



Sami Dahina

Pipedrive ja Salesforce – CRM järjestelmien vertailu ja soveltuvuus yrityskäyttöön

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Tuotantotalouden tutkinto-ohjelma

Insinöörityö

28.4.2025

Tiivistelmä

Tekijä:	Sami Dahina
Otsikko:	Pipedrive ja Salesforce – CRM-järjestelmien vertailu ja soveltuvuus yrityskäyttöön
Sivumäärä:	27 sivua + 2 liitettä
Aika:	28.4.2025
Tutkinto:	Insinööri (AMK)
Tutkinto-ohjelma:	Tuotantotalouden tutkinto-ohjelma
Ammatillinen pääaine:	Toimitusketjun johtaminen
Ohjaajat:	Lehtori Anna Sperryn

Tämä opinnäytetyö vertailee ja tarkastelee kahta yleistä CRM-järjestelmää, Salesforcea ja Pipedrivea, painottaen sitä, miten hyvin ne vastaavat pienten ja keskisuurten yritysten (PK-yritysten) tarpeisiin. Yritysten muuttuessa yhä riippuvaisemmiksi digitaalisista keinoista asiakassuhteiden hallinnassa CRM-järjestelmistä on tullut keskeinen väline asiakastiedon hallintaan, myynnin tehostamiseen ja asiakasvuorovaikutuksen optimointiin.

Tämä tutkimus on toteutettu itsenäisesti. Tavoitteena on tarjota käytännönläheistä neuvontaa yrityksille, jotka harkitsevat erilaisia CRM-ohjelmistoratkaisuja. Vertailussa arvioidaan keskeisiä tekijöitä, kuten käytettävyys, tarjolla olevat toiminnot, hinnoittelumallit, skaalautuvuus ja käyttäjäkokemus. Tutkimus perustuu teoriaan, kirjoittajan omaan kokemukseen sekä käyttäjiltä kerättyyn palautteeseen, joka on saatu haastattelujen kautta molempien järjestelmien käyttäjiltä. Mukana on myös esimerkkejä todellisista tilanteista, joissa järjestelmiä on käytetty eri liiketoimintaympäristöissä.

Tämä opinnäytetyö pyrkii auttamaan yrityksiä tekemään harkittuja ja perusteltuja päätöksiä CRM-järjestelmän valinnassa. Koska CRM-ohjelmistolla on merkittävä vaikutus yrityksen päivittäiseen toimintaan ja asiakaslähtöisyyteen, kyse ei ole vain teknisestä, vaan myös strategisesta päätöksestä.

Avainsanat: CRM, Pipedrive, Salesforce, PK-yritykset

Tämän opinnäytetyön alkuperä on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

Abstract

Author: Sami Dahina
Title: Pipedrive and Salesforce – A Comparison of CRM Systems and Their Suitability for Business Use
Number of Pages: 27 pages + 2 appendices
Date: 28 April 2025

Degree: Bachelor of Engineering
Degree Programme: Industrial Engineering and Management
Professional Major: Supply Chain Management
Supervisors: Anna Sperryn, Senior Lecturer

This thesis compares and examines two common CRM systems, Salesforce and Pipedrive, with the emphasis placed on how these align to meet the requirements of small and medium-sized business (SME) needs. With companies becoming more and more dependent on digital means for managing customer relationships, CRM systems have become crucial for managing customer information, enhancing the efficiency of selling, and optimizing customer engagement.

This study was conducted autonomously with a view to providing actionable advice to companies considering various CRM software options. The comparison assesses major factors including usability, available functionality, pricing models, scalability, and user experience. The study based its research on a combination of theory, the author's firsthand usage, and user feedback obtained through interviews with users of both platforms. Actual-case examples have been included to demonstrate how these systems function under various business environments.

This thesis seeks to help companies make informed and considered decisions during the selection of a CRM solution. Since CRM software significantly impacts a company's day-to-day and customer approach, a decision to implement a specific system is not just a technical decision, but a strategic one as well.

Keywords: CRM, Pipedrive, Salesforce, SMEs

Sisällysluettelo

1	Johdanto	1
2	Projektisuunitelma	2
2.1	Tutkimusprosessikaavio	2
2.2	Aineistonkeruu ja analyysi	3
3	CRM-järjestelmät ja valintaan vaikuttavat tekijät	4
3.1	Mikä on CRM ja miksi se on tärkeä?	4
3.2	Yritysten tarpeet CRM-järjestelmää valitessa	6
3.3	Mihin asioihin kannattaa kiinnittää huomioita vertailussa?	8
4	Pipedrive ja Salesforce	9
4.1	Pipedrive	10
4.1.1	Ominaisuudet ja integraatiot	10
4.1.2	Hinnoittelu ja lisenssit	12
4.1.3	Käytettävyys	13
4.2	Salesforce	13
4.2.1	Ominaisuudet ja integraatiot	14
4.2.2	Hinnoittelu ja lisenssit	16
4.2.3	Käytettävyys	17
4.3	Case-esimerkit järjestelmien käyttöönotosta	18
5	Käyttökokemuksia	19
5.1	Oma kokemus Pipedrivestä	20
5.2	Muiden käyttäjien kokemukset	21
5.2.1	Käytettävyys	22
5.2.2	Ominaisuudet ja integraatiot	22
5.2.3	Hinnoittelu ja skaaalautuvuus	23
6	Vertailu ja suositukset	23
7	Yhteenveto ja johtopäätökset	25
	Lähteet	26
	Liitteet	27
	Liite 1. Käyttäjien haastattelukysymykset	28
	Liite 2. Tekoälyn hyödyntäminen	29

1 Johdanto

Asiakassuhteet ovat yhä tärkeämpiä nykyajan dynaamisessa liiketoimintaympäristössä, jossa asiakkaiden odotukset ja kilpailu ovat korkealla tasolla. Yritykset, jotka käsittelevät asiakastietoa järjestelmällisesti ja hyödyntävät sitä liiketoimintaprosessiensa kehittämiseen, saavuttavat selkeän kilpailuedun. Tämän tavoitteen ytimessä ovat asiakkuudenhallintajärjestelmät (CRM), jotka mahdollistavat asiakassuhteiden, myyntiprosessien ja asiakaskokemuksen hallinnan.

Tämä opinnäytetyö toimii käytännönläheisenä oppaana yrityksille ja yksittäisille käyttäjille, jotka etsivät itselleen sopivaa CRM-ratkaisua. Työssä vertaillaan ja asetetaan vastakkain kaksi suosittua ja vakiintunutta järjestelmää: Pipedrive ja Salesforce. Molemmilla on laaja valikoima toimintoja, mutta ne eroavat toisistaan käytettävyyden, skaalautuvuuden ja kohdeyleisönsä osalta. Tutkimuksen tavoitteena on tarjota selkeä katsaus molempien järjestelmien vahvuuksiin ja heikkouksiin sekä auttaa lukijaa ymmärtämään, mihin asioihin CRM-järjestelmää valittaessa kannattaa kiinnittää huomiota.

Työ on toteutettu ilman toimeksiantoa, mikä mahdollistaa aiheen puolueettoman ja perusteellisen tarkastelun. Siinä yhdistyvät teoria, omat kokemukset, käyttäjäpalautteet ja tapaustutkimukset järjestelmien käytöstä. Erityistä huomiota kiinnitetään siihen, mitä eri kokoiset yritykset pitävät tärkeänä päätöksenteossa ja miten järjestelmät vastaavat näihin tarpeisiin.

Tavoitteena on tuottaa konkreettista hyötyä lukijalle, olipa hän yrittäjä, myynnin ammattilainen tai asiakkuudenhallinnasta kiinnostunut henkilö.

2 Projektisuunitelma

Tässä luvussa kuvataan opinnäytetyön tutkimuksellinen toteutus. Koska kyseessä ei ole toimeksiantotyö vaan itsenäisesti toteutettu opasmainen työ, on tutkimus suunniteltu siten, että se yhdistää teoriaa, käytännön kokemuksia ja käyttäjäpalautteita. Luvussa esitellään työn tutkimusmenetelmä ja lähestymistapa, tutkimusprosessin eteneminen sekä aineistonkeruun ja analyysin keinot.

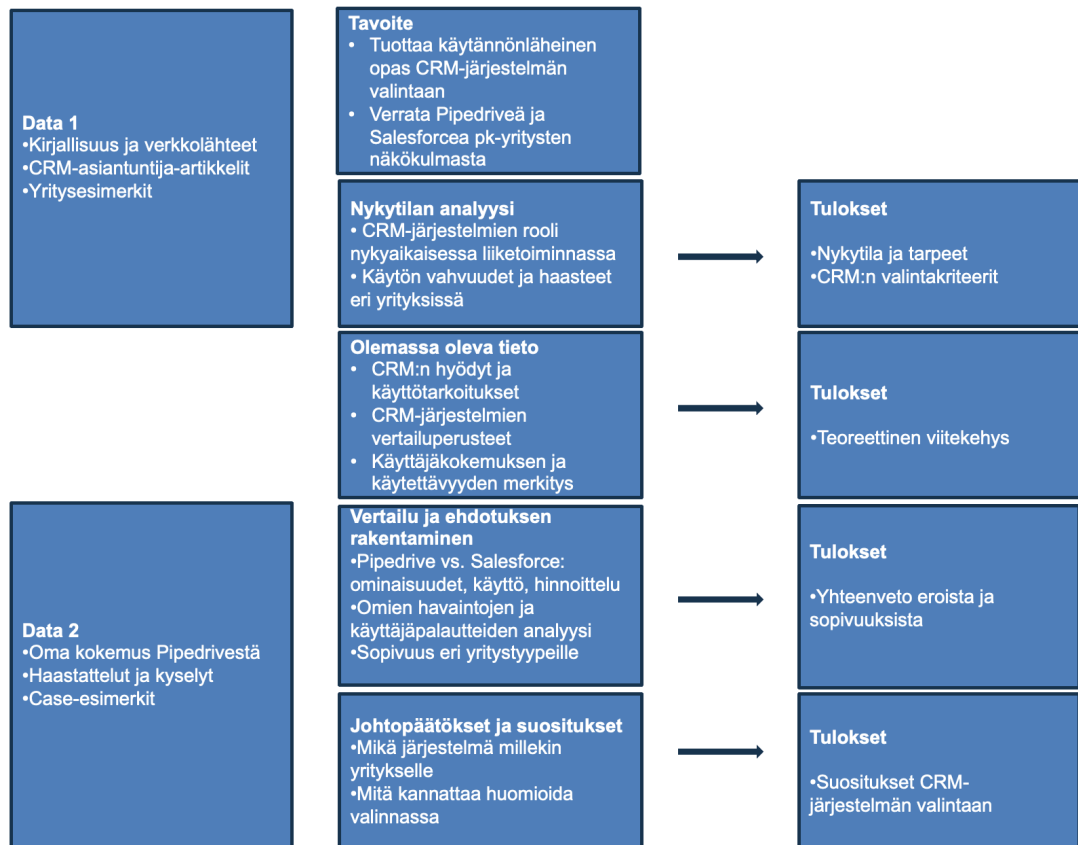
Opinnäytetyön aikataulu oli tiivis ja suunnitelmallinen. Työ käynnistyi maaliskuun lopulla aiheen tarkentamisella ja rakenteen luonnilla. Varsinainen teoriataustan tutkimus ja kirjallisuuteen perehtyminen toteutettiin huhtikuun aikana, jolloin muodostui myös työn viitekehys ja johdanto-osuus.

Empiirinen osuus toteutettiin viikolla 17, jolloin kerättiin käyttäjäkokemuksia kyselyiden ja haastattelujen avulla. Samalla viikolla tehtiin myös aineiston analysointi ja vertailun rakentaminen.

2.1 Tutkimusprosessikaavio

Tutkimusprosessi etenee vaiheittain ja perustuu teorian ja käytännön yhdistämiseen. Kuvan 1 kaavio esittää tutkimuksen etenemisen tavoitteesta loppupäätelmiin saakka. Prosessi sisältää nykytilan analyysin, teoreettisen viitekehysten muodostamisen, vertailun rakentamisen, käyttäjäkokemusten keräämisen ja lopuksi johtopäätösten ja suositusten laatimisen.

Kaaviossa kuvataan myös eri aineistojen käyttö eri vaiheissa. Kokonaisuus rakentuu tiedonhankinnasta, analyysistä ja johtopäätöksistä, joita ohjaa alusta asti käytännönläheinen tavoite: tuottaa hyödyllinen opas CRM-järjestelmän valintaan.



Kuva 1 Tutkimussuunitelma

2.2 Aineistonkeruu ja analyysi

Tämän työn aineisto on kerätty kolmella eri tavalla. Ensinnäkin taustatietoa on koottu teoreettisista lähteistä, kuten kirjallisuudesta, artikkeleista ja verkkomateriaaleista, jotka käsittelevät CRM-järjestelmiä, niiden hyötyjä ja vertailunäkökulmia. Toiseksi olen hyödyntänyt omia käytännön kokemuksiani Pipedriven käytöstä työelämässä, mikä toi tutkimukseen konkreettista näkökulmaa järjestelmän toiminnasta arjessa. Kolmantena kokonaisuutena keräsin empiiristä aineistoa haastattelujen avulla. Haastatteluista sain arvokasta palautetta henkilöiltä, jotka käyttävät joko Pipedriveä tai Salesforcea. Aineisto jaoteltiin keskeisiin teemoihin, kuten käytettävyyteen, ominaisuuksiin, hinnoitteluun ja skaalautuvuuteen. Näiden teemojen pohjalta rakentui järjestelmien välinen vertailu, joka on yhteydessä työn teoreettiseen viitekehukseen ja järjestelmien esittelyyn.

3 CRM-järjestelmät ja valintaan vaikuttavat tekijät

Asiakkuudenhallintajärjestelmät (CRM, Customer Relationship Management) ovat vakiinnuttaneet asemansa keskeisenä osana nykyaikaista liiketoimintaa. Ne eivät enää ole ainoastaan suuryritysten käytössä, vaan myös pk-yritykset hyödyntävät niitä yhä enemmän. CRM-järjestelmä auttaa yrityksiä hallitsemaan asiakassuhteitaan tehokkaammin, kokoamaan asiakastiedot yhteen paikkaan ja tehostamaan myynnin, markkinoinnin ja asiakaspalvelun toimintaa. (Peek 2023.)

Tässä luvussa tarkastellaan ensin, mitä CRM-järjestelmällä tarkoitetaan ja miksi se on tärkeä osa yrityksen toimintaa. Tämän jälkeen perehdytään siihen, millaisia tarpeita yrityksillä voi olla järjestelmää valitessaan sekä siihen, mitä asioita vertailussa kannattaa erityisesti ottaa huomioon. Luvun tavoitteena on antaa lukijalle kattava kokonaiskuva siitä, mitä CRM-järjestelmän valinta- ja arviointiprosessissa tulisi huomioida, jotta järjestelmä palvelee yrityksen liiketoimintaa parhaalla mahdollisella tavalla.

3.1 Mikä on CRM ja miksi se on tärkeä?

Asiakkuudenhallinta (CRM) on liiketoimintamalli, jonka ideana on auttaa yrityksiä hallitsemaan asiakassuhteita mahdollisimman tehokkaasti ja pitkäjänteisesti. CRM tulee sanoista Customer Relationship Management, ja sen tarkoitus on saada asiakastieto hyötykäyttöön niin, että se tukee yrityksen omia tavoitteita. Eli CRM ei ole pelkästään järjestelmä tai ohjelma, vaan siihen kuuluu myös kaikki strategiat, käytännöt ja tavat, miten asiakkaita käsitellään ja miten tietoa heistä hyödynnetään. (Buttle & Maklan 2019.)

CRM:n merkitys on kasvanut etenkin digitalisaation takia. Nykyään asiakkaat ovat vaativampia kuin ennen, ja he odottavat nopeaa ja yksilöllistä palvelua, joka toimii samanlaisena kaikkialla, olipa kyseessä verkkokauppa tai asiakaspalvelu. CRM-järjestelmien avulla yritykset pystyy seuraamaan

asiakasvuorovaikutuksia, keräämään kaiken asiakastiedon yhteen ja hyödyntämään sitä palvelun ja asiakastyytyvyyden parantamiseen. (Buttle & Maklan 2019.)

CRM ei kuitenkaan ole hyödyksi pelkästään asiakaspalvelussa. Se auttaa myös yrityksen sisäisiä prosesseja toimimaan paremmin. Kun asiakastiedot ovat yhdessä paikassa, eri osastot (esim. myynti, markkinointi ja asiakaspalvelu) voivat käyttää niitä sujuvasti. Tämä helpottaa yhteistyötä ja säästää aikaa, kun ei tarvitse etsiä tietoa useista paikoista. (Buttle 2008.)

Hyvin toimiva CRM auttaa myös siinä, että asiakkaita voidaan jakaa ryhmiin (eli segmentteihin) ja tarkastella heidän ostokäyttäytymistään. Kun tiedetään, mitä asiakas yleensä ostaa ja milloin, voidaan tarjota juuri oikeita tuotteita oikeaan aikaan. Näin yritys pystyy parantamaan asiakastyytyvyyttä ja lisäämään asiakasuskollisuutta. (Buttle 2008.)

Pienille ja keskisuurille yrityksille (pk-yritykset) CRM on erityisen tärkeä, koska niillä ei yleensä ole isoja resursseja käytössä. CRM voi automatisoida paljon asioita, mikä säästää aikaa ja rahaa, mutta samalla asiakaspalvelun laatu paranee. Tämän takia CRM:n käyttö on pk-yrityksille hyvä keino kasvattaa liiketoimintaa ja pysyä kilpailussa mukana. (Buttle & Maklan 2019.)

CRM on tärkeä osa yrityksen liiketoimintaa. Se ei ole pelkkä tekninen järjestelmä, vaan kokonaisvaltainen toimintamalli. Se auttaa asiakassuhteiden hoidossa, kilpailukyvyn parantamisessa ja liiketoiminnan kehittämisessä varsinkin nykyaikana, missä asiakkaat odottavat nopeaa ja yksilöllistä palvelua. (Buttle & Maklan 2019; Buttle 2008.)



Source: ascendix.com



Kuva 2 Core CRM Features (Ascendix 2023.)

3.2 Yritysten tarpeet CRM-järjestelmää valitessa

CRM-järjestelmän valinta on yritykselle iso päätös, joka vaikuttaa suoraan siihen, miten hyvin asiakkuuksia pystytään hallitsemaan ja miten tehokkaasti arjen prosessit toimivat. Ennen kuin lähtee valitsemaan mitään järjestelmää, pitää olla selkeä kuva omista tarpeista ja tavoitteista. Eli käytännössä kannattaa tutkia, missä tällä hetkellä on haasteita ja mitä halutaan kehittää. Esimerkiksi myynnillä voi olla tarve saada selkeämmät työkalut liidien hallintaan, kun taas asiakaspalvelu voi hyötyä järjestelmästä, josta näkee helposti kaiken asiakastiedon ja aiemmat yhteydenotot. (Peek 2023.)

Yrityksen koko ja toimiala vaikuttaa toki siihen, millainen järjestelmä sopii, mutta tärkeää on myös miettiä, ketkä järjestelmää oikeasti käyttävät. Yleensä CRM:ää käyttävät myynti, markkinointi ja asiakaspalvelu ja jokainen vähän eri näkökulmasta. Siksi valitun järjestelmän pitää toimia näiden kaikkien tarpeisiin. Samalla kannattaa katsoa, miten hyvin CRM saadaan yhdistettyä nykyisiin ohjelmiin, kuten sähköposteihin, asiakasportaaleihin tai somekanaviin. (Buttle & Maklan 2019.)

Yksi tärkeimmistä asioista on budjetti. CRM-järjestelmien hinnat vaihtelevat erittäin paljon, ja on tärkeää valita sellainen, joka tarjoaa juuri ne tarvittavat ominaisuudet ilman, että maksaa liikaa. Pitää muistaa ottaa huomioon myös lisäkulut, kuten käyttöönotto, koulutus ja mahdolliset lisenssimaksut. Usein toimittajilla on erilaisia paketteja ja hintavaihtoehtoja, joten niitä kannattaa vertailla. (Peek 2023.)

Järjestelmän käyttö ei saa olla hankalaa. On tärkeää, että työntekijät oppivat käyttämään CRM:ää nopeasti ja helposti. Muuten koko järjestelmä jää helposti hyödyntämättä. Siksi kannattaa myös tarkistaa, tarjoaako toimittaja koulutusta ja tukea käyttöönoton yhteydessä. (Majka 2025.)

Yksi asia, mikä helposti unohtuu, on tulevaisuus. Yritykset kehittyvät, ja niin pitää CRM:nkin. Siksi valittavan järjestelmän pitää olla sellainen, joka kasvaa yrityksen mukana eli että siihen saa lisäominaisuuksia ja se toimii uusien työkalujen kanssa myöhemminkin. (Majka 2025.)

Hyvän CRM-järjestelmän valinta vaatii suunnittelua ja oman tilanteen tarkkaa miettimistä. Kun valinta osuu kohdilleen, järjestelmä voi helpottaa arkea monella tavalla: asiakkuuksien hallinta paranee, prosessit nopeutuvat ja koko yrityksen toiminta menee tehokkaammin eteenpäin.

3.3 Mihin asioihin kannattaa kiinnittää huomioita vertailussa?

CRM-järjestelmän valinta on todella tärkeä päätös yritykselle, koska se vaikuttaa suoraan siihen, miten asiakastietoa hallitaan, millainen asiakaskokemus saadaan aikaan ja kuinka tehokkaasti liiketoimintaprosessit toimivat. Jotta osataan valita sopiva järjestelmä, pitää ensin miettiä omat tarpeet ja tavoitteet, mutta myös verrata eri järjestelmien ominaisuuksia ja sitä, miten ne sopivat yrityksen omaan toimintatapaan ja kulttuuriin. (Cieciora, Bolkunow, Pietrzak ja Gago 2020.)

Yksi tärkeimmistä asioista on käytettävyys. CRM:n pitää olla selkeä ja helppo käyttää, muuten sitä ei oteta kunnolla käyttöön. Jos järjestelmä on hankala tai sen opettelu vie paljon aikaa, voi käydä niin, että se jää vain osittain käyttöön eikä palvele koko organisaatiota. (Reicher & Szeghegyi 2016.)

Toiminnallisuus on toinen asia, johon kannattaa kiinnittää huomiota. Eri osastoilla on omat tarpeensa. Esimerkiksi myynnille on tärkeää kontaktien ja kauppojen hallinta, kun taas markkinoinnissa tarvitaan automaatiota ja asiakasryhmien eli segmenttien käsittelyä. Siksi on hyvä valita järjestelmä, jossa on mahdollisuus laajentaa ja muokata toimintoja tarpeen mukaan. (Cieciora, Bolkunow, Pietrzak ja Gago 2020; Reicher & Szeghegyi 2016.)

Integraatiot ovat myös tärkeä osa CRM:ää. Hyvä järjestelmä toimii sujuvasti yhteen muiden työkalujen kuten sähköpostin kalenterien markkinointialustojen tai vaikka ERP-järjestelmien kanssa. Näin tieto liikkuu helposti eikä jää piiloon eri osastojen tai järjestelmien väliin. (Reicher & Szeghegyi 2016.)

Yrityksen kannattaa miettiä myös, kuinka skaalautuva järjestelmä on. Jos yritys kasvaa, niin CRM:n täytyy kasvaa mukana. On hyvä valita järjestelmä, jota voi laajentaa ilman, että siihen täytyy heti tehdä isoja ja kalliita muutoksia. (Cieciora, Bolkunow, Pietrzak ja Gago 2020.)

Viimeinen mutta usein tärkein asia on hinta. CRM-järjestelmien hinnoissa on isoja eroja. Osa maksaa käyttäjien määrän mukaan ja toiset sen mukaan, mitä toimintoja käyttää. Kannattaa muistaa myös kaikki piilokulut kuten koulutus, tukipalvelut, integraatiot tai päivitykset. (Cieciora, Bolkunow, Pietrzak ja Gago 2020.)

CRM:n valinta ei ole pelkkää tekniikkaa vaan siihen liittyy koko yrityksen, strategia ja tapa toimia. Kun nämä asiat otetaan huomioon ja järjestelmää vertaillaan huolella, voidaan löytää ratkaisu, joka aidosti tukee yrityksen kasvua ja toiminnan kehittämistä pitkällä aikavälillä.

4 Pipedrive ja Salesforce

CRM-järjestelmiä on markkinoilla todella paljon, mutta kaksi järjestelmää nousee usein esiin: Pipedrive ja Salesforce. Molemmat ovat suosittuja niin pienissä kuin isoissakin yrityksissä, ja niitä käytetään monilla eri toimialoilla. Tämän luvun tarkoitus on vertailla näitä kahta järjestelmää keskeisten ominaisuuksien, hinnan ja käytettävyyden kannalta. Vaikka molemmat sopivat asiakkuuksien hallintaan, ne eroavat toisistaan esimerkiksi siinä, mille käyttäjäryhmille ne on suunnattu, kuinka hyvin ne skaalautuvat ja millainen käyttökokemus niissä on.

Tavoitteena on auttaa lukijaa hahmottamaan, millaisiin tarpeisiin Pipedrive tai Salesforce sopii ja mitä kannattaa miettiä, kun valitsee järjestelmää omaan yritykseen. Molemmista järjestelmistä käydään läpi tärkeimmät ominaisuudet ja mahdolliset lisätoiminnot omissa alaluvuissaan.

Lisäksi mukaan tulee käytännön case-esimerkkejä, joissa näytetään, miten näitä järjestelmiä on otettu käyttöön eri yrityksissä ja mitä hyötyä niistä on saatu. Näiden avulla on helpompi hahmottaa, miten järjestelmä oikeasti toimii arjessa.

4.1 Pipedrive

Pipedrive on CRM-järjestelmä, joka keskittyy nimenomaan myynnin hallintaan. Se on tehty pienille ja keskisuurille yrityksille, jotka haluavat selkeän ja helppokäyttöisen työkalun ilman, että tarvitsee olla tekninen osaaja. Pipedrivessa on panostettu siihen, että käyttöliittymä on visuaalinen, yksinkertainen ja nopeasti omaksuttava. Siksi se on monille yrityksille hyvä vaihtoehto, kun halutaan ottaa CRM käyttöön helposti ja tehokkaasti. (Pipedrive 2025; Mukherjee 2025.)

Yksi Pipedriven parhaita puolia on sen visuaalinen myyntiputkinäkymä eli pipeline view. Sen avulla näkee helposti, missä vaiheessa eri kaupat ja asiakkuudet menevät. Tällainen näkymä helpottaa myynnin seuraamista ja auttaa pysymään ajan tasalla. Mukana on myös paljon automaatioita, muistutuksia ja analytiikkaa, joilla voi seurata tiimin toimintaa ja ennakoida tulevia myyntejä. (Pipedrive 2025.)

Pipedrive saa kiitosta myös siitä, että se integroituu sujuvasti monien muiden järjestelmien kanssa. Se toimii hyvin esimerkiksi Google Workspacen, Outlookin, Slackin, Zoomin ja Zapierin kanssa. Tämä helpottaa arkea, kun tiedot liikkuvat sovellusten välillä ilman, että tarvitsee jatkuvasti vaihtaa järjestelmästä toiseen. (Mukherjee 2025.)

Kaiken kaikkiaan Pipedrive sopii yrityksille, jotka arvostavat selkeyttä, nopeaa käyttöönottoa ja käytännöllisiä toimintoja. Se ei ole yhtä laaja ja muokattava kuin isommat CRM-alustat kuten Salesforce, mutta tarjoaa erinomaista vastinetta niille, joiden fokus on erityisesti myynnin hallinnassa.

4.1.1 Ominaisuudet ja integraatiot

Pipedrive on tehty nimenomaan myyntitiimeille, ja yksi sen iso vahvuus on visuaalinen ja selkeä käyttöliittymä. Se tekee myyntiprosessin hallinnasta helpompaa ja arjen työstä sujuvampaa. Järjestelmässä voi helposti muokata omia

myyntiputkia, luoda automaattisia tehtäviä ja käyttää erilaisia raportteja, joista näkee esimerkiksi myynnin edistymisen tai tiimin tulokset. (Pipedrive 2025; Mukherjee 2025.)

Pipedrive toimii yli 500 eri sovelluksen kanssa, eli se integroituu hyvin esimerkiksi Slackin, Microsoft Teamsin, Outlookin, Google Workspacen ja Zoomin kanssa. Lisäksi siinä on avoin API ja tuki Zapierille, mikä tarkoittaa sitä, että järjestelmää voi muokata ja automatisoida vielä enemmän yrityksen omien tarpeiden mukaan. (Pipedrive 2025.)

Yksi merkittävä lisäominaisuus on mobiilisovellus, joka toimii sekä iPhone- että Android-laitteilla. Sen avulla voi hoitaa asiakastietoja, myyntiputkea ja tehtäviä ihan missä vaan, vaikka kentällä tai matkalla. Sovelluksessa voi lisätä muistiinpanoja, aikatauluttaa tehtäviä ja seurata myyntimahdollisuuksia reaaliajassa, mikä tekee työnteosta joustavampaa erityisesti silloin, kun ei olla toimistolla. (Pipedrive 2025.)

The screenshot displays the Pipedrive CRM interface. At the top, there is a search bar labeled 'Search Pipedrive' and a user profile for 'Phyllis Yang' from 'Silicon Links Inc'. The main area shows a sales pipeline with six stages: 'Qualified' (10,000 \$, 4 deals), 'Contact Made' (5,350 \$, 3 deals), 'Demo Scheduled' (3,100 \$, 2 deals), 'Proposal Made' (2,700 \$, 1 deal), and 'Negotiations Started' (4,200 \$, 2 deals). Each stage contains deal cards with details like company names and values. A task popup is open over the 'Contact Made' stage, listing 'Pitch meeting preparation' and 'First pitch' for tomorrow, with a 'Schedule an activity' option at the bottom.

Kuva 3 Pipedrive-käyttöliittymä (Pipedrive 2025.)

4.1.2 Hinnoittelu ja lisenssit

Pipedrive tarjoaa viisi eri hintatasoa, jotka on tehty palvelemaan erikokoisia ja eri tarpeisia yrityksiä. Hinnoittelu menee käyttäjäkohtaisesti, ja maksut maksetaan joko kuukausittain tai vuosittain.

- Essential (14 €/kk per käyttäjä, vuosilaskutuksella): Tämä on Pipedriven peruspaketti. Mukana on perusominaisuudet kuten liidien ja kauppojen hallinta, visuaalinen myyntiputki ja perusraportit. Sopii hyvin pienille tiimeille, jotka lähtevät CRM:n käyttöön ensimmäistä kertaa.
- Advanced (39 €/kk per käyttäjä): Tässä paketissa on mukana sähköpostin synkronointi, viestipohjat, seurantatoiminnot ja myyntiprosessin automaatioita. Tämä on hyvä vaihtoehto, jos haluaa selkeää tehostusta myyntiin.
- Professional (49 €/kk per käyttäjä): Tällä tasolla saa käyttöön tekoälyavusteisen myyntiassistentin, sopimusten hallinnan, sähköiset allekirjoitukset ja ennusteet myynneistä. Tämä on suunniteltu tiimeille, jotka hyödyntävät dataa aktiivisesti päätöksenteossa.
- Power (64 €/kk per käyttäjä): Tuo mukanaan projektinhallintaa, kehittyneempiä käyttöoikeuksia ja 24/7-puhelintuen. Se sopii tiimeille, joilla on vähän enemmän liikkuvia osia hallittavana.
- Enterprise (99 €/kk per käyttäjä): Kaikkein kattavin vaihtoehto. Täysi pääsy kaikkiin toimintoihin, lisäturvaa ja reilusti mukautusmahdollisuuksia. Hyvä isoille yrityksille, joilla on tarkat vaatimukset. (Pipedrive 2025.)

Lisäksi Pipedriveen saa ostettua lisäosia esimerkiksi näihin tarkoituksiin:

- LeadBooster liidien keruuseen
- Web Visitors verkkosivukävijöiden seurantaan
- Campaigns sähköpostimarkkinointiin
- Smart Docs dokumenttien hallintaan ja allekirjoittamiseen.

Nämä lisäosat laajentavat järjestelmää ja sopii hyvin yrityksille, jotka haluavat kehittää asiakashankintaa tai markkinointia. Pipedrive tarjoaa myös 14 päivän

ilmaisen kokeilujakson, joten eri paketteja voi testata käytännössä ennen päätöksen tekoa. (Pipedrive 2025.)

4.1.3 Käytettävyys

Pipedrive on suunniteltu juuri myyntitiimien tarpeisiin, ja sen käyttöliittymä on erittäin helppo hahmottaa. Visuaalinen myyntiputkinäkymä toimii vetämällä ja pudottamalla, eli käyttäjä voi siirtää diilejä vaiheesta toiseen ilman mitään monimutkaisia valikoita. Näin pysyy koko ajan kartalla siitä, missä asiakkuudet menevät ja mitä pitää tehdä seuraavaksi.

Käyttökokemusta parantaa myös se, että Pipedrivessa on hyviä automaatiotyökaluja, joilla voi hoitaa toistuvat tehtävät helposti. Esimerkiksi muistutukset ja tehtävien luonti hoituvat automaattisesti, mikä säästää aikaa ja vähentää manuaalista työtä. Lisäksi järjestelmä tekee reaaliaikaisia raportteja ja ennusteita, jotka auttavat myyntitiimejä tekemään päätöksiä datan perusteella. (Mukherjee 2025.)

Käyttäjäkokemukset Pipedrivesta on yleisesti ottaen positiivisia. Moni kehuu sen selkeyttä ja sitä, miten hyvin se tukee myyntiprosessia. Joitain käyttäjiä on kuitenkin harmittanut se, että markkinointityökalut ovat rajalliset ja järjestelmän muokkaaminen voisi olla joustavampaa. (Gunn 2024.)

Yhteenvetona voi sanoa, että Pipedrive on todella hyvä vaihtoehto pienille ja keskisuurille yrityksille, jotka haluavat selkeän tehokkaan ja nopeasti käyttöön otettavan CRM:n erityisesti myynnin hallintaan.

4.2 Salesforce

Salesforce on maailmanlaajuisesti tunnettu ja laajasti käytetty CRM-alusta. Se tarjoaa kattavan työkalupakin myynnin, markkinoinnin ja asiakaspalvelun

hallintaan. Koska se toimii pilvipohjaisesti, järjestelmää voi käyttää mistä tahansa laitteesta ja sijainnista käsin. Tämä tekee siitä erittäin houkuttelevan etenkin suurille ja kasvaville yrityksille. (Salesforce 2025; iTechCloud 2025.)

Salesforce erottuu muista siinä, että se on äärimmäisen muokattava järjestelmä. Siinä on paljon valmiita integraatioita muihin ohjelmistoihin ja lisäksi mukana on kehittyneet tekoälyominaisuudet kuten Einstein GPT, joka käyttää generatiivista tekoälyä esimerkiksi asiakaspalvelun ja myynnin tehostamiseen. (Salesforce 2025.)

Sen ydinominaisuuksiin kuuluu kontaktien ja asiakkuuksien hallinta, myyntiputken seuraaminen, automatisoidut työnkulut, raportointi ja analytiikka sekä työkalut asiakaspalvelun hoitamiseen. Lisäksi Salesforce tarjoaa valtavan määrän lisäosia ja sovelluksia omasta AppExchange-markkinapaikastaan. Näiden avulla järjestelmää voi laajentaa ja muokata juuri oman yrityksen tarpeiden mukaan. (Salesforce 2025.)

Seuraavissa osioissa käydään tarkemmin läpi, mitä kaikkea Salesforce oikeasti sisältää, miten se integroituu muihin järjestelmiin, paljonko se maksaa ja milaista sen käyttäminen on käytännössä.

4.2.1 Ominaisuudet ja integraatiot

Salesforce on todella monipuolinen CRM-alusta ja siitä löytyy laaja valikoima työkaluja myynnin, markkinoinnin ja asiakaspalvelun hallintaan. Sen keskeisiä ominaisuuksia on esimerkiksi kontaktien ja liidien hallinta eli järjestelmään saa tallennettua asiakastiedot kuten yhteystiedot vuorovaikutushistorian ja sosiaalisen median tiedot. Tämä antaa myyntitiimille kokonaiskuvan asiakkaasta ja auttaa rakentamaan vahvempia asiakassuhteita. (Salesforce 2025.)

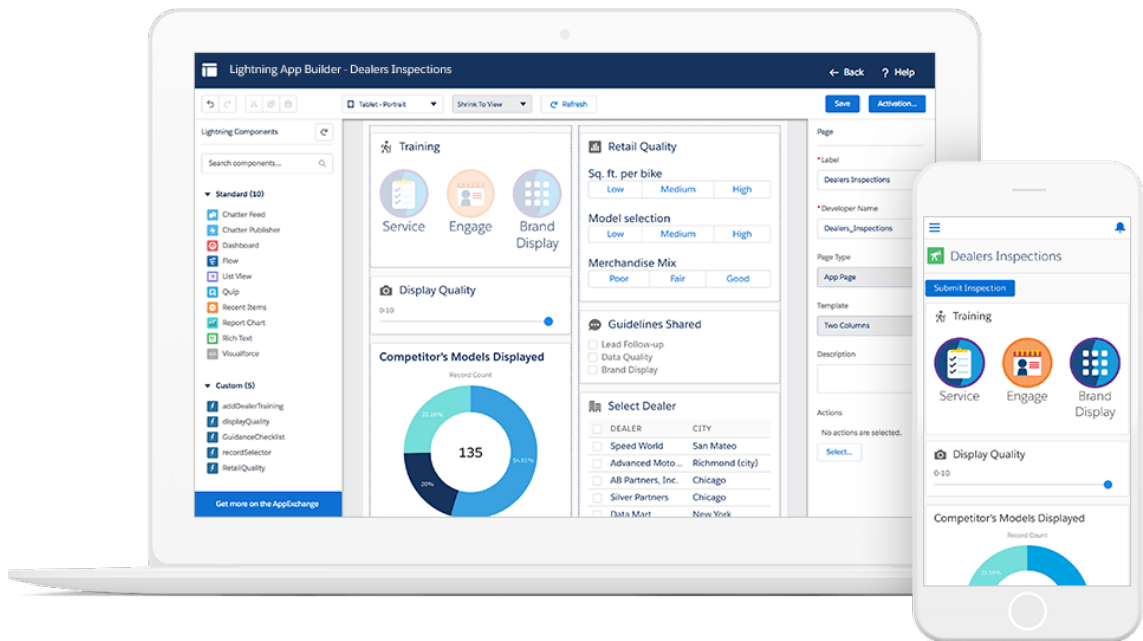
Salesforcella pystyy seuraamaan myyntiputkea tarkasti ja tekemään ennusteita tulevista kaupoista. Järjestelmä näyttää, missä vaiheessa mikäkin myyntimahdollisuus menee ja auttaa tekemään päätöksiä datan pohjalta. (Salesforce 2025.)

Yksi Salesforcen vahvuuksista on sen tekoäly eli Einstein GPT. Tämän avulla voi automatisoida työnkulkua, persoonallistaa asiakasviestintää ja hyödyntää ennakoivaa analytiikkaa. Se tehostaa niin myyntiä kuin asiakaspalvelua. (Salesforce 2025.)

Salesforcesta löytyy myös kattavat raportointi- ja analytiikkatyökalut, joiden avulla voi seurata esimerkiksi tiimien suorituskykyä ja tunnistaa trendejä. Näistä saa hyvää pohjaa strategiseen päätöksentekoon. (Salesforce 2025.)

Salesforce tunnetaan myös laajoista integraatiomahdollisuuksista. AppExchange-markkinapaikassa on yli 2500 sovellusta, joita voi lisätä järjestelmään omien tarpeiden mukaan. Yleisimpiä integraatioita on esimerkiksi Slack, jonka avulla voi tuoda CRM-tiedot suoraan keskusteluihin ja helpottaa tiimityötä. LinkedIn Sales Navigator auttaa myyntitiimiä löytämään ja seuraamaan potentiaalisia asiakkaita tehokkaammin. ActiveCampaignin avulla voi hallita markkinointia ja sähköpostikampanjoita suoraan Salesforcesta, mikä taas parantaa viestintää ja asiakassitoutumista. (Salesforce 2025.)

Lisäksi Salesforce tarjoaa avoimen API-rajapinnan ja MuleSoft-integraatioalustan, joiden avulla voi rakentaa täysin omiin tarpeisiin räätälöityjä ratkaisuja. Tämä tekee Salesforcesta joustavan alustan joka skaalautuu ja mukautuu monenlaisiin liiketoimintoihin. (Salesforce 2025.)



Kuva 4 Salesforce-käyttöliittymä (Salesforce 2025.)

4.2.2 Hinnoittelu ja lisenssit

Salesforce tarjoaa useita eri hintatasoja, jotka on suunniteltu sopimaan erikokoisille yrityksille ja erilaisiin tarpeisiin. Hinta määräytyy käyttäjien määrän mukaan, ja laskutuksen voi valita kuukausittain tai vuosittain. (Salesforce 2025.)

Starter Suite maksaa 25 euroa käyttäjältä kuukaudessa. Se on hyvä peruspaketti, jossa ovat mukana kaikki olennaiset toiminnot kuten kauppohen hallinta, kontaktien ja liidien seuranta sekä sähköpostimarkkinointi. Tämä sopii hyvin pienille tiimeille, jotka aloittavat CRM:n käytön.

Pro Suite maksaa 100 euroa käyttäjältä kuukaudessa ja siinä tulee mukana vähän edistyneempiä toimintoja. Tähän kuuluu esimerkiksi myyntiennusteet räätälöidyt raportit ja kojelaudat sekä pääsy AppExchangen sovelluksiin.

Enterprise-taso maksaa 165 euroa käyttäjältä kuukaudessa. Tämä paketti tarjoaa laajat muokkausmahdollisuudet pääsyn ohjelmointirajapintoihin eli API:n

sekä kehittyneitä automaatiotyökaluja. Tämä sopii hyvin isommille tiimeille, jotka tarvitsevat enemmän hallittavuutta ja toiminnallisuutta.

Unlimited maksaa 330 euroa kuukaudessa per käyttäjä. Se sisältää kaiken, mitä Enterprise tarjoaa, mutta mukaan tulee myös rajoittamaton tuki, laajennetut mukautusvaihtoehdot ja pääsy kaikkiin Salesforce-ominaisuuksiin.

Einstein 1 Sales on kallein vaihtoehto ja maksaa 500 euroa käyttäjältä kuukaudessa. Se sisältää kaikki Unlimited-tason toiminnot ja sen lisäksi kehittyneet tekoälyominaisuudet kuten generatiivisen tekoälyn suorituskyvyn hallinnan ja työkalut tiimityöhön.

Lisäksi Salesforce tarjoaa paljon erilaisia lisäosia ja laajennuksia kuten AppExchange-sovelluksia. Näiden hinnat vaihtelevat ja niitä voi käyttää järjestelmän laajentamiseen tai räätälöintiin yrityksen omien tarpeiden mukaan. (Salesforce 2025.)

4.2.3 Käytettävyys

Salesforcen käyttöliittymä on suunniteltu niin, että se tukee erityisesti suuria ja monimutkaisia organisaatioita. Koska järjestelmä toimii pilvessä, siihen pääsee käsiksi mistä tahansa laitteesta, mikä tekee Salesforcesta toimivan ratkaisun etätööhön ja liikkuvaan työhön. Salesforce Lightning on moderni ja selkeä käyttöliittymä, joka tekee navigoinnista ja tehtävien hoitamisesta aika suoraviivaista. Yritykset voi myös muokata näkymää vapaasti omiin tarpeisiin sopivaksi, mikä auttaa siinä, että käyttö tuntuu aidosti omalta. (Salesforce 2025.)

Salesforcella on myös mobiilisovellus, joka toimii niin iOS- kuin Android-laitteilla. Sovelluksella voi hallita asiakastietoja ja myyntiputkea vaikka tien päältä. Siellä onnistuu esimerkiksi muistiinpanojen lisääminen tehtävien aikataulutusta ja diilien seuraaminen reaaliajassa eli käytännössä samat ominaisuudet kuin työpöytä-versiossakin. (Salesforce 2025.)

Käyttäjien palautteiden mukaan Salesforce on todella monipuolinen ja tehokas järjestelmä, mutta sen laajuus voi alussa tuntua haastavalta. Erityisesti pienemmillä yrityksillä käyttöönotto voi vaatia aikaa ja kunnon perehdytystä. Mutta kun järjestelmä saadaan kunnolla käyttöön ja käyttäjät tietävät, miten se toimii, siitä saa irti erittäin paljon tehoa asiakkuudenhallintaan ja liiketoiminnan kehittämiseen. (Nanning 2025.)

4.3 Case-esimerkit järjestelmien käyttöönotosta

HoorayHR on hollantilainen ohjelmistoyritys, joka tekee HR-työkaluja pienille ja keskisuurille firmoille. Ennen kuin he ottivat CRM-järjestelmän käyttöön, myyntiprosessit olivat pitkälti manuaalisia ja liidien seuranta oli vähän hajanaista. Tämä johti siihen, että asiakkaisiin ei ehditty olla yhteydessä ajoissa, mikä vaikutti suoraan myynnin tuloksiin. (Pipedrive2 2025.)

Ratkaisuksi HoorayHR otti käyttöön Pipedriven. Sen visuaalinen myyntiputkinäkymä ja automatisoidut työkulut tekivät prosessista paljon selkeämmän ja tehokkaamman. Yritys käytti myös raportointiominaisuuksia apuna suorituskyvyn seuraamisessa. Käyttöönoton jälkeen liidien käsittelyaika väheni yli 60 prosenttia ja kaupat saatiin maaliin kaksinkertaisella nopeudella aikaisempaan verrattuna. (Pipedrive2 2025.)

Tämä case näyttää hyvin sen, että kevyt ja helposti käyttöön otettava CRM, kuten Pipedrive voi todella tuoda ison hyödyn pienelle organisaatiolle ilman, että tarvitaan raskasta teknistä alustaa.

Toinen esimerkki tulee kansainvälisesti tunnetulta yliopistolta, joka kamppaili opiskelijarekrytoinnin ja alumnisuhteiden hallinnan kanssa. Tieto oli hajallaan ja manuaaliset prosessit veivät paljon aikaa ja resursseja. Jotta saatiin kaikki toimimaan tehokkaammin, yliopisto päätti ottaa käyttöön Salesforcen. (Forsys Inc.)

Salesforcen avulla he pystyivät automatisoimaan myyntiprosesseja ja hyödyntämään kampanjatyökaluja, jotka paransivat rekryointikampanjoiden vaikuttavuutta. Järjestelmän hyvä raportointi ja käyttäjäystävällinen käyttöliittymä helpottivat myös henkilöstön arkea. Tuloksena myyntituottavuus nousi 25 prosenttia, ja viestintä sidosryhmien kanssa muuttui paljon kohdennetummaksi ja helpommin mitattavaksi. (Forsys Inc.)

Tämä case puolestaan näyttää, miten monipuolinen ja muokattava järjestelmä kuten Salesforce voi ratkaista isoja tiedonhallinnan ja vuorovaikutuksen haasteita erityisesti organisaatioissa, joissa on paljon liikkuvia osia ja eri sidosryhmiä.

5 Käyttökokemuksia

Käyttökokemukset ovat tärkeä osa CRM-järjestelmien arviointia, koska ne kertovat, miten järjestelmät toimivat oikeasti arjessa eikä vain paperilla. Tässä luvussa käydään läpi minun omia kokemuksiani Pipedrivestä, jota käytän päivittäin työssä. Lisäksi mukana on muiden käyttäjien näkemyksiä ja haastatteluihin perustuva analyysi, jossa nostetaan esiin tärkeimmät asiat, jotka liittyvät käytettävyyteen, ominaisuuksiin, hinnoitteluun ja skaalautuvuuteen.

Tarkoitus on tuoda esiin sekä ne kohdat, missä järjestelmät toimivat hyvin, että myös ne, missä on vielä parannettavaa käyttäjän näkökulmasta. Näiden kokemusten avulla on helpompi ymmärtää millaisiin yrityksiin eri järjestelmät sopii ja mitä asioita kannattaa miettiä ennen kuin tekee lopullisen valinnan.

5.1 Oma kokemus Pipedrivestä

Olen käyttänyt Pipedriveä aktiivisesti noin vuoden ajan osana meidän myyntitiimiä. Se on ollut keskeinen työkalu asiakkuuksien hallinnassa, liidien läpikäymisessä ja sähköpostiviestinnässä. Meillä se on ollut käytössä päivittäin, ja sen myötä koko myyntiprosessi on selkeytynyt huomattavasti.

Käyttöönotto sujui erittäin hyvin. Ensivaikutelma oli positiivinen, koska Pipedrive oli heti alusta asti selkeä ja helppokäyttöinen. Muutaman tunnin koulutuksella pääsin hyvin alkuun ja sen jälkeen tutkin itse lisää järjestelmän ominaisuuksia. Kaikki tarvittava löytyi helposti ja muutamassa päivässä osasin hyödyntää sen toimintoja sujuvasti työssäni.

Käytän Pipedriveä asiakassuhteiden hallintaan ja dokumentointiin eli kirjaan kaikki asiakaskohtaamiset järjestelmään olivat ne sitten puheluita, viestejä tai sähköposteja. Oma suosikki ominaisuus on sähköposti-integraatio. Sähköpostit tallentuvat suoraan asiakkaan kortille, jolloin koko tiimi näkee, mitä keskusteluja on jo käyty. Se auttaa välttämään turhia päällekkäisiä yhteydenottoja ja tekee asiakaskokemuksesta paljon yhtenäisemmän.

Järjestelmä on toiminut meillä erittäin hyvin. Me näemme selkeästi, kuka vastaa mistäkin diilistä. Tämä on auttanut välttämään tilanteita, missä useampi myyjä olisi ollut yhteydessä samaan asiakkuuteen. Pipedrive on myös mukautettu meidän tiimin tarpeisiin eikä olla nähty tarvetta vaihtaa toiseen järjestelmään.

Käytän Pipedriveä yhdessä muiden työkalujen kanssa kuten Slackin, Gmailin ja kalenterin. Integraatiot näiden kanssa ovat toimineet hyvin. Minulla on myös käytössä mobiilisovellus, jota hyödynnän erityisesti silloin, kun olen liikkeellä. Vaikka mobiiliversio ei ole ihan yhtä monipuolinen kuin työpöytäversio, se toimii silti hyvin asiakkuuksien hallintaan kentällä.

Automaatioista on tullut tärkeä osa omaa tekemistä. Esimerkiksi automaattiset sähköposti muistutukset ja tehtävien aikatauluttaminen on vähentänyt manuaalista työtä ja auttanut hallitsemaan suurempaa asiakasmäärää tehokkaasti. Näiden ansiosta oma työni on selkeytynyt ja kuormitus vähentynyt.

Kaiken kaikkiaan Pipedrive sopii mielestäni parhaiten myyntivetoisille yrityksille. Se on selkeä, helppo ottaa käyttöön ja siinä on tehokkaat työkalut asiakkuuksien hallintaan. Pipeline-näkymä ja aktiviteettien hallinta on ollut minulle erityisen tärkeitä, kun työn alla on useita asiakkaita samaan aikaan.

5.2 Muiden käyttäjien kokemukset

Haastattelin viittä eri henkilöä jotka ovat käyttäneet Pipedriveä tai Salesforcea omassa työssään sekä yhtä henkilöä, joka on käyttänyt molempia. Mukana oli henkilöitä myynnistä, markkinoinnista sekä yrittäjiä, ja he tulivat eri kokoisista organisaatioista pienyrityksistä aina suuryrityksiin asti. Tämä toi monipuolisen kuvan siitä, miten järjestelmät toimivat erilaisissa työympäristöissä ja tarpeissa.

Pipedrivessa käyttäjät kehuivat erityisesti sitä, kuinka nopea se oli ottaa käyttöön ja kuinka selkeä sen käyttöliittymä oli. Visuaalinen myyntiputkinäkymä nousi toistuvasti esiin hyödyllisenä. Monet tykkäsivät siitä, että järjestelmä ei vaatinut mitään raskaita koulutuksia tai teknistä osaamista.

Salesforce sai puolestaan kehuja monipuolisuudesta ja muokattavuudesta. Erityisesti isommissa organisaatioissa työskentelevät kokivat, että järjestelmä vastasi hyvin monimutkaisiin asiakasprosesseihin. Haasteena nähtiin kuitenkin se, että käyttöönotto oli raskaampi ja vei enemmän aikaa. Monet mainitsivat, että järjestelmään sisään pääseminen vaati enemmän perehdytystä ja tukea.

Haastatellut nostivat esiin myös sen, että nämä kaksi järjestelmää täydentävät toisiaan tietyllä tapaa. Pipedrive koettiin ketteräksi ja arjen työskentelyä tukevaksi, kun taas Salesforce nähtiin enemmän skaalautuvana ja kattavana järjestelmänä, joka sopii isoihin organisaatioihin ja kampanjapohjaiseen tekemiseen.

5.2.1 Käytettävyys

Käytettävyyden osalta kaikki oli yhtä mieltä siitä, että Pipedrive on erittäin selkeä ja helppokäyttöinen. Sen visuaalinen ja looginen käyttöliittymä teki siitä helpposti lähestyttävän myös niille, joilla ei ole IT-taustaa. Tämä oli iso plussa erityisesti pienemmissä yrityksissä, joissa ei ole omaa IT-tukea. Pipedrive sopii myös henkilöille, jotka pyörittävät esimerkiksi yksin koko yritystoimintaa.

Salesforce nähtiin tehokkaana mutta vähän vaativampana. Sen käyttöliittymä ei ollut yhtä intuitiivinen. Monet kokivat, että koulutusta tarvittiin enemmän ennen kuin järjestelmä alkoi tuntua tutulta. Positiivista kuitenkin oli, että kun järjestelmä saatiin kunnolla haltuun, se tarjosi paljon mahdollisuuksia muokata ja laajentua tarpeen mukaan.

5.2.2 Ominaisuudet ja integraatiot

Ominaisuuksien ja integraatioiden kohdalla Pipedrive sai kiitosta siitä, että siinä oli kaikki tarpeellinen päivittäiseen työskentelyyn. Sähköposti- ja kalenteri-integraatiot, automaatiot ja myyntiputkinäkymä nousivat esiin käytännöllisinä ja helppokäyttöisinä toimintoina. Monet käyttivät myös Slack- ja Google-integraatioita päivittäisessä työssä.

Salesforcella ominaisuuksia ja integraatioita oli selkeästi enemmän. Käytännössä sillä pystyi hoitamaan asiakastiedon hallinnan, markkinoinnin automaation, kampanjoiden seurannan ja asiakaspalvelun yhdestä paikasta. LinkedIn Sales Navigator ja ActiveCampaign nostettiin esiin työkaluina, jotka paransivat selkeästi myynnin ja markkinoinnin tehokkuutta.

5.2.3 Hinnoittelu ja skaalautuvuus

Hinnoittelun ja skaalautuvuuden osalta Pipedrive nähtiin edullisena ja erittäin sopivana pienille ja keskisuurille yrityksille. Hinta koettiin reiluksi siihen nähden, mitä sillä saa. Lisäksi käyttäjät tykkäsivät siitä, että lisäosat olivat kohtuuhintaisia ja käyttämään pääsi nopeasti.

Salesforce puolestaan nähtiin selvästi kalliimpana vaihtoehtona mutta samalla investointina, joka voi maksaa itsensä takaisin erityisesti, jos organisaatio on iso ja vaatii monipuolista CRM-tukea. Sen vahvuus oli nimenomaan siinä, että järjestelmää voi kasvattaa ja rakentaa omien tarpeiden mukaan.

6 Vertailu ja suositukset

Tässä opinnäytetyössä käytiin läpi Pipedrive- ja Salesforce-CRM-järjestelmät useasta eri näkökulmasta kuten ominaisuudet, käytettävyys, integraatiot, hinnoittelu ja käyttäjäkokemukset. Haastattelut, oma käyttökokemus ja järjestelmien tekninen tarkastelu toivat esiin selkeitä eroja erityisesti siinä millaisille käyttäjille ja tarpeisiin nämä järjestelmät parhaiten sopivat.

Pipedrive osoittautui kevyemmäksi ja selkeämmäksi vaihtoehdoksi, joka toimii erityisen hyvin pienissä ja keskisuurissa myyntiorganisaatioissa. Se on nopea ottaa käyttöön eikä vaadi laajaa koulutusta ja tarjoaa arjen työn tueksi selkeitä visuaalisia työkaluja kuten pipeline-näkymän. Myös automaatiot ja integraatiot on helposti hyödynnettävissä, ja ne riittävät hyvin useimpien pk-yritysten tarpeisiin.

Salesforce taas on kokonaisvaltainen ja laajasti skaalautuva ratkaisu, joka vaatii enemmän resursseja ja osaamista mutta tarjoaa erittäin kattavan alustan asiakkuudenhallintaan markkinointiin ja analytiikkaan. Se sopii parhaiten keskisuurille

ja suurille yrityksille, joilla on monimutkaisia asiakasprosesseja ja tarve räätälöidä järjestelmää omien toimintojen mukaan.

Kuvan 5 taulukko tiivistää järjestelmien keskeiset erot:

CRM-Järjestelmien Vertailutaulukko:

Vertailukohta	Pipedrive	Salesforce
Käytettävyys	Erittäin selkeä ja intuitiivinen	Monipuolinen, mutta vaatii opettelua
Käyttöönoton helppous	Nopea ja helppo	Raskaampi, vaatii enemmän koulutusta
Koulutustarve	Vähän tai ei lainkaan	Korkea koulutustarve
Visuaalisuus	Selkeä ja yksinkertainen	Monipuolinen mutta monimutkainen
Automaatiot	Hyvät	Laajat ja kehittyneet
Integraatiot	Hyvät (esim. Gmail, Slack)	Erittäin laaja (AppExchange, API)
Mukautettavuus	Rajallinen	Erittäin laaja ja syvä
Hinnoittelu	Edullinen	Kallis
Skaalautuvuus	PK-yrityksille riittävä	Erittäin hyvä suurille organisaatioille
Sopii parhaiten	Pienet ja keskisuuret myyntitiimit	Suuret ja kompleksiset organisaatiot

Kuva 5 CRM-Järjestelmien Vertailutaulukko

7 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli vertailla kahta suosituinta CRM-järjestelmää Pipedriveä ja Salesforcea ja tarjota yrityksille selkeä ja käytännönläheinen opas sopivan järjestelmän valintaan. Työssä yhdistettiin teoreettista taustaa, omia käyttökokemuksia ja käyttäjille sekä asiantuntijoille tehtyjä haastatteluja.

Tutkimuksen perusteella Pipedrive nousi esiin erityisesti selkeytensä, helpon käyttöönottonsa ja nopean omaksuttavuutensa ansiosta. Se osoittautui erinomaiseksi ratkaisuksi pienille ja keskisuurille myyntiorganisaatioille, jotka arvostavat ketteryyttä ja käytännöllisyyttä ilman suurta teknistä investointia. Pipedriven vahvuuksia olivat visuaalinen myyntiputki helppokäyttöiset automaatiot ja toimivat integraatiot tärkeimpien työkalujen kuten sähköpostin ja kalenterin kanssa.

Salesforce puolestaan osoittautui erittäin monipuoliseksi ja skaalautuvaksi CRM-alustaksi, joka sopii erityisesti suurille ja kompleksisille organisaatioille. Se tarjoaa laajan valikoiman ominaisuuksia integraatioita ja räätälöintimahdollisuuksia mutta vaatii samalla enemmän resursseja ja osaamista käyttöönotossa. Salesforcen vahvuudet tulevat parhaiten esiin silloin, kun organisaatio tarvitsee kokonaisvaltaista asiakasmarkkinointia ja palveluprosessien hallintaa.

Käyttökokemukset vahvistivat teoreettiset havainnot. Pipedrive koettiin helpoksi ja suoraviivaiseksi, kun taas Salesforce nähtiin tehokkaana mutta raskaampana ratkaisuna. Lopullinen valinta näiden kahden järjestelmän välillä riippuu ennen kaikkea yrityksen koosta, tarpeista ja resursseista.

Lopuksi voidaan todeta, että CRM-järjestelmän valinta on strateginen päätös, joka vaikuttaa merkittävästi yrityksen kykyyn hallita asiakassuhteita, tehostaa myyntiprosesseja ja parantaa asiakaskokemusta. On tärkeää arvioida järjestelmää omien liiketoimintatarpeiden ja tulevaisuuden kasvun näkökulmasta. Oikein valittu CRM-järjestelmä ei ainoastaan tue nykyisiä prosesseja vaan rakentaa myös perustan yrityksen pitkäjänteiselle kehitykselle ja kilpailukyvyille.

Lähteet

Buttle, F. 2008. Customer relationship management: concepts and technologies. Verkkoaineisto. https://www.researchgate.net/publication/286198853_Customer_relationship_management_concepts_and_technologies. Luettu 8.4.2025.

Buttle, F. ja Maklan, S. 2019. Customer Relationship Management. Verkkoaineisto. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781351016551/customer-relationship-management-francis-buttle-stan-maklan>. Luettu 11.4.2025.

Cieciora, M., Bołkunow, W., Pietrzak, P. ja Gago, P. 2020. Key criteria of ERP/CRM systems selection in SMEs in Poland. Online Journal of Applied Knowledge Management. Verkkoaineisto. https://www.iiakm.org/ojakm/articles/2020/volume8_1/OJAKM_Volume8_1pp85-98.pdf. Luettu 12.4.2025.

Forsys Inc. 25% Increase in Sales Productivity, Forsys Implements Salesforce CRM for a Esteemed University. Verkkoaineisto. <https://www.forsysinc.com/case-studies/25-increase-in-sales-productivity-forsys-implements-salesforce-crm-for-a-esteemed-university.pdf>. Luettu 22.4.2025.

Gunn, D. 2024. Pipedrive CRM Review. PCMag. Verkkoaineisto. <https://www.pcmag.com/reviews/pipedrive-crm>. Luettu 19.4.2025.

iTechCloud. 2025. Top Salesforce features for 2025. Verkkoaineisto. <https://www.itechcloudsolution.com/blogs/top-salesforce-features-for-2025/>. Luettu 19.4.2025.

Majka, M. 2025. From Leads to Loyalty: The Best CRM Tools for Your Business for 2025. Verkkoaineisto. https://www.researchgate.net/publication/386279663_From_Leads_to_Loyalty_The_Best_CRM_Tools_for_Your_Business_for_2025. Luettu 10.4.2025.

Mukherejee, R. 2025. I Tested Pipedrive's CRM and I can't believe how easy it is to navigate. TechRadar. Verkkoaineisto. <https://www.techradar.com/reviews/pipedrive-crm-review>. Luettu 13.4.2025.

Nanning, M. 2025. Salesforce review 2025: the most comprehensive platform in the cloud. CRMreviews. Verkkoaineisto. <https://www.crmreviews.com/reviews/salesforce-review/>. Luettu 13.4.2025.

Peek, S. 2023. How to Choose CRM Software: 5 Factors to Consider. U.S. Chamber of Commerce. Verkkoaineisto. <https://www.uschamber.com/co/grow/customers/choosing-the-best-crm-software>. Luettu 13.4.2025.

Pipedrive. 2025. Verkkoaineisto. <https://www.pipedrive.com/>. Luettu 7.4.2025.

Pipedrive2. How HoorayHR closes deals twice as fast with Pipedrive. Verkkoaineisto. <https://www.pipedrive.com/en/case-studies/hoorayhr-case-study>. Luettu 22.4.2025.

Reicher, R. ja Szeghegyi, Á. 2016. Factors Affecting the Selection and Implementation of a Customer Relationship Management (CRM) Process. Acta Polytechnica Hungarica. Verkkoaineisto. https://acta.uni-obuda.hu/Reicher_Szeghegyi_60.pdf. Luettu 12.4.2025.

Salesforce. 2025. Verkkoaineisto. <https://www.salesforce.com/eu/?ir=1>. Luettu 7.4.2025.

Liitteet

Liite 1. Käyttäjien haastattelukysymykset

1. Käytön laajuus ja tausta

- Kuinka pitkään olet käyttänyt Pipedriveä tai Salesforcea?
- Missä tehtävissä tai rooleissa olet käyttänyt sitä (esim. myynti, markkinointi)?
- Käytitkö Pipedriveä/Salesforcea yksin vai osana tiimiä?

2. Ensivaikutelma ja käyttöönotto

- Millainen kokemus sinulla oli järjestelmän käyttöönotosta?
- Kuinka nopeasti pääsit alkuun? Tarvittiinko koulutusta?

3. Päivittäinen käyttö

- Mihin kaikkeen käytit Pipedriveä/Salesforcea päivittäisessä työssäsi?
- Mitkä ominaisuudet olivat sinulle tärkeimpiä tai käytetyimpiä?

4. Hyödyt ja haasteet

- Mitä konkreettista hyötyä sait Pipedriven/Salesforcen käytöstä?
- Oliko jotain, mikä Pipedrivessa/Salesforcessa ärsytti, puuttui tai oli hankalaa?

5. Integraatiot ja automaatiot

- Käytitkö Pipedriveä/Salesforcea yhdessä muiden työkalujen kanssa (esim. Gmail, Google Calendar, Slack)? Miten ne toimivat?
- Hyödynsitkö automaatioita? Jos kyllä, missä ja miten?

6. Yleisarvio

- Millaiselle yritykselle suosittelisit Pipedriveä/Salesforcea kokemuksesi perusteella?

Liite 2. Tekoälyn hyödyntäminen

Olen käyttänyt OpenAI:n ChatGPT:n versiota 4o opinnäytetyön tekstin ideoinnissa, jäsentelyssä, kieliopissa, otsikoinnissa ja lähdeviitteiden muotoilussa. Opinnäytetyön tekijänä olen vastuussa kaikesta opinnäytteeni sisällöstä.