiketoiminnasta ja hissien perustoimintojen tuntemus ovat edellytyksiä menestymiseen nykyisessä työtehtävässä. Omaan osaamista Microsoftin Office 365-sovellusten käytöstä, digitaalisten sisältöjen ja esitysmateriaalien tuottamisesta sekä JDE-toiminnanohjausjärjestelmän käytöstä, joilla edistän modernimpia työskentelytapoja.

2.2 Oman osaamisen arviointi ja kehitys

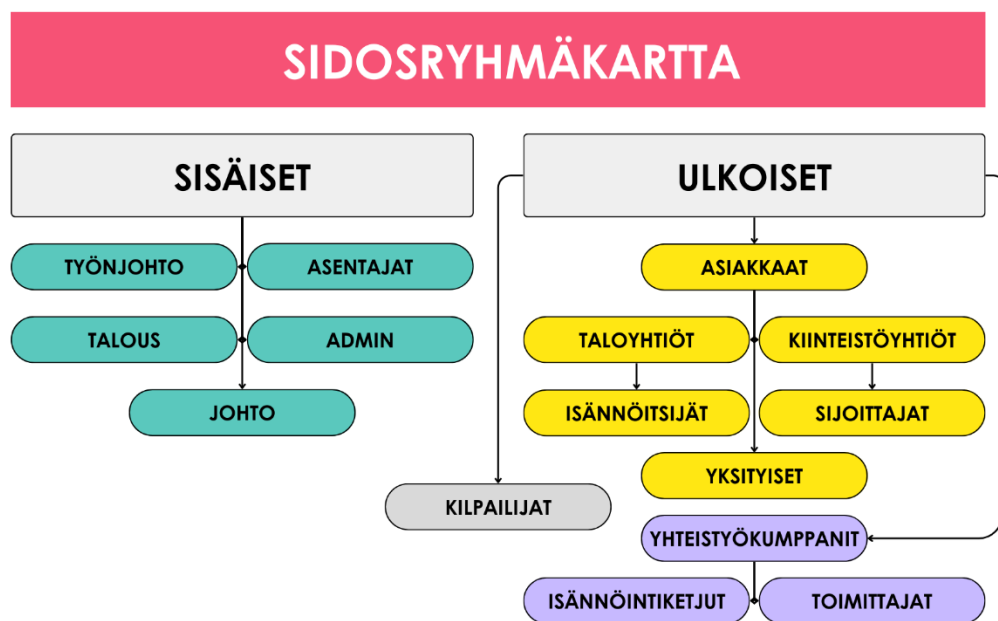
Nykyisen työn yksi oleellisimpia osia on taito myydä B2B-ympäristössä. Aiempi koulutustaus-tani on ollut teollisen puolen suorittava työ. Opiskelin hissiasentajan erikoisammattitutkinnon ja valmistuin 2018 hissiasentajaksi. Asiakkaat vaativat ja kysyvät paljon teknistä tietoa liit-tyen hisseihin ja niiden huoltoon. Tämä luo vaatimuksen siitä, ettei pelkkä myynnin osaami-nen riitä, vaan vähintään perustason ymmärrys hissitekniikasta on vaatimuksena.

En ole omannut aiempaa myynnin osaamista astuessani vastaamaan myynnistä Otiksella. Olen kuitenkin omannut myyntiin sopivat luonteenpiirteet ja aloitin liiketalouden Tradenomin opin-not kasvattaakseni osaamistani liiketoiminnasta, markkinoinnista ja myynnistä. Ammatillisesta

näkökulmasta katsottuna asiantuntijaosaamiseni on vasta alkuvaiheessa ja tämä näkyy toiminnassani vielä itselleni sopivien toimintatapojen hakemisena työssäni. Kehityskohteita jatkossa ovat osaamisen kasvatus B2B myynnissä, liiketoiminnan kokonaisuuksien hahmottaminen, ymmärrys johtamisen toimintatavoista sekä yleisesti ihmispsykologian parempi käsitys.

2.3 Sidosryhmät

Otis Oy on teollisuudenalalla toimiva yritys, jolla on suuri määrä erilaisia sidosryhmiä. Tässä tarkastelen sidosryhmiä kuitenkin oman työtehtäväni näkökulmasta ja kuvailen sidosryhmät alla olevassa sidosryhmäkartassa visuaalisesti (kuvio 2).



Kuvio 2: Sidosryhmäkartta Otis Oy

Sidosryhmät voidaan jaotella sisäisiin, että ulkoihin sidosryhmiin (Freeman 1984, 46). Työtehtäväni keskittyvät B2B-myyntiin, jolloin oleellimmat sidosryhmäni ovat asiakkaat ja hallinto eli admin. Sisäisiä sidosryhmiäni työnjohto, kentällä toimivat hissiasentajat, talous ja laskutus, erityisesti huoltolaskutus, hallinto sekä johto käsittäen majohtajan ja operatiivisen aluejohtajan. Ulkoiset sidosryhmät koostuvat asiakkaista, yhteistyökumppaneista ja kilpailijoista. Asiakkaita huoltoliiketoiminnassa ovat talo- ja kiinteistöyhtiöt, joita pääasiallisesti edustavat sekä isännöitsijät, että sijoittajat. Lisäksi pieni osa asiakkaista on yksityishenkilöitä, kuten omakotitalon omistajia. Yhteistyökumppaneita ovat isännöintiketjut, esimerkiksi Taloasema ja Retta sekä toimittajat, joita ovat esimerkiksi Otiksen omat tehtaot Euroopassa ja ulkopuoliset tavarantoimittajat. Kilpailijoita ovat esimerkiksi yritykset Kone ja Schindler.

2.4 Vuorovaikutustaidot

Kuvio 1:ssä kerrottiin Otiksen kolmesta ydinarvosta: turvallisuudesta, eettisyydestä ja laadusta. Myyntipäällikkönä ja yrityksen edustajana tämä luo pohjan myös omille tavoilleni toimia ja vuorovaikuttaa asiakkaiden sekä työntekijöidemme kanssa. Käytännössä nämä tarkoittavat, että toimimme aina turvallisesti ja emme koskaan oio turvallisen työnteon osalta, vaikka se hidastaisi työntekoa. Pidämme myös huolen, että huoltamamme laitteet ovat aina turvallisia asiakkaille. Eettisyyden osalta toimin aina sillä periaatteella, että asiakkaani voivat luottaa minuun nyt sekä tulevaisuudessa ja laadun osalta omasta näkökulmasta tarjoan aina asiakkaileni apua, on se sitten teknistä tai sopimukseen liittyvää. Lupaukseni laadusta on myös hoitaa kaikki minulle asiakkailta tulleet tehtävät lähtökohtaisesti yhden arkipäivän sisällä.

Toimenkuvassani kohtaan monia vuorovaikutustilanteita ja haasteita. Asiakkaat ovat lähtökohtaisesti maallikkoja, jonka pohjalta tekninen tietämys hisseistä on vähäistä. Työssäni asiakasta on osattava kuunnella ja heidän kysymyksiinsä ja huolenaiheisiinsa vastattava. Havainnoin työssäni kärsivällisyyden ja diplomaattisuuden olevan erityisesti tärkeitä asioita, sillä suurella osalla asiakkaista kysymykset ja aiheet ovat toistuvia.

Olen havainnut asiakkaiden vaatimuksien viime vuosina kasvaneen. He odottavat hissiyhtiön tarjoavan reaaliaikaisia seurantapalveluita, raportointia ja yhteydenpitoa. Lisäksi viime vuosina heikon taloustilanteen takia asiakkaat ovat hyvin valveutuna laskutuksen suhteen ja laskutusperusteista ollaankin nykyään hyvin tarkkoina. Edellä mainittujen takia myyntipäälliköltä vaaditaan hyviä kirjallisia kommunikointitaitoja, mutta myös yrityksen on tuettava työntekijää tarjoamalla tarvittavat asiakasrajapinnat. Kokemuksieni mukaan myyntipäälliköltä odotetaan lisäksi hyviä sosiaalisia taitoja, kärsivällisyyttä, taitoa asettua asiakkaan asemaan, teknistä ymmärrystä hissilaitteista ja järjestelmäosaamista tarpeellisista myynnin ja asiakasrajapinnan järjestelmistä. Nils Høgevoldin (2021) laatimassa tutkimuksessa keskityttiin neljään osa-alueeseen, jotka edistivät myynnin suorituskykyä. Tutkimuksessa havaittiin ihmissudetailtojen, erityisesti viestintä- ja esiintymistaitojen, myyntitavan muutoskyvyn, tuotetietämyksen ja myyjien käyttämän teknologian, kuten asiakkuushallintajärjestelmien vahvistavan asiakkaiden kanssa käytyä vuorovaikutusta ja johtavan parantuneeseen myyntiin. Tämän lisäksi tutkimuksessa havaittiin vuorovaikutustaitojen jatkuvan koulutuksen oleva tärkeä osa myynnin suorituskyvyn ylläpidossa.

2.5 Kehittäminen

Olen 2023 alusta työskennellyt Otiksen myynnin ja asiakasyhteistyön parissa. Aloitettuani myynnissä ensimmäinen haasteeni oli vanhojen huoltosopimusten tila järjestelmissämme. Suurin osa huoltosopimuksestamme oli arkistoissamme vain paperimuotoisina. Kehitysprojektina aloitimme koko sopimuskannan sähköistämisen Sharepointiimme. Tämä työ on silti vielä

kesken, sillä arkistomme on suuri koko Suomen alueella. Sähköistämistä varten Otiksen tulisi rekrytoida yksi henkilö projektia varten.

Markkinoinnin parantamiseksi olen kehittänyt yhteistyössä Euroopan markkinointivastavamme kanssa Suomelle uusia esitemateriaaleja vuoden 2024 aikana. Uudet materiaalit tulevat yhdenmukaistamaan ilmettämme koko maan alueella. Tämän lisäksi olen luomassa uusia tarjous- ja sopimusmateriaaleja, joita tullaan käyttämään koko maassa. Toistaiseksi paikalliset myyjämme pitkin Suomea omaavat omanlaatuisia versioita materiaaleista. Tämä aiheuttaa haasteita erityisesti hallinnointitiimille, jolloin he joutuvat tulkitsemaan sopimuksia ja olemaan tarvittaessa yhteydessä paikallisiin myyjiin. Yhdenmukaistaminen materiaaleissa vähentää tulkinnanvaraisuutta sopimuksissa.

2.6 Opinnäytetyön tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on analysoida ja kehittää myyntipäällikön työtä, sekä havainnoida suurimpia haasteita toimenkuvassa ja laatia ratkaisuja niiden parantamiseksi. Myynnissä tavoitteena on erityisesti parantaa edellytyksiä tehokkaaseen ja rakentavaan asiakashankintaan ja yhteistyöhön. Tämän lisäksi tavoitteena on myyntipäällikön vastuiden ja toimenkuvan selkeytys sekä työkuvauksen laatiminen selkeään taitoprofiilin muodossa.

Työelämäkumppanille opinnäytetyön tarkoituksena on luoda kokonaisuutena eheämpi ja toimivampi myyntipäällikön rooli, jossa haasteet ovat jo tunnistettu ja niihin on olemassa ratkaisuehdotukset. Lisäksi asiakashankinta, yhteistyö ja parannettu myyntistrategia tarjoavat parempia tuloksenteon mahdollisuuksia myynnin osalta.

3 Päiväkirja

Autoetnografia on tutkimusmenetelmä, jossa tutkija hyödyntää omia kokemuksiaan ja kenttämuistiinpanojaan tutkimuksen perustana. Näitä henkilökohtaisia havaintoja voidaan käsitellä samoilla analyyttisillä menetelmillä ja teoreettisilla kehyksillä kuin muita laadullisia aineistoja. Tämän prosessin tuloksena syntyy erityistä autoetnografista tietoa, jonka tieteellinen uskottavuus perustuu siihen, että vaikka ihmisten elämät ovat ainutlaatuisia, ne voivat myös paljastaa laajempia, yleisesti päteviä näkökulmia. (Adams, Holman & Ellis 2015, 1-2.)

Autoetnografia tarjoaa keinoja sellaisten aiheiden tarkasteluun, joita on haastavaa tutkia perinteisin menetelmin. Se soveltuu erinomaisesti tutkimaan käytäntöjä, jotka ovat arkisuutensa ja toistuvuutensa vuoksi jääneet huomaamattomiksi. Huolellisesti ja perustellusti toteutettuna autoetnografia mahdollistaa arjen toimintatapojen sekä yhteiskunnallisten ja kulttuuristen rakenteiden analysoinnin rinnakkain, jolloin yksityinen ja yleinen kohtaavat. Tällainen tutkimustapa, joka keskittyy arkipäiväisiin, näkymättömiksi muuttuneisiin tai muuten

vaikeasti lähestyttäviin ilmiöihin, voidaan kutsua pieneksi autoetnografiaksi. Se eroaa evokatiivisesta autoetnografiasta, joka puolestaan tarkastelee elämän merkittäviä käännekohtia. (Uotinen 2014, 225; Valtonen & Haanpää 2018, 131.)

Päiväkirjaraportoinnissa keskityn jokaisen viikon alussa pohtimaan tarkasteltavaa teemaa, laatimaan teemaan sopivia tavoitteita sekä havainnoimaan kehityskohteita, jotka keskittyvät kyseiseen teemaan. Raportoitavia viikkoja on yhteensä 8 ja sijoittuvat aikavälille viikko 39 - viikko 47. Jokaviikkoisen päiväkirjan + viikkoanalyysin pituus on noin 3 sivua. Raportointiaikana ei ole lähtökohtaisesti lomaviikkoja tai muita katkoja, jolloin päiväkirjaan ei synny välejä. Viikoittaisia raportointipäiviä on 5, käsittäen jokaisen arkipäivän.

3.1 Viikko 1: Järjestelmät ja ohjelmistot

Tämän viikon teemana ovat myyntiin keskittyvät ja sitä tukevat järjestelmät ja ohjelmistot. Tavoitteena on havaita kehityskohteita sekä analyysin pohjalta luoda ratkaisuehdotuksia joko nykyisille järjestelmille tai vaihtoehtoisesti ehdottaa uusia järjestelmiä nykyisten tilalle tai rinnalle. Viikkoanalyysissä kerron myös tarkemmin Otiksen nykyisistä järjestelmistä.

Maanantai 23.9.2024

Työn aloitus kello 7. Aloitin päiväni vastaamalla kahteen asiakkaalta tulleeseen reklamaatioon, jotka koskivat laskutustamme ja raportointiamme. Lähteissä laskuissamme oli haasteita saada selvyttä työn aloitus, suoritus ja lopetus ajoissa. Lisäksi työsuorituksen kuvaus on liian epäselvä. Laskutuksessa käytetään JDE-toiminnanohjausjärjestelmää. Muu päivä on mennyt tarjousten laskennassa ja kohdekäynneissä. Tarjousten hinnoittelussa käytetään tällä hetkellä Excelissä olevaa laskentapohjaa.

Tiistai 24.9.2024

Työn aloitus kello 7:15. Työpäivä aloitettu kahdella asiakasreklamaatiolla. Toinen liittynyt päivystysaikana tapahtuneisiin korjauksiin sekä kyselyihin miksi korjauksia ollut paljon uudessa hississä. Toinen liittynyt laskutukseen ja laskutustuntien määrien perusteisiin.

Kolme uutta tarjouspyyntöä saapunut. Oltu puhelimitse yhteydessä asiakkaaseen tarjouspyynnön tiimoilta ja luvattu käydä katsastamassa kohteet iltapäivän aikana. Mieleeni tuli huoltosopimus pohjien yhdenmukaistaminen koko Suomen alueella esimerkiksi luomalla projektityöryhmän, johon kuuluvat myyjät sekä admin-tiimi koko Suomen alueelta. Tämä helpottaisi admin-tiimin työtä, kun sopimuksia lisätään järjestelmiin koska nykyisellään tiimillä on hankaluuksia tulkita eri puolilla Suomea tehtyjä sopimuksia ja niiden ehtoja. Pahimmillaan nämä johtavat väärin tietojen syöttämiseen järjestelmässämme ja sitä kautta asiakastyytyvyyden laskuun. Käyty katsastamassa asiakkaan hissit. Tällä hetkellä tiedot hisseistä lisätään vain

työpuhelimen muistiinpanoihin. Olisi hyvä, kun tämäkin menisi CRM:n kautta, jolloin myös laitetiedot jäisivät parempaan muistiin. Tarjouksien jättö jää seuraavalle päivälle.

Keskiviikko 25.9.2024

Työn aloitus kello 7:15. Työpäivä aloitettu asiakastapaamisella asiakkaan tiloissa. Käyty yhteisesti läpi laskutusta ja huollon toimintaa. Asiakasraportti aiheuttaa haasteita luottavuuden suhteen, raportissa olisi hyvä myös olla kustannus per työt. Tällä hetkellä asiakasraporttia ja laskuja on verrattava keskenään, joka on haastavaa. Asiakasraportti ajetaan Ekansio nimisestä sovelluksesta, joka on JDE:n päälle rakennettu rajapinta.

Loppupäivä oli hissien huoltotarjousten laadintaa hyödyntäen käytössämme olevaa Metroc järjestelmää. Huoltotarjoukset laaditaan Powerpoint pohjalle. Klo 14 siirtyminen Tampereelle. Tehtävänä Otiksen edustaminen torstaina Taloasemapäivillä. Taloasemapäivät on Taloasema nimisen franchising yrityksen järjestämä kaksi päivää kestävä koulutus, messu- ja juhlatapah-tuma Taloaseman yrittäjäsännöitsijöille ja yhteiskumppaneille.

Torstai 26.9.2024

Taloasemapäivät alkaneet Tampereella klo 10. Tavattu heti alusta Taloaseman linjajohtoa ja muutamaa isännöitsijää. Otiksen ja taloaseman välillä on ollut odotettua vähemmän yhteistyötä yritysten kesken. Vaikka molemmat ovat keskenään yhteistyökumppaneita, eivät taloaseman isännöitsijät ole aktivoituneet hankkimaan hissien huoltoa Otikselta. Haastattelujen perusteella tähän esimerkiksi syynä Otiksella hyvin puutteellinen asiakasportaali.

Perjantai 6.9.2024

Taloasemapäivät ovat päättyneet kello 12 yhteenvetoon juhlasalissa. Yhteenvedossa käsiteltiin messuja ja taloaseman tulevaisuutta. Tulevaisuudessa Otiksen ja Taloaseman olisi hyvä saada puitesopimus vähintään hintojen ja sopimusehtojen osalta, joihin isännöitsijöiden olisi helpompi referoida tarvittaessa. Puitesopimuksen ylläpito ilman CRM:ää on haastavaa, sillä toistaiseksi ei ole mahdollista nähdä isännöitsijäkohtaisesti mitä sopimuksia heillä on kanssamme.

Lopuksi keskusteltu vielä isännöitsijöiden kanssa, missä Otis voisi parantaa omaa toimintaansa. Isännöitsijät kaipaavat lisää kommunikaatiota ja tasaista yhteydenpitoa. He ova havainneet myös muiden kilpailevien hissiyritysten olevan näkyvillä sosiaalisissa medioissa kuten LinkedInissä. Otis ei tällä hetkellä näy somessa muutoin kuin globaalilla tasolla, joka ei puhuttele paikallisia Suomessa. Otiksen markkinointia tulee kehittää Suomen tasolla.

Viikkoanalyysi: Järjestelmät ja ohjelmistot

Viikon aikana esille nousivat erityisesti Otiksen järjestelmien riittämättömyys. Empiirisen tutkimukseni mukaan asiakkaat vaativat toimittajalta läpinäkyvämpää toimintaa ja toimivampaa kommunikaatiota verrattuna parin vuoden takaiseen. Nykyiset järjestelmämme eivät täytä asiakkaiden asettamia vaatimuksia toiminnallisuuden suhteen. Taulukossa 1 läpikäynti Otiksella hyödynnettävistä ohjelmistoista.

Taulukko 1: Otis Oy käyttämät ohjelmistot

Ohjelmisto	Määritelmä	Käyttökohde
JD Edwards EnterpriseOne	Pilvipohjainen toiminnanohjausratkaisu. Tarjoaa ERP-sovelluksia ja -työkaluja talous-, henkilöstö-, jakelu-, kulutushyödyke- ja tuotantosektoreille. (Surety Systems 2024.)	Työnjohdon, talouden- ja huoltomyynnin toiminnanohjaus
Ekansio	JDE:n päällä toimiva alusta, jossa työajanhallinta, työn raportointi sekä asiakasraportointi	Työnjohdon ja myynnin väline asiakasraportteihin ja työn seurantaan.
eService	Otiksen oma selainpohjainen asiakasportaali	Asiakkaat voivat portaalissa tarkastella itsenäisesti koska hissillä on tehty huoltoja ja korjauksia.
Metroc	Palvelu, joka kokoaa, yhdistää ja parantaa rakennusalan dataa tiedoksi, joka mahdollistaa urakamahdollisuuksien löytämisen ajoissa (Metroc 2024).	Taloyhtiöiden ajankohtaisten remonttien ja hankintojen seuranta, joka luo mahdollisuuden tarjota oikea palvelu oikeaan aikaan.
Microsoft Office 365	Microsoftin toimisto-ohjelmistot kuten Word, Excel ja Powerpoint	Tarjouspohjien luonti Powerpointilla, Excel sekalaisiin hallinnollisiin töihin ja Word kirjeisiin sekä viestintään.

Otis Oy:llä ei ole tällä hetkellä käytössään aitoa CRM:ää Suomessa. Tätä tilannetta on yritetty korjata väliaikaisesti luomalla Sharepointtiin Nordic Service Commercial Dashboard (kuvio 3). Tämä on käytännössä Exceliä vastaava työkalu, joka vie datan myös yrityksen johdolle PowerBi:hin.

Sales Rep	Country	On/Off P...	Offer Date	Customer Name
Kajander, Niko	Finland	Off	2023-10-26	As Oy Melkonkatu 4
Kajander, Niko	Finland	Off	2023-11-15	As Oy Helenenkatu 4
Kajander, Niko	Finland	Off	2023-11-20	As Oy Espoon Ratumies

Kuvio 3: Perusnäkökulma Nordic Service Commercial Dashboard (Otis Intranet 2024)

Työkalussa myyjä voi lisätä asiakkaita ja tarjouksia sekä niiden arvioituja voittopäivämääriä ja mahdollisuuksia. Työkalun kaksi suurinta ongelmaa ovat kuitenkin ne, ettei isännöitsijän alle ole mahdollista asettaa asiakkaita, jolloin emme tiedä mitä kaikkia kohteita kukin isännöitsijä hallinnoi ja lisäksi työkalussa ei ole aktiivista seuranta- ja toimintoja, joita aidossa CRM:ssä on. Muut osastot, kuten talous ja työnjohto eivät näe mitä Dashboardissa myyjä ei näe, joten tiimien yhtenäinen toiminta asiakkaiden parissa on haastavaa.

Jotta yritys voi nykyaikana menestyä, on CRM-järjestelmä tarpeellinen. 91 % kaikista yrityksistä, jotka ovat kooltaan yli 11 henkilöä, käyttävät CRM-ohjelmistoja vuonna 2024. (Ruby 2024.) Tämän lisäksi Bitrixin (2023) tekemän tutkimuksen mukaan 56,4 % CRM-käyttäjistä havaitsi myynnin tuottavuuden kasvaneen CRM-myyntityökalujen käyttöönoton jälkeen. Yritykselle, jonka koko on noin 130 työntekijää ja liikevaihto noin 26,5 miljoonaa euroa sopivimmat vaihtoehdot tarkempien tarpeitten mukaan ovat esimerkiksi:

1. Microsoft Dynamics 365 CRM, joka soveltuu yritykselle, jossa käytetään jo ennestään Microsoftin tuotteita. Dynamicsissa on valmis integraatio Outlookiin, Officeen ja Teamsiin sekä muihin Microsoftin sovelluksiin ja laajat mahdollisuudet näiden mukauttamiseen. (Microsoft 2024a.)
2. Salesforce CRM, joka sopii yritykselle, jossa tarvitaan mukautuvuutta ja skaalautuvuutta. Salesforce CRM soveltuu monimutkaisiin myyntiprosesseihin ja siinä on erityisen vahva integraatio kolmannen-osapuolen sovellusten kanssa. (Salesforce 2024.)

3.2 Viikko 2: Myyntipäällikön vastuut

Tämän viikon teemana ovat myyntipäällikön vastuut. Tavoitteena on analysoida ja selkeyttää nykyisen työnkuvan vastuita. Tällä hetkellä vastuut eivät ole selkeät ja työtehtävien hoidossa tapahtuu päällekkäisyyksiä eri työntekijöiden kesken.

Maanantai 30.9.2024

Aamupäivä mennyt käsitellessä epäselvää tilannetta, jossa hissi on valmistunut asiakkaalle loppukäyttöön museorakennukseen Helsingissä. Uusasennuksen puolelta ei ollut saapunut tietoa asiasta huollon puolelle, jonka seurauksena hissi ollut järjestelmässä ilman sopimusta ja tämä on vaikeuttanut huoltopalveluiden saapumista paikalle. Osastojen välisten vastuiden on oltava selkeät tämänkaltaisissa tapauksissa.

Iltapäivänä suoritettu uusasiakashankintaa. Yhtenä haasteena tehtävässä ilman kunnollista CRM:ää on, ettei myyntipäällikön ole mahdollista nähdä kunnolla keiden isännöitsijöiden kanssa on ollut tekemisissä. Tämä johtaa epämiellyttäviin tilanteisiin, kun myyjä esittelee itsensä samalle isännöitsijälle monesti uudelleen.

Tiistai 1.10.2024

Aamupäivä käsitelty muutamaa asiakkailta tullutta reklamaatiota. Reklamaatioiden käsittely on kirjattuna olevan aluejohtajan vastuulla, mutta käytännössä reklamaatiot hoitavat joko myyjät tai admin-tiimi. Myynti henkilöityy helposti asiakkaalle, jonka takia on ymmärrettävää, että myyjä haluaa pitää lankoja käsissään myös valitusten käsittelyssä. Iltapäivällä oli sopimusten tilojen selvittämistä ja yhteydenottoja asiakkaisiin umpeutuvista sopimuksista. Päivällä oli myös neuvottelua jatkosopimusten mahdollisuuksista.

Keskiviikko 2.10.2024

Aamupäivällä on saapunut päätös isommasta kilpailutuksesta. Kilpailutus hävitty, perusteena hinta-laatusuhde. Myyntipäällikön vastuulla on selvittää tappion syyt ja keskustella asiakkaan kanssa, onko vielä neuvotteluvaraa tarjouksen osalta. Kuitenkin suurissa kilpailutuksissa päätökset ovat yleensä lukittu. Kilpailutuksen lopputuloksen raportointi ja ilmoitus kaikille sisäisille sidosryhmille on myös osana myyntipäällikön vastuuta.

Keskipäivällä oli Hissiyhdistys Ry:n haastattelu, jossa teemana uratarina. Kerrottu omasta urastani hissialalla ja edustettu Otista. Yhtiön edustaminen kuuluu osaksi työnkuvaani myös esimerkiksi messuille ja muissa tapahtumissa. Iltapäivällä käyty läpi omia asiakkaita ja heidän kuulumisiaan. Kartoitettu samalla mahdollisuuksia yhteistyön laajentamiselle.

Torstai 3.10.2024

Aamupäivä aloitettu koko maan kattavalla alueiden myyntikokouksella. Kokouksessa käyty läpi myynnin avainlukuja tämän vuoden osalta ja kuultu myyjien kehitysideoita. Keskipäivällä tavattu asiakasta heidän tiloissaan. Neuvoteltu mahdollisista yhteistyömahdollisuuksista ja luotu Leadeja myös uudisasennuksen puolelle.

Iltapäivästä yhteydenottoja asiakkaisiin. Pari taloyhtiön hallitusta hyväksynyt tarjoukset. Myyntipäällikön vastuulla on laatia sopimusluonnokset ja toimittaa ne Admin tiimille. Muina vastuina myös jatkuva yhteydenpito asiakkaaseen sopimuksen alettua.

Perjantai 4.10.2024

Aamupäivä aloitettu sopimusten laadinnalla. Luonnokset toimitettu asiakkaille katsastettavaksi ja allekirjoituskutsut toimitettu sähköisesti. Neuvoteltu asiakkaan kanssa muutamia räätälöityjä optioita sopimuksille. Ohjeistettu admin-tiimiä optioista. Sopimusten räätälöinti on haastavaa järjestelmillemme, koska ne eivät kykene kunnolla käsittelemään kaikkia optioita.

Iltapäivä mennyt Otiksen syysjuhlien loppuvalmistelussa. Valmistelut eivät kuulu suoraan myyntipäällikön vastuusiin, mutta toimin yrityksen huvitoimikunnan puheenjohtajana, jolloin juhlrat ja tapahtumat vaativat työpanostani.

Viikkoanalyysi: Myyntipäällikön vastuut

Tällä hetkellä Otiksella ei ole selkeätä vastuutaulukkoa, jossa kerrotaan eri toimenkuvien vastuista esimerkiksi luettelomuodossa. Yrityksessä työntekijät eivät aina tiedä kollegoidensa työtehtäviä ja vastuuta, joka voi johtaa tilanteisiin missä ei tiedosteta, kenelle yksittäinen työtehtävä kuuluu. Pahimmillaan tämä voi näkyä asiakkaiden suuntaan tehostomuutena tai reagoimattomuutena. Kun uutta työntekijää haetaan, on rekrytointi-ilmoituksessa työtehtävät ja vastuut lueteltuna. Yksi vaihtoehto on hyödyntää rekrytointi-ilmoituksia ja käyttää niiden työkuvauskuvaus, jotka olisivat jatkuvasti saatavilla kaikille Otiksen työntekijöille.

Koko henkilöstön vastuiden luettelointi on kuitenkin erillinen projekti. Tässä opinnäytetyössä keskityn vain myyntipäällikön vastuusiin. Normaalisti myyntipäälliköt ovat vastuussa oman myyntitiiminsä johtamisesta ja heille asetettujen tavoitteiden saavuttamisesta. Perinteisesti myyntipäällikön vastuuta ovat Salesdriven (2024) mukaan seuraavat:

- Yksilön ja tiimin suorituskyvyn hallinta myyntikiintiöiden saavuttamiseksi
- myyntisuunnitelman laatiminen ja myyntistrategian toteuttaminen
- kaikkien työntekijöiden myyntikoulutuksen ylläpitäminen
- avainasiakkaiden seuranta

- yksilöiden ohjaaminen ja uusien työntekijöiden perehdyttämiskoulutuksen antaminen
- myyntiedustajien rekrytointi ja irtisanominen
- reaaliaikaisten ja aiempien tietojen analysointi suoritustason parantamiseksi.

Nimike myyntipäällikkö on kuitenkin Otiksella erilainen perinteiseen myyntipäällikön työhön nähden. Nykyiset työtehtävät vastaavat normaalin myyntiedustajan työtä. Myyntiedustajan vastuut ovat Western Governors Universityn (2024) mukaan seuraavat:

- Tuotteiden tai palvelujen myyminen asiakkaille ja tuotemerkin edustaminen.
- Potentiaalisten liidien tavoittaminen eri kanavien, kuten sähköpostin, puhelimen, tekstiviestien kautta.
- Neuvottelemine liidien kanssa ja suostuttelutekniikoiden käyttäminen vastalauseiden voittamiseksi ja sellaisten sopimusten aikaansaamiseksi, jotka hyödyttävät yritystä ja tarjoavat samalla asiakkaille optimaalista arvoa.
- Tilausten lähettäminen ja käsittely sen varmistamiseksi, että asiakkaat saavat pyytämänsä tuotteet tai palvelut ajallaan.
- Osallistuminen yrityksen kokouksiin myyntipäälliköiden ja muiden myyntiedustajien kanssa.

Toistaiseksi en omaa yhtäkään alaista, jolloin suurin osa aiemmin luetelluista myyntipäällikön vastuista eivät kosketa itseäni. Kaikki myyntiedustajan vastuut kuitenkin kohtaavat nykyisen työni kanssa. Minulla on kuitenkin myös toissijaisia vastuita, kuten yhtiömme edustaminen erinäisissä pienemmissä haastatteluissa ja toimiminen huvitoimikunnassa. Nämä eivät normaalisti kuulu Otiksen myyntipäällikön tehtäviin.

Hissialalla myynnillä on myös erityisiä tehtäviä ja vastuita, jotka poikkeavat tavallisten myyntiroolien vastuista. Teknisen tiedon hallinnan osalta myyjien on ymmärrettävä hissien teknisiä ominaisuuksia, kuten turvalaitteita ja nostokykyä. Myös hissimääräysten ja säädösten tunteudesta vaaditaan. Näitä ovat esimerkiksi Hissiturvallisuuslaki 1134/2016 (Finlex 2016) sekä huollon osalta Tukes-ohje 21/2020. (Tukes 2020.) Nykyisen työnkuvan selkeyttämiseksi löytyy tämän opinnäytetyön lopusta liitteessä 1 Otiksen myyntipäällikön työkuvaus, jota voidaan jatkoa hyödyntää rekrytoinnissa ja perehdyttämisessä.

3.3 Viikko 3: Asiakkaan ostoprosessi

Tämän viikon teemana on asiakkaan ostoprosessi B2B-myynnissä Otiksella. Tavoitteena on analysoida nykyistä asiakkaan prosessia, sekä parantaa sitä teoriaan peilaten.

Maanantai 7.10.2024

Päivä aloitettu sopimuksen laatimisella ja toimittamisella asiakkaalle. Asiakas katsastaa sopimuksen läpi ja ilmoittaa mikäli sopimuksessa on jotain korjattavaa. Tämän jälkeen sopimus siirtyy sähköiseen allekirjoitukseen.

Puolen päivän aikaan tavattu isännöitsijää. Esitelty Otiksen toimintaa ja huoltoratkaisuja. Käyty lounastamassa isännöitsijän kanssa ja keskusteltu minkälaisia tarpeita taloyhtiöillä on hissihuollon osalta. Taloyhtiöt kaipaavat enemmän ennustettavuutta ja mahdollisimman helppoa budjetointia yllättävien laskujen sijasta. Lisäksi kaipaavat arvioita tai PTS-suunnitelmaa, jotta voivat ennakoida koska isommat korjaukset ovat mahdollisesti ajankohtaisia.

Iltapäivällä oli saapunut suuri määrä tarjouspyyntöjä. Kaikkien tarjouspyyntöjen osalta käytävä kohdekäynneillä. Käyty katsastamassa kaksi kohdetta, josta toimitettu tarjoukset isännöitsijöille.

Tiistai 8.10.2024

Koko päivän ohjelmana ollut Ensiapukortti-koulutusta. Koulutus päättynyt klo 14 iltapäivällä, jonka jälkeen muutama asiakas ollut yhteydessä Turusta. Jostain syystä puhelinvaihteemme antaa asiakkaillemme kaikkialta Suomesta yhteystietojani, vaikka vastaan vain pelkän Etelä-Suomen alueen asiakkuuksista. Tämä vaatii keskustelun vaihteemme kanssa.

Keskiviikko 9.10.2024

Aamupäivä aloitettu kohdekäynneillä ja tarjousten laadinnalla. Tällä viikolla on tullut paljon tarjouspyyntöjä hissihuollosta. Haasteina kohdekäynneillä kulut asiakastiloihin, sillä erikseen haettava aina avain lainaan avainhallinnasta, joka lisää hyvin paljon kohdekäyntien aikaa.

Puolen päivän kohdalla pidetty kokous. Aiheena vuoden myynnit ja loppuvuoden tavoitteet sekä kuinka päästä niihin. Keskusteltiin toimintatavoista, jolla saadaan kasvatettua uusasiakashankintaa. Loppuvuodesta on käytävä joka viikko tapaamassa vähintään kaksi uutta isännöitsijätoimistoa, joiden kanssa ei ole vielä yhteistyötä.

Iltapäivästä tarjousten jättöä asiakkaille. Potentiaaliselta asiakkaalta oli tullut yhteydenotto, jossa oli saanut kuulla toiselta asiakkaaltani paljon positiivista minusta. Pyysi tarjousta kahdesta hissien varaosatyöstä ja toivoi tapaamista. Tapaaminen sovittu heti perjantaille.

Torstai 10.10.2024

Päivä aloitettu pöytäkirjan valmistelulla klo 9 tapahtuvaa asiakaspalaveria varten. Asiakaspalaverissa käsitelty huollon toimintaa, myytyjä korjaustöitä sekä laskutusta. Laskutuksessa

ollut paljon haasteita, joita selvitetty yhteistyössä asiakkaan kanssa. Keskusteltu myös sopimuksen jatkumisesta. Alkuperäisen sopimuksen päättymisen olisi ollut vuoden loppuun, mutta saatu sovittua yhdestä lisävuodesta.

Keski- ja iltapäivän aikana käyty neuvotteluja nykyisten asiakkaiden sopimuksista ja niiden jatkosta sekä sopimustyypeistä. Kaikkien asiakkaiden kanssa saatu neuvoteltua uudet sopimukset. Asiakkaat toivovat täyshuoltosopimuksia, mutta niitä ei mahdollista toteuttaa kuin uusille valmistamillemme hisseille. Täyshuolto korvaa kaikki rikkoutuneet varaosat sekä niihin kuluvat työtunnit. Loppupäivä mennyt tarjousten luomisessa ja lähettämisessä asiakkaille.

Perjantai 11.10.2024

Päivä aloitettu neuvotteluilla, kuinka voimme Otiksella parantaa asiakkaan ostoprosessia. Käyty läpi markkinointimateriaalia ja kuinka se palvelee erityisesti Suomessa olevia asiakkaita. Isännöitsijät kaipaavat hyvin yksinkertaisia tietopaketteja mitä palveluita tarjoamme ja mitä palvelumme sisältävät. Globaali Otis on ottamassa käyttöön uusia tarjouspohjia, joissa tarjoamamme huoltoratkaisut on nimetty uudelleen seuraavasti kuvion 4 mukaisesti.

VANHA NIMI	UUSI NIMI
Perushuolto	Pronssi taso
Laajennettu perushuolto	Hopea taso
Täyshuolto	Kulta taso

Kuvio 4: Uudet huoltonimikkeet (Otis Finland Brochure 2024)

Olen käynyt tänään keskusteluja isännöitsijöiden kanssa tulevasta muutoksesta ja he eivät lähtökohtaisesti arvosta hienolta kuulostavia markkinointinimityksiä. Heidän sanojensa mukaan yksinkertaisuus on arvokasta. Iltapäivällä käyty tapaamassa taloyhtiön hallituksen puheenjohtajaa ja kartoitettu miten Otis voi palvella heidän taloyhtiötään hissihuollon ja korjauksien osalta. Neuvoteltu yhdessä sopiva huoltomalli ja tarjous toimitetaan ensi viikon alussa.

Viikkoanalyysi: Asiakkaan ostoprosessi

Otiksen pääasialliset asiakkaat (noin 80 %) ovat taloyhtiöitä ja keskinäisiä kiinteistöyhtiöitä. Taloyhtiö on yleiskielinen termi, jolla viitataan asunto-osakeyhtiöön. Asunto-osakeyhtiö on suomalainen osakeyhtiön erityinen muoto, jota säädellään asunto-osakeyhtiölaissa. Tässä yhtiömuodossa osakkeet antavat omistajalle oikeuden hallita yhtiöjärjestyksessä määriteltyä huoneistoa tai muuta osaa yhtiön omistamasta rakennuksesta tai kiinteistöstä. (Kiinteistöliitto 2024.) Keskinäinen kiinteistöosakeyhtiö on osakeyhtiö, jonka yhtiöjärjestyksessä on määrätty,

että sen tarkoituksena on omistaa ja hallita vähintään yhtä rakennusta tai sen osaa. Tämä yhtiömuoto määritellään laissa sellaisena osakeyhtiönä, jonka toiminta keskittyy kiinteistön omistamiseen ja hallintaan. (Minilex 2024.) Lisäksi noin 5 % asiakkaista on yksityisasiakkaita, kuten omakotitaloja ja yritysten suoraan omistamia kiinteistöjä. Noin 15 % on suurasiakkaita, kuten ostoskeskuksia ja juna-asemia.

Talo- ja kiinteistöyhtiöitä edustaa lähes aina isännöitsijä. Isännöitsijän tehtävänä on toimia yhtiön toimitusjohtajana ja huolehtia yhtiön sopimuksista sekä hallinnosta. Isännöitsijä on vastuussa toiminnastaan talo- ja kiinteistöyhtiön hallitukselle. Yhtiön hallituksella on heti yhtiökokouksen jälkeen korkein päätösvalta ja hallitus päättää viimekädessä kuka esimerkiksi huoltaa kiinteistön hissiä. Kuviossa 5 esitetään Isännöintiliiton (2024) mukaisesti taloyhtiön päätäntävalta.

Päätäntävalta	Tehtävät ja vastuut
1. Yhtiökokous	Korkein päätäntävalta taloyhtiössä. Päättää merkittävistä asioista, kuten talousarvio, vastikkeiden suuruus, tilinpäätös sekä hallituksen ja isännöitsijän valinta.
2. Hallituksen puheenjohtaja	Johtaa hallituksen toimintaa, vastaa päätösten toimeenpanosta ja taloyhtiön virallisista asiakirjoista.
3. Taloyhtiön hallitus	Vastaa taloyhtiön päivittäisestä hallinnosta ja operatiivisista toimista, valmistelee päätöksiä yhtiökokoukselle ja toteuttaa sen tekemät päätökset.
4. Isännöitsijä	Hoitaa käytännön hallinnollisia tehtäviä, kuten kirjanpitoa, sopimusten hallintaa ja huoltotoimenpiteiden organisointia. Toimii hallituksen alaisuudessa.
5. Osakkeenomistajat	Osallistuvat yhtiökokouksiin, äänestävät tärkeistä asioista kuten hallituksen valinnasta ja budjetista sekä tekevät päätöksiä mahdollisista yhtiöjärjestyksen muutoksista.

Kuvio 5: Taloyhtiön päätäntävalta (Isännöintiliitto 2024)

Isännöitsijä ei voi itsenäisesti päättää palveluntarjoajan valinnasta. Valintaan tarvitaan hallituksen päätös tai vähintään valtuutus hallitukselta, jolloin isännöitsijä voi tehdä päätöksen hallituksen puolesta. (Hautala 2021.) Hissien huoltopalveluissa ostoprosessin lopussa isännöitsijä vie tarjouksen esiteltäväksi yhtiön hallitukselle päätöksentekoa varten noin 90 %:ssa kaikista ostoista. Hissien huoltopalveluissa asiakkaan ostoprosessi menee seuraavasti:

1. Tietoisuus - Asiakas alkaa tiedostamaan omia tarpeitaan hissin huoltoon kohtaan.
2. Harkinta - Asiakas kerää tietoa vaihtoehtoista ja käyttää esimerkiksi asiantuntijan apua kokonaistarpeen hahmottamisessa.
3. Vertailu - Asiakas pyytää tarjouksia toimittajilta ja vertailee niiden ominaisuuksia keskenään.
4. Ostopäätös - Asiakas tekee päätöksen hankinnasta tai päättää jatkaa huoltoa nykyisen toimittajan kanssa.

Jos asiakas päätyy tekemään ostopäätöksen uudelta toimittajalta, jatkuu ostoprosessi seuraaviin vaiheisiin:

5. Käyttöönotto - Uusi toimittaja aloittaa palvelun toimittamisen asiakkaan kohteeseen. Onnistuminen tässä vaiheessa on hyvin tärkeää asiakkaan luottamuksen ansaitsemiseksi.
6. Ylläpito - Asiakassuhteen ylläpitäminen, kun huoltopalvelu on saatu käyntiin. Tuen tarjoaminen ja ongelmatilanteiden nopea selvittäminen sekä ajoittainen kommunikointi asiakkaan suuntaan.

Hissipuolella asiakkaiden tapa ostaa on viimeisten vuosien aikana muuttunut huomattavasti. Aiemmin suurin osa asiakkaista esitti tarjouspyyntönsä suoraan hissitoimittajalle, ja toimittajan tehtävänä on ollut neuvoa ja laatia ratkaisuja suoraan asiakkaalle. Nyt tilannetta ovat muuttaneet kolmannen osapuolen hissikonsulttipalvelut, jotka toimittavat puolueetonta konsultointia erillisveloitusta vastaan. Sisäisen datan mukaan vielä vuonna 2020 noin 20 % asiakkaista käytti ulkopuolista konsultointia. Vuonna 2024 lähes puolet asiakkaista hyödyntävät konsultin apua valitessaan toimittajaa hissihuollosta.

Asiakastapaamisilla olen keskustellut aiheesta isännöitsijöiden kanssa ja selvittänyt niitä syitä, miksi asiakkaat käyttävät nykyään hissihankintoja tehdessään enemmän ulkopuolista konsultointia. Pääsyitä olivat epävarmuus mitä ehtoja tarjouspyyntöihin tulisi laittaa, tarjousten epäselvyys ja haasteellisuus vertailuissa keskenään sekä se, ettei isännöitsijä koe omavansa tarpeellista tietotaitoa hissihuollosta. Tämän pohjalta seuraavat muutokset sujuvoittavat mahdollisesti asiakkaan ostoprosessia tulevaisuudessa:

- Uuden selkeämmän sopimus pohjan laatiminen kolmikantaisesti asiakkaan, toimittajan ja konsultin kesken yhteistyössä.
- Yleisen hissikoulutuksen tarjoaminen siitä kiinnostuneille isännöitsijöille, joissa käydään läpi hissien perustoiminta ja huollon tärkeimmät osat.
- Tarjousten ja sopimusten tarkempi läpikäynti asiakkaan kanssa jokaisella kerralla.

3.4 Viikko 4: Työn organisointi

Tämän viikon teemana on työn organisointi. Viikon aikana analysoin millä tasolla nykyinen töiden organisointi on, sekä pohdin, kuinka pystyn parantamaan omaa töideni organisointia.

Maanantai 14.10.2024

Lähes koko päivän kestänyt Ensiapu1 kurssin toisen osan läpikäynti. Kurseja on onneksi vain kerran kolmessa vuodessa, joten tämä ei valtavasti häiritse omaa työssä suoriutumistani. Kuitenkin ylimääräinen kurssi aiheuttaa vähän lisäjättämää sähköpostien osalta. Loppupäivästä

olen katsastanut omat sähköpostini läpi ja suodattanut epäoleellisimmat postit roskakoriin. Microsoftin oma Outlook sisältää paljon ominaisuuksia, mutta on samalla melko kankea ja se aiheuttaa helposti vaikeasti luettavan sähköpostitulvan, jos sähköpostia on yhtään enemmän.

Tiistai 15.10.2024

Päivä aloitettu sähköpostien läpikäynnillä. Tällä hetkellä käytän Outlookkini kalenteria mielestäni huonosti, sillä lisäilen sinne vain tapaamiset ja pakolliset muistutukset. Keskustelin aiheesta kollegani kanssa ja hän esitteli, kuinka kalenteria on mahdollista käyttää parempaan töiden organisointiin.

Puolen päivän aikaan avustettu admin-tiimiä sopimusten tulkinnessa ja epäselvässä tilassa olevien sopimusten läpikäymisessä. Tällä hetkellä avustan Admin-tiimiä aina tarpeen mukaan, joka sekoittaa hieman omaa työpäivääni. Korjaustoimenpiteenä voi jatkossa kokeilla sopia yksittäiselle viikonpäivälle yhteinen läpikäynti muutaman tunnin ajan, jossa käsitellään kaikki viikon aikana muodostuneet haasteet admin-tiimissä, johon tarvitaan huollon myyntipäällikön avustusta. Iltapäivä käytetty tarjousten laatimiseen.

Keskiviikko 16.10.2024

Päivä aloitettu avustamalla uusien hissien myyjää hissikuilun mittauksessa. Uusien hissien myyjillä ei ole vaadittavia pätevyyskriteerejä hissikuiluun menemiseksi, jolloin he tarvitsevat välillä tukea henkilöltä jolta luvat löytyvät. Normaalisti uushissi työnjohto tukee heitä tässä, mutta he eivät ole aina saatavilla.

Keskiviikolla käyty läpi sähköposteja. Asiakkailta tullut reklamaatioita korjauslaskuista, erityisesti niiden korkeista summista. Minulla ei ole oikeuksia hyvittää suoraan asiakasta, vaan ne ovat aluejohtajan vastuulla. Tällä hetkellä aluejohtaja on kuitenkin jättänyt vastaamatta osaan reklamaatioista vedoten kiireeseen, enkä ole saanut oikeuksia käsitellä reklamaatioita. Tämä valitettavasti kaataa myös omia asiakassuhteitani minusta riippumattomista syistä. Ilta-päivästä laskettu ja toimitettu pari kappaletta tarjouksia asiakkaille.

Torstai 17.10.2024

Päivä aloitettu hakemalla potentiaalisia uusia asiakkaita Isännöintiliiton sivujen kautta. Tarkoituksena on vuoden loppuun asti käydä tapaamassa kahta täysin uutta asiakasta joka viikko. Asian suhteen syntyy haasteita, sillä jatkuvat yllättävät työt hankaloittavat asiakastapaamisten suunnittelua. Puolen päivän kohdalla selvitetty vanhentuvia sopimuksia ja oltu asiakkaisiin yhteydessä sopimuspäivitysten osalta. Loppupäivä selvitetty laskureklamaatioita liittyen korjauskäyntien sisältöihin.

Perjantai 18.10.2024

Päivä aloitettu asiakastapaamisella, jossa keskusteltu Otiksen tarjoamista palveluista ja lisäarvosta, jota hissihuoltomme voi tuoda asiakkaalle. Puolen päivän aikaan käyty läpi asiakailta tulleita tarjouspyyntöjä, jotka kuitenkin keskeytyivät, kun asiakas otti yhteyttä ja selvitimme epäselvää työtilausta. Iltapäivä käytetty loppujen tarjouspyyntöjen läpikäyntiin.

Viikkoanalyysi: Työn organisointi

Työn organisointi tarkoittaa sitä, miten työtehtävät ja vastuut jaetaan ja järjestetään organisaation sisällä, jotta toiminta olisi tehokasta, tavoitteellista ja hyvin koordinoitua. Se kattaa käytännössä kaikki ne toimintatavat ja rakenteet, joilla pyritään varmistamaan, että työ tehdään oikea-aikaisesti, oikeilla resursseilla ja työntekijöiden osaamista hyödyntäen. Organisointi ei koske ainoastaan tehtävien jakoa, vaan myös sitä, miten kommunikointi, johtaminen ja resurssien hallinta toimivat. Työn organisointi pitää sisällään työtehtävien jaon, työnjaon rakenteet, vastuun ja päätöksenteon delegoinnin, resurssien hallinnan sekä yhteistyön ja kommunikaation järjestämisen. (Eurofound 2024.)

Otiksen tapauksessa tarkastelen työtäni yksityiskohtaisemmin. Nykyhetkellä myyntipäällikön työssä vastuu työn organisoinnista kuuluu täysin omalle vastuulleni, joka antaa vapauden luoda työnteosta täysin itseni näköistä. Haasteena tässä on kuitenkin häilyvät vastuut, joka aiheuttaa haasteita oman työni suunnittelussa. Esimerkiksi reklamaatioiden käsittely kuuluisi aluejohtajalle, mutta koska olen myynyt sopimukset kohteisiin, niin myös näiden hoitaminen henkilöityy minuun.

Työssäni minulla on haasteita aikataulutuksen, työtehtävien jakamisen ja vastuiden kanssa, asioiden priorisoinnin suhteen, sekä teknologian integroinnin ja hyödyntämisen kanssa. Aikataulutuksen osalta työpäivien suunnittelu etukäteen on haastavaa jatkuvien muuttujien takia, mikä aiheuttaa töiden kulkuun muutoksia. Muuttujista suurin osa on laskutuksellisia ja työnjohdollisia asioita. Näiden ratkaisu ei ole yksioikoista henkilöitymisen takia, vaan se tulee vaatimaan pitkäjänteistä työtä asiakaskommunikaation muodossa. Tämä tarkoittaa, että minun on ohjeistettava asiakkaita olemaan yhteydessä oikeisiin vastuuhenkilöihin. Olen laatinut myös yhteystietoluettelon oleellisimmista yhteyshenkilöistä, jota olen jakanut asiakkailleni.

Työtehtävien organisoinnissa on haasteita, jotka johtuvat jatkuvista muuttujista työpäivien aikana ja kuormittavat omaa keskittymistä. Tällä hetkellä käytössäni ei ole mitään teoriassa toteutettua metodia, jolla työn organisointia ja priorisointia voisi parantaa. Seuraavat vaihtoehdot voivat olla sopivia omaan myyntipäällikön työhön:

- David Allen ”Getting Things Done” eli GTD-menetelmä, jossa keskeisenä ajatuksena on, että ulkoistamalla ajatuksia ja tehtäviä luotettavaan järjestelmään kuten

digisovellukseen tai muistiinpanovälineeseen, vapauttaa se mielen keskittymään paremmin. Ajatuksena on organisoida tehtävät selkeiksi helposti seurattaviksi prosesseiksi. (Martins 2024.)

- Brian Tracyn ”Eat That Frog” menetelmä, jossa pääajatuksena on, että päivän haastavin tehtävä kannattaa tehdä ensimmäisenä. Menetelmässä niin kutsuttu sammakko kuvastaa hankalinta tehtävää, joka tulisi tehdä välittömästi päivän alussa. Käytännössä työtehtävät priorisoidaan vaikeimmasta helpoimpaan. (Laoyan 2024.)
- Eisenhowerin Matriisi taas auttaa priorisoimaan työtehtävät tärkeyden ja kiireyden mukaan. Se perustuu tehtävien jakamiselle nelikentälle, jonka tarkoitus on visualisoida selkeästi, mihin asioihin tulisi ensiksi keskittyä ja mitä tehtäviä jättää tuonnetuksi. (Vikman 2021.)

Teknologian paremmalla hyödyntämisellä ja integroimisella on myös mahdollista parantaa töiden organisointia ja tehokkuutta työn teossa. Suurin hyöty nykyhetkeen verrattuna on ottaa käyttöön uusi CRM-järjestelmä esimerkiksi Salesforcelta, johon integroidaan jokainen osasto työnjohdosta myyntiin ja talouteen. Uusien hissien myynnissä hyödynnetään tällä hetkellä Microsoftin Dynamics 365 CRM:ää, jolloin helpoin tapa on liittää huoltomyynti jo olemassa olevaan CRM-järjestelmään. Tämä toisi suoria hyötyjä osastojen välisessä yhteistyössä, sekä työn seurannassa.

Microsoftin Outlookin kalenteri antaa hyviä tukitoimintoja työn organisoimiselle. Outlookin kalenteriin on mahdollista tehdä kategorisoituja merkintöjä ja muistutuksia kuukausille, viikoille ja päiville. Kalenterimerkinnöille ja tehtäville on mahdollista asettaa ”Focus Time”, jolloin kaikki ilmoitukset Outlookista ja Teamsista ovat toistaiseksi pois päältä parantaen keskittymistä. Yhteistyön kannalta kätevä työkalu kalenterissa on myös ”Schedule View” jonka kautta on mahdollista nähdä milloin kollegat ovat varattuja tai vapaita.

3.5 Viikko 5: Viestintä

Tämän viikon teemana on viestintä. Teemassa keskityn sisäiseen ja ulkoiseen viestintään, sen analysointiin sekä siihen, miten nykyistä viestintää voidaan parantaa.

Maanantai 21.10.2024

Päivä alkanut tarjousten laadinnalla. Asiakkailta tullut aamupäivällä paljon yhteydenottoja liittyen kaikkien osastojen toimintaan. Tällä hetkellä meillä on haasteita viestiä asiakkaille ulospäin oikeita yhteyshenkilöitä ja vaikuttaa siltä, että keskuksemme ohjaa asiakkaat soittamaan jostain syystä vain minulle.

Keskipäivällä huonolla tuulella ollut asiakas lähettänyt sähköpostia minulle. Reklamaation käsittely ja siihen liittyvä hyvitys kuitenkin vaati käsittelyä itseäni korkeammalta tasolta organisaatiossa. Valitettavasti organisaation sisällä oli haasteita ylemmältä tasolta kommunikoinnissa asiakkaan suuntaan, joka kuitenkin lopuksi ratkaistiin minun ja johdon välillä. Tämä aiheutti lievää viivästystä asiakkaan suuntaan. Iltapäivällä laadittu kaksi sopimusluonnosta ja lähetetty asiakkaille katsastettavaksi.

Tiistai 22.10.2024

Päivä aloitettu korjaamalla yhteystietolistaa, joka on ollut palvelukeskuksemme käytössä. Yhteystietolistassa olin titteliltäni ”Myynti” joka aiheutti sen, että keskus oletti minkä tahansa myynnillisen asian liittyvän minuun. Korjattu titteleitä ja tarkennettu toimenkuvia osalta henkilöistä yhteystietolistalta. Aamu- ja keskipäivän aikana oli myös tullut paljon tarjouspyyntöjä asiakkailta, jonka pohjalta olen ollut yhteydessä asiakkaisiin ja käynyt katsastamassa kaksi kohdetta tarjousten laatimista varten.

Iltapäivällä on pidetty kokous liittyen siihen, kuinka tarjoamme omia palveluitamme kilpailijoillemme. Käsittelimme yhdessä sisäistä viestintää sen suhteen, miten tulemme toimimaan yhteisesti jatkossa, sillä aiemmin kaikilla Suomen alueilla on ollut omat linjansa asioiden hoidossa. Loppupäivästä toimitettu kaksi tarjousta asiakkaille.

Keskiviikko 23.10.2024

Päivä aloitettu tapaamalla asiakasta. Neuvottelimme yhteistyömahdollisuuksista, huollon toiminnasta nykyisten kohteiden osalta ja siitä kokeeko asiakas parantamisen varaa meidän päästämme tapahtuvan viestinnän suhteen. Asiakas toivoi, että Otikselta tulisi muutakin kommunikaatiota kuin laskuja ja vuosittaisia hinnankorotuskirjeitä. Hän ehdotti vuosittain lähetettävää asiakaskirjettä, jossa kerrotaan yleisesti Otiksen kuulumisista ja uusimmista palveluista sekä tuotteista. Esitin asiakkaalle kiitokset rakentavasta palautteesta ja lupasin välittää ehdotukset eteenpäin, jonka lisäksi kerroin olevani myöhemmin häneen vielä yhteydessä käydäksemme läpi, ovatko hänen kehitysratkaisunsa menneet eteenpäin Otiksen sisällä.

Keskipäivällä tullut ilmoitus yhden työntekijämme irtisanoutumisesta, jonka pohjalta kävin neuvotteluja, kuinka tulemme jakamaan vastuita ja mitä yritys meinaa tehdä. Johto on ollut vaitonainen ovatko palkkaamassa uutta työntekijää vai joutuvatko nykyiset työntekijät tekemään myös irtisanoutuneen työntekijän työt. Iltapäivästä laskettu ja toimitettu muutama tarjous asiakkaille.

Torstai 24.10.2024

Päivä aloitettu avustamalla uushissien myyntiä hissikuilun mittauksessa. Kävin samalla katsastamassa parin potentiaalisen asiakkaan tiloissa heidän hissejään ja toimitin niistä tarjoukset

asiakkaille. Keskipäivällä osallistuin neuvotteluun, kuinka hinnoitteleme palveluitamme asiakkaillemme. Loppupäivästä suunnittelin luonnosta asiakaskirjeestä, jossa ajatuksena olisi kertoa käynnissä olevista kampanjoistamme ja tämänhetkisistä palveluistamme.

Perjantai 25.10.2024

Päivä aloitettu myyntipalaverilla aluejohtajan kanssa. Neuvottelimme missä asioissa olisi myynnillisesti mahdollista parantaa ja viestinnästä ehdotin, että alkaisimme järjestämään viikko tai kuukausipalavereita, johon osallistuvat kaikki huollon myyjät ja myyntipäälliköt. Tämä parantaisi sisäistä viestintää, sillä nyt myyjät eri puolilla Suomea ovat melko siiloutuneita keskittyen tekemään asioita omalla tavallaan.

Ilmapäivällä selvitin suurasiakkaan kanssa hissien takuuhuoltojen aloitusta ja sisältöjä. Tällä hetkellä tieto uusien hissien asennuspuolelta kulkee heikosti huoltoon, joka aiheuttaa sen, että hissejä saatetaan alkaa huoltamaan ilman voimassa olevia sopimuksia. Ratkaisuna voisi toimia viikkopalaverit, jossa uushissien työnjohto ja huoltomyynti käyvät joka viikko läpi, mitä laitteita kyseisellä viikolla on siirtymässä loppukäyttöön.

Viikkoanalyysi: Viestintä

Yrityksen viestintä on silta sisäisen kulttuurin ja ulkoisen maineen välillä. Se on strateginen työkalu, jolla yritys rakentaa luottamusta, jakaa tietoa ja luo merkityksellisiä yhteyksiä työntekijöihin ja sidosryhmiin. Hyvin toteutettu viestintä innostaa, sitouttaa ja vahvistaa brändiä - se kertoo, mitä yritys tekee ja miksi sillä on merkitystä. Sisäinen ja ulkoinen viestintä ovat yritysviestinnän keskeisiä osa-alueita, joilla molemmilla on tärkeä rooli organisaation menestyksessä ja maineen rakentamisessa. Sisäinen viestintä tarkoittaa organisaation sisällä tapahtuvaa viestintää, jonka kohderyhmänä ovat työntekijät ja johto. Sen tavoitteena on tukea työntekijöiden yhteistyötä, motivaatiota ja tiedonkulkua. (Herman 2024.)

- Tavoitteet: Työntekijöiden sitouttaminen, avoimuuden lisääminen, organisaation arvojen ja tavoitteiden välittäminen, tehokas tiedonkulku.
- Viestintäkanavat: Sisäinen viestintä voi tapahtua esimerkiksi sähköpostitse, sisäisessä portaalissa, kokouksissa, intranetissä, uutiskirjeissä tai työyhteisön sosiaalisissa alustoissa.
- Esimerkkejä: Yrityksen strategiatiedotteet, tiimipalaverit, projektien päivitykset, työtyytyväisyyskyselyt.

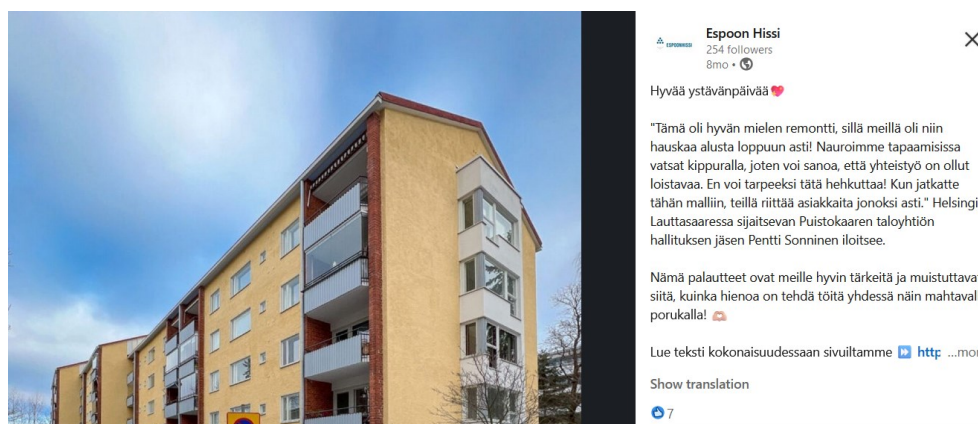
(Herman 2024.)

Ulkoinen viestintä on suunnattu yrityksen ulkopuolelle, kuten asiakkaille, yhteistyökumppaneille, sijoittajille ja medialle. Tämän viestinnän avulla yritys voi rakentaa mainettaan, houkutella asiakkaita ja vahvistaa sidosryhmäsuhteita. (Htut 2024.)

- **Tavoitteet:** Yrityksen tunnettuuden lisääminen, brändin rakentaminen, myynnin ja asiakaskunnan kasvattaminen, sidosryhmäsuhteiden vahvistaminen.
- **Viestintäkanavat:** Ulkoinen viestintä voi tapahtua esimerkiksi verkkosivujen, sosiaalisen median, lehdistötiedotteiden, mainoskampanjoiden, tapahtumien ja asiakaskirjeiden kautta.
- **Esimerkkejä:** Tuotelanseeraukset, markkinointikampanjat, lehdistötiedotteet, vuosikertomukset, asiakaspalvelu.
(Htut 2024.)

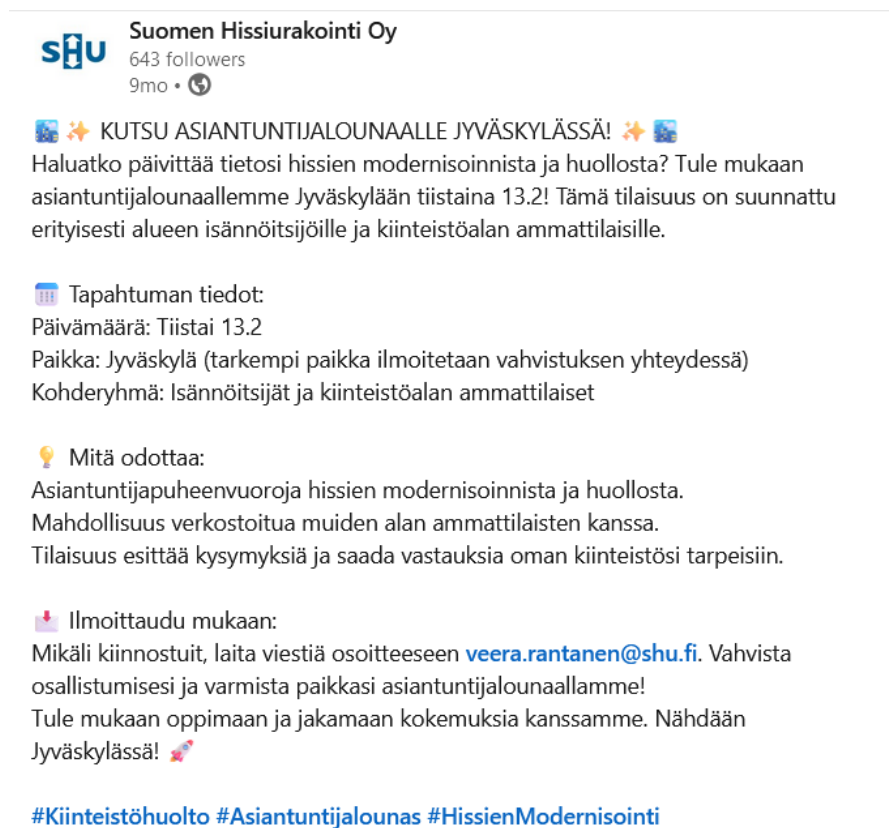
Sisäisen viestinnän osalta Otiksen suurimmat haasteet ovat, etteivät yrityksen sisäiset osastot kommunikoi keskenään ja henkilökohtaisesti koettuna yrityksen johto voisi kehittää kommunikaatiota työntekijöiden suuntaan. Osastojen välistä kommunikaatiota voidaan kehittää yksinkertaisilla keinoilla, kuten säännöllisillä tiimien välisillä yhteispalavereilla, joihin mukaan otetaan osastojen väliset avainhenkilöt, jotka voivat keskenään kirjata käynnissä olevat projektit ja tavoiteaikataulut, sekä tiedottaa toisiaan asioista, joilla on oleellista merkitystä toiselle osastolle. Tämän lisäksi Otiksella paljon käytettyä Microsoft Teamsia voidaan hyödyntää yhteisesti, jossa osastoille laaditaan yhteinen kanava tiedon jakamiseksi. Johdon kommunikointia työntekijöiden suuntaan voidaan parantaa avoimilla tiedotteilla, esimerkiksi kuukauden välein lähetettävällä sisäisellä uutiskirjeellä ja yhteiskahveilla tai lounailla, johon johtajat varaavat aikaa ja työntekijöillä on mahdollista keskustella johtajien kanssa. Toinen vaihtoehto on anonyymi palautekanava, jos työntekijät eivät tahdo esittää kysymyksiä suoraan johdolle omilla kasvoillaan.

Ulkoisen viestinnän haasteita Otiksella on enemmänkin kunnollinen ulkoisen viestinnän puute. Otis ei toteuta tällä hetkellä paikallisesti minkäänlaista somestrategiaa verrattuna kilpailijoihin, jotka ovat kuvion 6 ja 7 mukaisesti esimerkiksi näkyvillä LinkedInissä.



Kuvio 6: Espoon Hissi julkaisu LinkedInissä (LinkedIn 2024a)

Sosiaalisista medioista eniten lisäarvoa Otikselle voisi tuoda LinkedIn. LinkedIn (2024c) on maailman suurin ammatillinen verkosto internetissä. Työssäni olen havainnut LinkedIniä käytettävän sekä isännöitsijöiden, että taloyhtiön hallitusten jäsenien toimesta. Kyseiset sidosryhmät ovat Otikselle suoria asiakkaita, ja LinkedIn mahdollistaa helpon verkostoitumisen sekä vaikutuksen mahdollisuuden heitä kohtaan. Myyntipäällikkö voi laatia päivätavoitteen esimerkiksi verkostoitua 1-2 uuden isännöitsijän kanssa LinkedInin kautta. Kuviossa 7 on yrityksemme toisen kilpailijan LinkedIn-julkaisu.



SHU Suomen Hissurakointi Oy
643 followers
9mo • 🌐

📍 ✨ KUTSU ASIAANTUNTIJALOUNAALLE JYVÄSKYLÄSSÄ! ✨ 📍

Haluatko päivittää tietosi hissien modernisoinnista ja huollosta? Tule mukaan asiantuntijalounaallamme Jyväskylään tiistaina 13.2! Tämä tilaisuus on suunnattu erityisesti alueen isännöitsijöille ja kiinteistöalan ammattilaisille.

📅 Tapahtuman tiedot:
Päivämäärä: Tiistai 13.2
Paikka: Jyväskylä (tarkempi paikka ilmoitetaan vahvistuksen yhteydessä)
Kohderyhmä: Isännöitsijät ja kiinteistöalan ammattilaiset

💡 Mitä odottaa:
Asiantuntijapuheenvuoroja hissien modernisoinnista ja huollosta.
Mahdollisuus verkostoitua muiden alan ammattilaisten kanssa.
Tilaisuus esittää kysymyksiä ja saada vastauksia oman kiinteistösi tarpeisiin.

📌 Ilmoittaudu mukaan:
Mikäli kiinnostuit, laita viestiä osoitteeseen veera.rantanen@shu.fi. Vahvista osallistumisesi ja varmista paikkasi asiantuntijalounaallamme!
Tule mukaan oppimaan ja jakamaan kokemuksia kanssamme. Nähdään Jyväskylässä! 📍

[#Kiinteistöhuolto](#) [#Asiantuntijalounas](#) [#HissienModernisointi](#)

Kuvio 7: Suomen Hissurakointi Oy:n kutsu asiantuntijalounaalle (LinkedIn 2024b)

Muita keinoja Otikselle kehittää ulkoista viestintää ovat kohdennetut kampanjat. Yhtenä kampanjana voisi olla tarjouskampanja hissihuolloista, joissa Otiksen valmistamille hisseille tarjotaan normaalia edullisempaa huoltoa laajemmilla optiovaihtoehdoilla. Tämän kampanjan koekilua tullessa kokeilemaan Otiksella vuoden 2024 aikana. Otis ei myöskään kerää tällä hetkellä asiakaspalautetta. Asiakaspalautteen kerääminen voidaan hoitaa lähettämällä asiakkailla kyselyjä, jonka vastauksien pohjalta Otis voisi entisestään kehittää toimintaansa yleisesti sekä viestinnällisesti. Vuorovaikutuksellista viestintää voidaan parantaa olemalla matalalla kynnyksellä yhteydessä kohdeasiakkaisiin LinkedInissä joko suoraan tai postausten muodossa. Tämän lisäksi vuorovaikutuksellisuutta voidaan kasvattaa esimerkiksi yhteisillä

kohdekäynneillä asiakkaiden kanssa, jossa voidaan samalla opettaa minkälaisia asioita asiakkaiden tulisi hisseissä ja niiden huollossa huomioida tai järjestämällä vaikka minimessut, jossa olisi mahdollista käydä kahdenkeskisiä keskusteluja kiinteistö- ja hissialasta. Tämä kasvattaisi molempien osapuolten ymmärrystä heidän tarpeistaan ja osaamisestaan.

3.6 Viikko 6: Sidosryhmäyhteistyö

Tämän viikon teemana on sisäisten sidosryhmien välisen yhteistyön analysointi ja niihin liittyen ratkaisuehdotusten tekeminen.

Maanantai 28.10.2024

Päivä aloitettu käymällä läpi päättyneen huoltokilpailutuksen lopputulosta. Jäimme kilpailutuksessa toiseksi ja voittanut tarjous oli huomattavasti Otista edullisempi. Kilpailijan tarjous on ollut niin halpa, että meidän on haastavaa käsittää kuinka he voivat annetulla tarjouksella tehdä voitollista liiketoimintaa. Selvitämme asiaa johtoryhmän kanssa. Keski- ja iltapäivällä asiakkailta on tullut paljon yhteydenottoja liittyen laskujen sisältöihin ja epäselvyyksiin. Iltapäivän käytin käsitellen kyseisiä laskuja ja loppupäivästä neuvottelin asiakkaan kanssa laittamastamme tarjouksesta koskien hissien lattian uusintaa ilkeväällä jäljiltä. Asiakas piti tarjousta korkeana, mutta lupasin tarjota entistä vahvemalla materiaalilla olevaa lattiaa samalla hinnalla.

Tiistai 29.10.2024

Päivä aloitettu käsittelemällä saapuneita tarjouspyyntöjä muutamalta asiakkaalta. Olen käynyt katsastamassa asiakkaan kohteet, jonka pohjalta laitoin tarjoukset sekä pienet yhteenvedot mitkä asiat kaipaavat hisseissä huomiota seuraavan viiden vuoden säteellä. Tällä hetkellä emme tarjoa työkalua PTS:n eli Pitkän Tähtäimen Suunnitelman laatimiselle, vaan laadimme suunnitelman vain Exceliin vapaamuotoisesti.

Iltapäivällä käsitelin asiakaspalvelun tiiminvetäjän kanssa niitä työtehtäviä, jotka häneltä tulee jäämään. Tiiminvetäjä on irtisanoutunut ja hänellä on noin kuukausi työtehtäviä jäljellä, jonka takia joudumme sisäisesti suunnittelemaan, kuinka hänen työtehtävänsä jaetaan, sillä kyseiseen työhön uuden ihmisen rekrytointi on haastavaa. Loppupäivästä käsitelin asiakkaan kanssa yhden laskun perusteita ja selvitimme, oliko lasku aiheellinen.

Keskiviikko 30.10.2024

Päivä aloitettu sopimusselvityksillä ja palaverilla henkilöstöjohtajan kanssa. Kartoitimme henkilöstöjohtajan kanssa, mihin asioihin haluan paneutua Otiksella ja minkälaisia mielenkiinnon kohteita uraani koskien omistan sekä kuinka Otis voi tukea minua niihin pääsemiseksi. Kerroin tähtääväni johtotehtäviin, tarkemmin koko Suomen myynti tai liiketoimintajohtajaksi. Minua

motivoivat erityisesti uudet ratkaistavissa olevat haasteet sekä mahdollisuus vaikuttaa reaalisesti kokonaisen yrityksen toimintaan. Työssäni haluan kehittyä huippumyijäksi sekä kasvat-
taa ymmärrystäni yritysten liiketoiminnan kokonaisuuksista. Iltapäivästä kävin katsastamassa
asiakaskohteen ja neuvottelin kohteen hissihuollosta asiakkaan edustajan kanssa. Asiakas toi-
voi saavansa kohteen hissille täyshuoltoa, jossa huollon vuosihinta kattaa kaikki korjaustyö-
tunnit ja varaosat lukuunottamatta ilkivaltaa. Valitettavasti en kuitenkaan voinut tarjota
täyshuoltoa, sillä hissi ei ollut valmistamamme, jolloin on todella haastavaa arvioida tulevia
kustannuksia hissien huollosta. Tällä kertaa asiakas ei päätenyt valitsemaan Otista uudeksi
huoltoliikkeeksi.

Torstai 31.10.2024

Päivä aloitettu tapaamalla uutta isännöitsijää, jonka kanssa ei ole ollut aikaisempaa yhteis-
työtä. Esittelin isännöitsijälle Otiksen tarjoamia palveluita, kuten hissien huolto- ja asennus-
toimintaa. Isännöitsijä oli kiinnostunut kuulemaan minkälaisia digitaalisia palveluita Otiksella
on käytössä, mutta tällä hetkellä esimerkiksi asiakasportaalimme palvelutaso ei ole sillä ta-
solla, että sitä voisi toistaiseksi asiakkaalle tarjota. Se oli isännöitsijälle pettymys ja jää näh-
täväksi syntykö minkäänlaista uutta yhteistyötä. Yhtiön sisällä asia on tiedossa ja olemme
antaneet portaalista palautetta Euroopassa toimivalle projektitiimille, jotta he ymmärtäisi-
vät, kuinka tärkeä kyseinen palvelu on Suomen markkinoilla, jotta voimme säilyttää kilpailu-
kykymme. Kehitystyö on toistaiseksi kesken, eikä ole tietoa koska saamme järjestelmän kun-
nolla käyttöön. ja jää nähtäväksi syntykö minkäänlaista uutta yhteistyötä. Iltapäivällä oli
työsuhdeauton talvirenkaiden vaihto ja Metroc portaalin kautta uusien potentiaalisten kohtei-
den etsintää ja etsinnän seurauksena yhteydenottoja asiakkaisiin huoltotarpeista.

Perjantai 1.11.2024

Päivä aloitettu asiakasreklamaatioihin vastaamisella. Asiakkailta oli tullut monta kappaletta
reklamaatioita koskien hintojen korotusta, joista olimme lähettäneet asiakaskirjeen. Kir-
jeessä ei asiakkaalle suoraan ilmoitettu millä prosentilla korotamme nykyisiä hintoja, vaan
kuinka paljon hinta tulee euroissa keskimäärin nousemaan peilattuna portfolioomme. Hinto-
jen korotuksesta ja kuinka näistä viestitään, on yrityksen sisällä puhuttu, mutta emme kuiten-
kaan saaneet kaikkien tarvittavaa reagoitua ja mielipidettä. Iltapäivällä laadin tarjouksia ja
soittelin asiakkaita läpi vanhojen tarjousten tiimoilta. Joillakin asiakkailla tarjous oli jo puo-
len vuoden ikäinen, mutta he eivät siltikään olleet vielä ehtinyt käsitellä tarjousta. Hissihuol-
lossa tarjousten käsittelyaika on keskimäärin todella pitkä.

Viikkoanalyysi: Sidosryhmäyhteistyö

Luvussa 2.3 kävin läpi Otikselle oleellisia sidosryhmiä sekä laadin niiden pohjalta sidosryhmä-
kartan. Yrityksellä on sisäisiä ja ulkoisia sidosryhmiä, joissa molempien osalta on omat

haasteensa. Haasteet ovat pitkälti samankaltaisia kuin jo aiemmin ilmeneet haasteet, esimerkiksi kommunikaation puute. Huollon myyntipäällikölle tärkeimpiä sisäisiä sidosryhmiä ovat työnjohto ja admin-tiimi. Ulkoisista sidosryhmistä tärkeimpiä ovat asiakkaat, eli isännöitsijät sekä talo- ja kiinteistöyhtiöiden hallitusten jäsenet.

Yleisellä tasolla sidosryhmien ja yrityksen välistä yhteistyötä on mahdollista kehittää monella tavalla kuvion 8 mukaisesti. Tehokas ja avoin viestintä koskettaa sekä ulkoisia että sisäisiä sidosryhmiä. Säännölliset tiedotteet, kyselyt ja tutkimukset voivat parantaa yrityksen ja sidosryhmien keskinäistä kommunikaatiota. Yrityksen on tärkeää ylläpitää selkeitä rooleja ja tavoitteita, jotta työntekijöiden välisiä sekaannuksia vältettäisiin ja erityisesti asiakasta ei pompoteltaisi yrityksen työntekijöiden kesken, koska ei ole varmuutta kenelle mikäkin asia kuuluu. Jotta selkeitä vastuita ja tavoitteita voidaan tukea, tulee yrityksessä ylläpitää säännöllisiä kehityskeskusteluita sekä jatkuvasti avoimia palautekanavia. Avoin palautekanava voi yksinkertaisesti olla palautteisiin omistettu sähköpostiosoite yrityksessä.

Sidosryhmät	Menetelmä	Kuvaus
Sisäiset sidosryhmät	Tehokas viestintä	Säännölliset tiedotustilaisuudet yrityksen tavoitteista, projekteista ja muutoksista. Intranet ja viestintäkanavat nopeaan tiedonvälitykseen työntekijöille.
	Selkeät roolit ja tavoitteet	Työntekijöille ja tiimeille selkeät, saavutettavat tavoitteet ja toimenkuvat, jotka kytkeytyvät strategiaan tavoitteisiin. Yhteiset tavoitteet tiimien välillä.
	Tiimityöskentelyn kulttuurin vahvistaminen	Työpajojen, aivoriihin ja ryhmäprojektien avulla lisätään osastojen välistä vuorovaikutusta. Moniosaajatiimit projektityöskentelyyn.
	Palautejärjestelmät ja kehityskeskustelut	Säännölliset palaute- ja kehityskeskustelut sitoutumisen vahvistamiseksi. 360-asteen palaute kehittää yhteistyötaitoja ja ratkaisee ongelmia varhain.
	Koulutus ja kehittämismahdollisuudet	Työntekijöille koulutuksia tiimityötaitoissa, viestinnässä ja ongelmanratkaisussa. Johtamisen kehitysohjelmat esimiehille.
Ulkoiset sidosryhmät	Säännöllinen ja avoin viestintä	Asiakas- ja sidosryhmätiedotteet kehityshankkeista, tuotteista ja palveluista. Asiakaspalautekyselyt ja markkinatutkimukset asiakkaiden odotusten huomioimiseksi.
	Pitkäaikaiset kumppanuudet	Luotettavien toimittajien kanssa pitkäaikaiset sopimukset ja kehitystyö, mikä parantaa luottamusta ja ennakoitavuutta.
	Yhteistyö yhteisön ja viranomaisten kanssa	Osallistuminen yhteisön tapahtumiin ja ympäristöhankkeisiin parantaa mainetta. Viranomaisten kanssa yhteistyö lupaprosessien helpottamiseksi.
	Asiakaskeineinen lähestymistapa	Asiakaspalvelun kehittäminen ja henkilöstön kouluttaminen asiakkaiden kohtaamiseen. Asiakaskohtaiset ratkaisut ja räätälöidyt tuotteet tarpeisiin.
	Teknologian hyödyntäminen	Asiakasportaalit ja digitaalisen asioinnin alustat asiakasviestintään. CRM-järjestelmät asiakassuhteiden hallintaan ja analysointiin.

Kuvio 8: Parannusmenetelmät sidosryhmäyhteistyö (Sharma 2024)

Huollon myyntipäällikön ja työnjohdon sekä Admin-tiimin välillä on Otiksella selkeätä siloutumista, joka johtaa siihen, ettei tieto aina kulje kunnolla tiimien välillä. Tätä on mahdollista parantaa seuraavin keinoin:

- Helppoon tietojen välitykseen suunniteltujen työkalujen käyttö, jossa on mahdollista jakaa tiedostoja. Otiksella on jo käytössä Microsoftin OneDrive ja Sharepoint (Microsoft 2024b). Erityisesti Sharepoint soveltuu hyvin tiedon jakoon, sillä samaa Sharepoint-ohjelmistoa käytetään jo koko yrityksen sisällä.
- Viikottaisten tai kuukausittaisten yhteispalavereiden pitäminen tiimien kesken, jossa käydään läpi ajankohtaiset ja oleelliset aiheet lähiajalta.
- Toimiston suunnittelu ja organisointi uudestaan palvelemaan paremmin tiimien välistä yhteydenpitoa. Admin-tiimi ja huollon myyntipäällikkö toimivat jo samassa osastossa, mutta työnjohto on erikseen. Olisi suositeltavaa testata vähintään parin kuukauden ajan, miten asiat toimisivat, jos kaikki tiimit yhdistetään samalle osastolle.

Isännöitsijöiden ja taloyhtiön hallitusten kanssa tehtävää yhteistyötä on mahdollista parantaa Otiksella seuraavin keinoin:

- Kasvatetaan kasvatusten tehtävien tapaamisten määrää, laaditaan määrällinen tavoite tapaamisille ja mitataan sitä.
- Otetaan yrityksessä käyttöön CRM-järjestelmä, joka seuraa koko asiakasputkea alusta loppuun. Otikselle sopivia CRM-ohjelmistoja esittelin kohdan 3.1 viikkoanalyysissä.
- Asetetaan tavoitteeksi vastata asiakkaalle aina viimeistään yhden arkipäivän sisällä kaikissa asioissa.
- Otiksen tulee tarjota asiakasportaalia, josta asiakas pystyy itsenäisesti seuraamaan hänelle tuotettujen palveluiden sen hetkistä tilaa ja laskutusta.

Nämä ehdotukset perustuvat keskusteluihin omien asiakkaiden kanssa vuoden ajalta. Olen tapaamistemme yhteydessä kysynyt, missä asioissa asiakkaat kokevat haasteita Otiksen kanssa ja kuinka voimme kehittää palvelutasoamme. Kyseisten keskustelujen pohjalta asiakkaat kaipasivat nopeaa ja jatkuvaa kommunikaatiota, selkeätä yksittäistä vastuuhenkilöä koko asiakassuhteen ajan, jonka kautta hoitaa kaikki asiakkaan ja Otiksen väliset asiat. Lisäksi erityisesti asiakasportaalien puuttuminen nousee jatkuvasti asiakkaiden puheesta esteeksi siirtyä Otiksen asiakkaaksi. Viikon 6 torstaina tapasin viimeksi asiakasta, joka ei siirtynyt Otiksen asiakkaaksi digitaalisten palvelujen puuttumisen vuoksi.

3.7 Viikko 7: Mittarit ja KPI:t

Tämän viikon teemana ovat myyntipäällikön työssä käytettävät mittarit ja KPI:t, joilla seurataan myyntipäällikön työssä suoriutumista, sekä pohditaan mitä muita mittareita Otiksen olisi mahdollista hyödyntää kyseisessä positiossa.

Maanantai 4.11.2024

Päivä aloitettu aamiaisella asiakkaan kanssa, jossa keskusteltu kuinka Otis on suoriutunut viimeisten vuosien aikana huoltopalveluiden tuottamisessa. Tällä hetkellä Otiksella ei seurata asiakastytyväisyyttä huollossa mitenkään esimerkiksi NPS-mittarin (NET promoter score) kautta. Keskipäivällä osallistuin operatiiviseen palaveriin asiakaspalvelun tiimpäällikön kanssa, jossa keskustelimme kehitystarpeista oman asiakaspalvelumme ja hälytyskeskuksemme välillä. Iltapäivästä kävin läpi tulleita tarjouspyyntöjä.

Tiistai 5.11.2024

Päivä aloitettu laatimalla tarjouksia ja muutamia sopimuksia asiakkaille. Sopimukset jaotellaan seuraaviin kategorioihin: Recovery, joka tarkoittaa kokonaan uutta sopimusta, Renego, joka tarkoittaa uudelleen neuvoteltua sopimusta, sekä conversion, joka tarkoittaa uutta valmistamaamme laitetta, joka siirtyy takuunalaiseksi asennukselta. Kaikkia kategorioita seurataan määrätasolla ja jokaisessa on oma pisteytyksensä. Avaan tätä enemmän viikkoanalyysissä. Iltapäivä käytetty avustuen admin-tiimiä työnjohdollisissa asioissa, sekä käymällä uusien hissien asennustyönjohdon kanssa kartoitusta, mitkä hissit siirtyvät lähiaikoina lopulliseen huoltoon.

Keskiviikko 6.11.2024

Päivä aloitettu sopimusten tilojen selvityksillä ja epäselvien laskujen selvityksillä. Osassa laskuissa oli laskutettu asiakasta sellaisista optioista, joita oli sisällytetty sopimuksen vuosihintaan, eikä niitä tulisi erillislaskuttaa. Tämä oli todennäköisesti ollut inhimillinen virhe, sillä kaikki optiot sopimuksilla täytyy manuaalisesti syöttää järjestelmäämme. Iltapäivällä kävin katsastamassa pari kohdetta Helsingin alueella, joista laadin tarjoukset asiakkaille. Myös yhteydenotoista asiakkaisiin pidetään kirjaa ja niillä on pieni vaikutus kvartaaleittain maksettavaan bonukseen.

Torstai 7.11.2024

Päivä aloitettu laatimalla takuuajan huoltosopimuksia niille hisseille, jotka siirtyvät asiakkaille loppukäyttöön. Lisäksi olen keskustellut ja läpikäynyt muiden myyjien kanssa heidän toteutuneita myyntejään vuoden aikana, sekä tavoitteita loppuvuodelle. Olen toistaiseksi Otiksella ainut henkilö, joka keskittyy pelkästään huoltopalveluiden myyntiin. Muualla Suomessa toimivilla myyjillä on lisäksi vastuita korjaus- ja modernisaatiomyynnissä. Iltapäivällä laadin pari tarjousta, sekä yhden sopimuksen asiakkaille.

Perjantai 8.11.2024

Päivä aloitettu BNI Tikkurilassa käynnillä edustamassa Otista. BNI on maailman suurin suositteluorganisaatio, jonka kautta on mahdollista luoda laajoja uusia verkostoja ja löytää yhteistyökumppaneita. (BNI 2024.) Tapasin esimerkiksi BNI:ssä yksittäisen ison isännöintiketjun työntekijän, joka lupasi hoitaa minulle mahdollisuuden tulla heidän toimistolleen esittelemään Otis Oy:tä. Keski- ja iltapäivä kului sopimuksia laatiessa, sekä isännöitsijöiden tapaamisen sopimisesta seuraaville viikoille.

Viikkoanalyysi: Mittarit ja KPI:t

Myyntiä on mahdollista mitata monenlaisilla eri mittareilla. Näiden mittareiden yleinen nimitys on KPI eli Key Performance Indicators. Keskeiset suorituskykyindikaattorit ovat joukko toimintoja, joissa keskitytään niihin organisaation suorituskyvyn osa-alueisiin, jotka ovat kaikkein kriittisimpiä organisaation nykyisen ja tulevan menestyksen kannalta. (Parmenter 2020, 4.) Ne ovat myös tarpeellisia, kun mitataan myynnin tehokkuutta sekä tuloksellisuutta. Kuviossa 9 on oleellisia KPI-mittareita myynnin kannalta.

KPI-mittari	Kuvaus
Myyntitulot (Sales Revenue)	Mittaa myynnin kokonaisarvoa. Voidaan jaotella eri asiakasryhmiin, tuoteryhmiin tai alueisiin.
Voittoprosentti (Win Rate)	Mittaa voitettujen myyntien osuutta kaikista mahdollisista myyntitilaisuuksista. Korkea arvo osoittaa tehokkuutta myyntitilanteissa.
Keskiostoksen arvo (Average Deal Size)	Mittaa keskimääräistä myyntiä yksittäisessä kaupassa. Kasvava keskioskos viittaa onnistuneeseen asiakasarvon kasvattamiseen.
Uusien asiakkaiden määrä (New Customer Acquisition)	Mittaa uusien asiakkaiden hankkimista tietyllä aikajaksolla. Tärkeitä myynnin kasvun kannalta.
Asiakaspito (Customer Retention Rate)	Mittaa, kuinka hyvin yritys säilyttää nykyiset asiakkaansa. Korkea asiakaspito kertoo asiakastytyvyydestä ja brändiuskollisuudesta.
Myyntikierron pituus (Sales Cycle Length)	Mittaa myynnin toteutumiseen kuluvaa aikaa alusta loppuun. Lyhyt kierto kertoo tehokkaasta myyntiprosessista.
Liidien konversioprosentti (Lead Conversion Rate)	Mittaa, kuinka moni myyntiliidi päätyy ostamaan. Korkea arvo osoittaa, että myynti kohdistuu oikeisiin liideihin.
Asiakaskohtaiset kustannukset (Customer Acquisition Cost, CAC)	Mittaa kustannuksia uuden asiakkaan hankkimiseen. Tärkeä kannattavuuden kannalta.
Myyntiennusteiden tarkkuus (Sales Forecast Accuracy)	Mittaa ennusteiden tarkkuutta suhteessa todellisiin tuloksiin. Auttaa resurssien suunnittelussa.
Myynnin ROI (Return on Investment)	Mittaa myyntiin käytetyn rahan tuottamaa tuloa. Tärkeä tehokkuuden arviointiin.
Asiakastytyväisyys (Customer Satisfaction, CSAT)	Vaikuttaa myyntituloksiin pitkällä aikavälillä. Tyytyväiset asiakkaat voivat lisätä suosituksia ja uusintaostoja.

Kuvio 9: Myynnin mittarit ja kuvaukset (Pipedrive 2024)

Normaalisti myyntipäällikön roolissa olisi hyvä olla mittareita, jotka mittaavat myyntitiimin toimintaa, mutta koska Otiksen myyntipäälliköllä ei ole toistaiseksi omia alaisia, eivät kaikki perinteisesti käytetyt mittarit, kuten myyntiennusteiden tarkkuus, ole silloin oleellisia. Itse myyntipäällikön työtä Otiksella ei muutenkaan mitata monella mittarilla, vaan mittareilla seurataan pääosin laajemmin liiketoiminnan sujuvuutta. Tällä hetkellä myyntipäällikön työtä mitatessa käytetään seuraavia mittareita:

- Recoveries eli täysin uusien laitteiden saaminen Otiksen huoltokantaan.
- Renegotiations eli sopimusten uudelleen neuvottelut.
- Conversions eli asennuksesta loppukäyttöön ja takuuseen siirtyvät omat laitteet.

Kyseiset mittarit seuraavat myyntiä ja toimintaa vain määrällisesti, mutta eivät laadullisesti. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, ettei sillä ole nykyisellään vaikutusta mihin hintaan esimerkiksi tarjoan asiakkaille uusia sopimuksia. Omasta näkökulmasta vain sillä on merkitystä, kuinka monta laitetta olen onnistunut hankkimaan huoltokantaamme ja kuinka monta sopimusta olen neuvotellut uudestaan. Määrillä on suora vaikutus kvartaaleittain maksettuihin bonuksiin riippumatta siihen minkä arvoisia syntyneet sopimukset ovat.

Keskustelin yrityksen johdon kanssa mittareista, joita voisimme hyödyntää. Keskustelujen pohjalta saimme näkemyksiä, mitä mittareita tulisi hyödyntää, jotta tulevaisuudessa menestyminen olisi nykyistä parempaa ja myyntipäällikön olisi helpompi olla perillä tekemistään sopimuksista:

1. Voittoprosentti eli kuinka suuri osuus kaikista tarjouksista päättyy asiakkaan ostoon.
2. Keskiostoksen arvo eli minkä hintaisia kaikki saadut sopimukset keskiarvoltaan ovat. Tässä tulee kuitenkin huomioida eri sopimusmuodot Otiksella, koska kaiken kattava täyshuoltosopimus on aina keskiostokseltaan huomattavasti arvokkaampi kuin perushuoltosopimus. Perushuoltosopimus tuo kuitenkin huomattavasti enemmän lisäostoja tulevaisuudessa.
3. Asiakaspito, eli kuinka hyvin säilytämme huollossamme olevat hissit. Tätä käytännössä seurataan valtakunnallisesti, mutta sitä ei ole eriytetty myyjäkohtaisesti.
4. Asiakaskohtaiset kustannukset, jossa mitataan kuinka paljon uuden sopimuksen aikaansaanti yhtiölle käytännössä maksaa.

Erityishuomiona kohtiin 3 ja 4 asiakaspidon sekä asiakaskohtaisten kustannusten valvonta sekä korjaavat toimenpiteet ovat erityisen tärkeitä, mikäli kyseisissä mittareissa havaitaan negatiivista kehitystä. Tutkimukset ovat osoittaneet toistuvasti uuden asiakkaan hankintakustannuksien olevan pahimmillaan jopa 5-25 kertaa suuremmat, kuin nykyisen asiakkaan pitäminen. Uuden asiakkaan hankinta vaatii usein merkittävää investointia markkinointiin ja myyntityöhön sekä luottamuksen ja suhteen rakentamisen uudestaan alusta alkaen. (Gallo 2014.)

3.8 Viikko 8: Asiakkuuksien hallinta

Tämän viikon teemana on asiakkuuksien hallinta ja kehittäminen. Tavoitteena on analysoida nykyistä asiakaskokemusta ja asiakassuhteita, myös vertaillen keskenään uusasiakashankintaa ja nykyisten asiakkuuksien ylläpitoa, niihin liittyviä haasteita ja luoda ratkaisuehdotuksia, kuinka asiakassuhteita voidaan nykyisestään parantaa.

Maanantai 11.11.2024

Päivä aloitettu käymällä läpi suurta määrää uusia tarjouspyyntöjä. Kuitataan jokaisen tarjouspyynnön aina saaduksi, jotta asiakas voi olla varma siitä, että hänen pyyntönsä on saavuttanut minut. Tarjouspyyntöjä läpikäydessä arvioin, onko Otiksella mahdollisuuksia ottaa hissejä tai liukuportaita huoltoon ja millaisin ehdoin. Jos edellytyksiä on, käyn vielä paikan päällä katsastamassa laitteet, jonka jälkeen lasken ja toimitan tarjouksen.

Iltapäivästä osallistuin Otiksen ja yhden suurasiakkaamme väliseen yhteistyökokoukseen, jossa käsitelimme huoltojen suoriutumista, käyttäytyvyäisyyttä, tiedonkulkua sekä laskutukseen liittyviä asioita. Kaksi suurinta esille nousutta asiaa olivat kehittämisen tarve kommunikoinnissamme, sekä laskujen epäselvyys. Asiakas kaipaa laajempaa kommunikointia, koska tällä hetkellä esimerkiksi kiinteistömanagerit eivät ole aina perillä mitä tapahtuu, kun Otis on suorittamassa yksittäistä työtä kohteella. Lisäksi laskuihin on saatava selkeämpiä kuvauksia, mistä laskuissa on kysymys. Tätä on mahdollista parantaa omalla raportoinnillamme.

Tiistai 12.11.2024

Päivä aloitettu muutamalla tarjouksen laadinnalla. Klo 10 aikaan alkoi kokous, jossa käsiteltiin Otiksen sisäisen henkilöstön pulssikyselyn tuloksia. Pulssikyselyt ovat lyhyitä ja säännöllisiä kyselyjä, joiden avulla organisaatiot keräävät reaaliaikaista palautetta työntekijöiltä, asiakkailta tai muilta sidosryhmiltä. Kyselyissä on vain muutama kysymys, ja niihin vastaaminen on nopeaa. Niiden avulla mitataan jatkuvasti organisaation tai yksilöiden "pulsia" eri toiminnan osa-alueilla. (SurveyMonkey 2024a.) Iltapäivällä selvitin epäselvää laskua ja laadin sopimusluonnosta yhteistyössä hissikonsultin kanssa koskien suurempaa kohdetta. Loppupäivästä meillä oli jäähyväiskahvit työkaverillemme, joka siirtyy Otikselta uusiin haasteisiin.

Keskiviikko 13.11.2024

Päivä aloitettu suurella määrällä tarjouksien laadintaa. Suurasiakkaalta tuli paljon tarjouspyyntöjä kerralla, joissa pyydettiin tarjousta hissien huolloista. Tarjouspyynnöissä oli tarkasti eriteltyinä, minkälaisia hissejä kohteissa oli, sekä niiden ominaisuudet. Tämä mahdollisti sen, ettei minulla ollut tarvetta käydä kohteissa ollenkaan, vaan pystyin kyseisten tietojen pohjalta tarjoamaan huoltoa pyyntöjen mukaisilla ehdoilla. Iltapäivän kävin läpi muutamia

laskuja, sopimusten sisältöjä asiakkaiden kanssa, sopimusten laatimista sekä hahmottelin kirjallisesti työtehtäviäni ja niihin kuluva työaika.

Torstai 14.11.2024

Työpäivä aloitettu tapaamalla asiakasta Järvenpäässä, jossa kävimme yhdessä läpi hänen isännöimiään kohteita. Katsastimme kohteet läpi ja kerroin hänelle eri käymämme hissien ominaisuuksista sekä mitä palveluita voimme niihin tarjota. Asiakas koki halua siirtää huoltoa meille, sillä hän ei ollut tyytyväinen nykyiseen huoltoliikkeeseen yllättävien ja todella kalliiden laskujen seurauksena. Hän kysyi, laadimmeko PTS:n eli pitkän tähtäimen suunnitelmia, joka tarkoittaa hissien kuntokartoitusta ja arviota mitkä ovat tulevia korjaustarpeita. Kerroin että pystymme tarjoamaan PTS-palvelua, mutta joudun yrityksen sisällä selvittämään, kuka meiltä tekee arviointeja. Iltapäivällä olin konttorilla tutustumassa uudisasennuksen liiketoimintaan sekä myyntiin pohjoisen aluejohtajan kanssa. Töiden ohessa pyrin oppimaan samaan aikaan, kuinka yrityksen osa-alueet toimivat, jotta saisin kokonaisvaltaisen käsityksen yrityksen liiketoiminnasta.

Perjantai 15.11.2024

Työpäivä aloitettu tarjouspyyntöjen tarkastelulla ja kohdekäynneillä. Kävin katsastamassa kolmen eri kohteen hissit ja havainnoin, että kaikkien kohteiden hisseihin Otis pystyy toimitamaan huoltopalveluita. Iltapäivästä laadin tarjoukset ja toimitin ne asiakkaille. Yleensä noin viikon jälkeen olen vielä asiakkaisiin puhelimitse yhteydessä tarjouksien tiimoilta, jos heillä olisi syntynyt kysyttävää tarjouksien sisällöistä. Työviikon lopetukseni käytin vielä työsuhdeauton tuulilasin paikattavana kiveniskemän jäljiltä.

Viikkoanalyysi: Asiakkuuksien hallinta ja kehitys

Tämän viikon analyysissä käsittelen asiakaskokemusta ensin yleisellä tasolla, jonka perään peilaan teoriaa Otiksen asiakaskokemukseen. Tämän lisäksi avaan laajemmin, miksi nykyisten asiakkaiden säilyttäminen on huomattavasti kustannustehokkaampaa verrattuna uusien asiakkaiden hankintaan, sekä miten se pätee myös Otiksen huoltopalvelujen asiakkuuksiin.

Asiakaskokemus käsittää kaikki asiakkaan kohtaamiset yrityksen kanssa sekä niiden herättämät reaktiot ja tunteet. Suorat kontaktit liittyvät yleensä ostamiseen, kulutukseen ja palvelutilanteisiin, jotka usein käynnistyvät asiakkaan omasta aloitteesta. Epäsuorat kontaktit puolestaan sisältävät suunnittelemattomia kohtaamisia yrityksen edustajien, tuotteiden, palveluiden tai brändin kanssa, kuten suosittelut, kritiikin, mainonnan, uutisoinnin ja arvostelut. Asiakaskokemus voidaan tarkastella kolmella tasolla, joita ovat toiminta, tunteet ja merkitykset. (Trustmary 2024.)

1. Toiminnan taso kuvaa yrityksen kykyä vastata asiakkaan tarpeisiin.

2. Tunnetaso heijastaa asiakkaalle syntyviä tuntemuksia ja kokemuksia vuorovaikutustilanteissa.
3. Merkitystaso edustaa asiakaskokemuksen syvintä ulottuvuutta, kuten mielikuvia, merkityksiä, tarinoita, lupauksia, henkilökohtaisuutta ja oivalluksia.

Asiakaskokemus on laajempi käsite kuin esimerkiksi palvelukokemus, joka rajoittuu palvelutilanteisiin tai asiakastyytyväisyys, joka kuvaa asiakkaan tyytyväisyyttä suhteessa odotusten ja toteutuneen palvelun välillä yksittäisessä kosketuspisteessä. (Trustmary 2024.) Taulukossa 2 kuvaan asiakaskokemuksen eri vaiheet, sekä kerron jokaisessa vaiheessa positiivisen ja negatiivisen esimerkin kyseisestä asiakaskokemuksesta. Kaikki vaiheet ovat havainnoitu omassa toimenkuvassani tai pohjautuvat asiakkailta saatuihin näkemyksiin ja palautteisiin.

Taulukko 2: Asiakaskokemus hissien huoltopalvelut

Vaihe	Asiakaskokemus	Esimerkkejä positiivisista kokemuksista	Esimerkkejä negatiivisista kokemuksista
Myyntiprosessi	Ensikontakti myyjään	Myyjä kuuntelee asiakkaan tarpeet tarkasti ja antaa asiantuntevia neuvoja.	Myyjä ei ymmärrä asiakkaan tarpeita tai tarjoa geneerisiä ratkaisuja.
	Ratkaisun räätälöinti	Sopimus on mukautettu asiakkaan tarpeisiin (esim. huoltotiheys).	Räätälöinnin puute johtaa siihen, että asiakkaan tarpeet jäävät huomioimatta.
	Avoin ja läpinäkyvä viestintä	Hinnoittelu ja palvelun sisältö selitetään selkeästi.	Asiakas kokee epäselvyyksiä palvelun sisällystä tai kustannuksista.
	Kilpailukyky ja erottuvuus	Yritys esittelee innovatiivisia ratkaisuja ja osoittaa asiakaslähtöisyyttä.	Yritys ei erotu kilpailijoistaan eikä tarjoa lisäarvoa asiakkaalle.
Palvelun käyttö	Luotettavuus ja tekninen laatu	Hissit toimivat huollon jälkeen moitteettomasti.	Toistuvat viat viittaavat huollon heikkoon laatuun.
	Nopeus häiriötilanteissa	Korjaukset suoritetaan nopeasti, ja asiakasta informoidaan tilanteesta.	Pitkittynyt korjausaika ilman tiedotusta.
	Raportointi ja tiedotus	Asiakkaalle tarjotaan selkeät huoltoraportit ja suunnitelmat.	Asiakas ei saa riittäviä tietoja tehdyistä huolloista tai tulevista tarpeista.
Jälkihuolto	Kustannusten ennakoitavuus	Kaikki kustannukset ovat selkeitä ja sopimuksen mukaisia.	Yllättävät lisäkustannukset aiheuttavat tyytymättömyyttä.

	Asiakassuhteen hoito	Asiakasta lähestytään säännöllisesti kehitysideoilla ja tarkistuksilla.	Asiakas tuntee olevansa pelkkä sopimusnumero ilman henkilökohtaista huomiota.
	Modernisointipalvelut	Yritys ehdottaa hissien teknisiä parannuksia ajoissa.	Asiakas kokee jäävänsä ilman ajankohtaisia kehitysehdotuksia.
	Reklamaatioiden käsittely	Ongelmat ratkaistaan nopeasti ja hyvässä hengessä.	Asiakas joutuu taistelemaan hyvityksistä tai korjauksista.
	Palautteen huomiointi	Asiakkaan palaute johtaa konkreettisiin parannuksiin palvelussa.	Palautetta ei huomioida, eikä asiakkaalle viestitä sen vaikutuksista.

Otiksellä on monella tapaa mahdollista kehittää asiakaskokemusta. Olen keskustellut työntekijöidemme ja asiakkaidemme kanssa parhaista tavoista vaikuttaa positiivisesti heidän kokemuksiinsa Otiksen palveluista. Asiakkailta saadut kehitysehdotukset olivat monipuolisia. He toivoivat vuosittain pidettäviä asiakastyytyväisyyskyselyjä, joissa hyödynnettäisiin esimerkiksi Surveymonkeyn (2024b) mallin mukaisia NPS-kysymyksiä, monivalintavastauksia ja avointa palautelaatikkoa. Lisäksi he ehdottivat proaktiivista asiakaskommunikaatiota, kuten puolivuositaitaista yhteistyötapaamista paikan päällä tai vähintään puhelimitse. Asiakkaat korostivat myös tarvetta selkeästi selitetyille sopimuksille, joissa eriteltäisiin tarkasti esimerkiksi pientarvikkeiden ja pienten varaosien merkitys hisseissä yksikkötasolla. He kaipasivat myös asiakasportaalia, jonka kautta olisi mahdollista tarkastella itsenäisesti tietoja Otiksen toimista asiakkaan hisseillä sekä seurata laskutusta reaaliaikaisesti.

Työntekijöiltä saadut kehitysehdotukset täydensivät asiakkaiden näkemyksiä. He ehdottivat, että kaikille hisseille tarjottaisiin etävalvontaa, joka parantaisi hissihuollon ennakoitavuutta. Otiksen oma REM-kaukovalvonta on mahdollista asentaa kaikkien valmistajien hisseihin, mutta sen korkea kustannus rajoittaa käyttöä. Vaihtoehtona ehdotettiin kolmannen osapuolen Safe-line Orion (2024) -järjestelmää, joka on edullisempi ja toimiva ratkaisu kaikille hissimerkeille. Työntekijät kokivat myös, että myynnin, markkinoinnin ja asiakaspalvelun koulutusta tulisi lisätä, sillä nykyinen koulutustarjonta koetaan vähäiseksi.

Myös hinnan ja laadun välisellä suhteella on erityistä merkitystä asiakkaalle. Asiakkaat odottavat erityisesti Otikselta saavansa laadukasta ja osaavaa huoltoa, joka kykenee myös ennakkoivasti ehkäisemään tilanteita, joissa hissi rikkoutuu ja poistuu asiakaskäytöstä. Yksinkertaisimpia tapoja parantaa Otiksen omaa hinta-laatusuhdetta huoltopalveluissa, on jatkuva henkilöstön kouluttaminen, tarkoittaen asentajille tarjottavaa jatkuvaa tuotekoulutusta, jotta he voivat ylläpitää omaa osaamistaan vuodesta toiseen. Kokemuksien mukaan etenkin tilanteet, jossa asiakas on saanut kilpailijalta edullisempaa huoltoa vuosihinnoittelultaan, mutta joka on johtanut kasvaneisiin korjauskäynteihin, saa asiakkaan pohtimaan hinta-laatusuhdetta ja

hankkimaan huoltoa Otikselta, varsinkin jos kyseessä on valmistamamme hissit. Kuitenkin uusien huoltosopimusten saanti ei voi perustua pelkästään kilpailijoiden haasteisiin, vaan Otiksen tulee aktiivisesti pyrkiä olemaan omassa palvelutarjonnassaan vähintään yhtä kehittynyt tai parempi kuin kilpailijansa. Tämä vaatii panostamista eritoten aiemmissa luvuissa mainitsemini digitaalisiin järjestelmiin. Palautteen perusteella asiakkaat odottavat kykenevänsä seuraamaan mitä heidän laitteilleen kuuluu, ilman että heidän on tarve olla Otikseen yhteydessä.

4 Yhteenveto

Opinnäytetyön suorittaminen päiväkirjaraportointina oli haastava, mutta samalla hyvin antoisa. Jokapäiväinen itsensä- ja oman työnsä refleктоiminen opetti ottamaan entistä analyyttisemmän näkökulman omaan tekemiseen ja huomioimaan omaa työnkuvaa paljon syvällisemmällä tavalla.

Tavoitteena opinnäytetyössä oli analysoida ja kehittää myyntipäällikön työskentelyä, sekä havainnoida suurimpia haasteita toimenkuvassa ja laatia ratkaisuja niiden parantamiseksi. Tämän lisäksi tuli luoda taitoprofiili omasta työnkuvasta (liite 1.) Opinnäytetyön ansiosta sain huomattavasti selkeämmän kuvan oman työni haasteista ja mahdollisuuksista niiden ratkaisemiseksi. Taitoprofiililla tulee myös olemaan suoraa hyötyä yritykselle sekä rekrytoinnissa, että töiden hahmottamisessa yrityksen johdolle.

4.1 Pohdinta ja oivallukset

Olen henkilönä omasta mielestäni täsmällinen, mutta suunnitelmallisuudessani on välillä parantamisen varaa. Päiväkirjamallinen opinnäytetyö oli tästä näkökulmasta itselleni paras vaihtoehto valmiin pohjakaavansa takia, jota oli helppoa seurata. Ennen päiväkirjan aloittamista suunnitelmana oli laatia teemoja ennen kutakin viikkoa. Havaitsin kuitenkin osalla viikoista teemojen vaihtuvan sen mukaan, minkälainen sisältö kullakin viikolla oli itse työn puolesta. Etsin ja hyödynsin kirjallisuuslähteitä koko opinnäytetyöprosessin keston ajan. Pidän työelämässä erityisen tärkeänä oman osaamiseni jatkuvaa kehittämistä ja uuden oppimista, jolloin perehtyminen ammattikirjallisuuteen on antanut minulle avaimet katsoa kriittisesti omaa työtäni, kasvattaa mahdollisuuksia työni kehittämiseksi sekä vahvistaa omaa asiantuntijuutta. Opintojeni ollessa loppuvaiheessa, korostaa se entisestään ammattitaidon ylläpitämistä kirjallisuuden kautta.

Opinnäytetyöprojekti on kehittänyt minua myynnin asiantuntijana, sekä kasvattanut myös ymmärrystäni Otiksen liiketoiminnan kokonaisuudesta ja siihen kuuluvista sidosryhmistä. Päiväkirjan ylläpitäminen auttoi minua ymmärtämään, kuinka hyödyllistä oman työn jatkuva analysointi ja pohtiminen on. Omien ajatuksien sanoittaminen selkeytti myös valtavasti mieltä. Tämän pohjalta olen tehnyt päätöksen jatkaa jollain tavalla päiväkirjan tekemistä myös

tulevaisuudessa. Ymmärsin myös työni ainutlaatuisuuden opinnäytetyön aikana. Kenenkään muun toimenkuva Suomessa ei ole täysin sama kuin minulla, vaan esimerkiksi muualla Suomessa myyntipäälliköt vastaavat huollon lisäksi myös esimerkiksi korjausmyynnistä tai modernisaatioista. Saan täysin vahvistaa omaa asiantuntijuuttani täysin huoltoliiketoiminnassa, mutta huomaan myös kaipaavani lisää haasteita ja mahdollisuuksia päästä oppimaan yrityksen muita toimintoja. Tämän Otis on kuitenkin ottanut jo huomioon ja siitä käy kiitos nykyistä HR-päällikköömme, joka on proaktiivisesti lähestynyt minua asian tiimoilta ja kysellyt kiinnostuksen kohteita omaa uraani kohtaan, ja joita tulemme viemään ensi vuonna eteenpäin.

Myyntipäällikön työn kehittämisen osalta asiakkailta suoraan saatu palaute, kiitokset ja kehitysehdotukset olivat mielestäni valtavan positiivinen ja opettavainen asia. Palautteet antavat myös konkretiaa niille haasteille, joita olen itse yrityksen sisällä kokenut. Asioiden sanoittaminen ja vieminen johdon tietoon on ollut aiemmin itselleni haastavaa, mutta tämä opinnäytetyö on mahdollistanut sen rakentavalla tavalla. Vaikka kehittämisen osalta ei syntynyt välittömiä tuloksia myyntipäällikön työssä itsessään johtuen yrityksen rakenteesta ja aikaa vievästä tavasta viedä asioita eteenpäin, tulee tämä opinnäytetyö toimimaan konsultoivana työkaluna yrityksen paikalliselle johdolle, kun kehitysprojekteja saadaan käyntiin.

4.2 Kehittämisehdotukset ja hyödyt toimeksiantajalle

Nykyisessä työnkuvassani keskityn pääosin vain huoltotoimintojen myyntiin, asiakkuuksien hoitoon ja Otiksen edustamiseen erinäisissä tilaisuuksissa ja tapahtumissa. Viimeisten vuosien aikana erityisesti huoltotoiminnoissa asiakkaiden odotukset erilaisista digitaalisista palveluista ja personoinnista ovat kasvaneet huomattavasti. Tämä vaatii Otikselta konkreettisia toimia palvelujen kehittämisen suhteen mielellään nopealla aikataululla, sillä havaintojeni ja Otiksen sisäisen datan valossa vaikutukset niistä ovat jo nyt selkeästi nähtävissä. Asiakasportaali, josta asiakkaiden on mahdollista itsenäisesti seurata hissiensä tilaa, huoltoajankohtia, vika-käyntejä ja laskutusta parantaisi huomattavasti nykyistä tilannetta asiakkailta saadun palautteen perusteella.

Huoltotoimintojen myynnillä ja asiakasyhteistyöllä on tällä hetkellä haasteita Suomessa toimiville myyjillemme. Tämä johtuu aidon CRM-järjestelmän puuttumisesta, joka aiheuttaa asiakastietojen hajautumista eri paikkoihin, kuten sähköposteihin ja Excel-tiedostoihin johtaen tietojen katoamiseen ja tehottomuuteen myynnin prosesseissa, kun myynti käyttää aikaansa tiedon etsimiseen ja päivittämiseen manuaalisesti. Konkreettisena esimerkkinä myyjät eivät pysty tällä hetkellä hakemaan isännöitsijäkohtaisesti tietoa, mitkä juuri kyseisen isännöitsijän hallinnoimat taloyhtiöt ovat jo Otiksen huollossa. CRM:n puutteella on myös vaikutuksia yrityksen johtoon, sillä myyntiputken heikko näkyvyys vaikeuttaa myyntistrategioiden arviointia ja optimointia. Edellä mainittujen syiden takia mielestäni Otiksen on saatava CRM-ohjelmisto käyttöönsä mahdollisimman pian. Tarkemmista vaihtoehdoista kerroin enemmän luvussa 3.1.

Tällä hetkellä Otiksen markkinointia kehitetään käytännössä pohjoismaisella tasolla. Pääosa markkinointimateriaalista tulee Isosta-Britanniasta. Saadun asiakaspalautteen ja pohjoismaisten kollegojen kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta markkinointitekstit eivät tällä hetkellä juurikaan puhuttele asiakkaitamme, sillä he kokevat materiaalien olevan täynnä turhaa jargonia ja korulauseita. Erityisesti Suomessa, jossa kiinteistöjä edustavat lähes aina isännöitsijät, on materiaalin heidän mielestään oltava mahdollisimman ytimekästä ja helposti tulkittavaa. Tällä hetkellä Suomessa ei ole ketään, jonka vastuulla olisi pelkästään markkinointi. Mielestäni tilannetta voidaan kehittää palkkaamalla Otikselle markkinointivastaava, joka tulee keskittymään paikallisen markkinointimateriaalin kehittämiseen ja kasvattamaan yrityksen näkyvyyttä myös sosiaalisessa mediassa. Kerroin aiheesta tarkemmin luvussa 3.5.

Edellä mainitut aiheet koin mielestäni ja toimeksiantajan mielestä tärkeimmiksi kehityskohdiksi, jotka vaativat välittömintä toimintaa yritykseltä. Päiväkirjassa on paljon muitakin hyödylliseksi kokemiani kehitysehdotuksia, mutta halusin priorisoida aiheita, jotka nostan esille tässä yhteenvedossa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteivätkö muut kehityskohdat ole tärkeitä. En vain koe niitä yhtä kiireellisiksi omiin kokemuksiini perustuen. Toimeksiantajan palautteen mukaan näkemykseni ja tietopohjani opinnäytetyöstä ovat erittäin arvokkaita ja tietoa niistä tullaan hyödyntämään tulevissa parannusprojekteissa. Sain kuulla, että yrityksessä on ylemmän johdon toimesta lähdetty jo suunnittelemaan CRM-projektia.

Viimeiseksi nostan esille laatimani taitoprofiilin (liite 1) rekrytointikäyttöön, jonka lisäksi laadin myös työtehtävälistauksen (liite 2) kuvauksineen Otiksen sisäiseen käyttöön. Henkilöstöpäällikkö ilmaisi tarpeen työn kuvaukselle ja taitoprofiilille, sillä hänen mukaansa huollon myyntipäällikön toimenkuvassa niitä ei ollut tähän mennessä olemassa. Tarve näille materiaaleille oli, sillä ne helpottavat huomattavasti rekrytointia tulevaisuudessa.

Lähteet

Adams, T., Holman Jones, S., Ellis, C. 2015. Autoethnography: Chapter 1, Oxford University press.

Asiakastieto, 2024. Otis Oy. Viitattu 16.9.2024. <https://www.asiakastieto.fi/yritykset/fi/otis-oy/06322318/yleiskuva>

Bitrix. 2023. Insights into CRM Sales Tools: Key Statistics to Guide Your Sales Strategy in 2023. Viitattu 28.9.2024. <https://www.bitrix24.com/resources/insights-into-crm-sales-tools-key-statistics-to-guide-your-sales-strategy-in-2023.php>

BNI. 2024. BNI - Maailman suurin liike-elämän suositusorganisaatio. Viitattu 8.11.2024. <https://bni.fi/fi/index>

Eurofound. 2024. Work Organisation. European Union. Viitattu 19.10.2024. <https://www.eurofound.europa.eu/en/topic/work-organisation>

Finlex. 2016. Hissiturvallisuuslaki. Viitattu 5.10.2024. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2016/20161134>

Freeman, Edward. 1984. A Stakeholder Approach to Strategic Management. Researchgate. Viitattu 17.9.2024. https://www.researchgate.net/publication/228320877_A_Stakeholder_Approach_to_Strategic_Management

Gallo. 2014. The Value of Keeping the Right Customers. Harvard Business Review. Viitattu 10.11.2024. <https://hbr.org/2014/10/the-value-of-keeping-the-right-customers>

Hautala, Miriam. 2021. Päätöksenteko taloyhtiössä - kuka päättää mistäkin. Sijoitusovi. Viitattu 13.10.2024. <https://sijoitusovi.com/paatoksenteko-taloyhtiossa/>

Herman, Milton. 2024. Why is Internal Communication Important for Your Business. Viitattu 26.10.2024. <https://www.lumapps.com/internal-communication/internal-communications-benefits/#what-is-internal-communication>

Htut, Daniel. 2024. What is External Business Communication. Viitattu 26.10.2024. <https://www.joinlyph.com/blog/what-is-external-business-communication>

Isännöintiliitto. 2024. Taloyhtiöille. Viitattu 13.10.2024. <https://www.isannointiliitto.fi/taloyhtiöille/>

Karjaluoto, H. 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä: Esimerkkejä parhaista käytännöistä yritys- ja kuluttajamarkkinointiin. Jyväskylä: WSOYpro/Docendo

Kiinteistöliitto. 2024. Taloyhtiö on osakkaiden omistama asuintalo. Viitattu 12.10.2024.

<https://www.kiinteistoliitto.fi/taloyhtio/>

Laine, K. 2015. Myynti on rikki: B-to-B-myyntin uusi aika. Helsinki: Talentum Pro.

Laoyan, Sarah. 2024. Why you should eat the frog first. Viitattu 20.10.2024.

<https://asana.com/resources/eat-the-frog>

LinkedIn. 2024a. Espoon Hissi. Viitattu 27.10.2024. <https://www.linkedin.com/company/es-poon-hissi/posts/?feedView=all>

LinkedIn. 2024b. Suomen Hissiurakointi Oy. Viitattu 27.10.2024. <https://www.linkedin.com/company/suomen-hissiurakointi-oy/posts/?feedView=all>

LinkedIn. 2024c. What is LinkedIn and how can I use It. Viitattu 27.10.2024. <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a548441>

Martins, Julia. 2024. Tired of not Getting Things Done? Master the GTD method in 5 steps. Viitattu 20.10.2024. <https://asana.com/resources/getting-things-done-gtd>

Metroc, 2024. Löydä uusia asiakkaita rakennusalalta. Viitattu 17.9.2024. <https://metro.ai/fi/>

Microsoft. 2024, a. Introduction to SharePoint and OneDrive in Microsoft 365 for administrators. Viitattu 29.9.2024. <https://learn.microsoft.com/en-us/sharepoint/introduction>

Microsoft. 2024, b. What is CRM? Viitattu 2.11.2024. <https://www.microsoft.com/en-us/dynamics-365/topics/crm/what-is-crm>

Minilex. 2024. Keskinäisen kiinteistösaakeyhtiön ja asunto-osaakeyhtiön ero. Viitattu 12.10.2024. <https://www.minilex.fi/a/keskin%C3%A4isen-kiinteist%C3%B6saakeyhti%C3%B6n-ja-asunto-osaakeyhti%C3%B6n-ero>

Høgevold, Nils. Rodriquez, Rocio. Svensson, Göran. Otero-Neira, Carmen. B to B Sellers' Skill Level in Sales Performance - Frameworks and Findings. Taylor & Francis. Viitattu 18.9.2024. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1051712X.2021.1974169?scroll=top&needAccess=true#abstract>

Otis, 2024, a. Historia. Otis Suomi. Viitattu 17.9.2024. <https://www.otis.com/fi/fi/our-company/history>

Otis, 2024, b. Otisin perusarvot. Otis Suomi. Viitattu 17.9.2024.

<https://www.otis.com/fi/fi/our-company/ethics-compliance/otis-absolutes>

Parmenter, D. & Parmenter, D. 2020. Key performance indicators: Developing, implementing, and using winning KPIs. Fourth edition. Hoboken, New Jersey: Wiley.

Pipedrive. 2024. 20 most important KPIs for sales teams to track. Viitattu 9.11.2024.

<https://www.pipedrive.com/en/blog/kpis-for-sales>

Ruby, J. 2024. CRM Statistics In 2024 (Revenue, Market Size, Users & More). Demandsage. Viitattu 28.9.2024. <https://www.demandsage.com/crm-statistics/>

Safeline. 2024. Safeline ORION. Viitattu 16.11.2024. https://www.safeline-group.com/fi/tuotteet/safeline-orion/safeline-orion/safeline-orion_1

Salesdrive. 2024. What are the Responsibilities of a Sales Manager. Viitattu 5.10.2024.

<https://salesdrive.info/what-are-the-responsibilities-of-a-sales-manager/>

Salesforce. 2024. What Is CRM (Customer Relationship Management). Viitattu 29.9.2024.

<https://www.salesforce.com/crm/what-is-crm/>

Sharma, Ashish. 2024. Maximizing Stakeholder Collaboration: A Comprehensive Guide for Internal and External Partnerships. Quickreviewer. Viitattu 2.11.2024. <https://www.quickreviewer.com/maximizing-stakeholder-collaboration-a-comprehensive-guide-for-internal-and-external-partnerships/>

Surety Systems, 2024. What is JDE? Everything to Know About JD Edwards Software. Viitattu 28.9.2024.

<https://www.suretysystems.com/insights/what-is-jde-everything-to-know-about-jd-edwards-software/>

SurveyMonkey. 2024a. Pulssikyselyt: määritelmä, edut ja maksuttomat mallit. Viitattu 12.11.2024.

<https://fi.surveymonkey.com/mp/how-to-create-a-pulse-survey-for-any-audience/>

Surveymonkey. 2024b. Asiakastytyväisyyttä mittaavat kyselytutkimusmallit: näin teet parempia asiakaskokemusta arvioivia kyselytutkimuksia. Viitattu 16.11.2024.

<https://fi.surveymonkey.com/mp/customer-satisfaction-survey-templates/>

Trustmary. 2024. Asiakaskokemuksen määritelmä - mitä asiakaskokemus on, miten se rakentuu ja miten sitä johdetaan. Viitattu 16.11.2024.

<https://trustmary.com/fi/asiakaskokemus/asiakaskokemuksen-maaritelma-mita-asiakaskokemus-on/>

Tukes 2024. Hissit. Turvallisuus ja Kemikaalivirasto. Viitattu 16.9.2024.

<https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/hissit>

Tukes. 2020. Hissin huolto, muutostyöt ja tarkastukset. Viitattu 5.10.2024. <https://tukes.fi/documents/5470659/22673721/Tukes-ohje+21-2020+Hissin+huolto,+muutosty%C3%B6t+ja+tarkastukset.pdf/0e8a8d60-880c-aaf8-eb22-3e28a664a1b0/Tukes-ohje+21-2020+Hissin+huolto,+muutosty%C3%B6t+ja+tarkastukset.pdf>

Uotinen, J. 2014. Autoethnography in media studies - Digitalization of television in Finland, or carrying home cardboard boxes. International Encyclopedia of Media Studies, Vol VII: Research Methods in Media Studies. Malden: John Wiley & Sons

Valtonen, A. Haanpää, M. 2018. The body in autoethnography. Multifaceted Autoethnography: Theoretical Advancements, Practical Considerations and Field Illustrations. New York: Nova Science Publishers

Vikman, Vilma. 2021. Oletko kokeillut Eisenhowerin matriisia? Yksinkertainen työkalu helpottaa priorisointia ja vähentää stressiä. Duunitori. Viitattu 20.10.2024. <https://duunitori.fi/tyoelama/eisenhowerin-matriisi>

Western Governors University. 2024. What is a Sales Representative. Viitattu 5.10.2024. <https://www.wgu.edu/career-guide/business/sales-rep-career.html>

Julkaisemattomat lähteet

Otis 2024. Finland Brochure. Intranet-julkaisu.

Kuviot

Kuvio 1: Otisin perusarvot (Otis 2024b)	7
Kuvio 2: Sidosryhmäkartta Otis Oy	9
Kuvio 3: Perusnäkyä Nordic Service Commercial Dashboard (Otis Intranet 2024).....	15
Kuvio 4: Uudet huoltonimikkeet (Otis Finland Brochure 2024).....	20
Kuvio 5: Taloyhtiön päätäntävalta (Isännöintiiliitto 2024)	21
Kuvio 6: Espoon Hissi julkaisu LinkedInissä (LinkedIn 2024a).....	28
Kuvio 7: Suomen Hissiurakointi Oy:n kutsu asiantuntijalounaalle (LinkedIn 2024b)	29
Kuvio 8: Parannusmenetelmät sidosryhmäyhteistyö (Sharma 2024).....	32
Kuvio 9: Myynnin mittarit ja kuvaukset (Pipedrive 2024)	35

Taulukot

Taulukko 1: Otis Oy käyttämät ohjelmistot.....	14
Taulukko 2: Asiakaskokemus hissien huoltopalvelut	39

Liitteet

Liite 1: Työkuvaus ja taitoprofiili: Myyntipäällikkö Otis Oy	49
Liite 2: Huoltomyynnin työtehtävät: Otis Oy	50

Liite 1: Työkuvaus ja taitoprofiili: Myyntipäällikkö Otis Oy

Tekijä: Niko Kajander

Luotu: 2024

OTIS**MYyntIPÄÄLLIKKÖ, HUOLTO
TYÖN KUVAUS JA TAITOPROFIILI****KIELITAITO**

- **SUOMI (VAADITAAN)**
- **ENGLANTI (TÄRKEÄ)**
- **RUOTSI (HYÖDYLLINEN)**

Asiakaskohtaamiset ja yhteistyö sidosryhmien kanssa vaatii paikallisesti Suomen kielen osaamista. Englannin kielitaito on tärkeä kommunikoinnissa Otiksen ylemmän johdon ja ei paikallisten sidosryhmien kanssa. Ruotsin kielestä on hyötyä yksittäisten asiakkaiden kanssa, esimerkiksi Raaseporin ja Hangon alueella.

OHJELMISTOT

- **OFFICE 365 -OHJELMISTOT**
 - WORD
 - EXCEL
 - POWERPOINT
 - TEAMS
 - OUTLOOK
 - ONEDRIVE
- **POWER BI (HYÖDYLLINEN)**
- **ORACLE JDE (HYÖDYLLINEN)**

Office 365 -ohjelmistoja käytetään jokapäiväisessä työskentelyssä, jonka takia niiden hallinta on vaadittavaa. Power BI on hyödyllinen myynnin ja tuloksen seurannassa, mutta ei pakollinen työn kannalta.

Otiksellä on lisäksi paljon yrityksen sisäisiä ohjelmistoja, joihin vaaditaan erikseen sisäinen koulutus. Aiempi tuntemus erilaisista ERP-järjestelmistä, kuten SAP:ista on mahdollisesti hyödyksi.

TYÖN KUVAUS

Otiksen huollon myyntipäällikön roolissa työntekijä vastaa hissien- ja liukuportaiden huoltoratkaisujen myynnistä asiakaskunnalleen. Työtehtävä yhdistää asiakassuhteiden hoitoa, teknistä ymmärrystä ja tuloshakuista myyntityötä. Muita tehtäviä ovat johdon avustaminen isoissa kilpailutuksissa, yrityksen edustaminen tapahtumissa sekä satunnaiset hallinnolliset tehtävät, esimerkiksi reklaamatioiden käsittely.

KESKEISET TYÖELÄMÄTAIDOT

- **Vuorovaikutus ja viestintätaidot**
 - Selkeä ja vaikuttava viestintä sekä suullisesti että kirjallisesti.
 - Kyky rakentaa ja ylläpitää asiakassuhteita pitkäjänteisesti.
 - Taito kuunnella ja ymmärtää asiakkaiden tarpeita
- **Myynti ja neuvottelutaidot**
 - Kyky tunnistaa myyntimahdollisuuksia.
 - Neuvottelutaito erityisesti sopimusten ja hinnoittelun osalta.
 - Taito analysoida markkinoita ja kilpailijoita.
- **Ajanhallinta ja organisoitumistaidot**
 - Kyky hallita ja priorisoida rinnakkaisia tehtäviä tehokkaasti.
 - Mukautuvuus vaihtelevassa työympäristössä ja asiakastarpeissa.
- **Henkilökohtaiset taidot**
 - Tulos- ja tavoiteorientoituneisuus.
 - Joustavuus- ja sopeutumiskyky.
 - Positiivinen- ja energinen asenne.

ALAKOHTAISET TAIDOT

- **Tekninen ymmärrys**
 - Perustiedot hissien ja liukuportaiden rakenteesta, toiminnasta ja huollosta.
 - Kyky selittää teknisiä ratkaisuja asiakkaille selkokielellä.
- **Säädösten ja standardien tuntemus**
 - Tietoisuus huollon vastuista ja velvoitteista, kuten määräaikaistarkastuksista ja turvallisuusauditoinneista.
 - Ymmärrys hissialaa koskevista standardeista kuten Tukes-ohje 21/2020 ja huollon yleiset sopimusehdot HISSI-YSE 1998.
- **Huoltopalveluiden tuntemus**
 - Kyky analysoida asiakkaan nykyisen hissihuollon tilaa ja tehdä parannusehdotuksia.
 - Ymmärrys hissien modernisoinnista ja korjauksista osana huoltoa.

Liite 2: Huoltomyynnin työtehtävät: Otis Oy



TYÖTEHTÄVÄT

Työaika/kk	Tehtävä	Tehtävän kuvaus	Lisätietoa
12 %	Uusasiakashankinta, Prospektointi	Potentiaalisten asiakkaiden kartoitus ja tiedon hankinta (esim. taloyhtiöt, yritykset).	Huoltomyynti
6 %	Tarjouspyyntöjen läpikäynti	Asiakkailta saapuneiden tarjouspyyntöjen läpikäyminen ja ehtojen tarkastaminen.	Aluejohtaja
18 %	Kohdekäynnit	Hissi ja liukuporraslaitteiden katsastus asiakaskohteessa ja arviointi mahdollisuuksista tarjota huoltopalvelua.	Aluejohtaja
10 %	Asiakastapaamiset	Asiakasvierailut, joissa esitellään palveluita ja neuvotellaan sopimuksia.	Huoltomyynti
8 %	Tarjousten laatiminen	Katsastettujen hissien pohjalta tarjouksen laatiminen mahdollisista huoltopalveluista.	Aluejohtaja ja työnjohto
16 %	Asiakassuhteiden ylläpito	Asiakkaille soittaminen ja heidän sopimustensa läpikäyntiä, yhteistyömahdollisuuksien kasvattaminen ja yleisten kuulumisten vaihtaminen.	Huoltomyynti
5 %	Reklamaatioiden käsittely	Asiakasreklamaatioiden henkilökohtainen käsittely tai mahdollisuuksien mukaan niiden ohjaaminen oikealle henkilölle.	Asiakaspalvelukoordinaattori
3 %	Myynnin palaverit	Joka toinen viikko aluejohtajan myyntipalaveri sekä huollon viikkopalaveri. Satunnaisia palavereita muiden myynnin edustajien kanssa.	Aluejohtaja
4 %	Asiakastietojen ylläpitäminen	Nykyisten asiakkaiden sopimusten läpikäyntiä erityisesti vanhojen sopimusten osalta.	Huoltomyynti
5 %	Sopimuspäivitysten laadinta	Sopimuspäivitysten tarjoaminen asiakkaille sekä niiden laadinta.	Huoltomyynti
8 %	Uusien sopimusten laadinta	Uusien hissien asennettujen hissien sekä uusien asiakkuuksien pohjalta solmittujen huoltosopimusten laadinta.	Huoltomyynti
5 %	Työnjohdollisia tehtäviä	Erinäisiä työnjohdollisia tehtäviä aina asentajien organisoimisesta töiden järjestelyyn kentällä.	Työnjohto