

Teemu Väntti

## **YRITYSASIAKASHANKINTATYÖ JA -PROSESSI ICT-YRITYKSESSÄ**

Musta-Pekka Oy

# **YRITYSASIAKASHANKINTATYÖ JA -PROSESSI ICT-YRITYKSESSÄ**

Musta-Pekka Oy

Teemu Väntti  
Opinnäytetyö  
Syksy 2018  
Tieto- ja Viestintäteknikka  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Tieto- ja viestintätekniikka, Internet ja Digitaalinen media

---

Tekijä(t): Teemu Väntti

Opinnäytetyön nimi: Yritysassiakashankinta ja -prosessi ICT-yrityksessä

Työn ohjaaja: Teppo Räisänen

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2018

Sivumäärä: 30

---

Suoritan opinnäytetyöni päiväkirjamallisenä opinnäytetyönä, jossa seuraan sekä analysoin työarkeani Oululaisen ICT-yrityksen, Musta-Pekka Oy:n, yritysasiakashankkijana. Toinen osa käsittelee työtehtäviäni ylennyksen johdosta asiakashankintapäällikön asetelmasta.

Työni vaatii hyviä sosiaalisia taitoja sekä ymmärrystä yritysmaailmasta sekä viestintäteknologia-alan kilpailusta sekä tuotteista. Työni koostuu potentiaalisten suurten sekä keskisuurten yritysten ja heidän johtoportaan etsimisestä sekä heidän kanssa kommunikoinnista. Pyrin etsimään sekä kontaktoimaan Musta-Pekka Oy:lle potentiaalisia yritysasiakkaita, joille voimme tarjota yritysratkaisuja tuoteperheellämme.

Työni kehittää yritysmyynnin saralla tilannetajua sekä ymmärrystä B2B kaupankäynnistä. Alueena työssäni toimii koko Suomi, suurimpina alueina Pohjois-Pohjanmaa sekä pääkaupunkiseutu. Pyrin jatkuvasti etsimään uusia yrityksiä, joilla on selkeä tarve tuottamillamme palveluille. Yhtenä haasteena työssäni koen suurien yritysten kanssa kommunikoinnin johtoportaan kanssa. Tämä vaatii minulta asiantuntevuutta sekä ymmärrystä asiakkaidemme liiketoiminnasta ja niiden mahdollisista kulmakivistä, etenkin yritysasiakaskäynneillä.

Pyrin syksyn aikana toteuttamaan yritysmyyjiemme kanssa useamman asiakaskäynnin, jotta pystyn raportoimaan sekä kertomaan yritysmyynnin prosessista oman ammattini näkökulmasta sekä myyjän näkökulmasta. Tämä antaa paremman yleiskuvan siitä, miten prosessi etenee ensimmäisestä asiakashankkijan kontaktista myyjän ja yhteyshenkilön yritystapaamiseen ja siitä mahdolliseen tarjouksen esittelyyn sekä kauppaan.

Opinnäytetyöni tavoite on toimittaa mahdollisimman realistinen sekä aito kuva työtehtävistäni sekä rutiineistani yrityksessämme. Pyrin myös parhaani mukaan kuvailemaan Oululaisen ICT-yrityksen arkea salassapitovelvollisuuteni velvoittamien rajoitusten sisällä, olennaisesti. Tulemme tutustumaan työssäni esiintyviin haasteisiin sekä onnistumisiin. Raportoin opinnäytetyössäni, kuinka haasteisiin vastataan sekä miten onnistumisiin ylletään omalla ammattitaidolla. Osa päivistä ovat tyhjiä joko toistuneiden työtehtävien tai sairaslomien takia.

---

Asiasanat: B2B, asiakashankinta, yritysasiakas, kontaktointi, asiakkuuden ylläpito

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree programme, option

---

Author(s): Teemu Vääntti

Title of thesis: Business Customer Acquisition and Process In IT-Company

Supervisor(s): Teppo Räisänen

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2018    Number of pages: 30

---

My thesis concentrates in customer acquisition in Oulu based company called Musta-Pekka Oy. For the first 6 weeks, I report my daily routines as a part of the customer acquisition team and the rest of the thesis will focus on my work as an account manager.

The work requires a handful of different skills – from basic business sense to great social skills. I will report my job and findings on how to make a successful customer contact and what it requires. The customer acquisition itself focuses on finding a potential customer for our company in the IT field. Our company offers many IT based services and products and our job is to find the right potential customer in need of those. After our process, they become business clients to our company and move on to our B2B salesmen.

While working, you automatically get a better learning in B2B, or in other words Business To business, sales and negotiating. We offer services all around Finland, but our main regions right now are the Northern Ostrobothnia, Lapland and Helsinki Metropolitan Area.

I will work towards providing an honest and comprehensive thesis regarding the customer acquisition process in our company. I'm also going to visit some of the companies we work towards to. This gives us working in the customer acquisition a better understanding about the whole process and I'm going to report about those meetings also.

In this thesis, we will go through the challenges and successes we face in this upcoming fall. I will report how to handle those with expertise and with great understanding of the whole B2B process.

Some of the days I left blank because there were no differences from the day before or occasional sick leave.

---

Keywords: B2B, customer acquisition, business client, contacting, customer maintenance

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
	1.1 KÄSITTEET.....	7
	1.2 TIETOA YRITYKSESTÄ JA TUOTEPERHEESTÄ.....	8
2	LÄHTÖTILANTEEN KUVAUS.....	9
	2.1 NYKYINEN KOKEMUS AMMATISSA.....	9
	2.2 YRITYKSEN SIDOSRYHMÄT.....	10
3	OPINNÄYTETYÖ PÄIVÄKIRJA .....	12
	3.1 VIIKKO 34.....	12
	3.2 VIIKKO 35.....	14
	3.3 VIIKKO 36.....	16
	3.4 VIIKKO 37.....	18
	3.5 VIIKKO 38.....	19
	3.6 VIIKKO 39.....	20
	3.7 VIIKKO 40.....	21
	3.8 VIIKKO 41.....	22
	3.9 VIIKKO 42.....	24
	3.10 VIIKKO 43.....	25
4	POHDINTA.....	28
	LÄHTEET .....	30

# 1. JOHDANTO

Opinnäytetyöni tavoite on luoda Oulun Ammattikorkeakoululle realistinen sekä totuudenmukainen päiväkirjamallinen työ paikallisen PK-yrityksen asiakashankintaprosessista ja sen yritysmyyntistä. Työ pitää sisällään työvaiheita, jotka eivät välttämättä ole entuudestaan tuttuja lukijalle. Pyrin tuomaan mahdollisimman monipuolisen sekä autenttisen kuvan työstäni ja sen eri vaiheista.

Opinnäytetyöni seuraa 10 viikon ajalta arkeani sekä työtehtäviäni Oululaisessa ICT-yrityksessä, Musta-Pekka Oy:ssä. Päiväkirjaa kirjoitetaan jokaisena viitenä arkipäivänä ja jokaisen viikon lopussa on yhteenveto viikon haasteista sekä onnistumisista. Tyhjät päivät tarkoittavat toistuvia työtehtäviä tai sairauslomapäivää, jolloin raportoitavaa ei ole.

Työtehtäväni koostuvat yritysasiakashankintaprosessin kokonaisvaltaisesta valmistelusta, työstämisestä, asiakashankinnasta sekä sen eri vaiheista. Viimeisen kuukauden aikana opinnäytetyöni raportoin työtehtäviäni asiakashankintapäällikön tittelin tuomilla työvaiheilla sekä vastuilla.

Asiakashankintatyö pitää sisällään kohderyhmään kuuluvien yritysten etsimisen, taustatutkinnan sekä johtoportaan kontaktoinnin mahdollisen yritystapaamisen saavuttamiseksi. Työvälineinä koko yrityksen sisällä käytämme useaa eri CRM-järjestelmää (Eng. Customer Relationship Management), jotka sisältävät asiakasrekisterin työtämme varten. *”Asiakkuudenhallintajärjestelmä tukee yrityksen toimintaa, sillä se auttaa hallitsemaan asiakassuhteita ja pysymään kärryillä siitä, missä minkäkin asiakkaan kanssa mennään. Lisäksi järjestelmän avulla voidaan löytää uusia asiakkaita ja luoda myynti- ja markkinointistrategioita, jotka pohjautuvat asiakastietoon. CRM:n sisällä asiakastietoja voi kätevästi analysoida, suodattaa, raportoida ja jalostaa johdon, asiakaspalvelun, myynnin ja markkinoinnin käyttöön.”* (Katarina Klinge, Accountor Enterprise. Viitattu 5.10.2018.)

Työ vaatii ymmärrystä yritysmaailmasta sekä työntekijän tulee omaksua ja ymmärtää Musta-Pekka Oy:n yritystuoterepertuaari tarjotakseen mahdolliselle asiakkaalle tarpeellista ICT-ratkaisua. Kuten Paul Suggett kirjotti The Balance Careersin artikkelissaan; *vaatii viisikertaisen työn hankkia uusi asiakas kuin ylläpitää yhtä nykyistä.* (Viitattu 5.10.2018)

Lähteinä työssäni käytän verkkolähteitä liittyen yleisesti yritysmyyntiin sekä ihmisten välisen kommunikoinnin parantamiseen. Tuon myös esille yrityksemme työntekijöiden sekä myyjien näkökantoja työtehtäviin ja niiden kokonaisvaltaiseen prosessiin liittyen.

## 1.1 KÄSITTEET

B2B – Yritysmyyntiä kuvaava termi, lyhenne sanoista Business To Business. Tarkoittaa yritysten välistä kaupankäyntiä.

Asiakashankinta – Yritysmyyntin ensimmäinen vaihe sekä ensimmäinen kosketus tulevaan potentiaaliseen asiakkaaseen. Asiakashankinta etsii sekä kontakti omalle yritykselle potentiaalisia asiakkaita.

Asiakashankintaprosessi – Kattaa kokonaisuudessaan asiakashankintaan kuuluvat työvaiheet. Asiakkuuden ensiyöstö, kontaktoiminen sekä mahdollinen jälkityöstö.

Yritysassiakas – Yritys joka käyttää tuottamiamme palveluita ja/tai tuotteita. Yritysassiakas kattaa usein kokonaisen konsernin tai muissa, pienemmissä tapauksissa, yhden yrityksen toiminnan.

Kontaktointi – Käytetään terminä yhteydenotolle. Kontaktointi tapahtuu työssämme usein puhelimitse, mutta myös muut kommunikaatiovaihtoehdot ovat mahdollisia, esimerkiksi sähköposti/markkinointiviesti.

Asiakkuuden ylläpito – Yritysassiakkaan tarpeiden tyydyttäminen tuoteperheen palveluilla myös jatkossa. Kontaktoinnin kautta lisämyyntiin jo entuudestaan tutulle yritykselle.

Leadit – Leadeilla, tai yleisimmin kansankielessä ”liidi”, on termi, jota käytetään kuvaamaan potentiaalista asiakasta, josta on saatu tietoa toiselta asiakkaalta tai muilta kontakteilta.

Matkapäivä – Opinnäytetyössänini käytän termiä matkapäivä niistä kalenterikuukauden päivistä, jolloin yritysmyyjämme tekevät asiakaskäyntejä toiselle paikkakunnalle. Termi toistuu usein opinnäytetyössänini.

Speksit – Termi, jota käytetään kuvaamaan tuotteeseen tai palveluun liittyviä toimintoja (Eng. Specifications).

## 1.2 TIETOA YRITYKSESTÄ JA TUOTEPERHEESTÄ

Musta-Pekka Oy on Oululainen, 1995 vuodesta toiminut informaatio- sekä kommunikaatioteknologiaan keskittynyt PK-yritys. Yritys on alun perin ollut ensimmäinen Suomeen yhdysvaltalaisen elektroniikkajätin, Applen, tuotteita maahantuonut yritys sekä verkkokauppa. Yrityksen rakentamiseen kuuluu kuluttajamyynnin puolella verkkokauppa sekä myymälä Oulun Aittatorilla. Yrityksmyynnin toimipiste löytyy Oulun keskustan lähistöltä Myllytullista. Yrityksmyyntimme keskittyy keskisuurten sekä suurten yritysten liiketoimintaan ja niiden parantamiseen. Tuoteperheeseemme kuuluu informaatioteknologian yleisimmät tuoteratkaisut; tuoteleasing, yritysten verkkoratkaisut, ohjelmistotuotanto sekä kommunikaatoratkaisut mobiilivaihteen muodossa. Päätuotteeni asiakashankinnassa on mobiilivaihteratkaisu Mustalinja, joka on tällä hetkellä Suomen kehittynein omassa kategoriassaan. Keskityn opinnäytetyössäni ainoastaan yrityksmyynnin tuotteisiin, sen työprosesseihin sekä arkeen yrityksmyyntimme puolella.

Yritykseen kuuluu 25 työntekijää usealla paikkakunnalla ympäri Suomea. Valtaosa työntekijöistä sijaitsevat yrityksen kotikaupungissa Oulussa, mutta työntekijöitä yrityksellä on myös Jyväskylässä, Pääkaupunkiseudulla sekä Belgiassa. Yrityksmyyjillämme ovat omat alueensa ympäri Suomea, jonne asiakaskäyntejä pääosin suoritetaan. Myyjämme ovat yrityksmyyntitaustaisia koulutettuja ammattilaisia, sekä koulutettuja myymään koko tuoteperheemme tuotteita. Osa myyjistämme ovat taas keskittyneet pelkästään verkkoratkaisuihin tai ohjelmistotuotantoon.

Yrityksemme pääsääntöinen tavoite on luoda tuote tai palvelu joka vastaa skaalaltaan suurta osaa kohderyhmästämme. Päätuotteenamme yrityksmyynnin puolella on Mustalinja, joka on iOS sekä Android pohjaisille älypuhelimille tuotettu mobiilivaihteratkaisu. Tuote otetaan käyttöön joko iOS -laitteiden App Store sovelluskaupasta tai Android -laitteiden Google Play kaupasta. Sovellus itsessään on ilmainen ladata, mutta lisenssi kustantaa yrityksille vaihtelevasti. Tuotteiden toteutus sekä kokonaisuus räätälöidään yrityksen kokoon sekä tarpeisiin nähden. Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi Mustalinja mobiilivaihteratkaisu ei ole tuote, joka myydään samanlaisena pakettina yritykseltä toiselle. Tuote räätälöidään ja sen ominaisuuksia muokataan niin, että asiakas saa parhaan käyttökokemuksen sekä tarpeelliset ominaisuudet käyttöön yritykseensä. Kartoittaminen sekä tarpeen löytäminen asiakkaiden keskuudessa tapahtuu tehokkaimmin asiakastapaamisilla, joissa myyjämme käyvät henkilökohtaisesti yrityksen tarpeet läpi sekä tietyt speksit asiakkaan puolelta.



## 2 LÄHTÖTILANTEEN KUVAUS

Tässä kappaleessa kerron nykyisestä kokemuksesta ammatissani sekä yrityksen sidosryhmistä.

### 2.1 NYKYINEN KOKEMUS AMMATISSA

Olen työskennellyt yrityksessä nykyisessä ammatissani tammikuusta 2018 asti. Opinnäytetyön kirjoittamiseen mennessä olin työskennellyt yrityksessä siis n. 8 kuukautta. Työsuhteeni aikana olen kehittänyt osaamistani sekä sosiaalisen kanssakäymisen kuin kaupanalan tuotteistuksen kuin myynnin saralla. Aiemmissa työsuhteissani luodut kontaktit sekä työkokemus myynnin sekä asiakaspalvelun myötä sopeutuminen Musta-Pekan asiakashankintatiimiin oli luonnollinen. Olen työskennellyt yrityksessä myymäläpäällikkönä vuosina 2013-2014, joka edistää osaamistani esimiestehtävissä. Yritykseen tullessani myös aiemmat työkokemukseni asiakaspalvelun sekä puhelimessa työskentelyn myötä ovat tuoneet valtavasti itsevarmuutta sekä tilannetajua asiakkuuksien työstämiseen.

Työni on kehittänyt minua aikaisemmasta myynnin työkokemuksesta huolimatta roimasti, sillä en ollut aiemmin työskennellyt yritysmyyntin parissa. Tällä hetkellä, työskentelen yrityksessä asiakashankintapäällikkönä oman asiakashankintatiimini esimiehenä, joka on luonut uusia työtehtäviä sekä sen mukana tuomia haasteita työnkuvaani. Olen innoissani päästessäni ammentamaan kokemusta urallani esimiestehtävissä, ja tulen niistä raportoimaan työssäni.

Vaikka työ tulee olemaan haastavaa uusien työtehtävien muodossa, on yrityksessämme silti luotettava verkosto alan asiantuntijoita, jotka edistävät osaamistani sekä työskentelevät kanssani yhteisten onnistumisten sekä nousujohteisen liikevaihdon asialla. Kehittyäkseni minun tulee olla aktiivinen yritysten liikevaihdon sekä yleisen kasvun parissa. Työni vaatii käytännössä jatkuvaa ylläpitoa asiakkuuksista, jotta yhteinen sävel on mahdollista löytää ja kaupalla on potentiaalia syntyä. Myyntikoulutukset sekä yleinen aktiivisuus erinäisten blogien, verkkosivujen sekä sosiaalisen median kanavien myötä tuovat etumatkaa työhöni, sillä usein vapaa-ajalla törmään LinkedInissä tai yleisesti verkossa meille potentiaalsiin asiakkaisiin.

## 2.2 YRITYKSEN SIDOSRYHMÄT

Yritys koostuu kuluttajamyynnistä sekä yritysmyyntistä. Kuluttajamyyntiin kuuluu myymälä Oulun keskustassa, jossa samoissa tiloissa toimii suomen suurin Apple -tuotteiden valtuutettu huoltoketjuun kuuluva MCare. Kuluttajamyynti kattaa myymälän osalta Apple -tuotteet sekä niiden tarvikkeet. Applen jälleenmyyjänä pitkän linjan tehneenä yrityksenä Musta-Pekka Oy on vakiinnuttanut asiakaskuntansa sekä tuoteperheensä myymälässä pelkästään Applen tuotteisiin sekä huoltoon.

Kuluttajille on myös verkkokauppa osoitteessa [www.mustapekka.fi](http://www.mustapekka.fi), joka toimittaa suomen laajuudelta myös muitakin kuin Applen tuotteita kuluttajille. Yritysmyynti on monimutkaisempi sidosryhmiltään. Siihen kuuluu yritysasiakaspalvelu, asiakashankinta, myynti, markkinointi sekä johtoporras.

Yrityksemme asiakaspalveluun kuuluvien henkilöiden toimenkuva perustuu asiakkaidemme palvelemisesta puhelimitse, verkon yli tai asiakaskäynneillä. Asiakaspalvelun tehtävän on myös asiakkaan kaupan päättämiseksi tehdä käyttöönottokäynti yritykseen, jonne tuotteemme tulevat käyttöön. Tällä varmistamme palvelumme laadun sekä sen, että tuote ymmärretään käytöltään sekä ominaisuuksiltaan täysin. Panostamme tuotteissamme aina henkilökohtaista opastusta sekä asiakaspalvelua.

Asiakashankintaan kuuluu asiakashankkijoita sekä tiimin esimies asiakashankintapäällikkö. Asiakashankintaa käsitellään opinnäytetyössä kokonaisuudessaan työtehtävineen sekä vastuineen.

Myynti koostuu koulutetuista IT-alan yritysmyyjistäme ympäri Suomea. Myyjien tavoitteena sekä tehtävä on toteuttaa asiakashankinnan kautta sovitut asiakastapaamiset sekä löytää tarve asiakkaan yrityksestä, johon voimme tarjota tuotetta tuoteperheestämme.

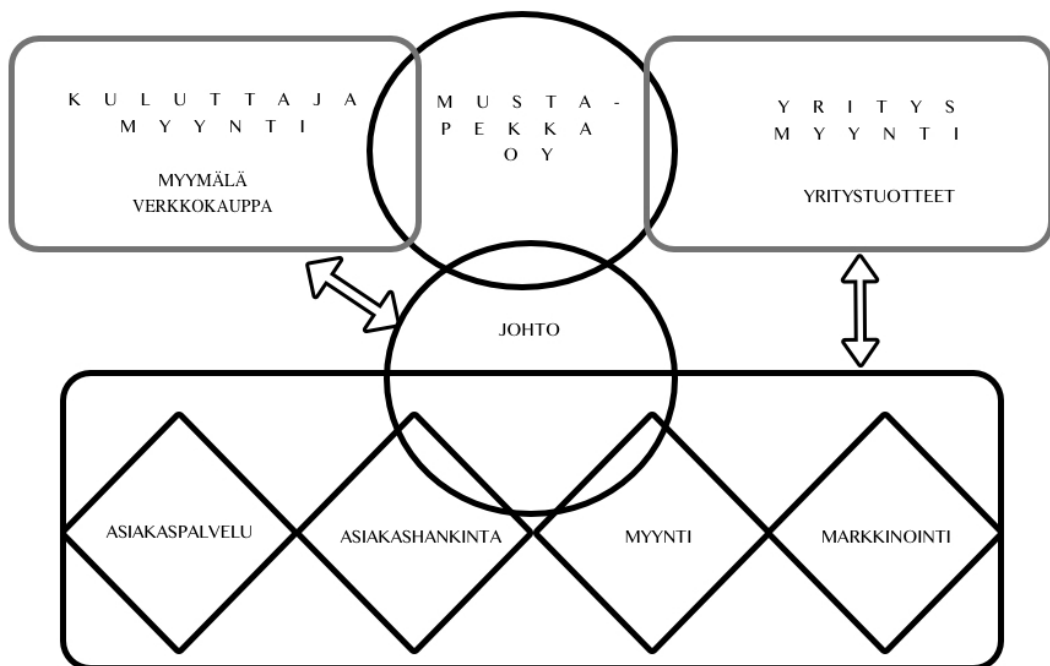
Myyjämme pitävät huolen asiakkaan tarpeiden täyttämisestä sekä liikevoiton tavoittamisesta.

Markkinointi pitää sisällään muutaman hengen tiimin, jotka toimivat taustalla siitä kaikesta, mitä asiakkaamme sekä kuluttajat näkevät. Verkkomarkkinointi, sosiaalinen media, asiakkaillemme lähtevät uutiskirjeet, verkkokaupan ilme sekä muut yleiset kaupan edistämistä vaativat markkinoinnin automaation työvaiheet.

Johtoportamme koostuu toimitusjohtajasta, varatoimitusjohtajasta, myyntipäälliköstä, asiakashankintapäälliköstä sekä asiakaspalvelupäälliköstä. Johtoportaan kesken sovitaan tulosseuranasta, logistisista ratkaisuista sekä yrityksen sisäisistä asioista. Johtoportamme kokoontuu viikottain luomaan selkeän yritysstrategian sekä käymään läpi yrityksen tulosta sekä myynnillisiä tavoitteita.



### Sidosryhmät



### 3 OPINNÄYTETYÖ PÄIVÄKIRJA

Tässä kappaleessa raportoin työtäni Musta-Pekka Oy:ssä 10 viikon ajan. Puuttuvat tai tyhjät päivät ovat päiviä, jolloin työtehtävät olivat samanlaisia kuin edeltävänä eikä raportoitavaa ollut.

#### 3.1 VIIKKO 34

*Maanantai 20.8.2018*

Viikko lähti käyntiin myyntipalaverilla. Yritysmyyjijemme kesälomat viimein kaikilla ohi ja kävimme johtoportaan johdolla myyntisuunnitelmia läpi syksyä sekä seuraavaa kvartaalia varten. Palaverin jälkeen jatkoimme työtämme tuttuun tapaan, siirryin asiakashankinnassa paikallisten yritysten pariin. Tänäpä haasteena oli toteuttaa yrityskäyntejä kesälomien jälkeen joka vaikuttaa väistämättä tulokseen. Useat toimitusjohtajat sekä IT-päälliköt olivat saapuneet lomilta joko edellisellä viikolla tai tänään, joten hallinnolliset asiat yrityksissä olivat vielä kysymysmerkki.

Onnistumisia koin keskisuurten informaatiotekniikkaan keskittyneiden yritysten keskuudessa, jonne pääsimme asiakastapaamisiin mobiilivaihtokaisullamme. Tulevat viikot näyttävät, syn-tyykö ko. tapaamisista kauppaa sekä yhteistyötä tulevaisuudessa.

*Tiistai 21.8.2018*

Tänäpä oli ensimmäinen päivä täydellä teholla kaikkien myyjien palattua lomilta. Aamulla kävimme asiakashankintatiimin kesken päivän agendan sekä kohdealueet päiväksi. Työalueena itselläni oli Oulun sekä lähikuntien yritykset. Kävin yritysmyyjijemme kanssa vanhoja ns. "leadeja" läpi sekä herättelimme asiakkuuksia keväältä.

Päivän haasteena pysyi edelleen hajanaiset kesälomat yrityksissä, joissa johtoporras tai IT-yksikkö ei ollut paikalla. Näiden kohdalla yritystapaamiset venyvät pakostakin lomien jälkeen, joka on oma prosessinsa. Onnistumisia koin muutamaaan otteeseen. Tämän päivän saldoksi jäi yritystapaamisia logistiikkaan sekä informaatioteknologiaan keskittyneiden yritysten kanssa. Nyt jääme odottamaan tapaamisia sekä tulevaisuutta, josko tapaamisista poikisi liikevaihtoa.

*Keskiviikko 22.8.2018*

Tänään oli normaalia kiireisempi päivä. Edelliset asiakkuudet sekä aktiviteetit kevään kontakteista olivat ajoitettu tälle päivälle, jolloin työnsarkaa riitti. Päivän toteutumisprosentti asiakastapaamisissa ylittyi alkuviikon numeroista lähes puolella, joka tarkoittaa yritysmyyjiemme kannalta positiivista kasvua leadien läpikäynnissä. Henkilökohtainen onnistuminen saavutettiin, kun yli puolen vuoden takainen, pitkään lämmitelty asiakascase saatiin alulle. Useat asiakkaat vaativat pitkäjänteisyyttä sekä lannistumattomuutta. Tähän vaikuttaa yritysten tilikaudet, lomat sekä sisäiset hankintaprosessit.

Haasteena tänään toistui ajankäyttö; osa tälle päivälle suunnitelluista työtehtävistä siirtyi huomiseksi. Huomisen raportissa pääsemme toivottavasti lukemaan onnistumisena edellisen päivän loppuunviedyt caset.

*Torstai 23.8.2018*

Eilisen keskeneräiset caset käyty loppuun joista suurin osa jatkuu yritystapaamiseen. Onnistumisia siis koettu edellisen kvartaalin pitkäkestoisista prosesseista. Lounaalla kävimme läpi tulevia matkapäiviä. Matkapäivät tarkoittavat etukäteen sovittuja reissupäiviä, jolloin yritysmyyjä lähtee toiseen kaupunkiin vierailulle. Ensi kuulle sain tehtäväksi asiakashankintaa lisälimesta sekä Kuopiosta. Odotan näitä reissupäiviä innolla, sillä minulla on loppukeväästä kyseisille paikkakunnille jo entuudestaan tuttuja kontakteja. Kontaktien toimialueena ovat kotimaan logistiikka sekä tukkumyynti. Toivottavasti nämä poikivat kauppoja myyjillemme!

Iltapäivällä kävin läpi itsenäisesti tämän viikon tavoitteita, sekä perjantain toivottua tulosta. Tulos tulisi olla keskiviikon kaltainen, jotta pääsen seuraavalla viikolla keskittymään uusiin alueisiin hankinnan osalta.

*Perjantai 24.8.2018*

Perjantai lähti käyntiin edellisen päivän kontakteilla sekä edellisten asiakkuuksien ”jälkilämmittelyllä”. Päivän tulos jäi hiipumaan odotetusta. Osasyynä tähän edelleen pyörivät kesälomat sekä ironisesti lomien jälkeinen työkiire. Päivältä jäi kuitenkin hyvä tunne seuraavan viikon tavoitteista.

Suurin osa tänään kontaktoiduista yrityksistä olivat paikallisia rakennusalan yrityksiä. Heillä alkavat kesän projektit olemaan loppusuoralla, jolloin hankintavaihe alkaa yrityksessä seuraavaa toimikautta varten. Näistä lisää ensi viikolla.

### *Viikko 34 yhteenveto*

Viikon aikana aloitettiin taas lomien jälkeen kokopäiväinen asiakashankintatyö. Monet asiakkaista olivat aiemmin keväällä sekä alkuvuodesta kontaktoituja yrityksiä, joissa tarjoukset sekä leadit vielä vaiheessa. Viikosta suoriuduttiin odotuksia paremmin, Elokuu yleensä hiljainen kuukausi myynnillisesti alallamme, sillä lomat sekä tilinpäätökset pyörivät vielä osittain. Hankinnat keskittyvät asiakkaidemme keskuudessa yleensä syyskuukausille.

Haasteena oli tapaamisten sopiminen kaiken keskellä, joka osoittautui paikka paikoin vaikeaksi. Onnistumisia koettiin usealla eri toimialalla, sekä myös muutaman ennestään tuntemattoman yrityksen osalta. Viikon aikana meidän tuli selvittää asiakashankintatiimillä myyjien ”caset” jotka ovat järkeviä jatkaa seuraavalla vuosineljänneksellä. Pari palaveria myöhemmin saimmekin myyjien kesken kalenterit siihen kuntoon, että asiakashankintaprosessi pystyi alkamaan toden teolla. Osaa mistani koeteltiin aiemmin mainittujen lomien ym. seikkojen vuoksi, mutta loppujen lopuksi olen tyytyväinen omaan sekä tiimini tulokseen.

### **3.2 VIIKKO 35**

#### *Maanantai 27.8*

Viikko lähti käyntiin palaverilla, jossa jaettiin tiimimme kesken uudet paikkakunnat joista alamme ottamaan yhteyttä yrityksiin. Minulle asettui Jyväskylä sekä Keski-Suomen alue, jonne yritysmyyjämme lähtevät reissupäivälle.

Edellisen viikon haasteet näkyivät vielä tänäkin päivänä, suurin osa yrityksistä jonne otin kontaktia kävivät edelleen tilinpäätöksiä sekä muita yrityksen sisäisiä projekteja. Näihin aikoihin on vaikea päästä sisälle asiakaskäynnille, sillä hankinnat alkavat vasta myöhemmin syksyllä. Uudet toimialueet toivat kuitenkin kaksi onnistunutta tapaamista, joista jäämme ottamaan tulosta.

#### *Keskiviikko 29.8*

Keskiviikko tuntui olevan elokuun tahdikkain päivä tähän mennessä. Onnistuneita tapaamisia kertyi neljä kappaletta Jyväskylään, jossa Keski-Suomen yritysmyyjämme vierailee tulevalla viikolla. Tänä otimme myös muiden aluemyyjiemme kanssa palaverin, jossa kävimme läpi potentiaalisia keissejä joita tulisi kloussata nyt syksyn aikana. Myyntipäällikkömme reissupäivät työllistävät loppuviikon sekä Pohjois-Pohjanmaan asiakkaiden uudelleen kontaktointi.

Päivän tulokseen voin olla tyytyväinen, sillä kesäkuukausien haasteista huolimatta pääsin henkilökohtaiseen tulokseeni.

*Torstai 30.8.*

Torstaina kävimme myyntipäällikkömme, Sami Lukinin, kanssa läpi potentiaalisia asiakkaita Keski-Suomen alueella. Samin kanssa pääsimme istahtamaan alas ja käymään strategiaa läpi, millä ensitiset yhteyshenkilöt tullaan kontaktoimaan ja ”lämmittämään”. Termi ”lämmitys” tarkoittaa tässä asiakontekstissa oikeiden pointtien ja kulmien löytämistä uuden kiinnostuksen herättämiseksi. Käyntejä lähdettiin siis kontaktoimaan normaalista poikkeavalla tavalla. Ja tämä kannatti.

Päivän saldoksi muodostui kokonainen reissupäivä Samille lisälmeen, jossa odottavat viime keväältä ylös nostetut keissit uutta käsittelyä varten. Näissä ns. ”lämpimissä” kontakteissa on hyvä puoli siinä, että asia on entuudestaan tuttua, mutta sitä voidaan lähestyä uudella tavalla. Etsimällä viimeksi vaiheeseen jääneen ongelman, ja ratkaisemalla sen.

Viitaten netistä löytyneeseen artikkeliin, asiakashankinnassa voidaan käyttää useita eri tekniikoita halutun tuloksen saavuttamiseen. Tänäpäin käytin tekniikkaa, jossa jo entuudestaan tutulle yritykselle käytin eri lähestymistapaa tapaamisen saavuttamiseksi.

*“Acquire new customers by leveraging the existing user base of products that you integrate with, offering an improved user experience in the process.” (Matthew Barby, Customer Acquisition Strategies, matthewbarby.com. Viitattu 30.8.2018.)*

Kuten Matthew Barbyn tekstissä todetaan, uusien asiakkuuksien löytämiseen voidaan käyttää referenssin omaisesti jo olemassaolevia asiakkuuksia tai toteutuksia. Tänäpäin Samin kanssa kävimme läpi yrityksiä joissa tarvetta ei ollut ennen suurta tarvetta tarjoamillamme IT-ratkaisuille, mutta tiettyjen referenssikohteiden myötä kiinnostus heräsi asiakkailla ja pääsemme tarjoamaan palveluitamme uudelleen.

*Perjantai 31.8.*

Tänäpäin asiakashankintaprosessiin kuului myyntipalaveri yritysmyyjämme Perälän kanssa. Kävimme läpi palaverissa pohjustavia tietoja tulevista asiakaskontakteista, jotka koskevat ko. myyjän myyntialueita. Palaveri kävi samalla tavalla kuin edellisen päivän palaveri myyntipäällikkömme

kanssa. Päädyimme kontaktoimaan jo valmiiksi ”lämmitettyjä” yrityksiä Etelä-Suomen alueelta, jonne myyjämme lähtee syyskuun viikolla 37. Päivän tavoite täyttyi, ja asiakkaiden toimialueina toimi pääsääntöisesti kiinteistöalan yritykset. Maanantaina startataan kuukausi kuukausipalaverilla.

#### *Viikko 35 yhteenveto*

Viikko meni samaan malliin kuin edellinen vko 34. Haasteina edelleen tavoitettavuus sesongin alkaessa sekä myöhäiset kesälomajaksot yrityksissä. Tulos miellytti koko organisaatiota sekä asiakaskäynnit olivat ehkä vähäisestä määrästä riippumatta erittäin suopeita. Muutama keissi jossa tulee olemaan kaupan aineksia, ja näitä pyöritellään ja niin sanotusti jumpataan vielä syksyn mittaan.

Viikon loppupuolella aloimme kääntämään keskittymistä jo seuraavan vuosineljänneksen muutoksiin sekä tapahtumiin joita syksy tuo tullessaan. Tämä jätti erittäin positiivisen tunteen sekä odottamisen innon kaikkiin meistä. Ensi viikolla uusi vuosineljännes polkaistaan käyntiin ja asiakkuudet jatkuvat pidemmälle.

### **3.3 VIIKKO 36**

#### *Maanantai 3.9.*

Syyskuu ja viikko aloitettiin kuukausipalaverilla. Palaverissa kävimme yhtiön kesken seuraavan vuosineljänneksen sekä tulevaisuuden kehitysideoita läpi. Tämän jälkeen pidimme myyntihenkilöstön kesken palaverin, jossa käytiin tulevan syksyn myyntitavoitteita läpi sekä kartoitimme tuotteen kuntoon uusien päivitysten myötä, joita tehtiin kesällä.

Päivän aikana tuli paljon informaatiota tulevaisuutta varten jotka koskevat koko henkilöstöä. Päivän aikana emme kerenneet paneutua asiakashankintatyöhön, sillä palaverit veivät koko työpäivän.

#### *Tiistai 4.9*

Tänään aloitin työpäivän asiakashankintatiimin palaverilla, jossa käsittelimme tulevia viikkoja reissupäivien osalta. Tampereella järjestetään syyskuun viimeisellä viikolla alihankinta -messut jonne yritysmyyjämme suuntaavat kolmeksi päiväksi keräämään asiakkuuksia sekä leadeja. Kävimme läpi alueita ja toimialoja joissa myyjiemme tulisi vieraila messujen aikaan.



Loppupäivän kävin läpi viime viikolta jääneitä yhteydenottopyyntöjä Kokkolaan. Edellisen viikon kontaktoinnit hoidettiin loppuun iltapäivään mennessä, jotta pääsemme keskittymään huomista eteenpäin tulevia messu -asiakkaita.

#### *Keskiviikko 5.9*

Tämä aamu lähti käyntiin alihankintamessujen asiakkuuksien käsittelyllä. Myyjämme suuntaavat viikoksi Etelä-Suomeen syyskuun lopussa, jossa on tarkoitus tehdä asiakaskäyntejä viikon ajan Etelä-Suomen paikallisiin yrityksiin. Kyseinen viikko tulee työllistämään tämän ja seuraavan viikon meidän tiimiä, joten raportointi voi olla hieman yksitoikkoista.

Tänään tein kyseiseen Etelä-Suomen alueeseen yhden isoimmistani asiakaskäynneistä. Päivä oli tuottelias sekä jätti hyvän fiiliksen torstaille ja perjantaille!

#### *Torstai 6.9*

Ei muutoksia edelliseen päivään. Päivän aikana tein normaalia asiakashankintaa alihankintamessuja varten.

#### *Perjantai 7.9*

Tänään vietiin yhden myyjistämme myyntipäivien aikataulut ja asiakaskäynnit finaaliin. Käynnit sijoittuvat kolmeen eri kaupunkiin joihin sovin tapaamisia. Odotan innolla, miten keissit jatkuvat tulevaisuudessa, seassa oli erittäin isoja yrityksiä sekä potentiaalisia kaupan mahdollisuuksia!

Päivän haasteena oli miettiä tapaamiset maantieteellisestä näkökulmasta välimatkoineen. Onnistuin neuvottelemaan yritysten kesken heidän aikataulut sopimaan ajomatkoihin varattuun siirtymään, jolloin kalenterista saatiin yhtenäinen sekä sulava tapaamisesta tapaamiseen.

#### *Viikko 36 yhteenveto*

Tämä viikko oli tähän mennessä hektisin työviikoistani kesälomien jälkeen. Viikkoon sisältyi kuukausipalaveri, sekä kolme muuta palaveria jossa käytiin läpi yrityksemme seuraavaa vuosineljänneistä tuloksellisesti sekä kehityksellisesti. Tulevat alihankintamessut työllistivät asiakashankintamme koko viikon ajan. Pääsimme hyvään vauhtiin asiakkaidemme kanssa, mutta työ jatkuu vielä seuraavalla viikolla. Tulevan viikon agenda on edelleen siis syyskuun viimeisellä viikolla järjestettävät alihankintamessut ja niiden yhteydessä asiakaskäyntien toteuttaminen.

Tämän viikon jälkeen odotan innolla koko tuleva vuosineljänneistä, sillä tuotteemme sekä yrityksemme kilpailukyky on nousujohteisessa kasvussa.

### **3.4 VIIKKO 37**

#### *Maanantai 10.9*

Päivän teemaan kuului niin kuin edelliselläkin viikolla tulevat alihankintamessut sekä niiden asiakastapaamisten järjestäminen. Alueina tänään Etelä-Suomi kokonaisuudessaan sekä Tampereen lähiseutu. Päivä meni normaaliin tapaan, ei kummempia raportoitavia tapahtumia.

Haasteita ei päivän aikana tullut, kaikki sujui niin kuin piti. Hieman tylsä päivä opinnäytetyön kannalta, mutta täysin rehellinen ja arkinen.

#### *Tiistai 11.9*

Päivä kului messujen asiakastapaamisten sopimisella. Ei mitään erikoisempaa raportoitavaa. Päivän haasteena olivat Lempäälä ja sen yritykset joiden tavoittaminen, sekä aikatauluttaminen tuntuivat haastavalta. Päivän viimeiseen yhteydenottoon sain kuitenkin tuon alueen käytyä läpi joka tarkoittaa sitä, että huomenna pääsen muihin alueisiin.

#### *Keskiviikko 12.9*

Keskiviikko lähti edellisen päivän työtehtävien loppuunviennillä käyntiin. Iso urakka takana, sillä nyt alihankintamessujen reissupäivät täynnä omalta osaltani, yhtä asiakasta lukuun ottamatta. Tämä jatkuu huomenna.

Päivän haasteena tuntui olevan yritysten herkkyyden uusien ratkaisujen etsimiseen. Tämä vaikuttaa vielä pitkälle syksyyn, sillä monien yritysten hankintaprosessit polkaistaan käyntiin vasta loppu- tai alkuvuodesta. Päivän tulokseen olen silti erityisen tyytyväinen, sillä haasteista selvittiin kunnialla ja täydellä kalenterilla.

#### *Torstai 13.9*

vapaalla

*Perjantai 14.9*

vapaalla

*Viikko 37 yhteenveto*

Viikko piti sisällään muutoksia sekä onnistumisia. Aiemmin läpikäytyt alihankintamessujen reissupäivät saatiin loppuun ja myyjiamme odottaa pitkä liuta asiakaskäyntejä viikolla 39. Teimme tiimimme kesken parhaan viikkotuloksen sitten kesälomien, ja nyt tuntuu, että aiemmin vaivanneet kesälomat yms. asiakkaiden päässä ovat viimein ohi.

Haasteena oli aikaväli jolle asiakaskäynnit sijoittuvat – oli tärkeintä saada myyjien kalenterit täyteen ja hajanaiset tapaamisajat loivat tietyn paineen onnistumiselle. Tiimimme veti tilanteen sekä haasteet selkeästi läpi, ja onnistuimme ennätysellisesti tavoitteessamme. Ensi viikolla lisää muutoksia.

### **3.5 VIIKKO 38**

*Maanantai 17.9*

Tänään aloitin asiakashankintapäällikön työtehtävillä. Kävimme läpi työtehtäviä, joita tulen jatkossa tiimin vetäjänä käymään läpi. Työ tulee jatkossa olemaan oman asiakanhankintatiimin vetämisestä sekä myyjien tulosten sekä reissupäivien organisointia. Tänään otin tehtäväkseni päivittää tulevaisuutta varten uudet soittolistat, joihin tulee uutta yrityskantaa kontaktointia varten.

Jatkossa opinnäytetyöni keskittyy enemmän esimiestehtävien raportointiin kuin itse asiakashankinta työhön.

*Tiistai 18.9*

Tänään jatkoin eilisen työtehtävien parissa. Kontaktoin uusia yrityksiä joita eilen keräsin CRM-työkaluillamme sekä jatkoin edellisen päivän soittolistojen laatimista. Päivä piti sisällään yritysten delegointia kollegoille, jotka kontaktoivat jatkossa yrityksiä tietyin kriteerein sekä vaatimuksin jotka laadimme johdon kanssa. Päivä oli pitkälti saman tyyppinen kuin eilinen.

*Keskiviikko 19.9 – Perjantai 21.9*

Sairaana

### *Viikko 38 yhteenveto*

Viikko oli muutosten täyteinen sairasteluista huolimatta. Aloitimme osittain perehdyttämisen asiakashankintapäällikön työtehtäviin, joita hoidin alkuvuikosta. Tavoitteenani oli luoda asiakasrekisteriä potentiaalisista asiakkaista asiakashankintatiimille kontaktointia varten. Kävin läpi suomen laajuudelta suurimpia kaupunkeja ja yrityksiä käyttäen suosittuja yritysrekisterityökaluja, Finderiä sekä Vainua. Molempien työkaluihin kuuluu yritysten haku filttareiden eli rajausten kanssa, esim liikevaihtoluokan sekä henkilöstömäärän mukaan.

Harmikseni sairastuin tiistai-iltana, ja olin loppuviikon sängynpohjalla kuumeessa. Ensi viikolla takaisin kehään parempana kuin ennen.

## **3.6 VIIKKO 39**

### *Maanantai 24.9.*

Maanantai ja viikko alkoivat perehdytyksellä uusiin työtehtäviin. Istuin palaverissa kolme tuntia ja kävimme alustavasti läpi mitä minun tulee esimiestehtävissä ottaa huomioon sekä työkaluja tuloksen seurantaan yms. varten. Perehdytystä jatkamme normaalien työtehtävien lomassa koko tulevan viikon. Päivän tuloksena oli yleisesti ymmärrys sekä tietotaito jatkaa edellisen esimiehen työtehtäviä mahdollisimman sulavasti.

### *Tiistai 25.9*

Tänään keskityin perinteiseen soittotyöhön. Otin työn alle edellisellä viikolla luomani soittolistat, joista lähdin kontaktoimaan yrityksiä tulevaa kuukautta varten. Kohteenani oli kaksi paikkakuntaa, jonne myyjämme suuntaa lokakuun ensimmäisellä sekä toisella viikolla. Yritysten toimialat vaihtelivat autohuolloista agrikulttuuriin keskittyviin laitteistoyrityksiin. Työ jäi kesken valitettavasti, ja jatkan sitä huomenna muiden perehdytysten ohessa.

### *Keskiviikko 26.9.*

Päivän aikana hoidin eilen keskenjääneet asiakkuudet loppuun. Päivän työtehtävät keskittyivät lähinnä asiakashankintatyöhön, perehdytystä ei tänään ollut sen kummemmin. Haasteena oli pienen paikkakunnan yritykset, jotka eivät yleensä vastaa liikevaihtoluokaltaan avainasiakkaidemme toivottua liikevaihtoluokkaa, mutta pienellä työllä ja hakemisella löysin erittäin hyviä kohteita jonne myyjämme reissaa ensi viikolla.

*Torstai 27.9.*

Tänään jatkoimme perehdyttämistä esimiestyöhön. Kävimme läpi myyjien paikkakuntien reissupäivien prosessia, miten niitä järjestetään ja mille alueelle kenenkin tapaamiset kohdistuvat. Aloitin Rovaniemen sekä pääkaupunkiseudun alueiden reissupäivien työstämisen lokakuun loppupuolella. Huomenna perehdytys jatkuu.

*Perjantai 28.9.*

Tämä päivä meni palkanlaskussa sekä kuukausittaisten tulosten laskelmoinnissa. Tein aamupäivän palkanlaskua ja iltapäivän tuloslaskentaa sekä laatulaskelmointia syyskuun asiakastapaamisista sekä kaupoista. Viikonloppu tuli pari tuntia liian aikaisin, joten osa työtehtävistä jatkuu maanantaina.

*Viikko 39 yhteenveto*

Viikon aikana otin enemmän haltuun asiakashankintapäällikön työtehtäviä. Minua perehdytettiin uusiin toimenkuviin sekä työtehtäviin joita ylennys tuo tullessaan. Haasteena viikon aikana tuli luonnollisesti kaiken uuden informaation sisäistäminen sekä oppiminen, mutta odotan jatkoa enemmän kuin innoissani. On mahtava päästä kerryttämään kokemusta yritysmyyntin esimiestehtävistä. Aiemmin olen toiminut kahteen otteeseen myymäläpäällikkönä edellisissä työsuhteissani, joten on mielenkiintoista päästä kartoittamaan kokemusta myös B2B -esimiestyöstä.

### **3.7 VIIKKO 40**

*Maanantai 1.10*

Tänään oli ensimmäinen virallinen päivä asiakashankintapäällikkönä yrityksessä. Työtehtävinäni oli tulevan kuukauden kaukokäyntien suunnittelu sekä delegointi yritysmyyjillemme. Päivän päätteeksi jokaisella myyjällämme on merkityt paikkakunnat jonne he matkustavat yrityskäynneille lokakuun aikana.

*Tiistai 2.10*

Aamut alkavat päiväkohtaisten tavoitteiden asettamisella tiimillemme. Tänään autoin myös asiakashankkijoitamme asiakkaiden kontaktoinnilla muiden työtehtävien ohessa. Viimeistelimme kahden myyjämme kanssa vielä tulevat kaukokäyntien ns. reissupäivät loppukuuksi. Päivän lopuksi tein tulosseurantaa edellisen viikon asiakkuuksien osalta.

### *Keskiviikko 3.10*

Keskiviikon tavoite oli täydentää soittolistaa asiakashankinta tiimillemme ottaen huomioon tulevat kaukokäynnit ja niiden lähialueet. Tulosseurannan osalta tiimimme päivätavoite täyttyi. Uudet työtehtävät alkavat vähitellen pyörimään luonnostaan. Päivä ei pitänyt sisällään sen kummempaa työtehtävien osalta.

### *Perjantai 5.10*

Aamu alkoi kuukausipalaverilla, jossa kävimme edellisen kuukauden myyntiä sekä tuloksia läpi. Käsitelimme yrityksen tulevia tapahtumia sekä loimme selkeän kuvan työtehtävistä tulevalle kuukaudelle. Kuukausipalaverin jälkeen pidimme yritysmyyjien kanssa palaverin tulevista myynnillisistä muutoksista, sekä elementeistä jotka tulee ottaa huomioon. Viikonloppuun lähdettiin selkeällä missiolla ja katseella tulevaa kuukautta kohden.

### *Viikko 40 yhteenveto*

Viikko piti sisällään uudet asiakashankintapäällikön työtehtävät ns. täydellä teholla. Perehdytys oli ohi ja toimin täysin itsenäisesti roolissa. Työtehtävät sujuivat äärettömän hyvin ja olen omaan suoritukseeni erittäin ylpeä. Pääsimme tiimimme kesken huipputulokseen toteutuneissa asiakastapaamisissa ja perjantaina käyty kuukausipalaveri ammensi tulevaisuutta myös minun osaltani. Haasteena viikon aikana esiintyi oletetusti uusien tehtävien organisointi sekä hallinta, mutta pienien mutkien kautta sain järjesteltyä itselleni jatkoa varten selkeän aikataulun työlleni.

## **3.8 VIIKKO 41**

### *Maanantai 8.10*

Viikko alkoi etätyöpäivällä Tampereella. Työtehtäväni olivat asettaa päiväkohtaiset tavoitteet asiakashankintatiimillemme sekä käydä edellisen viikon tulosseuranta läpi yritysmyyjiemme osalta. Avokonttorissa työskentely mahdollistaa tarvittaessa myös etätyöskentelyn yrityksessämme. Avokonttoreiden hyödyt ovat olleet puheenaiheena useissa eri medioissa niiden mahdollisten meluhaittojen sekä keskittymiskykyyn heikentävästi vaikuttavien seurausten johdosta. Kauppalehden mukaan avokonttorin haitat ovat huomattavasti suurempia kuin hyödyt.

*“Tulokset viittaavat siihen, että akustisista ongelmista voi aiheutua huomattavasti laajempia haittoja kuin pelkästään tyytymättömyys työtiloihin” (Kauppalehti, Tutkimus: Avokonttorin melu lisää virheitä ja aiheuttaa stressioireita – etenkin puhe häiritsee. Viitattu 9.10.2018)*

#### *Tiistai 9.10*

Työtehtävinäni oli päiväkohtaisten tavoitteiden asettaminen myyjien reissupäivien suhteen. Autoin asiakashankintatiimiämme soittamalla asiakaskäyntejä päivän aikana sekä hoidin yleisesti asiakashankintaan liittyviä taustatöitä. Päivän tavoite täyttyi ja huomenna pääsemme keskittymään uuteen kohdealueeseen.

#### *Keskiviikko 10.10*

Päivän aikana autoin yhtä asiakashankkijaamme hänen tapaamisten sopimisessa sairastelun vuoksi, jotta saamme ensi viikon asiakaskäynnit Rovaniemelle vietyä loppuun. Lounaan jälkeen keskityin Lapin alueen yritysten hakemiseen sekä tallentamiseen CRM järjestelmäämme. Tämä helpottaa asiakashankintatiimiä tulevien asiakaskäyntien hankkimisessa Lapin alueelle loppukuusta.

#### *Perjantai 12.10*

Viikko vietiin finaaliin viikon toteutuneiden asiakastapaamisten sekä tarjousten tulosseurannalla. Tiimimme keskittyi syyslomaviikolle ajoittuvalle Lapin myyntireissulle ja kävimme läpi Levi-Ylläs-Muonio-Äkäslompola aluetta myyjällemme läpi. Keskityin itse edellämainittuun tulosseurantaan sekä ensi viikon työtehtävien valmisteluun.

#### *Viikko 41 yhteenveto*

Viikon 41 tapahtumat eivät olleet kovin monipuolisia. Keskityimme tulevien myyntireissujen suunniteluun sekä toteutukseen. Haasteena oli tuleva syyslomaviikko, joka ajoittui juuri kahden myyjämme suunniteltuihin asiakastapaamisiin ja niiden kohdekaupunkeihin. Jouduimme miettimään myyjien aluejakoja uudelleen lokakuun viimeisille viikoille. Viikon tulos miellytti asiakashankkijoitamme sekä minua, sillä saimme tulevat tavoitteet hyvälle alulle ja pääsemme viemään ne loppuun ensi viikolla.

### **3.9 VIIKKO 42**

#### *Maanantai 15.10*

Päivän agendana oli buukata viime viikolta keskenjääneet yritykset loppuun sekä aloittaa syyslomaviikon asiakastapaamisten sopimista myyjillemme. Aloitin myös tämän viikon tulosseurannat sekä kävin myyjiemme kanssa läpi tulevien viikkojen myyntitapahtumia. Työtehtävistäni poiketen

autoin myös harjoittelijaamme ohjelmistokehityspuolella front-end sovelluskehityksessä tulevan applikaatiomme ulkoasun suunnittelussa.

#### *Keskiviikko 17.10*

Tänään tein työpäivän etänä kotikonttorilta. Tavoitteenani oli käydä läpi ja organisoida yrityksiä Mikkelin alueelta myyjällemme loppukuun asiakastapaamisten saavuttamiseksi. Tiimini työskenteli päivän aikana käyden läpi Etelä-Suomen sekä paikallisia Oulun sekä Oulun lähialueiden yrityksiä. Varmistin päivän aikana toteutuneet tapaamiset sekä loin pohjan loppuviikoksi yritysten osalta joita tavoitteleimme torstain sekä perjantain.

#### *Torstai 18.10*

Päivän työtehtävinä oli asiakashankintatiimin vahvistaminen asiakkaskontakteissa. Loin eilen yrityskantaa tiimillemme ja tänään aloimme työstämään niihin asiakastapaamisia. Itse keskityin Savon alueen yrityksiin sekä jatkokäsittelyihin aiempien tarjousten pohjalta. Tavoitteena oli tämän ja huomisen aikana sopia yhteensä 12 asiakastapaamista myyjillemme. Työstö jatkuu huomenna.

#### *Perjantai 19.10*

Tänään keskityin asiakashankintaan Kuopion alueella. Vein loppuun eilen aloittamani aktiviteetit myyntipäälliköllemme sekä kävin läpi myyjämme kanssa tarjousta tulevalle asiakkaallemme. Osa myyjistämme jäävät syyslomalle, mutta asiakashankintatiimimme jatkaa työstöä tulevalle kuukaudelle. Ensi viikolla tulee käydä läpi marraskuun tulevat kaukokohteet sekä kaupungit, jonne myyjämme suuntaavat. Tästä lisää ensi viikolla.

#### *Vko 42 yhteenveto*

Viikko oli kiireinen asiakastapaamisten suhteen. Puristimme viimeisimmätkin reissupäivät myyjillemme kuntoon tulevan syyslomaviikon takia, sillä osa myyjistä sekä tiimistämme ovat lomalla. Jatkan itse syyslomaviikon asiakashankintaa tuuraamalla asiakashankkijoitamme. Pääsin harjoittamaan ammattikorkeakoulussa opittuja front-end ohjelmistokehityksen elementtejä harjoittelijamme kanssa, kun suunnittelimme uuden ohjelmistomme ulkoasua. Haasteena tällä viikolla esiintyi tois-  
tuvasti syyslomat jotka pyörivät Etelä-Suomessa sekä Lapissa. Tämä vaikutti työhömmme tulokseen tavoitettavuuden vuoksi, sillä useat toimitusjohtajat/IT-asiahenkilöt olivat lomalla, jonka vuoksi uudet yhteydenotot siirtyvät väistämättä lomaltapaluun jälkeisille päiville.



### 3.10 VIIKKO 43

*Maanantai 22.10*

Viikko lähti käyntiin päivä- sekä viikkokohtaisten tulosten analysoinnilla sekä edellisen viikon myyntituloksen statistiikan läpikäynnillä. Otimme aamulla asiakashankintatiimimme kesken nopean viikkopalaverin, jossa jaoin loppukuun yritysasiakat kontaktoinnin paikkakunnan mukaan tiimin kesken. Osa tiimistämme on tällä hetkellä syyslomalla, joten toimin itse paikkaavana asiakashankijana viikon 43. Loppukuun asiakastapaamiset ulkopaikkakunnilla alkavat olla loppusuoralla, tällä viikolla keskitymme niiden loppuun vientiin sekä toteuttamiseen. Päivän tulos miellytti organisaation onnistuneiden sekä potentiaalisten asiakkuuksien tavoitteiden kloussaamisen vuoksi koko tiimiämme.

*Tiistai 23.10*

Tänään päivätavoitteenani oli sopia asiakastapaamisia Ouluun sekä lähiseudulle sekä käydä alustavasti läpi myyjien tulevia reissupäiviä marraskuulle. Osa myyjistämme on viettämässä syysloma-viikkoa, joka tarkoittaa sitä, että minun tulee pitää etäpalaveri heidän kanssa. Syyslomat vaikuttivat myös yritysten tavoitettavuuteen: harva toimitusjohtaja oli tänään paikalla, jonka vuoksi päivän tulos jäi ohueksi.

Syysloman aiheuttamat haasteet olivat tiedossa jo tähän viikkoon lähdeittäessä, mutta onneksi olimme ennakoineet tulostavoitteet jo edellisellä viikolla sekä tehneet alustavaa työtä tämän viikon eteen.

*Keskiviikko 24.10*

Päivä meni Oulun sekä Oulun lähialueiden asiakaskontaktien läpikäynnissä. Syysloma vaikeutti tavoitettavuutta ja monet caset jatkuvat syyslomaviikon jälkeen viikolla 44. Jatkoisin myyjiemme kanssa tulevan kuukauden paikkakuntien sopimista reissupäiviä varten sekä kartoitimme tässä kuussa kesken jääneet asiakkuudet sekä tarjoukset tuleville viikoille.

*Torstai 25.10*

Tänään lähdin yritysmyyjämme kanssa asiakastapaamiselle. Tapaaminen oli Oulussa ja lähdin mukaan, jotta voin raportoida mahdollisimman käytännönläheisesti yritysmyyntin prosessia myös opinnäytetyöhöni. Tapaaminen kesti noin tunnin, jonka aikana kävimme läpi yrityksen nykyisen

tilanteen kommunikaattoratkaisujen suhteen, kartoitimme tarpeen sekä mahdollisuudet meidän tuotteillamme.

Yrityksen toimiala on rakennuspalvelut joka tuo omat haasteensa puhelinyhteyksiin sekä tavoitettavuuteen. Asiakas koki tärkeäksi, että heille tulevat asiakaspuhelut rekisteröidään ja niihin voidaan reagoida mahdollisimman nopeasti. Tämä vaikuttaa asiakastyytyvyyteen sekä nostojohdanneisesti liikevaihtoon. Pystyimme tuomaan asiakkaan ongelmiin ratkaisun Mustalinja mobiilivaihteellamme. Jatkamme keskustelua tulevaisuudessa tarjouksen muodossa.

#### *Perjantai 26.10*

Tänään työtehtäväni oli käydä viimeistenkin myyjien kanssa tulevan kuun aikataulutus läpi sekä valmistella viikottaisten tulosten seurantaa. Jatkoin keskiviikon Oulun sekä Oulun lähialueiden asiakkuuksien kanssa, jotka olivat jääneet kesken aiemmin viikolla.

Eilisen asiakaskäynnin jälkeen kävimme myyjämme kanssa läpi asiakkaan tämänhetkiset puhelinlaskut sekä käyttömäärät. Näiden tekijöiden perusteella voimme laskea juuri heille sopivilla tiedoilla tarjouksen mobiilivaihteestamme. Tämä on tärkeää, sillä tällä tavoin voimme kilpailuttaa markkinoita heidän nykyisen toimijan sekä meidän välillä. Tarjous lähetettiin asiakkaalle ja käydään läpi kuukauden päästä heidän toimipisteessään.

Tänään on myös viimeinen päivä opinnäytetyöni päiväkirjaraportointia. Seuraavassa osiossa yhteenveto prosessista sekä kuluneista 10 viikosta.

#### *Vko 43 yhteenveto*

Syyslomaviikko ja sen mukana tuomat lomamat vaikeuttivat asiakashankintaa koko tiimin osalta. Osa tiimistämme lomailivat myös tämän viikon, joten miesvajeen vuoksi viikon tulos jäi normaalista. Tämä oltiin kuitenkin ennakoitu sekä tiedostettu etukäteen, minkä vuoksi ylsimme kuukausittaiseen tavoitteeseen. Viikon aikana pääsin myös kirjoittamaan myös asiakaslähtöisen raportoinnin yritysasiakkuustapaamisesta. Olen käynyt muutaman kerran aiemminkin asiakkailla myyjiemme kanssa yleisen myyntiprosessin tukena, mutta tämä oli ensimmäinen opinnäytetyöni aikana, jonne kerkesin mukaan.

Viikon opetuksena oli, että haasteisiin voidaan ja pystytään vastaamaan, jos ne on tiedostettu etukäteen. Ensi viikolla jatkamme tiimimme kesken tulevan kuukauden asiakkuuksia pääkaupunkiseudulle sekä Etelä-Pohjanmaalle.

## 4 POHDINTA

Ennen opinnäytetyöni aloittamista olin skeptinen päiväkirjamallisesta suorituksesta. Käsitkseni opinnäytetyöstä on aina ollut perinteisen mallin mukainen, työläs läjä tekstiä. Kuultuani, että Oulun Ammattikorkeakoulu mahdollistaa opinnäytetyön päiväkirjamallisena toteutuksena työn ohessa päätin heti, että haluan suorittaa sen kyseisellä tavalla. Tämä mahdollisti minulle lähestyä työnteokoani sekä opinnäytetyötäni uudella tavalla. Myönnettäköön, että kirjoittaminen tuntui aluksi oudolta, koska en osannut tulkita työtehtäviäni sanoiksi. Epäilin etten saa tarpeeksi syvällistä raportointia opinnäytetyöhöni. Löysin nopeasti rutiinin kirjoittamiselle ja otin sen ikään kuin työtehtävänäni jokaisen työpäivän jälkeen. Rutiinin löydettyäni pääsin keskittymään sisältöön enemmän.

Syksyn aikana olen päiväkirjaa kirjoitellessa päässyt peilaamaan työtehtäviäni opintoihini, punnitsemaan osaamistani sekä oppinut yleisesti enemmän opintojeni tuomista valmiuksista työelämässä. Työssäni vaaditaan yleistä tietotaitoa informaatioteknologiasta sekä sanavalmiutta alaan liittyen. Näitä edellämainittuja taitoja olemme harjoittaneet myös opintojen muodossa. Olen kokenut myös, että ammattikorkeakoulun liiketoiminnan opintojaksot ja niiden sisällön ymmärtäminen on edesauttanut minua urallani. Markkinoinnin, yrittäjyyden sekä ammattiopinnot ovat lähentäneet opintojani sekä työtäni huomattavasti.

Aloittaessani opinnäytetyötäni olin työskennellyt Musta-Pekka Oy:ssä 8 kuukauden ajan. Syksyn aikana seurasin työtäni asiakashankinta -tiimissä sekä myöhemmin opinnäytetyön aikana ylenin asiakashankintapäälliköksi. Musta-Pekka Oy:ssä pääsen työskentelemään mahtavan, innovoivan henkilöstön parissa. Olen seurannut yrityksen sekä sen tuotteiden kehitystä menneen vuoden ajan ja näen monia yhtenäisyyksiä opintoihini yrityksen toimintatavoissa monin eri tavoin. Nykyisessä toimenkuvassani pääsen tuomaan yrityksen vision tuoteperheestä sekä toimintatavoista alaisilleni. Esimiehenä työskennellessä olen huomannut useita yhteneväisyyksiä esimerkiksi Oulun Ammattikorkeakoulun Yrittäjyys -opintojaksoon. Kävimme kurssilla läpi johtajuuteen liittyviä elementtejä, joihin olen pystynyt samaistumaan.

Syksyn aikana pääsin mukaan myös yrityksemme myyntiprosessiin. Kävin keskustelua yritysmyyjijemme sekä myyntipäällikkömme kanssa asiakashankinnan sekä yrityskaupan välisestä korrelaatiosta. Mielestäni on tärkeää ymmärtää työn tarkoitus, sekä tavoitteet joihin koko organisaatio pyr-

kii. On myös äärimmäisen tärkeää olla aktiivinen omalla alallaan, jotta ymmärtää mahdolliset muutokset sekä kilpailijoiden aseman markkinoilla. Markkina-arvo ja sen määrittäminen vaatii ymmärrystä alasta sekä omasta tuoteperheestä. Informaatioteknologia on kiehtova ala opiskella sekä työskennellä juurikin sen muuttuvan luonteen vuoksi. Ala kehittyy jatkuvasti, joka vaatii työntekijältä henkilökohtaista kiinnostusta sekä innokkuutta seurata alan trendejä sekä uusia innovaatioita.

Kuten Andrew Medal toteaa Inc lehden artikkelissa, nykypäivän teknologian myötä yritysten kasvu ja muutokset kommunikaatioteknologiassa ovat monipuolisemmat kuin koskaan, mikä vaikuttaa yrityksen johtoon sekä sen tulevaisuuteen. (Andrew Medal, Inc.com, 31.10.2017. Viitattu 1.11.2018.) Mielestäni tähän tulee osata adaptoitua sekä vastata yrityksessä toiminnan tasolla. Yrityksessämme tämä näkyy esimerkiksi tuotekehityksessä sekä kokonaisvaltaisesti myyntiprosessissa aina asiakashankinnasta lähtien. Asiakashankinnassa tulee tietää oman tuotteen ominaisuudet ja sillä voidaan ratkaista asiakkaan ongelmia. Markkinoilla käydään kovaa kilpailua teknologian kehittyessä, minkä vuoksi tulee oma tuote tietää ja toteuttaa niin standardien kuin odotusten mukaisesti.

Toivon, että opinnäytetyöni antaa realistisen sekä kiinnostavan kuvan ICT-yrityksen asiakashankintaprosessista sen jokaisen vaiheen raportoinnin myötä. Yritin tuoda tekstiini mahdollisimman monipuolisesti työni eri vaiheet sekä kuvailla asiakasprosessia asiakashankinnan jälkeen. Useina päivinä työtehtävät olivat samankaltaisia, mutta niinä päivinä pyrin tuomaan tekstiini muita aiheita liittyen kokonaisprosessiin. Koen, että olen kehittynyt työssäni viimeisen vuoden aikana, ja syksyn opinnäytetyön jälkeen olen saanut syvemmän ymmärryksen työstäni sekä yleisestä yritysmyyntin prosessista sitä pohdittuani tarkemmin kirjoittaessani.

## LÄHTEET

Inc. Andrew Medal. 2017. How Communication Technology Is Changing The Future of Brand Management. Viitattu 1.11.2018, <https://www.inc.com/andrew-medal/how-communication-technology-is-changing-future-of-brand-management.html>

Heidi Huotilainen. 2017. Tutkimus: Avokonttorin melu lisää virheitä ja aiheuttaa stressioireita – etenkin puhe häiritsee. Viitattu 9.10.2018, [https://www.kauppalehti.fi/uutiset/tutkimus-avokonttorin-melu-lisaa-virheitä-ja-aiheuttaa-stressioireita-etenkin-puhe-hairitsee/e5239e56-03d9-317b-bda7-f33bc7d86798?\\_ga=2.253161152.834631562.1539080320-19644970.1539080320](https://www.kauppalehti.fi/uutiset/tutkimus-avokonttorin-melu-lisaa-virheitä-ja-aiheuttaa-stressioireita-etenkin-puhe-hairitsee/e5239e56-03d9-317b-bda7-f33bc7d86798?_ga=2.253161152.834631562.1539080320-19644970.1539080320)

Katarina Klinge. 2017. Mikä on CRM-järjestelmä? Viitattu 5.10.2018, <https://www.accountenterprise.fi/2017/08/02/mika-on-crm-jarjestelma/>

Matthew Barby. 2018. 21 Customer Acquisition Strategies to Win new Customers. Viitattu 30.8.2018, <https://www.matthewbarby.com/customer-acquisition-strategies/>

Paul Suggett. 2018. Customer Acquisition and How To Improve It. Viitattu 5.10.2018, <https://www.thebalancecareers.com/what-is-customer-acquisition-38496>