



## **Tapahtumanhallinta ja CRM tutuksi**

Jenna Rähä

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

IT-tradenomin tutkinto

Amk-opinnäytetyö

2025

## Tiivistelmä

<b>Tekijä(t)</b> Jenna Rähä
<b>Tutkinto</b> IT-tradenomi
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Tapahtumanhallinta ja CRM tutuksi
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 30 + 5
<p>Opinnäytetyö käsittelee ammatillisen kehittymisen prosessia, joka liittyy CRM-järjestelmän ja Eventilla-järjestelmän hallintaan, vuorovaikutustaitoihin sekä tiimityöskentelyyn. Työn taustalla on tarve kehittää käytännön osaamista asiakastietojen hallinnassa, markkinointimateriaalien tuottamisessa sekä tiimityöskentelyssä, erityisesti vuorovaikutustaitojen parantamisessa.</p> <p>Työn tavoitteena on ollut tutkia, miten käytännön työtehtävissä tapahtuva oppiminen parantaa ammatillista osaamista ja kuinka se liittyy järjestelmien käyttöön ja tiimityöskentelyyn. Tavoitteena on myös ollut kehittää vuorovaikutustaitoja ja oppia antamaan sekä vastaanottamaan palautetta työyhteisössä. Työ rajautuu käytännön työtehtäviin, jotka liittyvät asiakastietojen ja markkinointimateriaalien hallintaan sekä tiimityöskentelyyn.</p> <p>Keskeinen tietoperusta koostuu asiakastiedonhallinnan, CRM-järjestelmän ja tapahtumahallinnan käytännöistä. Lähteinä on käytetty alan kirjallisuutta, asiantuntijablogeja sekä järjestelmien käyttöohjeita. Työn toteutus perustuu seurantaviikoilla kerättyihin tietoihin ja havainnointiin omasta kehittymisestäni työtehtävien aikana. Päiväkirjamuotoisen raportoinnin avulla on analysoitu omaa kehittymistä ja sen vaikutuksia ammatillisiin taitoihin.</p> <p>Päiväkirjamallisessa työssä on hyödynnetty kvalitatiivisia menetelmiä, kuten itsearviointia ja havainnointia, joiden avulla on tarkasteltu omaa kehitystä, erityisesti vuorovaikutustaitojen ja tiimityöskentelyn näkökulmasta. Työn tulokset osoittavat, että CRM- ja Eventilla-järjestelmien tehokas käyttö parantaa työn sujuvuutta ja virheiden vähentämistä. Samalla vuorovaikutustaitojen kehittyminen on mahdollistanut paremman yhteistyön eri tiimien kanssa ja edistänyt ammattimaisen viestinnän osaamista.</p> <p>Työn päätelmät korostavat jatkuvan itsearvioinnin ja työssä oppimisen merkitystä ammatillisessa kehittymisessä. Työn tulokset antavat hyödyllistä tietoa järjestelmien hallinnan ja tiimityöskentelyn kehittämiseen, ja ne ovat sovellettavissa myös muiden organisaatioiden käytäntöihin. Jatkossa on tärkeää jatkaa osaamisen kehittämistä erityisesti tiedonhallinnan ja asiakastietojen käytön osalta.</p>
<b>Asiasanat</b> CRM-järjestelmä, tapahtumanhallinta, vuorovaikutus, GDPR

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Yrityksen ja työympäristön kuvaus .....	1
1.2	Toimenkuva.....	1
1.3	Työtehtävissä tarvittava osaaminen .....	2
1.4	Tietoperusta .....	2
1.5	Ammattikäsitteet.....	2
1.6	Ammatillisen kehittymisen tavoitteet.....	4
2	Lähtötilanteen kuvaus.....	6
2.1	Oman nykyisen työn analyysi .....	6
2.2	Sidosryhmät .....	6
2.3	Vuorovaikutustilanteet .....	7
3	Päiväkirjamerkinnot ja viikkoanalyysi.....	8
3.1	Seurantaviikko 1 (13.-19.1.25) .....	8
3.2	Seurantaviikko 2 (20.-26.1.25).....	10
3.3	Seurantaviikko 3 (27.1.-2.2.25).....	13
3.4	Seurantaviikko 4 (3.-9.2.2025) .....	15
3.5	Seurantaviikko 5 (10.-16.2.25) .....	18
3.6	Seurantaviikko 6 (17.-23.2.25) .....	20
3.7	Seurantaviikko 7 (24.2.-2.3.25).....	22
3.8	Seurantaviikko 8 (3.-9.3.25) .....	24
4	Pohdinta.....	28
	Lähteet.....	31

# 1 Johdanto

Tämä päiväkirjamuotoinen opinnäytetyö seuraa IT-tradenomin koulutukseen kuuluvaa työharjoittelua Customer Data Traineen näkökulmasta. Harjoitteluni pituus on kuusi kuukautta, ja ajanjaksolla 13.1.2025–13.4.2025 dokumentoin työtehtäviäni, ammatillista kehittymistäni sekä kohtaamiani haasteita CRM- ja tapahtumanhallintajärjestelmien parissa työskennellessä. Erityisesti tarkastelen asiakkuudenhallintajärjestelmän (CRM) ja tapahtumanhallinta-alusta Eventillan käyttämistä ja hallintaa osana yrityksen liiketoimintaprosesseja. Työskentelen suurimman osan ajasta etänä, mutta pyrin käymään kerran viikossa toimistolla.

Harjoittelussa pääsen näkemään käytännössä, miten dataa hyödynnetään tapahtumien ja koulutusten tuottamisessa. Työskentelen osana Customer Data -tiimiä, jonka tehtävänä on uusien asiakaskohderyhmien rakentaminen liiketoimintalähtöisesti sekä olemassa olevan asiakastietokannan laadun jatkuva parantaminen. Pääasiallinen työtehtäväni on vastata minulle nimettyjen asiakastietokantaprojektien tekemisestä itsenäisesti yhdessä tietokantavastaavan johdolla. Tehtävässä perehdyin myös CRM-järjestelmään ja sen käyttöön asiakasdatan hallinnassa.

## 1.1 Yrityksen ja työympäristön kuvaus

Työharjoitteluni tapahtuu tapahtuma- ja koulutusalan yrityksessä, joka hyödyntää asiakasdataa liiketoiminnan tukena. Yritys järjestää koulutuksia ja tapahtumia eri kohderyhmille, ja sen toiminnassa asiakastiedonhallinta on keskeisessä roolissa. Customer Data -tiimi vastaa asiakasrekistereiden ylläpidosta, tietojen analysoinnista ja hyödyntämisestä markkinoinnin sekä liiketoiminnan tarpeisiin.

Työympäristö on dynaaminen ja nopeatempoinen, ja työskentely tapahtuu sekä itsenäisesti että tiimin kanssa yhteistyössä. Käytössä olevat järjestelmät, kuten CRM ja tapahtumanhallinta-alusta Eventilla, ovat keskeisiä päivittäisessä työssä. Lisäksi yrityksessä korostuu tietosuojakäytäntöjen ja GDPR-säädösten noudattaminen asiakastietojen käsittelyssä.

## 1.2 Toimenkuva

Customer Data Traineenä päävastuualueeni liittyvät asiakastietojen hallintaan ja koulutuskorttien eli koulutuksia pohjustavien tietokorttien tekemiseen markkinointia varten. Päivittäinen työni koostuu CRM-järjestelmän ja Eventilla-alustan käytöstä sekä raportoinnista ja tietojen hallinnasta eri sidosryhmien tarpeisiin. Konkreettisia tehtäviäni ovat muun muassa asiakastietojen hallinta CRM-järjestelmässä, kontaktien päivittäminen, markkinointilistojen koostaminen ja kohderyhmätietojen segmentointi. Lisäksi tehtäviini kuuluu tapahtumatietojen hallinta Eventilla-alustalla, kuten koulutus-

korttien luominen, tapahtumasivujen hallinta sekä lippujen ja alennuskoodien asettaminen. Raportointi ja analysointi ovat myös keskeinen osa työtehtäviäni, ja koostan markkinointiraportteja sekä asiakastietoja sisäisten sidosryhmien tarpeisiin.

Harjoittelun aikana saan arvokasta kokemusta asiakasdatan parissa työskentelystä ja näen, miten dataa hyödynnetään tapahtuma- ja koulutusalan yrityksen toiminnassa. Työskentely Customer Data -tiimissä tarjoaa mahdollisuuden kehittää analysointi- ja tietojenkäsittelytaitoja sekä ymmärrystä asiakkuuksien hallinnasta ja liiketoiminnan tukemisesta datan avulla.

### **1.3 Työtehtävissä tarvittava osaaminen**

Tehtävieni suorittaminen edellyttää tietojärjestelmäosaamista, erityisesti CRM:n ja tapahtumanhallintajärjestelmien tehokasta käyttöä. Datan käsittely ja analysointi ovat keskeisiä työtehtäviä, minkä vuoksi analysointitaidot ja raportoinnin hallinta ovat tärkeitä. Viestintätaitoja tarvitaan, sillä työ edellyttää selkeää kommunikaatiota eri sidosryhmien kanssa sekä suullisesti että kirjallisesti. Projektinhallintataidot auttavat organisoimaan työskentelyä tehokkaasti ja hallitsemaan samanaikaisia tehtäviä. Lisäksi GDPR- ja tietoturvaosaaminen on tärkeää asiakastietojen käsittelyssä.

### **1.4 Tietoperusta**

Opinnäytetyön tietoperusta muodostuu työharjoittelun aikaisista havainnoista, tehtävistä sekä niiden analysoinnista alan kirjallisuuden ja asiantuntijamateriaalien valossa. Harjoittelun alussa esittelen tarkemmin lähtötilanteeni, nykyisen osaamistani ja kehitystavoitteeni. Viikoittaisten päiväkirjamerkintöjen lisäksi sisällön analyysiin valitaan teemoja, joiden avulla pohditaan työtapojen kehittämistä ja tehokkaampia toimintamalleja – esimerkiksi yleiset ja yrityksen omat GDPR käytännöt.

Keskeisiä tietolähteitä ovat asiakkuudenhallinnan, tapahtumanhallinnan ja tiedonhallintaprosessien kirjallisuus, alan asiantuntijablogit sekä yrityksen sisäiset dokumentaatiot ja käyttöohjeet. Hyödynnän erityisesti asiakkuudenhallinnan parhaita käytäntöjä ja analysoin CRM-järjestelmän roolia liiketoiminnassa. Lähdeviittaukset on haettu Google Scholarista ja Haaga-Helian kirjaston tietokannoista. CRM lähteet ovat: Digital transformation in marketing strategies: The role of data analytics and CRM tools (Nwabekee, U., Oluwatosin, A., Agu, E., Ijomah, T. 2024) ja Handbook of CRM (Payne, A. 2006). Tapahtumanhallinnan lähteiksi valitsin blogitekstin Eventillasta: Minimize your manual work with CRM integration! Autio, V. 2021. GDPR lähteenäni on: The impact of data protection regulations on business analytics, 2024. (MD Islam, S., MD Sourav, S., Reza, J.).

### **1.5 Ammattikäsitteet**

#### **CRM (Customer Relationship Management)**

CRM-järjestelmä (Customer Relationship Management) on yritysten asiakkuudenhallintaan tarkoitettu tietojärjestelmä, joka auttaa keräämään, hallitsemaan ja analysoimaan asiakastietoja. Sen avulla voidaan tehostaa asiakaspalvelua, myyntiä ja markkinointia sekä parantaa asiakaskokemusta. CRM:n keskeisiä ominaisuuksia ovat asiakastiedonhallinta, myyntiprosessien seuranta, markkinointitoimenpiteiden hallinta, analytiikka sekä integraatiot muihin liiketoimintajärjestelmiin. Oikein hyödynnettynä CRM voi lisätä asiakasuskollisuutta, myyntiä ja liiketoiminnan kannattavuutta (Alma Insights 2023.)

### **Tapahtumanhallinta**

Tapahtumahallintajärjestelmä on työkalu, joka automatisoi ja tehostaa tapahtumien järjestämistä koko niiden elinkaaren ajan. Sen avulla voidaan luoda tapahtumasivuja, hallita ilmoittautumisia, lähettää kutsuja ja seurata osallistujatietoja helposti. Tapahtuman aikana järjestelmä tukee sisäänkirjautumista ja läsnäolotietojen keräämistä esimerkiksi QR-koodien tai webinaari-integraatioiden avulla. Tapahtuman jälkeen se mahdollistaa osallistujadatan turvallisen hallinnan sekä palautekyselyjen lähettämisen tapahtumien kehittämiseksi. Näin tapahtumahallinta helpottaa järjestäjän työtä ja parantaa osallistujakokemusta. (Eventilla s.a.)

### **Tietojen segmentointi**

Tietojen segmentointi on strateginen työkalu, jonka avulla yritykset voivat jakaa asiakaskuntansa eri ryhmiin ja kohdentaa markkinointia sekä palveluita tehokkaammin. Kun segmentointitieto yhdistetään asiakashallintajärjestelmään (CRM), yritys saa kokonaiskuvan asiakaskunnastaan ja voi tunnistaa sekä nykyisiä että potentiaalisia asiakkaita. Tämä mahdollistaa asiakasryhmäkohtaisten toimenpiteiden toteuttamisen ja seurannan, jolloin segmentoinnin liiketoimintahyödyt pääsevät täysiin oikeuksiinsa. (Taloustutkimus 2022)

### **Rajapinta (API, Application Programming Interface)**

Rajapinta (API, Application Programming Interface) on ohjelmistojen välinen liitännä, joka mahdollistaa eri järjestelmien ja palveluiden sujuvan kommunikoinnin sekä tiedonsiirron. Hyvin suunniteltu API mahdollistaa tietojen turvallisen ja tehokkaan jakamisen eri järjestelmien välillä, mikä tukee liiketoiminnan digitalisaatiota ja prosessien automatisointia. API-hallinta ja integraatiot ovat keskeisiä erityisesti monimutkaisissa IT-ympäristöissä, joissa tarvitaan joustavuutta ja skaalautuvuutta erilaisten järjestelmien yhteensovittamiseksi. (Digia, s.a.)

### **GDPR eli yleinen tietosuoja-asetus**

GDPR (General Data Protection Regulation) on Euroopan unionin tietosuojasäädös, joka säätelee henkilötietojen käsittelyä Euroopan Unionissa. Se takaa yksilöille enemmän oikeuksia omiin tietoihinsa ja asettaa yrityksille tiukat velvoitteet tietojen keräämiseen, säilyttämiseen ja käsittelyyn. GDPR edellyttää muun muassa avoimuutta tietojen käytössä, rekisteröityjen oikeuksien kunnioittamista sekä riittäviä tietoturvatavoitteita. Rikkomuksista voi seurata merkittäviä sakkoja. Asetus koskee kaikkia yrityksiä, jotka käsittelevät EU-kansalaisten henkilötietoja, riippumatta siitä, missä ne sijaitsevat (Euroopan Unioni 2024.)

## **Profiler**

Profiler tarjoaa tehokkaita B2B- ja B2C-kohderyhmäpalveluja, jotka auttavat yrityksiä tavoittamaan oikeat asiakasryhmät ja rikastuttamaan asiakastietokantiaan. Palvelu integroituu suoraan yleisiin CRM-järjestelmiin kuten Salesforce, Dynamics, HubSpot ja Pipedrive, mikä mahdollistaa datan käytön myynnin ja markkinoinnin tukena. Profilerin avulla yritykset voivat parantaa myynnin tehokkuutta, säästää aikaa ja löytää uusia liiketoimintamahdollisuuksia tarkasti kohdennetuista kontakteista. Tämä tekee myynnin ja asiakashallinnan prosesseista sujuvampia ja tuottavampia (Profiler s.a.)

### **1.6 Ammatillisen kehittymisen tavoitteet**

Keskeiset ammattikäsitteet tässä opinnäytetyössä liittyvät asiakkuudenhallintaan (CRM), tapahtumanhallintaan, tietojen segmentointiin ja tiedonhallintaprosesseihin. Lähteinä hyödynnetään alan kirjallisuutta, asiantuntijablogeja sekä järjestelmien käyttöohjeita. Ammatillisen kehittymisen tavoitteeni liittyvät seuraaviin pääteemoihin:

1. Vuorovaikutustaidot ja tiimityöskentely - Vuorovaikutustaitojen ja tiimityöskentelyn kehittäminen on keskeinen osa harjoitteluani. Osallistun aktiivisesti tiimipalaveriin ja harjoittelen selkeää ja ammattimaista viestintää sekä suullisesti että kirjallisesti. Pyrin kehittämään taitojani palautteen antamisessa ja vastaanottamisessa, jotta yhteistyö sujuu tehokkaasti ja työskentelytapani kehittyvät.

Päivittäisessä työssäni olen tiiviissä yhteydessä Customer Data -tiimiin, jolta kysyn neuvoa järjestelmien käytöstä sekä tietoa esimerkiksi yrityksen GDPR-säännöistä ja tietosuojakäytännöistä. Hyödynnän heidän asiantuntemustaan varmistaakseni, että työskentelen tietoturvallisesti ja tehokkaasti. Lisäksi olen yhteistyössä markkinointitiimin kanssa, jolle koostan raportteja ja tapahtumakortteja. Varmistan, että lopputulokset vastaavat heidän tarpeitaan ja ovat selkeitä sekä helposti hyödynnettävissä. Samalla opin ymmärtämään eri tiimien rooleja ja yhteistyön merkitystä yrityksen toiminnassa sekä harjoittelen viestintäni mukauttamista eri kohderyhmille sopivaksi.

Perehdyn yrityksen käyttämiin järjestelmiin ja opin hallitsemaan niiden perustoiminnot, kuten asiakastietojärjestelmän (CRM) ja tapahtumahallintajärjestelmä Eventillan.

2. CRM-järjestelmän hallinta ja tehokas käyttö - CRM-järjestelmässä olen tiiviisti tekemisissä erilaisten tietojen syöttämisessä, markkinointi- ja kohderyhmien listojen luomisessa sekä raporttien tulostamisessa järjestelmästä. Opin hyödyntämään järjestelmää tehokkaasti, jotta pystyn tuottamaan tarkkaa ja hyödyllistä dataa yrityksen tarpeisiin.
3. Eventilla-järjestelmän hallinta ja tehokas käyttö - Eventillaa käytän tapahtumakorttien luomiseen ja selainnäkyneiden esikatselujen tekemiseen. Harjoittelen järjestelmän monipuolista käyttöä, jotta voin sujuvasti tuottaa tapahtumamateriaaleja ja varmistaa niiden oikeellisuuden ennen julkaisua. Pyrin käyttämään järjestelmiä mahdollisimman tehokkaasti työn sujuvoittamiseksi ja virheiden vähentämiseksi. Lisäksi ratkon mahdollisia järjestelmäongelmia itsenäisesti tai tarvittaessa tiimini tuella.

## 2 Lähtötilanteen kuvaus

### 2.1 Oman nykyisen työn analyysi

Työtehtäväni Customer Data -harjoittelijana keskittyvät asiakastiedonhallintaan ja koulutusten organisointiin. Päivittäinen työni koostuu pääasiassa CRM-järjestelmän, Eventilla-tapahtuma-alustan ja Excelin käytöstä. CRM-järjestelmässä hallinoin kontaktitietoja lisäämällä ja päivittämällä asiakastietoja. Lisäksi poimin asiakastietoja koulutuksiin, esimerkiksi tittelikoodin perusteella. Customer Data -projektien tietoja lisään markkinoituihin koulutuksiin ja tarvittaessa tulostan raportteja asiakastiedoista markkinointivastaan hyödynnettäväksi.

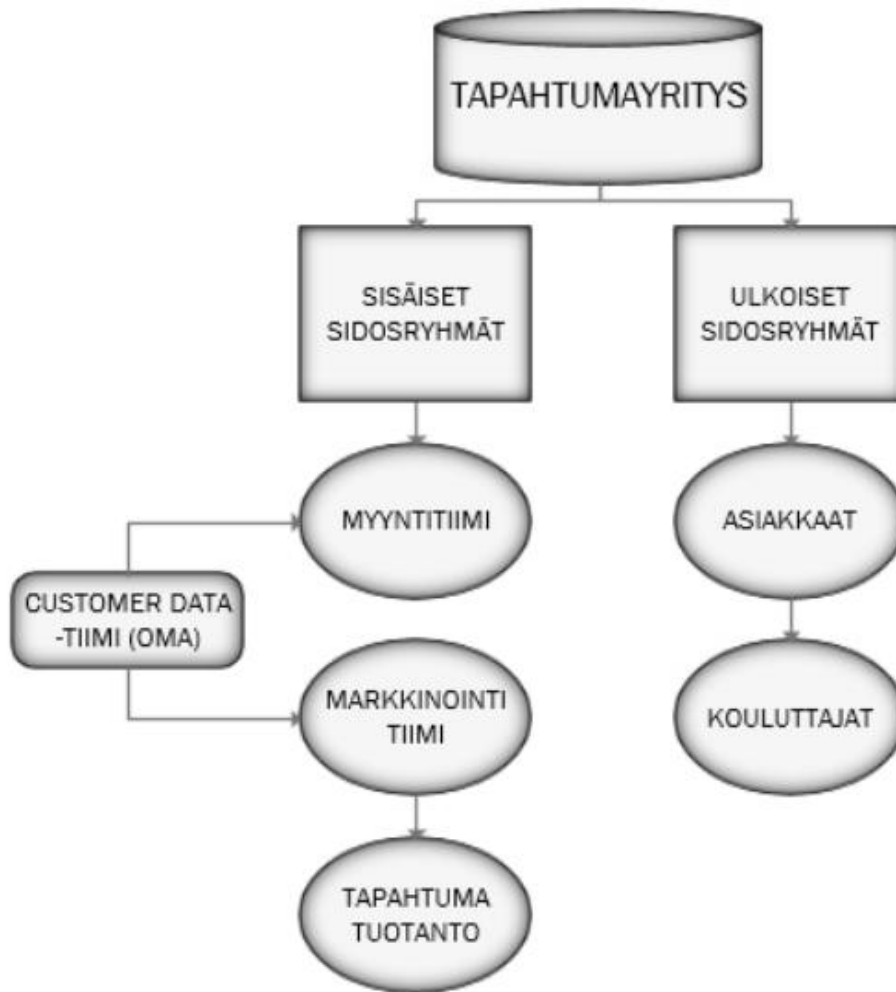
Eventilla-tapahtuma-alustalla vastuullani on koulutuskorttien luonti ja tapahtumatietojen määrittely. Merkitsen myös lipuille määritellyt hinnat ja alennuskoodit sekä hallitsen tapahtumien ajankohtia ja toteutustapoja. Exceliä käytän laajojen taulukkonäkymien läpikäyntiin ja suodattamiseen, mikä helpottaa asiakasdatan analysointia ja raportointia.

Työtehtäväni vaativat tarkkuutta, hyviä tiedonhakutaitoja ja järjestelmien peruskäytön hallintaa. Olen tähän mennessä kartuttanut osaamistani sekä koulutuksen että työnteon kautta. Kehittymistä vaativia osa-alueita ovat CRM-järjestelmän edistyneet hakutoiminnot sekä tapahtumatietojen syvempi analysointi ja raportointi.

### 2.2 Sidosryhmät

Työtehtäväni kytkeytyvät useisiin sisäisiin ja ulkoisiin sidosryhmiin. Sisäisiä sidosryhmiä ovat muun muassa myynti- ja markkinointitiimit, jotka hyödyntävät CRM-järjestelmästä saatavaa asiakastietoa kohdennetussa viestinnässä. Lisäksi tapahtumatuotannon henkilöstö käyttää Eventilla-alustaa tapahtumien hallintaan ja toteutukseen. Ulkoisiin sidosryhmiin kuuluvat asiakkaat, joiden tietoja hallinoin CRM-järjestelmässä, sekä kouluttajat, joiden tiedot määrittellään Eventilla-tapahtumakortteille.

Sidosryhmien kanssa tehtävä yhteistyö vaikuttaa työni tavoitteisiin ja käytännön toteutukseen. Yhteistyö sisäisten tiimien ja ulkoisten toimijoiden kanssa edellyttää selkeää viestintää ja tavoitteiden ymmärtämistä.



Kuva 1. Sidosryhmäkaavio.

### 2.3 Vuorovaikutustilanteet

Työtehtäväni edellyttävät tiivistä yhteistyötä eri sidosryhmien kanssa. Käyn ajoittain keskusteluja markkinointitiimin kanssa tarvittavista tapahtumatiedoista Eventilla-järjestelmää varten. Näissä tilanteissa varmistan, että markkinointimateriaalit ja tapahtumatiedot ovat ajan tasalla ja vastaavat kohderyhmän tarpeita.

Customer Data -tiimin kuukausittaisissa tapaamisissa suunnittelemme tulevien viikkojen työtehtäviä, kuten asiakastietopöimintoja, tapahtumakorttien päivityksiä ja Customer Data -projektien edistämistä. Nämä palaverit auttavat priorisoimaan työtehtäviä ja varmistamaan, että dataa hallinnoidaan tehokkaasti ja liiketoiminnan tavoitteita tukevalla tavalla.

## 3 Päiväkirjamerkinnot ja viikkoanalyysi

### 3.1 Seurantaviikko 1 (13.-19.1.25)

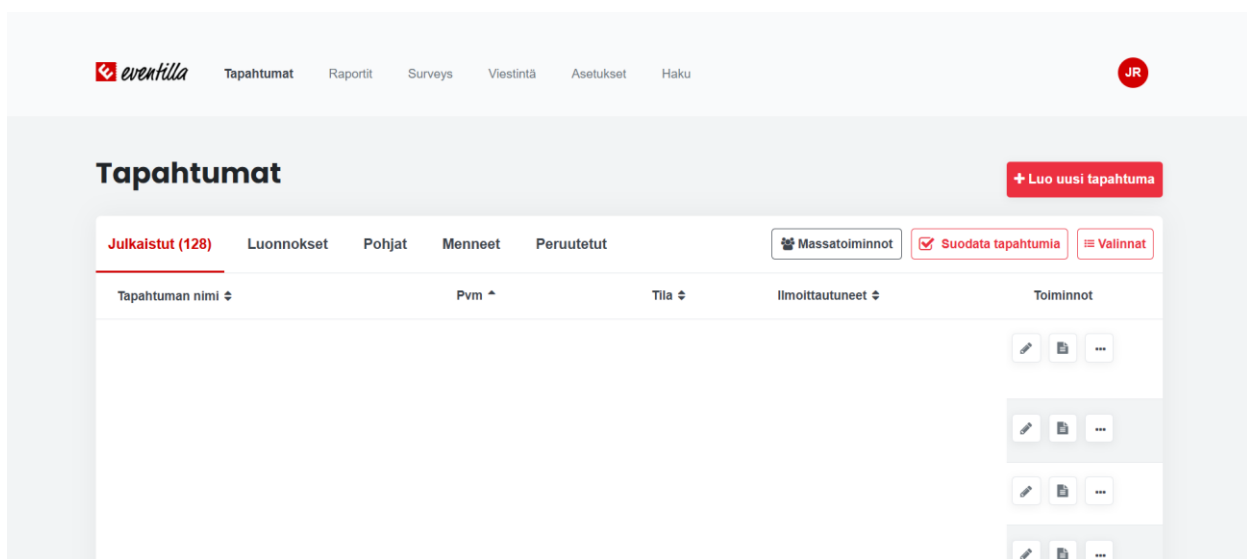
#### Maanantai

Työpäivän tavoitteena on tutustua CRM-järjestelmään ja sen perustoimintoihin. Päivän aikana liisään uusia kontakteja järjestelmään ja päivitän olemassa olevia tietoja. Ensimmäinen päiväni sisältää paljon muistin verestämistä, sillä olen käyttänyt kyseistä CRM-järjestelmää aiemmin, mutta siitä on jo vuosia. Päivän päätteeksi huomaan taas ymmärtäväni paremmin CRM:n hakutoimintoja, mutta tarvitsen vielä toistoa, jotta sen käyttäminen muuttuu rutiininomaiseksi.

#### Tiistai

Tavoitteenani on luoda ensimmäinen koulutuskortti Eventilla-alustalla. Määrittelen tapahtumalle ajankohdan, toteutustavan ja kouluttajan tiedot. Testaan myös lippujen hinnoittelua ja alennuskoodien lisäämistä. Eventillan luoma S-koodijärjestelmä osoittautuu hieman ongelmalliseksi, sillä kopioidessa pohjaa toisesta tapahtumasta toiselle, edellisen tapahtuman koodi ei poistu automaattisesti. Tämä voi aiheuttaa sen, että kaksi tapahtumaa päätyvät saman koodin alle ja sekoittavat järjestelmän täysin. Tämän vuoksi Eventillan käyttö vaatii erityistä tarkkuutta tapahtumakorttien luomisessa. Kun tapahtumakortti on valmis Eventillassa, päivitän sen jälkeen tietoja, kuten tuottajan, markkinoijan ja osallistujamyyjän tiedot, CRM-järjestelmään, jotta he saavat ansaitsemansa proviisiot luomastaan koulutuksesta.

Kuvakaappaus Eventillan Tapahtumat-näkymästä:



Kuva 2.

## **Keskiviikko**

Tavoitteenani on saada koulutuskorttien luomisesta itsenäisesti luontevaa eli jatkan tapahtumakorttien tekemistä Eventillaan. Muutaman kerran joudun kääntymään kouluttajani puoleen kysyäkseni puuttuvista tapahtumatiedoista. Markkinoijat listaavat tiedot Excel-taulukkoon, josta ne poimitaan Eventillan tapahtumakortteihin, mutta tiedot eivät aina ole täydellisiä. Yrityksen hinnoittelun ollessa melko vakiintunut, voin monesti olettaa hinnan olevan standardi, mutta esimerkiksi toteutustapahtumien puuttuessa en voi luoda tapahtumaa Eventillaan. Tällöin joudun joko odottamaan lisätietoja tai kysymään tapahtuman tuottajalta täsmennyksiä.

## **Torstai**

Työskentelyni tarkkuus paranee, ja alan ymmärtää paremmin Eventillassa jo olevien valmiiden tapahtumien käyttöä pohjina. Tämä avaa uusia mahdollisuuksia tapahtumien tehokkaampaan hallintaan, sillä valmiita pohjia hyödyntämällä voin nopeuttaa prosessia ja vähentää manuaalista työtä.

## **Perjantai**

Harjoittelen tiedon vientiä ja jakamista myyntitiimille heidän kampanjoitaan varten, eli teen niin kutsuttuja ”poimintoja” CRM-järjestelmässä. Saan pintaraapaisun siitä, miten Kohderyhmät-, Markkinointilistat- ja Raportit-välilehdet toimivat ja millaisia ominaisuuksia niillä on.

Viikko päättyy reflektointiin, jossa huomaan, että CRM:n tehokas käyttö vaatii jatkuvaa harjoittelua, mutta sen avulla voi merkittävästi tukea myyntiä ja markkinointia.

## **Tietojärjestelmien hallinta ja työskentelyn tehostaminen – Analyysi**

Ensimmäinen seurantaviikkoni painottui tapahtumahallinnan ja CRM-järjestelmän käytön opetteluun. Työtehtävien keskiössä oli tietojärjestelmien hallinta ja niiden hyödyntäminen tehokkaasti. Viikon aikana huomasin, että vaikka järjestelmät olivat osittain tuttuja, niiden käytön sujuvuus vaati uudelleenharjoittelua ja tarkkuutta.

CRM-järjestelmän osalta harjoittelin tietojen päivittämistä ja poimintojen tekemistä. Huomasin, kuinka keskeistä on, että tiedot ovat ajantasaisia ja rakenteeltaan selkeitä, sillä tämä tukee myynnin ja markkinoinnin toimenpiteitä. Järjestelmän tehokas käyttö edellyttää, että hakutoiminnot ja segmentoinnit ovat hallussa, jotta kohdennetut markkinointilistat voidaan luoda sujuvasti. Vilma Aution (2021) Eventillan blogitekstin mukaan CRM-integraatio tapahtumanhallintajärjestelmän kanssa voi merkittävästi tehostaa myynnin ja markkinoinnin prosesseja, sillä tapahtumiin osallistuneet hen-

kilöt voidaan automaattisesti siirtää CRM:ään joko uusina liideinä eli potentiaalisina uusina asiakaskontakteina tai lisätietoina olemassa oleville kontakteille. Tämä vähentää manuaalista työtä ja varmistaa, ettei tärkeitä asiakastietoja jää hyödyntämättä.

Eventilla-alustan käyttöön liittyen kohtasin haasteita erityisesti tapahtumakorttien hallinnassa. Kopioidessa aiempia tapahtumatietoja järjestelmään vanhat tiedot, kuten S-koodit, jäivät näkyviin, mikä voisi aiheuttaa virheitä. Tämä opetti, kuinka tärkeää on tarkistaa syötetyt tiedot huolellisesti ja ymmärtää järjestelmän rajoitteet. Lisäksi havaitsin, että tapahtumatietojen täydentäminen vaatii aktiivista viestintää muiden tiimin jäsenten kanssa, sillä tiedot eivät aina olleet valmiina tai selkeitä. Aution (2021) mukaan Eventillan ja CRM-järjestelmän integrointi voi helpottaa myös tätä prosessia, sillä automaattisesti siirtyvät tiedot vähentävät riskiä, että manuaalinen syöttö aiheuttaa virheitä tai tiedot jäävät puutteellisiksi.

Viikon edetessä ymmärsin, kuinka järjestelmällinen työskentely auttaa tietojärjestelmien hallinnassa. Etenkin Eventillan valmiiden tapahtumapohjien hyödyntäminen mahdollisti tehokkaamman työskentelyn ja vähensi manuaalista työtä. Aution (2021) mukaan automaattinen tiedonkulku eri järjestelmien välillä säästää aikaa ja tekee työskentelystä sujuvampaa, sillä eri tiimit voivat käyttää omia järjestelmiään ilman, että jokaisen täytyy hallita useita eri alustoja.

Kokonaisuudessaan ensimmäinen viikko tarjosi tärkeää pohjaa järjestelmien hallintaan ja niiden tehokkaaseen hyödyntämiseen. Seuraavilla viikoilla tavoitteeni on lisätä varmuutta järjestelmien käytössä sekä kehittää omaa työskentelytapani entistä sujuvammaksi. Lisäksi Eventillan ja CRM-järjestelmän integraation hyödyntäminen voisi olla yksi kehityskohta, jolla tapahtumanhallintaa ja myyntiprosesseja voidaan parantaa.

## **3.2 Seurantaviikko 2 (20.–26.1.25)**

### **Maanantai**

Tavoitteeni tällä viikolla on oppia tekemään poimintoja mahdollisimman sujuvasti itsenäisesti. Aloitan viikon tekemällä poimintoja CRM-järjestelmässä. Rajaan koulutusten kohderyhmiä esimerkiksi tittelikoodien ja erityisosaamisen perusteella. Yhdistän valmiit kohderyhmät markkinointilistaksi ja lataan sen Excel-muotoon raportointityökalun avulla. Yksi tiedosto sisältää noin 50 000–100 000 kontaktia. Markkinointitiimi hyödyntää näitä raportteja kohdistamalla tapahtumamarkkinointia oikeille kohderyhmille.

### **Tiistai**

Jatkan itsenäisesti poimintojen tekemistä ja syvennän ymmärrystäni CRM-järjestelmän suodatusvaihtoehtoista. Keskustelen kouluttajani kanssa poimintojen tarpeesta, jotta osaan tarkentaa kohderyhmien määrittelyä – esimerkiksi miksi johonkin poimintaan tulee vain henkilökunnaltaan 50 hengen yrityksen toimitusjohtajat. Syynä on se, että kyseisellä tittelikoodilla olevia henkilöitä on kohderyhmäpoimintaan rajaamattomana liikaa, joten lisärajaus on tarpeen. Päivän aikana opin, miten eri tittelikoodityyppien segmentointi vaikuttaa markkinointilistojen koostamiseen.

### **Keskiviikko**

Harjoittelen koulutusten poimintaa yrityksen sisäisestä poimintataulukosta ilman kouluttajani toimeksiantoa. Tämä on ensimmäinen kerta, kun teen poimintoja täysin itsenäisesti, ja prosessi tuntuu sujuvalta. Keskityn edelleen pelkästään koulutuksiin, sillä tapahtumien ja seminaarien rajaukset ovat tässä vaiheessa vielä haastavampia.

### **Torstai**

Jatkan koulutusten kohderyhmärajausten tekemistä ja huomaan työskentelyni tarkkuuden parantuneen. Saan palautetta esimieheltäni siitä, että työni nopeus ja laatu ovat parantaneet tiimin valmiutta tuleviin kampanjoihin. Tapahtumakorttien ja poimintaraporttien osalta tilanne on poikkeuksellisen hyvä, mikä helpottaa markkinointitiimin työskentelyä.

### **Perjantai**

Saan kiitosta tarkkuudestani ja aktiivisuudestani kysyä tarpeellisia kysymyksiä. Esimieheni huomaa tehokkaan työtahtini, minkä ansiosta saan uuden työtehtävän Profinder-koodituksen parissa. Tämä tulee olemaan osa seuraavan viikon poimintatyötäni. Profinder on palvelu, joka tarjoaa tehokkaita B2B- ja B2C-kohderyhmäpalveluja, jotka auttavat yrityksiä tavoittamaan oikeat asiakasryhmät ja rikastuttamaan asiakastietokantojaan. Viikko päättyy onnistumisen tunteeseen, kun huomaan työni vaikuttavan suoraan markkinointitiimin toimintaan ja tehokkuuteen.

### **CRM-osaamisen syventäminen ja työskentelyn tehostaminen – Analyysi**

Toinen seurantaviikkoni keskittyi syvemmin CRM-järjestelmän käyttöön ja sen tarjoamiin suodatusvälineisiin, joita hyödynsin erityisesti markkinointikohderyhmien muodostamisessa. Viikon aikana opin tarkentamaan poimintoja, ymmärsin erilaisten tittelikoodien merkityksen ja harjoittelin itsenäisesti koulutusten segmentointia. CRM-järjestelmän tehokas käyttö vaatii tarkkaa suodatusta ja oikeanlaisten kriteerien asettamista. Esimerkiksi tietyillä tittelikoodityypeillä olevien henkilöiden rajaaminen oli tarpeellista, jotta markkinointilistat pysyivät kohdennettuina. Toivoisin tulevaisuudessa

oppivani enemmän myös siitä, miten markkinointitiimi hyödyntää tekemiäni poimintoja ja kuinka niiden laatu vaikuttaa suoraan kampanjoiden tehokkuuteen. CRM-järjestelmät ovat keskeinen osa asiakkuudenhallintaa, ja niiden avulla voidaan tehostaa kohdennettua markkinointia (Payne, 2012). Nwabekee et al. (2024) korostavat CRM-järjestelmien merkitystä asiakasdatan analysoinnissa ja sen hyödyntämisessä markkinointitoimenpiteissä. Tämä näkyy käytännössä omassa työssäni, kun poimin tarkasti kohdennettuja asiakasryhmiä kampanjoita varten.

Tämä kokemus linkittyy hyvin Aditi Sonin vuonna 2023 julkaisemaan artikkeliin, jossa hän tuo esiin, kuinka CRM-järjestelmä voi parantaa asiakaspalvelua ja liiketoiminnan tehokkuutta. Sonin (2023) mukaan CRM-järjestelmät mahdollistavat asiakastietojen järjestelmällisen hallinnan ja markkinointikampanjoiden kohdentamisen, mikä tukee suodatusprosessia, kuten markkinointikohderyhmien tarkentamista. Erityisesti hänen esimerkinsä, jossa CRM-järjestelmä parantaa asiakasviestintää ja -tuen laatua, on läheisesti yhteydessä siihen, kuinka poimintojen tarkkuus voi vaikuttaa asiakaskokemukseen ja markkinointitiimin tehokkuuteen (Soni, 2023).

Itsenäisen työskentelyn osalta viikko toi mukanaan onnistumisen tunteita. Pystyin ensi kertaa tekemään poimintoja ilman suoraa ohjausta, ja työprosessi alkoi tuntua sujuvalta. Samalla ymmärsin, kuinka poimintaprosessin tarkkuus vaikuttaa myös muuhun tiimin työhön, sillä virheet tiedonhallinnassa, kuten liian tiukat kohderyhmärajaukset, voivat hidastaa markkinoinnin laajuutta. Tämä kokemus korostaa Šebjan, Bobek ja Tominc (2014, 459–467) artikkelissa esitettyä näkökulmaa, jossa organisaation sisäiset tekijät, kuten prosessit ja teknologia, vaikuttavat CRM-järjestelmän tehokkuuteen. Heidän mukaansa virheet ja puutteet tiedonhallinnassa voivat johtaa tehottomiin prosesseihin, ja ne vaikuttavat suoraan työn tuottavuuteen ja tarkkuuteen.

Šebjanin, Bobekin ja Tomincin mukaan tehokas CRM-järjestelmän käyttö edellyttää, että organisaatio hallitsee ei vain teknologian, vaan myös sen sisäiset prosessit ja työskentelytavat. Tämä tarkoittaa, että yrityksen tulee varmistaa, että kaikki tiimit käyttävät CRM-järjestelmää johdonmukaisesti ja tarkasti, jolloin tiedonhallinta on tehokasta ja asiakaskokemus pysyy korkealla tasolla. Tällöin myös yksittäisten työntekijöiden, kuten itseni, tekemien poimintojen tarkkuus tulee olemaan tärkeää tiimin kokonaissuorituksen kannalta (Šebjan et al., 2014).

Viikon aikana sain myös ensimmäisen uuden vastuualueeni – Profinder-koodituksen, joka tulee olemaan osa tulevia tehtäviäni. Tämä osoittaa, että työni tehokkuus ja tarkkuus on huomattu, ja pystyn laajentamaan osaamistani uusille alueille. Kokonaisuudessaan toinen viikko toi syvempää ymmärrystä CRM-järjestelmän käytöstä ja tietojen suodattamisen merkityksestä. Seuraavina viikkoina tavoitteenani on kehittää edelleen itsenäistä työskentelyäni ja varmistaa, että tekemäni poiminnot tukevat tiimin tarpeita mahdollisimman tehokkaasti.

### 3.3 Seurantaviikko 3 (27.1.-2.2.25)

#### **Maanantai**

Aloitan viikon Profinder-projektin parissa, jonka Customer Data -tiimi on antanut toimeksiannoksi. Kooditan laajaa Excel-listausta kontakteista yrityksen omilla tittelikoodituksilla. Profinder on työkalu, joka auttaa segmentoimaan asiakastietoja tarkasti B2B- ja B2C-kohderyhmiin. Sen avulla markkinointitiimi voi kohdistaa viestintää tehokkaammin.

#### **Tiistai**

Jatkan Profinder-projektia, mutta samalla huolehdin myös Eventillan tapahtumakorttien päivittämisestä. Työskentelen vähintään kolmen kuukauden päässä olevien tapahtumien kanssa varmistaen, että ne ovat markkinointia varten ajan tasalla. Tapahtumanhallintajärjestelmät, kuten Eventilla, auttavat tapahtumien koordinoinnissa ja osallistujadatan hallinnassa.

#### **Keskiviikko**

Jatkan Profinder-projektia ja teen samalla CRM-järjestelmän kohderyhmien poimintaa. Kerään tietoa koulutusten markkinointilistoja varten, jotta segmentoinnin tarkkuus paranee. Hyödynnän CRM:n suodatusmahdollisuuksia ja yhdistän tiedot Excel-raporteiksi.

#### **Torstai**

Työskentelen Profinder-koodituksen ja Eventillan tapahtumakorttien parissa. Keskityn erityisesti siihen, että tiedot kuten koulutusten hinnat ja tittelikoodit ovat tarkkoja ja ajantasaisia, jotta markkinointitiimi tavoittaa oikeat asiakasryhmät oikeaan aikaan.

#### **Perjantai**

Osallistun esihenkilöni kanssa tapaamiseen, jossa käymme läpi yrityksen GDPR-käytäntöjä. Tapaamisen jälkeen tutustun tarkemmin GDPR:ään PowerPoint-esityksen avulla. EU:n yleinen tietosuojasetus (GDPR) asettaa tiukat vaatimukset henkilötietojen käsittelylle ja suojaamiselle. GDPR edellyttää myös osoitusvelvollisuutta, eli yritysten on pystyttävä dokumentoimaan, kuinka ne käsittelevät henkilötietoja.

Tapaamisen perusteella ymmärrän tarkemmin yrityksen GDPR-käytäntöjä, jotka sisältävät muun muassa:

- Oikeutettu etu: B2B-markkinointia voi tehdä ilman erillistä lupaa.
- Tietosuojaselosteen läpinäkyvyys: Seloste on esillä verkkosivuilla ja asiakasviestinnässä.
- Käsittelypyyntöjen aikaraja: Asiakastiedot käsitellään 30 päivän sisällä.

- Henkilötietojen rajoitettu jakaminen: Tietyt tiedot voidaan luovuttaa, mutta sisäiset tiedot, kuten tittelikoodit, pidetään organisaation sisällä.

### **Asiakastietojen turvallisempaa käsittelyä – Analyysi**

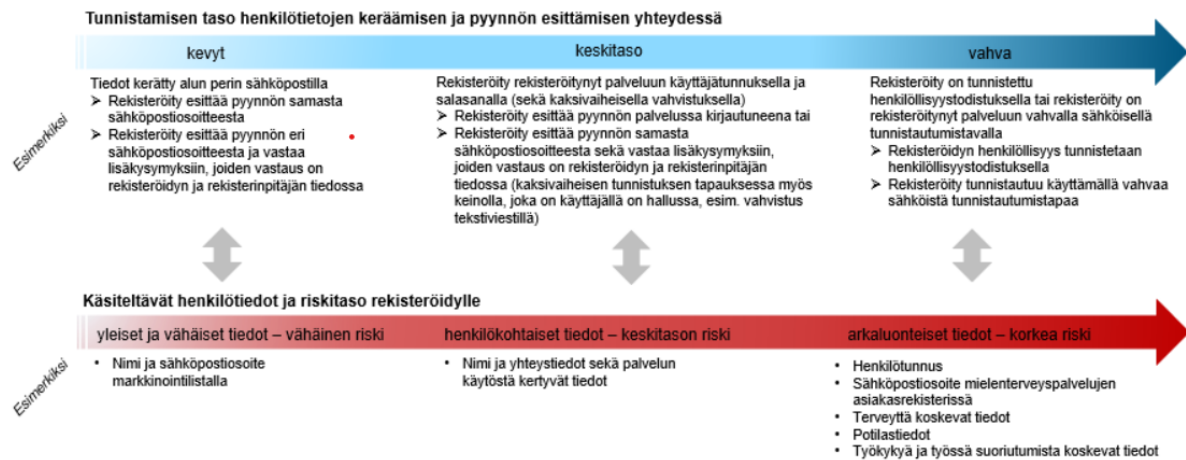
Kolmannella seurantaviikollani syvensin osaamistani CRM-järjestelmän kohdennustyökaluista sekä asiakastiedonkäsittelystä. Erityisesti Profinder-projektissa opin koodaamaan kontakteja yrityksen omilla tittelikoodeilla, mikä paransi asiakassegmentoinnin tarkkuutta. Tämä kokemus lisäsi ymmärrystäni siitä, kuinka tärkeää on yhdistää asiakasdataa eri tietolähteistä ja hyödyntää sitä markkinoinnissa. Samalla huomasin, kuinka GDPR ja muut datan suojaa koskevat säädökset, kuten CCPA, vaikuttavat siihen, kuinka asiakasdataa voidaan käsitellä ja hyödyntää analytiikassa (Islam, Arefin Sourav & Reza, 2024). GDPR:n myötä asiakastiedon keräämisessä ja käsittelyssä on tullut tarkempia sääntöjä, ja yrityksissä täytyy varmistaa, että asiakkailta saadaan riittävä suostumus ja että heidän oikeuksiaan kunnioitetaan (Islam, Arefin Sourav & Reza, 2024).

Tämän lisäksi hallinoin Eventillan tapahtumakortteja, mikä auttoi minua hahmottamaan tapahtumamarkkinoinnin ennakointia ja koordinointia. Ymmärsin, että tarkasti valmistellut tapahtumakortit mahdollistavat sujuvamman markkinoinnin, sillä kampanjoiden on oltava valmiita hyvissä ajoin ennen tapahtumia. Näin varmistetaan, että kaikki markkinointimateriaalit ja asiakastiedot ovat saatavilla ja lainmukaisella tavalla käsiteltyjä. Payne (2006) korostaa, että Eventillan kaltaiset järjestelmät tukevat asiakasvuorovaikutusta ja tiedonkeruuta markkinoinnin ja myynnin tarpeisiin.

GDPR-tapaaminen tarjosi arvokasta tietoa asiakasdatan käsittelyyn liittyvistä juridisista vaatimuksista. Huomasin, kuinka yrityksessäni sovelletaan GDPR:n periaatteita ja kuinka ne eroavat yleisestä sääntelystä (Kuva 3). GDPR edellyttää organisaatioilta osoitusvelvollisuutta ja rekisteröityjen oikeuksien kunnioittamista, mikä vaikuttaa suoraan asiakastiedonhallintaan yrityksessäni (Islam, Arefin Sourav & Reza, 2024). Tämä on erityisen tärkeää, koska ilman näiden säädösten noudattamista yritykset voivat kohdata merkittäviä sakkoja ja mainehaittoja.

Kolmannen viikon aikana kehityin erityisesti suurten tietomäärien hallinnassa ja segmentoinnissa. Työskentely Profinderin ja CRM:n parissa auttoi minua ymmärtämään, kuinka markkinointitiimi hyödyntää poimintojani, ja miten tietojen tarkkuus vaikuttaa kampanjoiden onnistumiseen. On kuitenkin tullut yhä selvemmäksi, että datan suojaaminen ja oikeudenmukainen käsittely ovat yhtä tärkeitä tekijöitä kuin itse datan laatu (Islam, Arefin Sourav & Reza, 2024). Tavoitteeni on jatkossa syventää asiantuntemustani asiakasdatan hallinnassa ja kehittää tehokkaampia poimintaprosesseja markkinoinnin tueksi ottaen huomioon sekä liiketoiminnan että sääntelyn vaatimukset.

# TUNNISTAMISEEN KÄYTETTÄVÄT TIEDOT JA TAVAT



Kuva 3.

## 3.4 Seurantaviikko 4 (3.-9.2.2025)

### Maanantai

Aloitan viikon jatkamalla Profinder-datan koodittamista. Minulle on annettu 25 000 asiakaskontaktin lista, johon lisään tittelikoodit yrityksen sisäisen tietokannan mukaisesti. Koodittaminen vaatii tarkkuutta ja järjestelmällisyyttä, sillä jokaisen asiakkaan titteli tulee yhdistää oikeaan koodiin ilman virheitä. Työskentely tapahtuu pääasiassa Excelissä, jossa hyödynnän suodatus- ja hakutoimintoja nopeuttaakseni prosessia.

### Tiistai

Jatkan Profinder-koodituksen parissa ja keskityn erityisesti siihen, että kontaktitiedot ovat ajantasaisia. Työssäni havaitsen, että joidenkin asiakastietojen kohdalla on puutteita, mikä hidastaa kooditusta. Tästä syystä konsultoin esihenkilöäni ja sovimme, että jatkossa tiedot tarkistetaan systemaattisemmin ennen kooditusvaihetta. Laadukas data mahdollistaa paremman asiakasprofiloinnin ja kohdennetun markkinoinnin, minkä vuoksi tarkkuus tässä työvaiheessa on erityisen tärkeää.

### Keskiviikko

Kolmantena päivänä jatkan Profinder-kooditusta ja viimeistelen suurimman osan asiakaskontaktien luokittelusta. Huomaan, että CRM-järjestelmän nykyinen käyttöliittymä ei ole täysin optimoitu datan

käsittelyyn, sillä esimerkiksi hakukentän sijainti vaihtelee eri näkymissä, mikä hidastaa työskentelyä. Kirjaan ylös havaintoni CRM:n käyttöliittymän kehitysehdotuksista ja päätän keskustella niistä perjantaina toimistolla.

### **Torstai**

Viimeistelen Profinder-koodituksen ja tarkistan kooditettujen tietojen oikeellisuuden ennen raportin luovuttamista eteenpäin. Prosessin aikana opin hyödyntämään Excelin kehittyneitä suodatus- ja ehdollisen muotoilun työkaluja, jotka nopeuttavat datan käsittelyä huomattavasti. Tämä herättää ajatuksia siitä, miten nykyistä CRM-versiota voitaisiin kehittää käyttäjäystävällisemmäksi.

### **Perjantai**

Perjantaina olen toimistolla, jossa käyn läpi viikon aikana tehdyt työtehtävät ja pohdin niiden vaikutusta työskentelyyni. Keskustelen kollegani kanssa CRM-järjestelmän eroista kahden eri version välillä: Versio 2 on modernimpi, mutta rajatumpi, kun taas Infinity-versio tarjoaa enemmän tietoa haussa, mutta sen käyttöliittymässä on puutteita.

Keskustelemme havaituista ongelmista, kuten hakupalkin katoamisesta pienemmällä ikkunalla sekä takaisin—painikkeen epäloogisesta toiminnasta. Päätämme kirjata nämä havainnot ylös ja sisällyttää ne havaintoihimme.

Viikon päätteeksi pohdimme myös, miten CRM-järjestelmän käyttäjäystävällisyyttä voisi parantaa hyödyntämällä molempien versioiden vahvuuksia. Tämä viikko tarjoaa syvällisemmän ymmärryksen asiakastietojen hallinnasta ja niiden merkityksestä liiketoiminnalle.

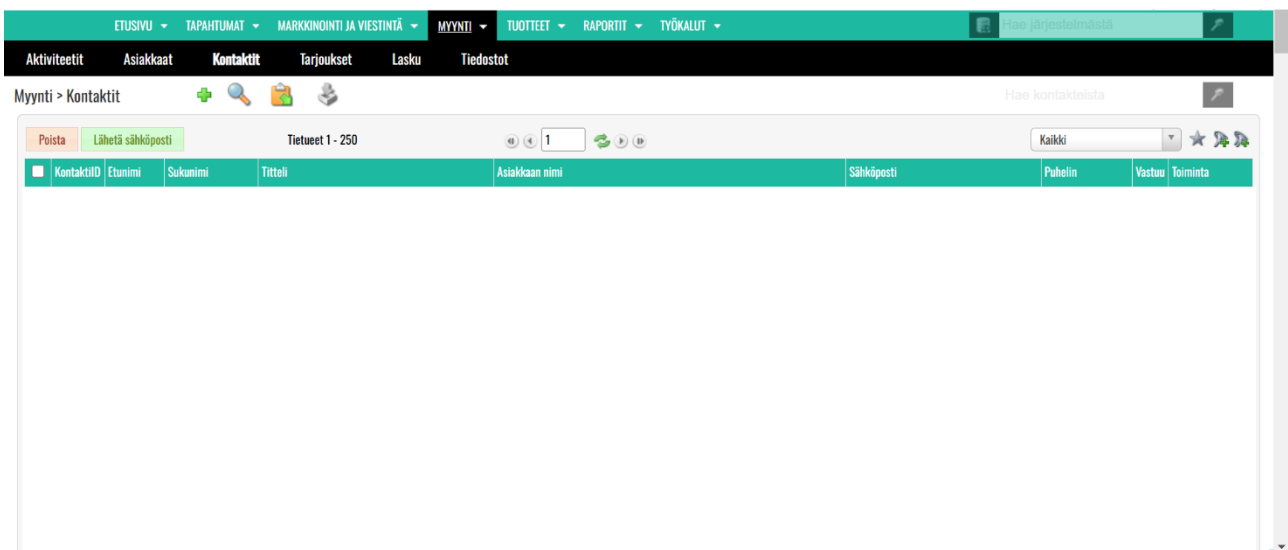
### **CRM-järjestelmän ehostusehdotuksia – Analyysi**

Neljännellä seurantaviikolla keskityin asiakastietojen käsittelyyn ja CRM-järjestelmien käytön kehittämiseen. Profinder-datan koodittaminen oli keskeisessä roolissa, ja sen myötä asiakaskontaktien segmentointi tarkentui. Datat ajantasaisuus ja laadukkuus olivat merkittäviä tekijöitä asiakasprofiiloinnin onnistumisessa, minkä vuoksi tarkistin tiedot huolellisesti ja käsittelin niitä järjestelmällisesti.

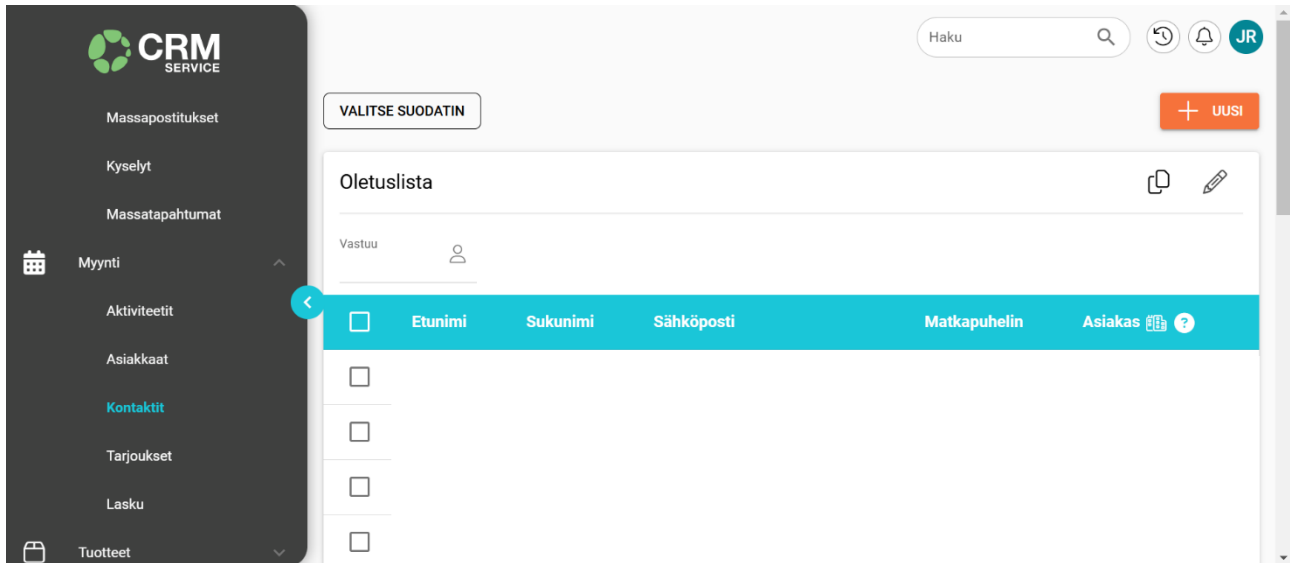
Viikon aikana havaitsin myös CRM-järjestelmän käytettävyyso ongelmia, kuten käyttöliittymän epäloogisia rakenteita, jotka hidastivat työnkulkua. Dokumentoin nämä havainnot, ja kävin niistä keskustelua kollegoiden kanssa parannusehdotusten löytämiseksi. CRM-järjestelmien tehokas käyttö edellytti jatkuvaa kehittämistä, ja esille nousseet havainnot tarjosivat arvokasta pohjaa jatkokehitykselle. Nwabekee et al. (2024) tuovat esille, että CRM-järjestelmien käyttöliittymän ja toimintalogiikan tulisi tukea käyttäjän tehokkuutta ja datan hallintaa.

Lisäksi syvensin viikon aikana Excelin työkalujen, kuten suodatusten ja ehdollisen muotoilun, hyödyntämistä datan käsittelyssä. Näiden työkalujen hallinta nopeutti ja tarkensi asiakastietojen käsittelyä. Kokonaisuudessaan neljäs viikko tarjosi minulle arvokasta oppia datan hallinnasta, asiakastietojen laadun merkityksestä ja CRM-järjestelmien kehittämistarpeista. Järjestelmällisyys, tarkkuus ja jatkuva kehittäminen olivat avainasemassa tehokkaan asiakashallinnan varmistamisessa. CRM-järjestelmät ovat keskeisiä asiakastietojen hallinnassa, mutta niiden tehokkuus riippuu myös datan laadusta (Payne, 2006).

Alla olevissa kuvakaappauksissa (Kuva 4 ja kuva 5) on esimerkit Kontaktit-näkymästä (henkilöiden tiedot tietysti piilotettuna). Ensimmäinen kuva on Infinity-versiosta ja seuraava versio 2:sesta. Uudessa versiossa on selkeästi käytetty React-tyylistä valmista muotoilupakettia ulkoasuun, ja se näyttää modernimmalta. Infinity-versiossa käyttöliittymäratkaisut, kuten nappien sijainti tai kohdeyhmiön yksi kerrallaan lisääminen markkinointilistojen muodostamisessa ovat kömpelökhöjä ratkaisuja, jotka on uudemmassa versiossa ratkaistu. Infinity-versio on kuitenkin parempi siinä, että hakusanalla haettaessa tietueissa näkyy enemmän kontaktiin liitettyjä tietoja eli oikean henkilön löytäminen on helpompaa jo hakuvaiheessa.



Kuva 4.



Kuva 5.

### 3.5 Seurantaviikko 5 (10.-16.2.25)

#### Maanantai

Aloitan viikon kohderyhmien poiminnalla ja niiden yhdistämisellä markkinointilistaan. Tulostan raportin markkinointitiimille ja lisään sen SharePoint-kansioon. Tämä prosessi edellyttää tarkkaa segmentointia, jotta markkinointiviestit kohdistuvat oikeille asiakkaille, ja markkinointi ei kohdistu koulutukseen kuulumattomalle kohderyhmälle. Aloitan tällä viikolla koulutusten hinnanmuuttamisen isompana projektina, sillä yritys haluaa pienentää eroa julkisten ja yksityisten lippujen hintojen välillä. Tämän seurauksena julkisen sektorin liput kallistuvat ja yksityiset hinnat pysyvät lähes samana.

#### Tiistai

Jatkan hinnanmuutosten lisäämistä Eventillaan. Huomaan, että lipun hintaa ei voi muokata, jos sillä on jo osallistujia. Tällöin vanha lipputyyppe on piilotettava, kopioitava ja luotava uusi hinta. Lippujen siirtäminen drag and drop -toiminnolla ei ole täysin optimoitu, sillä Eventilla ei selkeästi näytä, mihin kohtaan lippu sijoittuu. Tämä tuo esiin käyttöliittymäsuunnittelun haasteet CRM- ja tapahtumanhallintajärjestelmissä.

#### Keskiviikko

Kouluttajani varoittaa Eventillan ajoittaisista virheistä, mutta en ole vielä törmännyt suurempiin ongelmiin. Huomaan kuitenkin, että järjestelmässä monet toiminnot ovat manuaalisia, kuten hintojen

päivittäminen. Esimerkiksi pudotusvalikko hintavaihtoehdoille nopeuttaisi työskentelyä. Olen kuitenkin kehittänyt tehokkaan tavan kopioida tapahtumapohjia, joissa on samat hintaluokat ja alennuskoodit, mikä sujuvoittaa työskentelyä.

## **Torstai**

Huomaan viikon aikana, että en voi edistää työtehtäviäni, jos muut sidosryhmät eivät pidä kiinni omista määräajoistaan. Hinnanmuutosten tekeminen keskeytyy usein, koska markkinointitiimi ei ole vielä päivittänyt uusia hintoja Exceeliin, josta ne poimin. Käytän tämän ajan kohderyhmäpoimintojen edistämiseen ja luon tapahtumakortteja niille tapahtumille, joiden hinnat on jo vahvistettu. Kouluttajallani on alkuvuokosta käsitys, että hinnanmuutokset koskisivat vain maaliskuun tapahtumia, mutta aloitan myös myöhempien tapahtumakorttien luonnin, koska puutteelliset hinnanmuutokset estävät maaliskuun korttien valmistumisen.

## **Perjantai**

Kouluttajani antaa minulle arvokkaan neuvon: "Älä koskaan suostu ottamaan montaa työtehtävää kontollesi samanaikaisesti". Tämä muistutus on tärkeä – erityisesti kun työkuorma kasvaa. Iltapäivällä CRM-järjestelmä lakkaa toimimasta, eivätkä kohderyhmäehdot lataudu, mikä estää markkinointilistojen koostamisen. Käytän loppupäivän hinnanmuutosten viimeistelyyn maaliskuun koulutuksia varten, sillä markkinointitiimi on vihdoin päivittänyt hintatiedot Exceeliin.

## **Käyttöliittymien haasteita työskentelyssäni - Analyysi**

Viides viikko keskittyi asiakasdatan hallintaan, markkinointilistojen koostamiseen ja hinnanmuutosten käsittelyyn Eventillassa. Kohderyhmien poiminta ja segmentointi olivat tärkeässä roolissa ja CRM-järjestelmät osoittautuivat sekä hyödyllisiksi että haasteellisiksi. Vaikka ne helpottivat asiakasdatan hallintaa, niiden käyttöliittymissä oli puutteita, jotka hidastivat työnkulkua.

Hinnanmuutosten hallinnassa tuli esiin Eventillan rajoituksia, kuten se, ettei jo ostettujen lippujen hintaa voinut muuttaa suoraan. Tämä johti monivaiheiseen työprosessiin, jossa lippuja piti kopioida ja piilottaa. Lisäksi työtehtävien sujuvuuteen vaikutti sidosryhmien aikataulujen epä johdonmukaisuus. Markkinointitiimin viivästyksiset hinnanpäivityksissä hidastivat omaa työskentelyäni, mikä korosti yhteistyön ja selkeiden prosessien merkitystä.

Viikon aikana kävi ilmi, että järjestelmien manuaalisuus ja käyttöliittymän epäloogisuudet hidastivat työntekoa, mutta löysin myös keinoja tehostaa omaa työtäni, kuten tapahtumapohjien kopioiminen. Käyttäjätystävällinen käyttöliittymä vähentää virheitä ja tehostaa työnkulkua (Nwabekee et al.,

2024). Lisäksi sain arvokkaan työelämäopin kouluttajaltani: tehtävien hallinta ja priorisointi ovat avain tehokkaaseen työskentelyyn. Kokonaisuudessaan viikko tarjosi oppia sekä teknisten työkalujen hyödyntämisestä että työprosessien kehittämisestä.

Letizia Bollinin (2017, 89) artikkeli "Beautiful Interfaces: From User Experience to User Interface Design" tarkastelee visuaalisen suunnittelun esteettisen ulottuvuuden vaikutusta käyttäjäkokemukseen digitaalisessa ympäristössä. Hän käsittelee muodon ja funktion suhdetta sekä graafisen suunnittelun ja käytettävyyden välistä yhteyttä. Artikkelin korostaa, että vaikka käyttöliittymän esteettisyys voi parantaa käyttäjäkokemusta, on tärkeää, että käyttöliittymät ovat myös toiminnallisia ja käytettäviä (Bollini, 2017).

Viikon aikana kohtaamani haasteet, kuten CRM-järjestelmien käyttöliittymien puutteet ja Eventillan monimutkaiset hinnannuutosprosessit, heijastavat Bollinin (2017, S89) esiin tuomaa muodon ja funktion välistä jännitettä. Nämä kokemukset korostavat tarvetta käyttöliittymäsuunnittelulle, joka yhdistää esteettisyyden ja käytettävyyden, jotta työprosessit olisivat sujuvampia ja tehokkaampia.

### **3.6 Seurantaviikko 6 (17.-23.2.25)**

#### **Maanantai**

Maanantaina kouluttajani käy läpi kanssani uutta hinnoittelua. Esimerkiksi kuntoutuksen hinnat porrastuvat aiemman yhden hinnan sijasta. Hinnoittelu on tapahtumakorttien tekemistä hitaampaa, koska prosessissa ei ole mahdollista hyödyntää aiemmin luotuja kortteja pohjina, vaan jokainen hinta on manuaalisesti syötettävä kenttiin. Päivän aikana ehdin syöttää useita hintoja järjestelmään ja totutella uuteen tapaan hinnoitella.

#### **Tiistai**

Tiistaina aloitan työni vasta iltapäivällä ja toimin itsenäisesti. Esihenkilöni ehdottaa minulle kasaantuneiden kohderyhmäpoimintojen tekemistä, sillä olen tehnyt niitä itsenäisesti jo pitkään eli niiden osalta itsenäinen työskentelyni onnistuu mainiosti. Saan päivän aikana tehtyä useita poimintoja ja varmistan, että deadlinet eivät pääse ylittymään.

#### **Keskiviikko ja torstai**

Keskiviikon ja torstain aikana vaihtelen touko-kesäkuun hinnannuutosten ja koulutusten poimintojen tekemisen välillä. Kohderyhmäpoiminnoissa on merkattu täsmälliset deadlinet, mutta hinnan-

muutokset ovat tärkein tehtäväni tämän viikon agendallani. Keskiviikkona keskityn erityisesti hinnanmuutoksiin ja saan tehtyä huomattavan määrän päivityksiä järjestelmään. Torstaina autan myös kouluttajaani tarkistamaan poimintoja, mikä sujuvoittaa heidän työskentelyään.

## **Perjantai**

Perjantaina osallistun yrityksen yhteiseen ja omalta osaltani ensimmäiseen henkilökuntapalaveriin etänä. Palaverissa käsitellään yrityksen yleistä tilaa tällä hetkellä, kuten vuoden budjettia ja kasvustrategioita. Yritys pyrkii kehittämään myyntiä ja luomaan uutta sen saralla, kuten oman verkkokaupan, jota ei aiemmin ole ollut. Nykyisellään yrityksen tuotteiden myynti on suhteellisen hajautettu, eli tapahtumien ja koulutusten myyminen tapahtuu eri alustojen avulla. Palaverissa käsitellään myös muutoksia valtion tarjoaman avustuksen vähenemisestä, kuten hallituksen tekemistä muutoksista esimerkiksi aikuiskoulutuksen tukeen. Palaverin jälkeen käyn vielä läpi viikon aikana tekemäni hinnanmuutokset ja varmistan, ettei järjestelmään jää keskeneräisiä tietoja.

## **Yrityksen tulevaisuuden näkymät – Analyysi**

Viikko koostui suurimmaksi osaksi edellisten viikkojen työtehtävien parissa eikä mitään uutta projektia aloitettu. Esihenkilöni lupasi kuitenkin uutta tekemistä CRM-järjestelmän suhteen eli tietojen tuontien tekemistä parin viikon päähän. Siihen asti panokseni poiminnoissa ja hinnanmuutoksissa oli ajankohtaisin ja tärkein osa työpäiviäni.

Viikon aikana kävi ilmi, että hinnoitteluprosessi oli merkittävästi hitaampi kuin tapahtumakorttien luominen, sillä jokainen hinta oli syötettävä erikseen ilman mahdollisuutta käyttää valmiita pohjia. Itsenäinen työskentely sujui hyvin, mutta poimintatehtävien ja hinnanmuutosten välinen priorisointi vaati jatkuvaa harkintaa. Yrityksen strategisten tavoitteiden ja myyntikanavien kehittäminen nousivat keskeisiksi teemoiksi perjantain palaverissa, ja erityisesti verkkokaupan perustaminen vaikutti merkittävältä uudistukselta.

Verkkokauppa voi tarjota yritykselle uuden myyntikanavan, joka mahdollistaa laajemman asiakaskunnan tavoittamisen ja myynnin kasvattamisen. Sen perustaminen vaatii kuitenkin huolellista suunnittelua, kuten sopivan alustan valintaa, hinnoittelustrategian määrittelyä ja logistiikan järjestämistä (Zoner, 2023). Palaverissa verkkokauppaan liittyviä yksityiskohtia ei vielä käsitelty syvästi, mutta sen potentiaali liiketoiminnan kehittämisessä tunnistettiin. Myös valtion tukien vähentyminen toi haasteita yrityksen toiminnalle, mutta toisaalta se kannusti etsimään uusia ratkaisuja myynnin ja liiketoiminnan kehittämiseen.

### 3.7 Seurantaviikko 7 (24.2.-2.3.25)

#### **Maanantai**

Keskustelen Teamsissa esihenkilöni kanssa viikon tavoitteista, jotka ovat edellisen viikon tavoin hyvin samanlaiset. Hinnanmuutoksia tulee jatkaa elokuusta eteenpäin. Kohderyhmäpoimintojen osalta tilanne on hyvä, eli lista ei ole kertynyt liian pitkäksi, joten hinnoitteluun voi käyttää ainakin koko maanantain. Tämän viikon tavoitteeni on myös tehdä sopimus kesätöistä eli jatkosta yrityksen kanssa. Tästä on ollut puhetta jo aiemmin, mutta haluan tällä viikolla saada asialle päätöksen. Yritykselle tilanne on mieluinen, sillä heidän ei tarvitse aloittaa perehdytystä nollasta kenenkään kanssa, koska osaan jo yrityksen toimintatavat ja tehtäväni ovat minulle selvät.

#### **Tiistai**

Selvitän, tuleeko kesä pitämään sisällään enemmän nykyisen työnkuvani kaltaista Eventillan ja kahden Excel-listan, eli tapahtumien forwardin ja kohderyhmäpoimintalistan läpikäymistä, vai sisältääkö se myös Customer Data -projektien tekemistä. Nämä projektit tarkoittavat liidien eli mahdollisten asiakkaiden yhteystietojen keräämistä tulevia koulutuksia ja tapahtumia varten.

Saan esihenkilöltäni vastauksen, että tulen mahdollisesti laajentamaan työnkuvaani markkinointikieltojen käsittelyyn CRM-tietokannassa ja voin myös ennako vastata GDPR-aiheista henkilöille, jotka niistä tiedustelevat. Yrityksestä suurin osa on lomalla heinäkuussa, joten olisin ennakkovas-  
taajana tämän aiheen osalta.

#### **Keskiviikko**

Jatkan lokakuun hinnanmuutoksista, sillä tiistaina sain syyskuun valmiiksi. Työpäiväni on lyhyempi henkilökohtaisten menojeni vuoksi, mutta teen hinnanmuutosprojektia eteenpäin ja seuraan kohderyhmäpoimintojen listaa siltä varalta, jos sinne kasaantuu paljon tekemistä. Autan poiminnoissa kouluttajaani, joten yleensä hän pyytää minut tarvittaessa apuun. Päivän päätteeksi saan paljon hyvää palautetta hinnanmuutosprojektin nopeasta etenemisestä, ja esihenkilöni palkitsee minut lyhyemmällä työpäivällä perjantaina.

#### **Torstai**

Torstaina seuraan ainoastaan kohderyhmäpoimintojen tilannetta. Työpäiväni on jälleen hieman lyhyempi, mutta pyrin etenemään mahdollisimman tehokkaasti kohderyhmäpoimintojen parissa, sillä niitä on loppuviikolle vielä useampi tekemättä. Keskustelen myös kollegani kanssa CRM-järjestel-

män tai pikemminkin yrityksen sisäisen järjestelmän viallisuudesta siinä mielessä, miten tietokantaan saattaa välillä päätyä erilaisten kontaktien hakemisen työkalujen kuten LinkedIn-hakutyökalujen vuoksi markkinointikiellon omaavia henkilöitä. Tässä on kyse siitä, että kyseiset hakutyökalut eivät kommunikoi yrityksen CRM-järjestelmän kanssa eli hae tai näe siellä olevia tietoja itselleen, joten mikä tahansa kontakti voi päätyä virheellisesti tietokantaan. Kollegani mainitsee eritoten myyntitiimin hyödyntävän kyseistä hakumenetelmää. Omasta mielestäni olisi varmasti yrityksen kannalta edullista arvioida erilaisten hakumetodien/-työkalujen hyötyjä ja haittoja etenkin tässä tilanteessa, jossa asiakas on närkästynyt osapuoli.

## **Perjantai**

Aloitin päivän viimeistelemällä joulukuun koulutusten hinnannuutokset, minkä ansiosta hinnannuutosprojekti on saatettu päätökseen. Osallistun iltapäivällä Customer Data -tiimin palaveriin. Tavoitteeni on saada lisätietoa mahdollisista uusista tehtävistä ja keskustella siitä, miten kesän aikana voin tukea tiimiä parhaalla mahdollisella tavalla.

Tiimin vetäjä kertoo järjestävänsä palavereja kerran vuosineljänneksessä. Palaverissa tutustutaan uusiin harjoittelijoihin pikaesittäytymisillä. Toinen tiimin vakituisista jäsenistä esittelee Profinder-datan hakemista minun itseni tekemän Profinder-kooditusprojektin näkökulmasta. Saan paljon erityisainintoja ja kiitosta hyvästä työstä sen suhteen ja muutenkin siitä, että olen toiminut niin sanottuna oikeana kätenä Customer Data -tiimin päivittäisiä operaatioita eli poimintoja ja Eventilla-korttien tekemistä. Kokouksen jälkeen lopetan työpäiväni, sillä minulle on hyvästä tekemisestä luvattu lyhyempi työpäivä palkinnoksi.

## **Tunnustusta työpanoksesta – Analyysi**

Viikko oli kokonaisuudessaan onnistunut ja tehokas. Sain edistettyä hinnannuutoksia suunnitellusti ja saatoin projektin loppuun perjantaina. Lisäksi kohderyhmäpoimintojen seuranta sujui hyvin, ja pystyin auttamaan kouluttajaani tarpeen mukaan. Sain myös hyvää palautetta niin hinnannuutoksista kuin päivittäisestä työskentelystäni Customer Data -tiimissä.

Viikon aikana kävin myös keskusteluja työnkuvani laajentamisesta kesän ajaksi, mikä antoi paremman käsityksen tulevista tehtävistäni. Keskustelu CRM-järjestelmän haasteista ja markkinointikieltojen hallinnasta toi esiin kehityskohteita, joita yrityksen kannattaisi jatkossa tarkastella.

CRM-järjestelmien tehokas käyttö ei ole pelkästään tekninen ratkaisu, vaan se edellyttää jatkuvaa tiedon ylläpitoa ja prosessien kehittämistä (Payne & Frow, 2013). Tämä korostuu erityisesti markkinointikieltojen hallinnassa ja kohderyhmäpoimintojen tekemisessä, joissa ajantasainen ja selkeästi

jäsennelty tieto on keskeisessä roolissa. Viikon aikana huomasin, kuinka tärkeää on varmistaa, että kaikki järjestelmään tallennettu tieto on oikein, jotta myynnin ja markkinoinnin prosessit voivat toimia sujuvasti.

Erityisesti perjantain Customer Data -tiimin palaveri oli merkittävä, sillä siinä sain kiitosta työstäni ja pääsin esittelemään tekemääni Profinder-kooditusprojektia. Tämä vahvisti tunnetta siitä, että panokseni tiimissä on ollut arvokas. Lisäksi lyhyempi työpäivä perjantaina oli mukava palkinto viikon hyvästä suorituksesta.

### **3.8 Seurantaviikko 8 (3.-9.3.25)**

#### **Maanantai**

Esihenkilöni käy kanssani läpi kesätyöhöni liittyviä GDPR-tehtäviä, erityisesti yhteydenottokieltojen käsittelyä eri sovelluksissa. Yritykseen on fuusioitunut kaksi muuta tapahtumayritystä, minkä vuoksi kieltoja tulee tehdä kahdessa eri sovelluksessa, mutta kolmella eri tavalla. Yrityksen omat kiellot ja toisen sulautuneen yrityksen kiellot hoituvat LianaMailerissa, jossa ne tulee käsitellä erikseen omilla välilehdillään. Toinen uusista yrityksistä puolestaan käyttää Emaileria kieltojen hallintaan.

#### **Tiistai**

Jatkan tavanomaisia työtehtäviäni eli kohderyhmäpoimintoja. Tämän viikon deadlineen liittyviä poimintoja on hyvä määrä, ja keskityn niiden tehokkaaseen läpikäymiseen. Päivän aikana saan jo karsittua suuren osan koulutusten poiminnoista, minkä ansiosta tunnen tyytyväisyyttä saavutuksistani. Työskentely etenee sujuvasti ilman suurempia haasteita.

#### **Keskiviikko**

Esihenkilöni pyytää minulta apua seminaarien ja tapahtumien kohderyhmäpoimintojen kanssa, koska hänelle on kertynyt niitä paljon. Seminaarien ja tapahtumien poiminnot eroavat koulutusten poiminnoista, sillä ne vaativat laajempia rajauksia. Koulutuksissa on tyypillisesti vain 1–3 rajausta, mutta tapahtumilla voi olla jopa 10 erilaista kriteeriä, kuten tietty avainsana tittelissä. Työskentelen tähän liittyvien tehtävien parissa suurimman osan päivää ja autan esihenkilöäni purkamaan kertynyttä työmäärää.

#### **Torstai**

Esihenkilöni antaa minulle ensimmäisen Customer Data -projektini, jonka aiheena on "Palliativinen & Saattohoito 2025". Minun tehtäväni on koota aihealueen asiantuntijat yhteen kohderyhmään. Projekti ei ole kiireellinen, sillä minua saatetaan tarvita apuna päivittäisiin tehtäviin, kuten poimintoihin ja Eventilla-tapahtumanhallintaan.

Aloitan projektin käymällä läpi yksityisten palveluntarjoajien ja sairaanhoitopiirien nettisivuja. Rajauksena ovat yksityisen ja julkisen terveydenhuollon ammattilaiset, jotka työskentelevät palliativisen ja saattohoidon parissa. Päivän aikana keskityn tiedon läpikäymiseen ja kontaktien kartoittamiseen. Tunnen tyytyväisyyttä siitä, että olen saanut osakseni myös harjoittelujaksoni sisältöön kuuluvia tehtäviä.

## **Perjantai**

Jatkan Customer Data -projektin parissa ja keskityn sairaanhoitopiirien läpikäymiseen. Huomaan, että yhteystietojen löytäminen vaihtelee merkittävästi sairaanhoitopiiristä toiseen. Monet sairaanhoitopiirit eivät listaa lääkäreitä tai hoitajia nimellä poliklinikoiden tai osastojen yhteydessä, mikä hankaloittaa tietojen keruuta.

Tehtäväni on etsiä kaikki palliativiseen ja saattohoitoon liittyvät osaajat. Lisäksi huomioin myös onkologian parissa työskentelevät asiantuntijat, sillä he ovat olennaisia kohderyhmään. Koska aihe on hyvin rajattu, kontakteja kertyy päivän aikana vain muutamia kymmeniä. Esihenkilöni vertaa tilannetta talouspuolen asiantuntijoihin, joita voi löytyä jopa sata uutta päivässä. Projektin perusteellisuus kuitenkin edellyttää huolellista tiedonhakua ja laadukkaita kontakteja. Päivän päätteeksi tunnen edistyneeni projektissa ja saavuttaneeni selkeitä tuloksia.

## **Customer Data -harjoittelijan juurille – Analyysi**

Viikko oli monipuolinen ja toi esiin sekä päivittäisten rutiinitehtävien että laajempien projektien hallinnan merkityksen. Alkuvuokosta perehdyin GDPR-prosessiin, erityisesti yhteydenottokieltojen käsittelyyn eri järjestelmissä. Tämä tehtävä osoittautui monivaiheiseksi, sillä yrityksen fuusioiden vuoksi kiellot piti käsitellä useissa eri ohjelmissa. Yrityksen käytössä olevat LianaMailer ja Emaileri ovat suomalaisia sähköpostimarkkinointityökaluja, joiden avulla yritykset ja organisaatiot voivat lähettää uutiskirjeitä ja markkinointiviestejä helposti ja tehokkaasti. LianaMailer on Liana Technologiesin kehittämä monipuolinen palvelu, joka tarjoaa laajat analytiikka- ja automaatio-ominaisuudet (LianaTech s.a.) Emaileri puolestaan keskittyy selkeyteen ja helppokäyttöisyyteen, mikä tekee siitä toimivan vaihtoehdon suoraviivaiseen sähköpostiviestintään (Emaileri s.a.) Molemmat työkalut tarjoavat suomenkielisen käyttöliittymän ja asiakastuen, mikä tekee niistä houkuttelevia erityisesti kotimaisille yrityksille.

Esihenkilöni totesi, että olisi toivottavaa saada kaikki kiellot yhteen järjestelmään, sillä nykyinen prosessi on työläs. Vaikka sovellusten käyttäminen on helppoa, niiden latausajat ovat pitkiä, mikä hidastaa työtä. Lisäksi kiello tulee käsitellä manuaalisesti myös CRM-järjestelmään, jotta henkilölle ei lähetetä markkinointiviestejä jatkossa. Opin tämän viikon demonstraation aikana paljon ja tunnen, että minulla on jo hyvä käsitys tulevista GDPR-tehtävistäni.

Huolimatta siitä, että työkalut olivat itsessään helppokäyttöisiä, niiden latausajat ja erilliset käyttöliittymät hidastivat prosessia. Esihenkilöni totesi, että yhden järjestelmän käyttö helpottaisi toimintaa huomattavasti, mikä heijasteli organisaation tiedonhallinnan kehitystarpeita. Davenportin ja Prusakin (2000) teoksessa korostetaan, kuinka organisaatioiden tiedonhallinnan haasteet liittyvät usein tiedon hajanaisuuteen ja sen jakamisen vaikeuteen. Heidän mukaansa tehokas tiedonhallinta vaatii yhtenäisten järjestelmien ja prosessien luomista, jotka mahdollistavat tiedon sujuvan ja nopean käsittelyn. Tämä havainto vastaa hyvin sitä, kuinka tiedonhallinnan haasteet voivat hidastaa yrityksen toimintaa, jos järjestelmät eivät ole riittävän integroituneita.

Kohderyhmäpoinninnat muodostivat edelleen suuren osan viikosta. Työ sujui tehokkaasti, ja sain karsittua suuren osan koulutusaiheisista poiminnoista jo alkuvuikosta. Seminaarien ja tapahtumien kohderyhmäpoinninnat vaativat kuitenkin enemmän tarkkuutta, sillä rajoituksia oli moninkertaisesti enemmän verrattuna koulutuksiin. Tästä syystä tehtävä oli aikaa vievämpi ja vaati järjestelmällistä työskentelyä. Tämä työvaihe on linjassa Davenportin ja Prusakin (2000) esittämien ajatusten kanssa tiedon jakamisen ja käytön tehokkuudesta. Heidän mukaansa tiedon tehokas hyödyntäminen organisaatioissa vaatii paitsi selkeitä rakenteita myös käytäntöjä, joiden avulla tieto voidaan jakaa oikeassa muodossa ja oikeaan aikaan, jotta se tukee päätöksentekoa ja operatiivista työtä. Tiedon tehokas käsittely ja järjestelmällisyys voivat helpottaa monivaiheisten prosessien hoitamista ja vähentää virheitä.

Viikon kohokohta oli ensimmäinen Customer Data -projektini, jonka myötä pääsin syventymään tarkemmin asiantuntijatiedon keruuseen. Projektin aihe, palliatiivinen ja saattohoito, oli hyvin rajattu, mikä teki asiantuntijoiden tunnistamisesta haastavaa. Eri sairaanhoitopiirien välillä oli suuria eroja siinä, kuinka kattavasti ne julkaisivat yhteystietojaan, mikä hidasti tiedonhakua. Vaikka kontaktimäärät jäivät pieniksi, projektin laadullinen tarkkuus oli olennaisempaa kuin määrällinen kattavuus. Tämä on hyvä esimerkki siitä, kuinka asiantuntijatiedonhallinta on olennainen osa organisaation tiedonhallintaa. Davenportin ja Prusakin (2000) mukaan asiantuntijatiedonhallinta on usein vaikeaa, koska tieto ei ole aina helposti saatavilla ja se voi olla hyvin kontekstisidonnaista. He korostavat, kuinka tärkeää on kehittää menetelmiä asiantuntijatiedon keräämiseen ja hyödyntämiseen erityisesti tilanteissa, joissa tieto on hajallaan eri yksiköissä tai järjestelmissä.

Viikon aikana opin paljon eri järjestelmistä, tiedonkäsittelystä ja siitä, kuinka tärkeää on sovittaa yhteen päivittäiset tehtävät ja laajemmat projektit. Lisäksi havaitsin, kuinka tiedon hajanaisuus ja järjestelmien erillisuus voivat hidastaa työtä, mikä korosti toimivan tiedonhallinnan merkitystä organisaatioissa. Davenportin ja Prusakin (2000) tutkimus tukee havaintojani, sillä he korostavat, että organisaatioiden on kyettävä yhdistämään hiljainen ja eksplisiittinen tieto tehokkaasti. Tämä on tärkeää, jotta organisaatio voi toimia joustavasti ja reagoida nopeasti muuttuviin tilanteisiin. Heidän mukaansa tiedonhallinnan kehittämisellä on suora vaikutus organisaation kykyyn innovoida ja parantaa suorituskykyään. Tiedon tehokas hallinta ja jakaminen tukevat organisaation kykyä tehdä informoituja päätöksiä ja vastata ympäristön muutoksiin nopeasti (Davenport & Prusak, 2000).

## 4 Pohdinta

Opinnäytetyön kirjoittaminen ja seurantaviikkojen päivittäisten työskentelytehtävien analysointi ovat olleet keskeisiä osia ammatillisessa kehityksessäni. Tämä prosessi on tarjonnut mahdollisuuden tarkastella omaa osaamistani, pohtia kehityskohteitani ja tunnistaa, miten voin hyödyntää oppimaani sekä nykyisissä että tulevaisuudessa työtehtävissäni. Pohdinnassa käsitelän omaa kehittymistäni suhteessa alussa asettamiini ammatillisiin tavoitteisiin, oppimiskokemuksiini, havainnointiin työn analysoinnista sekä siihen, miten voin jatkossa edelleen kehittää osaamistani.

Ammatilliset kehittymisen tavoitteeni, jotka liittyivät vuorovaikutustaitoihin sekä CRM- ja Eventilla-järjestelmien käyttöön ohjasivat koko harjoitteluani. Viikkojen edetessä olen havainnut itsessäni merkittävää kehitystä erityisesti vuorovaikutus- ja tiimityöskentelytaidoissa, mikä on ollut keskeistä koko työskentelyprosessin sujumuudelle. Alkuvaiheessa olin enemmän passiivinen osallistujana tiimipalavereissa, mutta opintojeni ja kokemusteni edetessä olen uskaltanut esittämään omia näkemyksiäni ja antamaan palautetta rakentavasti, mikä on parantanut tiimityöskentelyni laatua.

Tiimityöskentelyn kehittyminen on ollut erityisen merkityksellistä, sillä työskentelen monen eri tiimin, kuten Customer Data -tiimin ja markkinointitiimin kanssa. Tavoitteeni oli oppia ymmärtämään eri tiimien rooleja ja merkitystä organisaatiossa. Tämä on ollut tärkeää etenkin asiakastietojen hallinnan ja markkinointimateriaalien tuottamisen kannalta. Osallistuminen tiimipalavereihin ja aktiivinen vuorovaikutus muiden kanssa on lisännyt ymmärrystäni siitä, kuinka eri tiimien työ vaikuttaa toisiinsa ja kuinka tärkeää on sovittaa viestintä niin, että se palvelee kaikkien osapuolten tarpeita.

Tässä kehittyminen ei ole ollut vain teknistä osaamista vaan myös henkilökohtaista kasvua, joka on tuonut lisää itseluottamusta ja kykyä ottaa vastuuta omista tehtävistäni. Työskentely, jossa viestintä, palautteen anto ja vastaanottaminen sekä yhteistyö ovat keskiössä, on ollut erittäin opettavaista ja on antanut minulle arvokkaita työkaluja, joita voin hyödyntää myös tulevaisuudessa. Erityisesti seurantaviikolla seitsemän saatu palaute Profinder-projektistani vahvisti uskoa omaan kykyihini ja motivoi jatkamaan kehittymistäni.

Opinnäytetyöni aikana olen kehittänyt useita uusia ratkaisumalleja ja menetelmiä, jotka parantavat päivittäistä työtäni. Yksi merkittävimmistä oivalluksista on ollut CRM-järjestelmän käyttöön liittyvien taitojen kehittäminen. Alkuun järjestelmän käyttö tuntui monivaiheiselta ja teknisesti haastavalta, mutta ajan myötä olen oppinut hallitsemaan sen perustoiminnot, kuten asiakastietojen syöttämisen, kohderyhmäpoimintojen luomisen ja raporttien tulostamisen. Näiden työkalujen tehokas käyttö on mahdollistanut sen, että voin tuottaa tarkempia ja relevantimpia tietoja yrityksen markkinoinnin ja asiakasviestinnän tueksi.

Erityisesti kohderyhmälistojen luominen on ollut haasteellista, mutta samalla palkitsevaa, sillä se vaatii tarkkuutta ja huolellisuutta, jotta oikea tieto saadaan oikeaan aikaan käyttöön. Seurantaviikoilla seitsemän ja kahdeksan havaitsin, kuinka tärkeää on tarkastella ja varmistaa, että asiakastiedot ovat ajantasaisia ja oikein jäsenneiltyjä. Tämä oli myös kriittistä, kun käsittelin GDPR-sääntöjen mukaista työtä markkinointikieltojen käsittelyn parissa. Tällöin tuli esille se, kuinka tärkeää tiedonhallinnan prosessien ja järjestelmien integrointi on, sillä useiden erillisten järjestelmien käyttö hidastaa prosessia ja tekee työstä aikaa vievää.

Toinen merkittävä kehitysvaihe on ollut Eventilla-järjestelmän käyttö, jossa olen harjoitellut tapahtumamateriaalien, kuten tapahtumakorttien luomista, ja kuinka niiden oikeellisuus ja visuaalinen puoli voidaan varmistaa ennen julkaisua. Tämä osaaminen on tullut erityisesti tarpeeseen, kun työskentelen markkinointitiimin kanssa ja varmistan, että heidän tuottamansa materiaalit olivat virheettömiä ja valmiita julkaistavaksi. Eventilla on monipuolinen työkalu, ja sen hallinta on ollut tärkeä osa kehittymistäni, sillä se on auttanut minua luomaan selkeitä ja oikea-aikaisia materiaaleja.

Opinnäytetyöni päiväkirjamuotoinen kirjoittaminen on ollut itselleni hyödyllinen prosessi, sillä se on antanut mahdollisuuden tarkastella omaa kehittymistäni ja reflektoida päivittäisten työtehtävien aikana saatuja oppimiskokemuksia. Kirjoittaminen on auttanut järjestämään ajatuksiani ja selkeyttämään, kuinka tietyt työtehtävät ovat liittyneet omiin ammatillisiin tavoitteisiini. Kun olen kirjoittanut viikoittaisia raportteja, olen voinut analysoida omaa edistymistäni ja tunnistaa alueita, joissa olen kehittynyt – mutta myös sellaisia, joissa on vielä parantamisen varaa.

Päiväkirjatyylinen kirjoittaminen on myös mahdollistanut sen, että olen voinut tarkastella omia valintojani ja päätöksiäni, joita olen tehnyt eri työtehtävissä. Tämä on lisännyt kykyäni tehdä analyyttisiä havaintoja ja arvioida, mitkä ratkaisut ovat olleet tehokkaita ja mitkä eivät. Olemme myös jatkuvasti käsitelleet tiedon jakamista ja sen käytön tehokkuutta tiimityöskentelyssä ja varmistaneet, että kaikki tiimissä käytettävä tieto on oikea-aikaista ja luotettavaa. Tämä prosessi on selkiyttänyt minulle, kuinka tärkeää jatkuva tiedonhallinta on. Tämä on keskeinen osa asiakastietojen ja markkinointimateriaalien tuottamista, ja olenkin oppinut, kuinka tärkeää on olla tarkka ja huolellinen tiedonkäsittelyssä.

Opinnäytetyön aikana olen oppinut paljon tiedonhallinnasta, erityisesti sen roolista asiakastietojen ja markkinoinnin prosesseissa. Erityisesti huomasin, kuinka keskeistä on, että tiedonhallinnan järjestelmät ovat integroituneita ja miten hajanainen tieto voi hidastaa työtä ja tuoda virheitä prosessiin. Tämä oli erityisesti esillä seurantaviikoilla seitsemän ja kahdeksan, jolloin käsittelin GDPR-sääntöjen mukaisia markkinointikieltoja ja havaitsin, kuinka erillisten järjestelmien käyttö hidastaa

tiedonjakamista ja lisää virheiden riskiä. Tämä kokemus tulee olemaan erittäin hyödyllinen tulevaisuudessa, sillä tiedonhallinnan ja prosessien sujuvuuden kehittäminen on olennainen osa organisaatioiden kilpailukykyä.

Olen myös oppinut, että tiedon jakamisen ja asiakastiedonhallinnan tehostaminen voi parantaa päätöksentekoa, markkinointistrategioita ja asiakasviestintää. Tämä ei ole vain tekninen taito, vaan se on myös keskeinen osa yrityksen strategista menestystä. Kun tiedot ovat oikein jäsennellyjä ja helposti käytettävissä, päätöksenteko nopeutuu ja markkinoinnin kohdentaminen tehostuu. Tämä on ollut tärkeä oivallus, sillä markkinointiviestinnän oikea-aikaisuus ja tarkkuus ovat elintärkeitä yrityksen asiakaslähtöisyyden kannalta.

Analysoinnin avulla olen saanut syvällisemmän käsityksen omasta kehittymisestäni ja kehittyneet kyvyssäni arvioida omia valintojani ja päätöksiäni objektiivisemmin. Alussa en ollut aivan varma siitä, kuinka systeminen tiedonhallinta voisi vaikuttaa työtehtäviini, mutta nyt ymmärrän, kuinka se voi parantaa prosessien tehokkuutta ja vähentää virheitä. Analyysin myötä olen myös ymmärtänyt, kuinka tiedonhallinta ja asiakastiedon käyttö voivat parantaa organisaation kilpailukykyä ja innovaatioiden luomista.

Tulevaisuudessa haluan edelleen kehittää tiedon analysointia ja asiakastietojen hyödyntämistä markkinointistrategioissa. Näen, että CRM-järjestelmän syvälinen käyttö ja asiakastiedon analysointi ovat avainasemassa, kun pyritään parantamaan asiakasviestintää ja tehostamaan markkinointitoimenpiteitä. Tiedonhallinnan ja asiakastiedon käytön tehostaminen tulevat olemaan keskeisiä työkalujani, joiden avulla voin parantaa organisaatioiden suorituskykyä ja asiakaskokemuksia.

Opinnäytetyö on ollut minulle merkittävä askel ammatillisessa kehittämisessä. Vaikka olen kohdannut haasteita, kuten järjestelmäongelmia ja tiedon hajanaisuutta, olen oppinut niiden kautta ja kehittyneet käytännön taidoissani. Samalla olen ollut tarkka siitä, että asiakastietojen käsittelyssä noudatetaan eettisiä ja lainsäädännöllisiä sääntöjä, kuten GDPR-sääntöjä, jotka ovat keskeisiä tietosuojan ja asiakkaiden luottamuksen säilyttämisen kannalta. Opinnäytetyö on auttanut minua näkemään kehitykseni ja tarjoamaan konkreettisia työkaluja, joita voin hyödyntää tulevaisuudessa.

## Lähteet

Alma Insights 2023. CRM. Luettavissa: <https://www.almainsights.fi/blogi/mika-on-crm-jarjestelma/>.  
Luettu: 15.1.2025.

Autio, V. 2021. Eventilla. Minimize your manual work with CRM integration! Luettavissa:  
<https://www.eventilla.com/en/minimize-your-manual-work-with-crm-integration/>. Luettu: 21.3.2025.

Bollini, L. 2014. Beautiful Interfaces. From User Experience to User Interface Design. Luettavissa:  
<https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/14606925.2017.1352649?needAccess=true>. Luettu:  
15.2.2025.

Davenport, T. H., & Prusak, L. 2000. Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know. Luettavissa: [https://www.researchgate.net/publication/229099904\\_Working\\_Knowledge\\_How\\_Organizations\\_Manage\\_What\\_They\\_Know](https://www.researchgate.net/publication/229099904_Working_Knowledge_How_Organizations_Manage_What_They_Know). Luettu: 20.3.2025.

Emaileri 2025. Luettavissa: [https://www.emaileri.com/?gad\\_source=1&gbraid=0AAAAAD9fAO1yI9-hterQPh7uBChw4dfL0&gclid=CjwKCAjw5PK\\_BhBBEiwAL7GTPRI\\_5ChPpjiuQpfoqj-Qj7EDxIbg89pEVXnKsbrPpC32-fTzTvW7BoCjmQQA\\_vD\\_BwE](https://www.emaileri.com/?gad_source=1&gbraid=0AAAAAD9fAO1yI9-hterQPh7uBChw4dfL0&gclid=CjwKCAjw5PK_BhBBEiwAL7GTPRI_5ChPpjiuQpfoqj-Qj7EDxIbg89pEVXnKsbrPpC32-fTzTvW7BoCjmQQA_vD_BwE). Luettu: 14.4.2025.

Euroopan Unioni 2024. GDPR. Luettavissa: [https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/data-protection/data-protection-gdpr/index\\_fi.htm](https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/data-protection/data-protection-gdpr/index_fi.htm). Luettu: 15.1.2025.

Eventilla. 2023. Tapahtumanhallinta. Luettavissa: <https://www.eventilla.com/tapahtumanhallinta/>.  
Luettu: 21.3.2025.

Islam, M. S., Sourav, M. D. S. A., & Reza, J. 2024. The impact of data protection regulations on business analytics. Luettavissa: [https://www.researchgate.net/profile/Md-Shakil-Islam-2/publication/386106559\\_The\\_impact\\_of\\_data\\_protection\\_regulations\\_on\\_business\\_analytics/links/6744d03d27661f7ae66b64b0/The-impact-of-data-protection-regulations-on-business-analytics.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Md-Shakil-Islam-2/publication/386106559_The_impact_of_data_protection_regulations_on_business_analytics/links/6744d03d27661f7ae66b64b0/The-impact-of-data-protection-regulations-on-business-analytics.pdf). Luettu: 16.2.2025.

Liana Technologies s.a. Esittely. Luettavissa: <https://www.lianatech.fi/tuotteet/sahkopostimarkkinointi/esittely.html>. Luettu: 14.4.2025.

MD Shakil Islam, MD Sultanul Arefin Sourav, Jafrin Reza. 2024. The impact of data protection regulations on business analytics. Luettavissa: [https://www.researchgate.net/profile/Md-Shakil-Islam-2/publication/386106559\\_The\\_impact\\_of\\_data\\_protection\\_regulations\\_on\\_business\\_analytics/links/6744d03d27661f7ae66b64b0/The-impact-of-data-protection-regulations-on-business-analytics.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Md-Shakil-Islam-2/publication/386106559_The_impact_of_data_protection_regulations_on_business_analytics/links/6744d03d27661f7ae66b64b0/The-impact-of-data-protection-regulations-on-business-analytics.pdf). Luettu: 15.2.2025.

Nwabekee, U. S., Abdul-Azeez, O. Y., Agu, E. E., & Ijomah, T. I. 2024. Digital transformation in marketing strategies: The role of data analytics and CRM tools. Luettavissa: [https://www.researchgate.net/profile/Tochukwu-Ijomah-2/publication/383847607\\_Digital\\_transformation\\_in\\_marketing\\_strategies\\_The\\_role\\_of\\_data\\_analytics\\_and\\_CRM\\_tools/links/66dc42e464f7bf7b199c79c5/Digital-transformation-in-marketing-strategies-The-role-of-data-analytics-and-CRM-tools.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Tochukwu-Ijomah-2/publication/383847607_Digital_transformation_in_marketing_strategies_The_role_of_data_analytics_and_CRM_tools/links/66dc42e464f7bf7b199c79c5/Digital-transformation-in-marketing-strategies-The-role-of-data-analytics-and-CRM-tools.pdf). Luettu: 15.2.2025.

Payne, A., & Frow, P. 2013. Strategic Customer Management: Integrating Relationship Marketing and CRM. Cambridge University Press. Luettavissa: [https://assets.cambridge.org/97811070/14961/frontmatter/9781107014961\\_frontmatter.pdf](https://assets.cambridge.org/97811070/14961/frontmatter/9781107014961_frontmatter.pdf). Luettu: 20.3.2025.

Šebjan, U., Bobek, S., & Tominc, P. 2014. Organizational Factors Influencing Effective Use of CRM Solutions. *Procedia Technology*, 16, 459–467. Luettavissa: [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212017314003405?ref=pdf\\_download&fr=RR-2&rr=91b0f25bbab44c81](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212017314003405?ref=pdf_download&fr=RR-2&rr=91b0f25bbab44c81). Luettu: 19.2.2025.

Soni, A. 2023. Understanding The Application of CRM Systems in Business. Forbes Business Council. Luettavissa: <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2023/04/05/understanding-the-application-of-crm-systems-in-business/>. Luettu: 17.1.2025.

Taloustutkimus 2022. Segmentointi. Luettavissa: <https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/mita-segmentointi-tarkoittaa-ja-mita-silla-tekee.html>. Luettu: 17.1.2025.

Zoner 2023. Verkkokaupan perustaminen – Kattava opas. Luettavissa: <https://www.zoner.fi/verkkokaupan-perustaminen/>. Luettu: 21.3.2025.