

Aleksi Lohi

**PEREHDYTTÄMINEN MANNINEN NUTRACEUTICALS OY:N  
ASIAKASPALVELUTYÖHÖN**

**PEREHDYTTÄMINEN MANNINEN NUTRACEUTICALS OY:N  
ASIAKASPALVELUTYÖHÖN**

Aleksi Lohi  
Opinnäytetyö  
Kevät 2015  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Oulun ammattikorkeakoulu

Aleksi Lohi  
Perehdyttäminen Manninen Nutraceuticals Oy:n asiakaspalvelutyöhön  
Eija Svanberg  
Kevät 2015

28 sivua + 68 liitesivua

---

Manninen Nutraceuticals Oy on oululainen urheiluravinteita ja erityisruokavaliovalmisteita markkinoiva yritys, jonka asiakaspalvelutyö tarvitsi selkeän, toistettavissa olevan ja laadukasta työtä tuottavan perehdytysoppaan ja -suunnitelman. Materiaali on laadittu minun - yrityksen asiakaspalvelupäällikön – toimesta. Olen perehdyttänyt kyseisiin työtehtäviin aikaisemmin neljä henkilöä ja tulen myös jatkossa vastaamaan siitä.

Perehdyttäminen tarkoittaa kaikkia toimenpiteitä, joiden aikana uudelle työntekijälle muodostuu kuva hänen uudesta työstään, työnantajastaan ja työyhteisöstään. Perehdytyksen aikana tulokas oppii omat työtehtävänsä ja löytää paikkansa osana työyhteisöä. Hyvä ohjaus mahdollistaa laadukkaan ja ammattimaisen työn. Olennaista on perehdytettävien asioiden ohjaustyyli, sisältö ja suunnitelmallisuus.

Asiakaspalvelutyö on asiakkaan neuvomista ja ohjaamista ongelmatilanteissa sekä oikeiden valintojen tekemisessä. Samalla asiakkaalle muodostuu kuva yrityksestä ja parhaassa tapauksessa saadaan aikaan asiakassuhde, jota myöhemmin hoidetaan tapahtuvan työn kautta. Kohdeyrityksessä asiakaspalveluhenkilön toimenkuvaan kuuluvat yrityksen myymälässä toimiminen ja sen ylläpito, asiakkaiden kontaktointi ja neuvonta, myynti ja markkinointi sekä järjestelmistä huolehtiminen. Työn haasteita ovat palvelun laadun ja palvelualltiuden ylläpito sekä alan ymmärtäminen ja tuotetietouden kattava hallinta.

Perehdytysopas ja sen sisältö arvioitiin yrityksen nykyiselle asiakaspalveluhenkilölle teetetyllä kyselyllä. Hänen mukaan perehdytys oli onnistunut sekä aikatavoitteiltaan, sisällöltään, opetustyyliiltään että myös tarvittavan materiaalin kattavuudeltaan. Palautetta tuli ainoastaan siitä, että käytössä oleviin järjestelmiin olisi hyvä olla yksityiskohtainen opas, mikä on tosin oppaaseen tämän jälkeen lisätty.

Perehdytys ja sen sisällön laatiminen oli mielenkiintoinen prosessi, jossa pääsin soveltamaan omaa osaamistani ja jäsenneiltyä tiedot kirjoitettuun muotoon. Työ eteni suunnittelusta varsinaiseen kirjoitustyöhön ja tämän jälkeen materiaalin testaamiseen käytännössä. Selkein haaste oli järjestelmistä kertovan osuuden ja tuotetietouden valmistamisessa.

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Economics, Marketing

---

Aleksi Lohi

Induction to the customer service work of Manninen Nutraceuticals Oy

Eija Svanberg

Spring 2015

28 pages + 68 appendix pages

---

Manninen Nutraceuticals Ltd is a company operating from Oulu who markets sports nutrition and diet foods. The company needed a thorough, quality producing and repeatable induction protocol to its customer service work. The material was made by me, the company's customer service manager. I have inducted four people to the job before and will be responsible for the induction in the future.

Induction means all actions which give a picture to the new employee about the job, the employer and the workplace. During induction a new employee learns his tasks and finds his own place in the work community. Good guiding to the job enables quality and professionalism in the work tasks. Most important things are the style of guiding, table of contents and planning of the induction.

Customer service is counseling and guiding of the customer in his needs and helping him make the right choices. Between the processes the customer forms a picture about the company and the best case scenario is when a continuous customer relationship is formed. After that the relationship is taken care of by the work of the customer service person. In Manninen Nutraceuticals the work mainly consists of taking care of the store, contacting customers and guiding them, sales and marketing and taking care of the operating systems. The challenges of the job are maintaining the quality of the service, the want to serve the customers and thorough understanding of the branch and the company's products.

The induction and its contents were evaluated by a survey from the current customer service employee. According to him the induction was well made by its contents, time goals, style of teaching and the coverage of the materials needed in the tasks. Feedback was given only about the missing of a detailed guide focused on the operating systems, which was included afterwards.

The making of the induction's contents was an interesting process where I was able to apply my own know-how and put all the information in written form. The work started with the planning and followed by writing and lastly testing the material in practice. The most challenging parts were the sections telling about the usage of the operating systems and the product information.

---

Induction, customer service, human resources management

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	PERUSTIEDOT .....	7
2.1	Toimiala.....	7
2.2	Kohdeyritys.....	7
2.3	Työpisteen kuvaus .....	9
3	KUVAUS OPINNÄYTTEESTÄ JA TOTEUTUSTAVASTA .....	10
3.1	Perehdytysoppaan tarve.....	10
3.2	Projektin taustat.....	10
3.3	Aineiston kerääminen.....	11
4	PEREHDYTYS .....	13
4.1	Miksi perehdytetään .....	13
4.2	Laadukas perehdyttäminen .....	13
4.3	Ohjaustyyli.....	14
4.4	Suunnitelman merkitys .....	15
5	ASIAKASPALVELUTYÖ.....	17
5.1	Asiakaspalvelutyö kohdeyrityksessä .....	17
5.1.1	Työn haasteet .....	18
5.2	Palvelua tukevat työtehtävät kohdeyrityksessä .....	19
6	PEREHDYTYSOPPAAN KÄYTTÄJÄARVIOINTI.....	21
6.1	Kysely.....	21
6.2	Arviointi ja palaute .....	21
6.3	Työntekijän oman kehittymisen arviointi .....	22
7	OMA ARVIOINTI.....	24
7.1	Oppaan työstäminen .....	24
7.2	Toimenkuva ja työtehtävät.....	25
7.3	Perehdyttämisen onnistuminen .....	26
	LÄHTEET .....	27
	MUU MATERIAALI .....	28
	LIITTEET .....	29

# 1 JOHDANTO

Hyvin suunniteltu ja tehty perehdytys lyhentää työn oppimiseen käytettävää aikaa. Työntekijä hyötyy siitä siten, että epävarmuus ja uusien työtehtävien aiheuttama jännitys vähenee, sopeutuminen työyhteisöön helpottuu ja nopeutuu sekä työntekijän ammattitaito kehittyy työssä nopeammin. Esimies ja työpaikka taas hyötyvät hyvästä perehdytyksestä siten, että aikaa säästyy perehdyttämisen sijaan muihin työtehtäviin, työn tulos ja laatu paranevat, uusi henkilö opitaan tuntemaan nopeammin, ongelmienratkaisu helpottuu sekä työpaikasta saadaan ammattimainen kuva sekä sisäisesti, että myös ulkoisesti.

Asiakaspalvelutyö on alati muuttuvaa, ihmisten kanssa toimivaa kohtaamista, jossa jokainen päivä asettaa työntekijän uusiin tilanteisiin. Työntekijän täytyy olla motivoitunut, työstään kiinnostunut ja sosiaalisia tilanteita pelkäämätön, jotta työ on sujuvaa ja ammattimaista. Laadukas asiakaspalvelu on myös ehdoton erottautumistekijä kilpailijoiden keskuudessa ja sillä varmistetaan jatkuvien asiakassuhteiden syntyminen. Kaikista tärkeintä lopulta on, että asiakkaan palvelukokemus on miellyttävä ja hän saa ratkaisun juuri itseään koskevaan asiaan. Mikäli asiakaspalvelun laatu on huono, palveluyrityksen menestymismahdollisuudet kärsivät: myynnit eivät kasva ja pysyviä asiakassuhteita on hankala luoda.

Työn tarkoituksena on toimia apuvälineenä Manninen Nutraceuticals Oy:n asiakaspalvelutyössä sekä perehdyttävälle että perehdyttäjälle. Se toimii referenssinä työn jokaisen vaiheen oppimisessa ja säästää täten aikaa molemmilta osapuolilta. Perehdytysmateriaali koostuu varsinaisesta oppaasta, josta selviää perehdyttävät asiat, niiden sisältö ja opetusmenetelmät; materiaaliin kuuluu myös perehdytys suunnitelma, joka taas selventää opetettavien asioiden aikatavoitteet, tarvittavan osaamistason ja palautteen annon. Tällä tavoin perehdytys on ammattimaista, työn aloittaminen jouhevaa ja tulokset ovat toistettavissa. Tämä taas näkyy korkeassa asiakaspalvelun laadussa, mikä varmistaa yrityksen menestymisen ja erottautumisen koko toimialalla.

## **2 PERUSTIEDOT**

### **2.1 Toimiala**

Lisäravinteita on myyty Suomessa reilut 20 vuotta. Vaikka ala on toisaalta nuori, ovat markkinat kasvaneet huomasti viimeisien vuosien aikana. Kesällä 2013 tehdyssä lakialoitteessa ”Urheiluravinteet vapaaksi makeisverosta” arvioidaan, että urheiluravinteiden markkinat ovat Suomessa vuosittain 40–50 miljoonaa euroa. Samassa arviossa kerrotaan, että vuosien 2011–2013 aikana lisäravinteiden kokonaismyynti kasvoi yli 20 prosenttia (Gråsten 2013, hakupäivä 15.11.2014).

Tutkimuksia lisäravinteiden hyödyistä on tehty paljon niin Suomessa kuin ulkomaillakin ja tulokset ovat olleet positiivisia. Uutisoinnin, markkinoinnin ja erilaisten interaktiivisten medioiden kautta tämä on päässyt ihmisten tietoisuuteen. Tiedon karttuessa kysyntä on kasvanut ja samalla luonnollisesti tarjonta lisääntynyt. Viimeisen kymmenen vuoden aikana toimijoita on tullut alalle runsaasti ja samalla valikoima on lisääntynyt, tuotteiden maku ja koostumus parantuneet sekä volyymi kasvanut. Ehkäpä merkittävimpänä siirtona on mainittava lisäravinteiden ilmestyminen päivittäistavara-kauppojen hyllyille, mitä monet pitävät niin sanotusti merkkipaaluna alan noususta ”tavallisten” ihmisten tietoisuuteen.

### **2.2 Kohdeyritys**

Manninen Nutraceuticals Oy:n liikeideana on valmistuttaa urheilijoille, kuntoilijoille ja laihduttajille suunnattuja ravintolisiä ja erityisruokavaliovalmisteita sekä terveydenhuoltohenkilöstön käyttämiä kliinisiä ravintolisävalmisteita. Lisäravinteita voidaan käyttää muun muassa normaalin ruokavalion lisänä turvaamassa ravintoaineiden riittävää saantia, apuna laihdutuksessa, sairauksien ennalta ehkäisemisessä ja palautumisen apuna urheilussa.

Manninen Nutraceuticals Oy on perustettu vuonna 2007. Yrityksen perustaja on vuonna 1975 syntynyt oululainen Anssi Manninen, joka on koulutukseltaan terveystieteiden maisteri erityisosaamisenaan liikuntalääketiede (Manninen Nutraceuticals, hakupäivä 12.11.2014). Yrityksen idea lähti Mannisen osaamisen ja mielenkiinnon pohjalta, sillä hän on tutkinut pitkään

ravitsemusta ja sen tärkeyttä, erityisesti urheilun ja urheilusuorituksesta palautumisen osalta. Näin ollen hän osaamisensa perusteella itse yrittäjänä pystyy tuomaan markkinoille laadukkaita ja toimivia tuotteita, mistä yritys erityisesti tunnetaan. Kaikki Manninen Nutraceuticals -tuotteet valmistetaan eurooppalaisessa lääketehaassa tarkan laatukontrollin alaisuudessa (Manninen Nutraceuticals, hakupäivä 14.11.2014).

Yrityksen myymälä (M-STORE) sekä pääkonttori toimistoinen sijaitsee Oulun Etu-Lyötyssä Hyvinvointikeskus Figuren tiloissa. Päävarasto, jossa käsitellään ja lähetetään verkkokauppa- sekä tukkutilaukset, sijaitsee Oulun Taka-Laanilassa. Päävarastolle saapuu myös yrityksen omat tuotteet tehtaalta, josta sitten täydennetään myös myymälän varastoja.

Yrityksen jakelukanavat jakautuvat kolmeen osaan: myymälä (M-STORE), verkkokauppa sekä tukkumyynti. Tukkumyynnin kautta tulee suurimmat tulot ja samalla se toimii markkinointikanavana yritykselle myynnin ohessa. Verkkokauppa taas mahdollistaa tuotteiden myymisen yksityisasiakkaille muualle Suomeen. Uusien toimitilojen myötä yrityksen myymälä kasvattaa myyntejään jatkuvasti, joka on todella merkittävässä roolissa yrityksen kokonaisyntien kannalta. Samalla myymälän tiloissa asiakas saa henkilökohtaista apua ja laadukasta tietämystä yrityksen omista tuotteista. Verkkokauppa ja myymälä ovat erityisen tärkeitä yritykselle sen vuoksi, että niiden kautta tapahtuvista ostoista tulee tuotot välittömästi, siinä missä tukkutilauksissa on aina vähintään 14 vuorokauden maksuaika.

Yritys työllistää tällä hetkellä päätoimisena viisi työntekijää ja yhden osa-aikaisena: hallituksen puheenjohtajana sekä tutkimusjohtajana ja totesuunnittelijana toimii yrityksen perustaja Anssi Manninen, toimitusjohtajana Hanna Savolainen, asiakaspalvelupäällikkönä ja yhteyshenkilönä Aleks Lohi, jakeluvastaavana Kari Vasara sekä markkinointikoordinaattorina Hanna Heikkilä. Myymälävastaavana toimii toistaiseksi osa-aikaisena Teemu Haatainen. Yritys on myös jatkuvasti yhteistyössä Oulun ammattikorkeakoulun kanssa, josta tulee esimerkiksi harjoittelijoita ja projektityöntekijöitä. Tulevaisuudessa yritys tulee työllistämään lisää henkilökuntaa erityisesti markkinointi- ja myyntitehtävissä liikevaihdon kasvaessa.



## 2.3 Työpisteen kuvaus

Asiakaspalveluhenkilön työpisteenä toimii yrityksen noutomyymälä M-STORE, joka sijaitsee Oulun Etu-Lyötyssä Hyvinvointikeskus Figuren tiloissa. Myymälä on kokoluokaltaan noin 95 neliometriä, johon lukeutuu mukaan henkilökunnan pieni taukotila, jossa on pieni ”käsivarasto” hyllyjen täydentämistä varten. Myymälään on kaksi sisäänkäyntiä, toinen rakennuksen etelä- ja toinen pohjoispäädyssä. Myyntitiski työpisteineen sijaitsee eteläpäädyn sisäänkäynnin vieressä. Tiskiinkin kuuluu kassalaitteiston lisäksi myyjän työkone, jolla tehdään yrityksen verkkosivuihin liittyvää työtä. Taustalla on myös taulu-TV -ryhmä, jota ohjataan viereisestä tietokoneesta, jossa pystytään esittelemään esimerkiksi tuoteuutuuksia. Ohessa on kuva havainnollistamaan sekä toimitiloja, että myös työpistettä.



KUVA 1. Yrityksen noutomyymälä.

### **3 KUVAAUS OPINNÄYTTEESTÄ JA TOTEUTUSTAVASTA**

Opinnäyte on selvitys yrityksen asiakaspalveluhenkilön perehdyttämisestä; siinä kerrotaan projektiin vaikuttaneista taustatekijöistä, aineiston keräämisestä, toimenkuvasta, työtehtävistä ja työn luonteesta, valmiuksistani työn pätevyyteen, varsinaisen perehdytyksen onnistumisesta sekä ohjaajan että käyttäjän sanoin. Opinnäytteen liitteenä on perehdytyksessä käytettävä materiaali: perehdytysuunnitelma ja -opas (LIITTEET 1–2). Varsinainen perehdytystyö on tehty kyseistä materiaalia käyttäen ja uudelta työntekijältä on saatu arviointi ja palaute sen onnistumisesta, joka ilmenee perehdyttämisen jälkeen tehtävästä kyselystä (LIITE 3).

#### **3.1 Perehdytysoppaan tarve**

Perehdytysoppaan tarve syntyi siitä, että yrityksellä ei aikaisemmin ollut olemassa suunniteltua ja kattavaa opasta perehdyttämiseen. Mitä pidemmälle lähdin tutkimaan aihetta, niin vaikutti siltä, ettei koko toimialalla ole tehty aikaisemmin vastaavaa suunnitelmaa työntekijän perehdyttämisen tueksi. Nimenomaan asiakaspalvelutyö valikoitui työn aiheeksi siitä syystä, että yrityksen liiketoiminnan ydin on – ja tulee aina olemaan – asiakaspalvelu tavalla tai toisella, joten palvelutyö on toiminnan ”sydän”. Asiakaspalveluun perehdyttäminen on myös oleellista sen vuoksi, että kaikki yritykseen tulevat työntekijät ovat jossain vaiheessa asiakaspalvelupuolella töissä ihan siitäkin syystä, että henkilö ymmärtää, mitä työ pohjimmiltaan on. Tässä projektissa asiakaspalveluun keskityttiin erityisesti yrityksen myymälässä ja siihen pyrittiin antamaan tehokkaita, konseptimuotoisia toimintatapoja sekä tarpeen tullen yksityiskohtaisia neuvoja, esimerkiksi käytettävissä oleviin järjestelmiin liittyen.

#### **3.2 Projektin taustat**

Ajatus suunnitellun ja yksityiskohtaisen perehdytysoppaan ja -suunnitelman tekemiselle alkoi kypsyä jo syksyllä 2012, kun pääsin työharjoitteluun Manninen Nutraceuticals:lle. Ei ole vaikeaa arvata, että aloitin myös itse asiakaspalvelupuolella ja myymälätyöskentelyssä. Urheiluravinneala ja sen nimissä ihmisten auttaminen on aina ollut minulle tärkeä asia ja siten työskentely yrityksessä on minulle eräänlainen unelman toteutuminen. Harjoittelun jälkeen jäin suoraan töihin yritykseen. Vaikka tärkeimpiin työtehtäviini kuuluu nykypäivänä yrityksen jälleenmyyjistä ja

yhteistyökumppaneista huolehtiminen sekä tuotteiden sisään ostaminen, teen viikossa yhä noin 20 tuntia myymälässä ja ennen kaikkea vastaan myymälän toiminnasta. Näin minulla on selkeä näkemys siitä, mitä työskentely myymälässä on ja mitä se vaatii työntekijältä.

Oma perehdytykseni työhön oli lähinnä yhdessä tunnissa hätäisesti suoritettu, johon kuului nopea kassakoneen käyttöopastus, hälytyslaitteiden ohjelmointi sekä tavaroiden vastaanottaminen. Esimerkiksi tuotetietoutta minulle ei luonnollisesti ehditty siinä ajassa avata yhtään, mutta olin helppo tapaus siinä mielessä, että omasta mielenkiinnostani johtuen tiesin tuotteista enemmän kuin tarpeeksi myyntityötä varten. Opasta tehdessäni reflektoin runsaasti kokemukseeni työhön tullessa ja mitä silloin koin tarpeelliseksi avata lisää tai mitä kaikkea olisi pitänyt tehdä paremmin.

Kesällä 2013 ja keväällä 2014 yritykseen tuli työharjoitteluun yhteensä viisi opiskelijaa, joista kaksi on nykyisin yrityksessä töissä. Sain tehtäväkseni haastatella ja perehdyttää henkilöt yritykseen, sen toimintaan ja työtehtäviin. Luonnollisesti muistin tässä kohtaa oman ”perehdytykseni” ja päätin hoitaa asian tarkoin näiden uusien henkilöiden kohdalla. Uutena aspektina perehdytykseen nousi tuotetietouden kartuttaminen ja joissakin tapauksissa kokonaan opettaminen, mikä vei paljon aikaa ja vaatii suoritteita konkreettisessa myyntityössä. Viimeistään tässä vaiheessa minulle kävi selväksi, että yrityksen kasvaessa perehdytys joudutaan jatkossakin vetämään läpi ja tulisin olemaan se henkilö, joka ottaa siitä vastuun. Tässä vaiheessa ehdotin, että tekisin sekä projektiluontoisena yrityksellemme että myös opinnäytetyönä koululle systemaattisen perehdytysoppaan ja sen rinnalle suunnitelman varsinaisen perehdytyksen läpikäynnistä. Ajatuksesta oltiin enemmän kuin mielissään työpaikallani.

### **3.3 Aineiston kerääminen**

Työhön ryhtyessä oli selvää, että perehdytysoppaita on tehty valtavasti eri aloille ja jo pelkästään asiakaspalvelutyöhönkin. Eniten minua kuitenkin kiinnosti onko sellaista kirjoitettu nimenomaan urheiluravitsemuksen alalle, sillä ala on suhteessa melko nuori erityisesti Suomessa, vaikka se onkin ollut viimeiset vuodet valtavassa kasvussa. Selvitin erilaisten digitaalisten lähteiden avulla sekä lopulta yrityksemme yhteyshenkilöidemme kautta, joilla on paljon suhteita alalla toimiviin ihmisiin. Lopulta selvisi, että tein itse toistaiseksi ainoaa tämän alan perehdytysoppasta.

Rungon oppaalle ja suunnitelmalle muodosti pitkälti se, mitä muissa asiakaspalvelutyössä käytetyissä perehdytysoppaissa oli toteutettu. Tämän avulla sain selkeän pohjan, mitä työn tulee vähintään sisältää; käytännön järjestelyt, kuten kulunvalvonta, työpiste ja sen järjestäminen, tiettyjen tietokoneohjelmien käyttökuvat ja niin edelleen. Yrityskohtaiset asiat, kuten yrityskulttuuri, tiedot yrityksestä, arkaluontoiset tiedot ja työajat katsotaan aina sitten tapauskohtaisesti.

Selkeästi suurimman haasteen antoi myyntityössä tarvittavan tuotetietouden kerääminen ja kirjoittaminen. Erikoisin piirre kyseisessä toimenkuvassa on nimenomaan se, että tuotteet, joita myydään, ovat erikoisvalmisteita, joista täytyy osata kertoa asiakkaalle mitä ne tekevät, mihin niitä tarvitaan ja miksi juuri hänen olisi järkevä käyttää niitä. Tämä muodostaa alalla perustietämyksen, joka on vähintään oltava työntekijällä hallussa. Eri asia onkin sitten se, että yrityksillä on aina omanlaiset tuotteensa, joissa on erilaisia formuloita – ainesosasekoituksia – jotka saattavat toimia nimenomaan niissä pitoisuuksissa tietyllä tavalla. Tämän vuoksi päädyin sellaiseen ratkaisuun, että kirjoitin itse oppaaseen selkeät tiedot yrityksen omista tuotteista, sillä yrityksen tuotemyynti keskittyy myyntiraporttien mukaan noin 90 prosenttisesti sen omiin tuotteisiin, jotka yritys valmistuttaa itse. Loput 10 % myynnistä ovat muiden valmistajien tuotteita, useimmiten vieläpä yhtä ainesosaa sisältävää, joten niiden kohdalla pärjää pelkällä perustietämyksellä.

Tuotetietouden lisäksi oppaan osioon tarvittiin jokaisen tuotteen kohdalle myyntiargumentit, joilla on helppo aloittaa työ. Täytyy kuitenkin muistaa, että asiakas ei osta tuotetta pelkästään faktoja latelemalla, vaan niistä täytyy osata kertoa, miten tuote toimii juuri hänellä ja hänen harjoittelussaan. Ajan myötä jokaisella myyjällä muodostuu omat maneerit myyntityöhön ja argumentteihin liittyen, joten tarkoitukseni oli antaa helppo, testattu ja toimivaksi todettu perusrunko myyntiä tukemaan.

Suurin apu aineiston keräämiseen tuli oman kokemuspohjani kautta. Käytännössä, koska olen itse tehnyt yrityksessä aina myyntityötä ja olen kouluttanut useamman henkilön kyseisiin työtehtäviin, tiesin tarkalleen mitä asioita minun täytyy painottaa. Näihin kuuluivat muun muassa myyntityyli ja asiakkaan tarpeiden palvelu, ongelmanratkaisu myynnin pääperiaatteena sekä kontaktin ottaminen. Järjestelmien käyttö oli vaikea osuus kirjoitettavaksi ja siihen panostetaan paljon perehdytyksen mentorointivaiheessa, jossa pystyn helposti opettamaan niiden toimintaa henkilökohtaisesti.

## 4 PEREHDYTYS

Perehdyttäminen tarkoittaa kaikkia toimenpiteitä, joiden aikana uudelle työntekijälle muodostuu kuva hänen uudesta työstään, työnantajastaan ja työyhteisöstään. Perehdytyksessä tulokas oppii omat työtehtävänsä ja löytää asemansa työyhteisössä. Tärkeää on myös löytää oma paikkansa ja nähdä itsensä sekä toimintansa yrityksen kokonaiskuvassa. Hyvin hoidettu perehdyttäminen antaa työntekijälle tunteen siitä, että häntä arvostetaan ja tarvitaan yhteisten päämäärien saavuttamiseksi. (Ilmarinen, hakupäivä 15.12.2014.)

### 4.1 Miksi perehdytetään

Perehdyttämisellä halutaan saada laatua ja ammattimaista tulosta työssä sekä yrityksen toiminnassa. Perehdyttämisen avulla työntekijän työn jälki on tarkkaa ja häneen sekä hänen taitoihinsa voidaan luottaa osana työyhteisöä ja yritystä. Samalla itse työntekijä voi työssään paremmin, tuntee arvonsa ja tietää paikkansa toiminnassa. Hän on sitoutunut ja täten henkilökunnan vaihtuvuus vähenee, joka tarkoittaa parempaa resurssien keskittämistä ja käyttöä. Toisin sanoen työntekijästä aiheutuu yritykselle vähemmän kustannuksia ja enemmän tuottavuutta. Perehdyttäminen on myös osa yrityskulttuuria ja sen avulla voidaan erottautua kilpailijoiden keskuudessa edukseen. (Koivula 2013, hakupäivä 1.1.2015)

### 4.2 Laadukas perehdyttäminen

Kupias ja Peltola (2009) kertovat kirjassaan Perehdyttämisen pelikentällä laadukkaan perehdyttämisen koostuvan sekä erilaisista käytännön toimista, jotka helpottavat työssä aloittamista, että tulokkaan osaamisen kehittämisestä ja varsinaisesta opastuksesta työtehtävään, työympäristöön ja koko organisaatioon. Hyvä perehdyttäminen ottaa huomioon tulokkaan osaamisen ja pyrkii hyödyntämään sitä mahdollisimman runsaasti jo perehdytysprosessin aikana. Tästä hyötyvät kaikki osapuolet: työnantaja, tulokkaan oma työyhteisö tai tiimi sekä toki tulokas itse. Varteenotettavaa on myös se, että laadukas perehdyttäminen ei vain tarkoita uusien tietojen ja taitojen oppimista vaan auttaa työntekijää parhaimmillaan saamaan esille, parantamaan, tunnistamaan sekä hyödyntämään hänellä jo

olevaa osaamista. Laadukas perehdyttäminen tuo siis lisäarvoa yritykselle sen jokaisessa osassa.

Olen itse toteuttanut laadukasta perehdyttämistä työssäni siten, että ohjaus tapahtuu aina niin sanotusti ylhäältä alas, eli ensin opetellaan työn isommat linjat, perusasiat ja käytännön toimenpiteet, joiden jälkeen puretaan asioita pienempiin osiin (LIITE 1). Esimerkiksi ensimmäisenä opetan asiakkaan kontaktoimisen ja ratkaisukeskeisen myyntityyliin, jonka jälkeen paneudutaan tuotekohtaisiin myyntiargumentteihin. Ohjattavan osaaminen otetaan huomioon siten, että ohjauksessa annetaan tarpeeksi vapauksia toteuttaa itseään ja soveltaa, mikäli henkilö löytää itselleen helpomman tavan toimia. Ohjattavalle annetaan ikään kuin raamit, joita hän saa sitten täydentää omalla osaamisellaan. Palautteen antaminen ja kehityskeskustelut toimivat sekä ohjaajaa, että työyhteisöä parantavana toimintamallina, missä ohjattava saa kertoa omia kokemuksiaan ja mielipiteitään perehdyttämisestä sekä itse työn teosta. Näin hän pystyy omien taitojensa kautta laajentamaan ohjaajan näkemystä perehdyttämisestä ja hyödyttämään siten koko työyhteisön toimintaa.

### **4.3 Ohjaustyyli**

Perehdyttävän työntekijän henkilökohtainen ohjaus sekä sen laatu ja onnistuminen ovat todella tärkeässä roolissa koko perehdytysprosessin aikana. Kun yritys on henkilömäärältään pieni tai työn luonne vaatii niin sanotusti kädestä pitäen opastusta, on henkilökohtainen ohjaus olennaista. Tämä tarkoittaa sitä, että erilaiset työyhteisön tai -yksikön kanssa hoidettavat perehdytysmenetelmät eivät toistaiseksi ole tarkoitukseen parhaimpia. Mikäli taas yritys kasvaa suuremmaksi ja työssä on useampi henkilö kerrallaan, on tämä vaihtoehto mahdollinen (Kupias & Peltola 2009, 36).

Kupias ja Peltola ovat teoksessaan Perehdyttämisen pelikentällä eritelleet muutamia toimintakonsepteja perehdyttämisen tukena tapahtuvan ohjaustyylin valitsemiseksi. Näitä ovat esimerkiksi vierihoitoperehdyttäminen, malliperehdyttäminen tai laatuperehdyttäminen. Osa tyyleistä soveltuu paremmin useamman henkilön samanaikaiseen kouluttamiseen ja osa taas pyrkii hyödyntämään olemassa olevia tiimejä sekä työyhteisöä. Valitsin oman yrityksemme asiakaspalveluhenkilön perehdyttämistä varten pääasiassa vierihoitomenetelmää mukailevan tyylin, jossa ohjaus perustuu paljolti esimerkkiin ja toimenpiteen näyttämiseen ohjattavalle

henkilölle. Muita tunnusmerkkejä ovat muun muassa se, että ohjattava henkilö on yhden työntekijän vastuulla, joka omalla toiminnallaan opettaa sekä konkreettisia työtehtäviä, että myös kertoo ohessa yrityksestä, työyhteisöstä, toimintatavoista ja niin edelleen (Kupias & Peltola 2009, 36.)

Vierihoidon menetelmän vahvuus on siinä, että sen avulla on mahdollista tuottaa erittäin laadukasta perehdyttämistä ja myöhemmin työtä. Ohjaus on yksilöllistä ja se ottaa huomioon vain kyseessä olevan henkilön ja hänen tarpeensa. Haastavaa taas on se, että ohjaajan on todella paneuduttava ohjaustyöhön ja tulokkaan auttamiseen uuden työn alussa. Myös opetustyyli ja -tahti vaihtelevat, koska jokainen ihminen on yksilö ja perehdyttäjän tulisi taten ottaa huomioon erilaiset oppimistavat. Henkilö voi siis olla työssään erittäin pätevä mutta pedagogisten taitojen puuttuessa samaa tulosta ei saada siirrettyä uudelle henkilölle. Vaarana voi myös olla perehdyttäjän omien tapojen ja pahassa tapauksessa huonojen maneerien siirtyminen työntekijälle.

Asiakaspalveluhenkilön ohjaus on mentorointiin perustuvaa, esimerkiksi ohjaavaa perehdyttämistä. Sitä varten valitaan tietty henkilö, jonka omaa työkuormaa vähennetään perehdyttämisen ajaksi. Tällä tavoin yllä mainitut virheet eivät pääse kiireen vuoksi siirtymään perehdytystyöhön. Laaditun perehdytysopas taas antaa raamit opetettaville asioille, jonka avulla laatu pysyy korkeana ja esimerkiksi perehdyttäjän omat tavat eivät liikaa vesitä ohjausta. Ohjauksen tukena perehdyttävälle annetaan myös omia vapauksia kokeilla opetettuja asioita ja antaa palautetta tai kehitysehdotuksia, tarvittaessa hänelle itselleen soveltuviin keinoihin liittyen. Tällä tavoin vierihoidon perehdyttäminen ei ole liikaa kaavoihin kangistunutta ja ohjattavalla on mahdollisuus toteuttaa myös itseään, toki ohjaajan ja perehdyttämisen sallimissa rajoissa. Tällä tavoin työn laatu säilyy ja perehdytys pysyy ajantasaisena vallitsevissa olosuhteissa.

#### **4.4 Suunnitelman merkitys**

Hyvä ja laadukas perehdyttäminen on ennen kaikkea suunniteltua. Tämän avulla ajankäyttö paranee, opetustahti säilyy ja ennen kaikkea kaikki työssä tarvittavat taidot tulevat opetetuksi. Perehdytysuunnitelmasta (LIITE 1) käy ilmi kaikki perehdyttämisessä käytävät vaiheet, vastualueet ja -henkilöt, tavoitteet sekä aikataulu. Se antaa mallin itse perehdytykseen ja toimii referenssinä kunkin vaiheen suorittamisessa sekä sen avulla seurataan prosessin kulkua.

Suunnitelman osana ovat myös käytävät palaute- ja kehityskeskustelut, joiden avulla saadaan tietoa perehdyttävältä itseltään suunnitelman toimivuudesta ja soveltuvuudesta. Yhteenvetona todettakoon, että myös perehdytyksessä pätee sanonta ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty”.



## 5 ASIAKASPALVELUTYÖ

Hyvä asiakaspalvelutyö on asiakkaan auttamista oikeiden valintojen tekemisessä, neuvomista ja ohjaamista ongelmatilanteissa. Samalla työ on asiakassuhteen hoitamista, vaikuttamista sen jatkuvuuteen ja asiakkaan ostohalukkuuteen sekä mielikuvaan yhtiöstä. Luottamus syntyy yleensä ensin ihmisiin ja sitten vasta yritykseen. Useimmiten asiakkaat myös muodostavat konkreettisen kuvan palveluyrityksestä sen edustajien – heidän tasopinnassaan asiakaspalveluhenkilöiden – toiminnan mukaan. Sen vuoksi asiakaspalvelijoiden on huolellisesti valmentauduttava työhönsä. (Kuluttajatutkimuskeskus 2006, hakupäivä 28.12.2014.)

### 5.1 Asiakaspalvelutyö kohdeyrityksessä

Asiakaspalvelutyö kohdeyrityksessä on päivätyönä tapahtuvaa, pääasiassa normaalia erikoisliikkeessä tapahtuvaa työskentelyä: työ itsessään on kontaktin ottoa asiakkaaseen, hänen neuvontaa, auttamista ja myyntiä. Normaalista myyntityöstä tämä poikkeaa siten, että markkinoitavat tuotteet ovat erikoistuotteita ja ne eivät ainakaan toistaiseksi ole esimerkiksi päivittäistavara-kauppojen valikoimassa tai että niiden käyttö ja hallinta vaatii erityistä tietoutta tai osaamista. Tästä johtuen toimenkuva on myös eräänlaista asiantuntijatyötä, jossa alan tietoutta ja omaa osaamista täytyy pystyä jakamaan asiakkaille.

Urheiluravinnealaan liittyy myös vahvasti ihmisen hyvinvointi, elämäntavat ja harrastukset, jotka laajentavat skaalaa, millä asioita katsotaan kokonaisuutena. Tästä johtuen asiakkaat haluavat monesti tietoa kyseisistä asioista, vaikka ne eivät suoraan ole tekemisissä kyseisen yrityksen toiminnassa. Asiakaspalveluhenkilön täytyy siis päivittäisessä työssään tehdä myös paljon neuvontaa tuotteiden ulkopuolelta, jossa henkilön oma tietotaito korostuu entisestään.

Toimenkuvaan kuuluu myös asiakaspalvelu yrityksen verkkoasiakkaille, pääasiassa sähköpostitse erilaisiin tiedusteluihin ja kysymyksiin vastaten. Aihealueet ovat useimmiten täysin samoja mitä myymälässäkin, joskin harvoin tulee esimerkiksi tuotepalautuksia, joista täytyy sopia etukäteen. Verkkoasiakaspalvelu tapahtuu myymälässä suoritettavien työtehtävien ohessa, kun sen hoitamiseen on sopiva väli.

### 5.1.1 Työn haasteet

Työn keskeisimpiä haasteita ovat palvelun laadun ylläpito, tuotetietous ja -ymmärrys, asiantuntijuuden siirtäminen myyntitilanteeseen sekä lisäarvon luominen ostoprosessiin. Nämä kohdat ilmenevät sekä omasta kokemuspohjastani että myös muita työntekijöitä haastatteleamalla. Palvelun laatu tarkoittaa päivittäisessä työssä sitä, että asiakkaan saama palvelukokemus on hänelle miellyttävä ja myyjä on työssään asiantunteva, luotettava ja varma. Hän on halukas palvelemaan, etsimään ratkaisua asiakkaan ongelmaan ja auttamaan häntä aidosti. (Räisänen 2011, hakupäivä 20.12.2014.) Haasteena yrityksen päivittäisessä asiakaspalvelutyössä ilmenee nimenomaan näiden arvojen ja tekijöiden ylläpito; jokaisen asiakkaan kohdalla on muistettava, että hän on aina uusi tapaus ja siksi häneen on satsattava täysillä ja oltava tilanteessa aidosti mukana. Käytännössä työtä hoitaa kuitenkin aina ihminen, niin on ymmärrettävää, että joskus työteho, jaksaminen ja läsnäolo eivät ole täydellisen optimaalisia. Tällaisina päivinä tämä kohta vaatii erityisen suurta panostusta ja keskittymistä.

Tuotetietous ja -ymmärrys ovat siinä mielessä haastavia asioita, että ensinnäkin tuotteita on todella paljon, ne koostuvat eri ainesosista ja tietyt ainesosat toimivat tietyllä tavalla keskenään, tutkimustieto saattaa vaihdella sekä suositukset muuttua. Koko ajan tulee myös uusia tuotteita ja uusia ainesosia, jotka vaikuttavat eri tavoin; asiakaspalveluhenkilön on tärkeää pysyä tietämyksessään ajan tasalla, jotta osaa suositella asiakkaalle aina kulloiseenkin tilanteeseen parhaiten sopivat tuotteet. Osa työntekijöistä kertoi tämän hyvin haastavaksi, koska tietouden lisäämiseen pitää mitä todennäköisimmin käyttää myös omaa aikaa. Yrityksen omien tuotteiden osalta oppaaseen kirjoitettu tuoteosio – jota päivitetään aina, kun uusia tuotteita tulee valikoimaan – helpottaa myyntityötä tekevää tässä kohdassa huomattavasti.

Asiantuntijuuden siirtäminen myyntitilanteeseen voi joissain tapauksissa olla hankalaa, sillä asiakkaiden ymmärrys esimerkiksi tuotteiden toiminnasta tai ainesosien toiminnasta vaihtelee välillä suuresti ja silloin tiettyjä asioita on vaikea pukea sanoiksi helposti ymmärrettävään muotoon, varsinkin jos terminologiaa joudutaan käyttämään runsaasti. Tässä tarvitaan asiakaspalveluhenkilön omaa pelisilmää, milloin asiakkaalle kannattaa selittää asiat mahdollisimman yksinkertaisesti ja lyhyesti ja milloin taas on hyvä kertoa tuotteen toiminnasta läpikotaisin. Tällaisia tilanteita varten kirjoitin perehdytysoppaaseen yrityksen omien tuotteiden kohdalle myyntiargumentit yksinkertaisessa perusmuodossa, joilla tuotteen toimintaa ja ominaisuuksia voi summata maanläheisin sanavalinnoin.

Lisäarvon luominen ostoprosessiin tarkoittaa sitä, että asiakas kokee saavansa ostamiensa tuotteiden lisäksi vielä jotain muuta hyötyä. Tämä hyöty voi olla esimerkiksi erityisen hyvää palvelua, asiakkaan tarpeiden huomioimista, kuuntelua tai neuvontaa ostoksiin liittymättömissä asioissa. Tällaista arvoa luomalla asiakas saadaan taatusti uudelleen asioimaan yrityksen myymälässä, kun hän tietää, että häntä palvellaan taatusti hyvin. Palvelukokemus on siis lisäarvoa tuottavana tekijänä merkittävä. Olen itse ratkaissut asian siten, että näen myyntitilanteet enemmänkin ongelmanratkaisuna asiakkaan tilanteeseen nähden, sillä useimmiten ihminen tulee ostoksille sanomalla esimerkiksi ”en palaudu treenistä hyvin, minua väsyttää usein ja paikkoja särkee”. Tässä näkee selkeästi ongelman, johon asiakas tarvitsee ratkaisua. Näillä tiedoilla lähdetään oman osaamisen puitteissa etsimään yrityksen palvelujen ja tuotteiden joukosta oikeita ratkaisuja asiakkaalle. Tällä tavoin toimiessa ihminen huomaa, että häntä oikeasti halutaan auttaa. Selkeä esimerkki tästä on ollut se, kun asiakas on vilpittömästi kiittänyt palvelusta ja todennut, että hänelle ei jäänyt sellaista kokemusta, että olisi pyritty vain myymään mahdollisimman paljon tuotteita mukaan niin sanotusti rahat pois -periaatteella. Perehdytysoppaan myyntiosiossa olen purkanut tämän periaatteen osiin, minkä avulla uudelle työntekijälle on helppo opettaa lisäarvoa itsessään luova myyntitekniikka.

## **5.2 Palvelua tukevat työtehtävät kohdeyrityksessä**

Palvelua tukeviin työtehtäviin kuuluvat tuotteiden hallinta yrityksen verkkokaupassa, tuotteiden lisääminen järjestelmään, tuotetietojen päivittäminen, tuotesaldojen seuranta sekä tuotteiden asianmukainen esillepano myymälässä. Verkkokaupan myynnit kattavat noin 30–35 % yrityksen liikevaihdosta ja sen tärkeimpänä tehtävänä on toimia yrityksen esilläolokanavana, jossa tiedotetaan esimerkiksi tuoteuutuuksista, tulevista kampanjoista sekä muista yritystä koskevista asioista. Tästä johtuen sivujen päivittäminen ja pitäminen ajan tasalla on todella tärkeää. Asiakaspalveluhenkilön tehtävänä on esimerkiksi päivittää uutuustuotteet ja niiden kampanjat verkkosivuille asianmukaisine tietoineen. Jos taas joidenkin tuotteiden tiedot muuttuvat tai tuotteet poistuvat yrityksen valikoimasta, työntekijä päivittää verkkosivun heti, kun siihen on aikaa.

Tuotesaldojen seuranta on olennaista myymälässä erityisesti muiden valmistajien tuotteiden osalta, koska nämä samat saldot pätevät myös verkkokaupassa. Luonnollisesti jos puutteita on havaittavissa, ilmoitetaan niistä välittömästi sisäänostajalle, jotta hän tietää hankkia lisää tavaraa.

Tuotteiden asianmukainen esillepano on asiakkaan hyvää palvelua siinä mielessä, että tuotteet ovat helposti nähtävillä, saatavilla ja niitä pääsee tutkimaan ilman esteitä. Uutuustuotteiden kohdalla korostettu esillepano yrityksen myymälässä, kuten myös verkkokaupassa, on vielä tärkeämpää, jotta asiakas näkee, mitä uutta yrityksellä on tarjota.

Kokonaisuudessaan perehdytysmateriaali on koottu liitteeseen 2, jossa käyn läpi kaikki päivittäisessä työskentelyssä tarvittavat tiedot ja taidot. Materiaali on ennen kaikkea perehdytysvaiheessa referenssinä perehdyttäjälle mutta jatkossa tarvittaessa myös työntekijän käytössä mikäli työn aikana jokin asia kaipaa avustamista. Materiaaliin on koottu sekä konkreettisia neuvoja muun muassa järjestelmän käytön ja myymälän hoitamisen suhteen, että myös suuntaa antavia isoja linjoja, jossa työntekijä saa itse valjastaa oman osaamisensa annettujen viitekehysten mukaisesti. Tästä hyvä esimerkki on myyntityö ja myyntityölin omaksuminen.

## 6 PEREHDYTYSOPPAAN KÄYTTÄJÄARVIOINTI

Perehdyttämisen jälkeen uusi työntekijä pyrkii toimimaan työssään itsenäisesti. Ohjauksen tarve ja määrä vähenee mutta se ei tarkoita sitä, etteikö sitä olisi tarpeen tullen saatavilla. Oletettavaa on, että aina aika ajoin käydään joitakin asioita läpi uudelleen aina perehdytettävän oman koetun tarpeen mukaisesti. Mikäli selkeitä puutteita ilmenee perehdyttäjän oman arvioinnin kautta, käytetään asioiden oppimiseen aikaa erikseen.

### 6.1 Kysely

Kun uuden työntekijän perehdyttämisestä on kulunut noin kolme kuukautta, järjestetään erillinen kysely perehdyttämisjaksosta, sen aikana opituista asioista, omista koetuista vahvuuksista ja mahdollisista kehityskohdista sekä tietenkin palautteesta perehdyttäjälle ja perehdytyksen sisällölle. Laadin kyselyn itse ja pyrin sen avulla selvittämään kyseisiä, työn kannalta olennaisia asioita. Kysely suoritetaan kirjallisena etukäteen sovittuna ajankohtana, jolloin työntekijä saa rauhassa pohtia kysyttäviä asioita ja vastata mahdollisimman kattavasti omaa työntekoaan analysoiden ja sen onnistumista tapahtuneeseen perehdytykseen reflektoiden.

### 6.2 Arviointi ja palaute

Opinnäytetyötä varten on tähän osioon purettu yksi suoritettu kysely, josta selviää uuden työntekijän näkemys yllämainittuihin asioihin. Vastaukset voivat tietenkin vaihdella eri ihmisten kohdalla mutta mielestäni kokonaiskuva perehdytyksen sisällön tuottavuudesta selviää kyseisen kyselyn tuloksista hyvin (LIITE 3).

Perehdytettävä koki perehdytyksen sisällön ja kattavuuden vähintään riittävänä ja totesi, että sisältö eteni loogisessa järjestyksessä perehdytyksen lähtiessä perusasioista, laskeutuen yksityiskohtaisempiin tietoihin tarpeen mukaan. Työntekijä ilmaisi myös omaksuneensa uudet työtehtävät sitä mukaa, kun niitä hänelle koulutettiin. Perehdyttämiseen käytettyä aikaa koskien perehdytettävä koki, ettei varsinaista "aikaikkunaa" oltu asetettu vaan opittavat asiat tulivat hiljalleen tutuksi erityisesti käytännön tilanteiden kautta. Ajankäyttö asiakohtaisesti oli perehdytyksessä riittävää ja työntekijä antoi lisämaininnan esimiehen helpon kontaktoinnin

johdosta sekä siitä, että ohjausta oli aina saatavilla, kun hän koki sitä tarvitsevansa. Hän korostaa myös työntekijän oma-aloitteisuutta työhön liittyvissä asioissa ja niiden selvittämistä. Kyselyajankohtaan mennessä työntekijä ilmoitti osaavansa omat työtehtävänsä täysin itsenäisesti, mikä piti myös esimiehen mielestä paikkansa.

Henkilökohtaisen mentoroinnin määrä koettiin sopivana ja ohjaajan opetustavat sekä ammattitaito olivat päteviä, jonka vuoksi uusien asioiden oppiminen oli helppoa ja luontevaa. Täten itsenäisen työskentelyn aloittaminen ei ollut ongelmallista esimiehen kuitenkin ollessa käytettävissä tarpeen mukaan. Toimenkuvaan ja vastuualueisiin liittyen työntekijä ilmoitti, että työtehtävät ovat inhimillisiä ja niitä pystyisi ottamaan lisääkin. Työn määrä koettiin kuitenkin vaihtelevana, mikä tasapainottaa työn määrää pidemmällä aikavälillä. Perehdytettävä kertoi joutuneensa joustamaan hieman työajoissa, mikä ei ollut kuitenkaan aiheuttanut suuria ongelmia.

Parannusehdotuksia ilmeni kyselyssä (LIITE 3) lähinnä henkilökohtaisen materiaalin tarpeena muun muassa järjestelmän käyttämiseen liittyen, mikä myöhemmin lisättiin yksityiskohtaisena varsinaiseen perehdytysoppaaseen. Kaiken kaikkiaan työntekijä tunsu perehdytyksen onnistuneeksi ja vaivattomaksi ajankäytön ollessa sopivaa. Käytännön tilanteiden tuoma kokemus eli itsenäinen työskentely ja kokeileminen haluttiin tuoda myös vielä erikseen esille.

### **6.3 Työntekijän oman kehittymisen arviointi**

Ihminen tarvitsee palautetta kehittyäkseen ja oppiakseen. Mikäli perehtyjä on oppimassaan asiassa kokematon ja asiasisältö on täysin uutta, on opastuksen ja palautteen merkitys vielä korostetumpaa. Uusi työntekijä ei välttämättä osaa itse heti arvioida, milloin hän onnistuu, missä hän on hyvä sekä mitkä asiat kaipaavat lisähuomiota. Palaute helpottaa myös perehdyttäjän toimintaa, sillä tällä tavoin ohjausta on helppo keskittää niihin asioihin, mitkä oikeasti kaipaavat vielä harjoitusta. Olennaista on, että palautetilanteessa palaute ja arviointi kohdennetaan toimintaan, ei henkilöön. (Kupias & Peltola 2009, 136.)

Perehdyttämisen yhteydessä, sen aikana ja myös sen jälkeen järjestetään tasaisin väliajoin kehitys- ja arviointikeskusteluja, joissa työntekijä kertoo, miten itse kokee oppineensa asioita. Tarkoitus on tuoda esiin tasapuolisesti oppijan oppiminen sekä osaaminen. Käytännössä esille

tuotavia asioita ovat sekä hyvin sujuvat asiat, että myös kehittämistä vaativat. Olennaista on huomioida nämä molemmat, sillä esimerkiksi pelkästään kehityskohtiin keskittyessä voi perehdyttävälle tulla väärä kuva ammattitaidostaan.

Palautekeskustelussa keskustellaan mahdollisimman avoimesti ja rakentavasti perehtymiseen liittyvistä asioista. Tärkeää on luoda vapaa ilmapiiri, missä sekä perehdyttävällä että perehdyttäjällä on helppo tuoda näkemyksiään esiin. Kaavamaista ja kangistunutta palautteenantoa on tärkeää välttää. Kysyttäviä asioita ovat esimerkiksi ”miten itse koet kehittymisesi myyntitaidoissa?” tai ”tuntuuko asiakaspalvelutilanteet haastavilta vai onko niissä helppo toimia?”. Perehdyttävän oman arvion jälkeen perehdyttäjä kertoo oman mielipiteensä, noteeraten sekä positiiviset, että myös lisähuomiota kaipaavat asiat.

## 7 OMA ARVIOINTI

### 7.1 Oppaan työstäminen

Perehdytysoppaan työstäminen oli mielenkiintoinen ja tuottava projekti, koska sain siinä jäsenettyä kaikki oppimani, kokeilemani ja tekemäni asiat kirjoitettuun muotoon. Aineiston keräämisen tukena käytin omia kokemuksiani työurani alkuajoilta, siihen mennessä työssä oppimaani sekä kokemustani uusien työntekijöiden perehdyttämisestä. Oppaan sisältö oli minulle alusta asti melko selvä enkä siten joutunut muuttamaan sitä aloitettuani varsinaisen kirjoitustyön. Käytännössä pyrin alusta asti tunnistamaan varsinaisen päivittäistyön suuret linjat – esimerkiksi järjestelmien käyttö, myyntityyli, asiakkaan kontaktointi ja neuvonta – joihin sitten paneuduin syvällisemmin aina kunkin osion läpikäydessäni. Tämä tyyli helpotti kirjoittamista huomattavasti ja uskon, että se on myös perehdytysvaiheessa sekä oppaan jatkokäytössä erinomainen apu. Näin varsinaisen ohjauksen alettua voidaan käydä aina jokin tietty osio läpi, joka pitää sisällään kyseisen alueen toimenpiteitä ja se edistää yhä ohjattavan oppimiskokemusta.

Suunnitteluvaihe oli iso osa projektia, sillä varsinainen kirjoitustyö sujui hyvin jouhevasti sen jälkeen. Tekemäni osiot ja kappaleet toimivat raameina, joita täytin sitten tarvittavilla tiedoilla. Käytännössä etenin osio kerrallaan alusta loppuun, muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta. Mielenkiintoisimpia osioita olivat myyntityyli ja asiakkaan kontaktoiminen, koska pääsin reflektoida siinä kirjoitettua tekstiä suoraan omaan kokemus- ja tietopohjaani. Huomasin myös, että minulla on tietynlaisia maneeereja työskentelyyn liittyen, joita en ilman kirjoittamista olisi tunnistanut. Täten oppaan valmistaminen oli oppimiskokemus minulle itselleni. Haastavin ja ehdottomasti aikaa vievin vaihe oli käytössä olevista järjestelmistä ja niiden käytöstä kertovat osiot, jossa mentiin välillä todella yksityiskohtaisiin tietoihin. Tämä kuitenkin edesauttaa itse perehdyttämistä, kun oppimisvaiheessa ei tarvitse enää tarkastella tietojen oikeellisuutta ja täsmällisyyttä.

Yrityksen ollessa kasvuvaiheessa on tärkeää ymmärtää, että perehdytyksen sisältö voi muuttua esimerkiksi laajennuksen johdosta, joten tästä syystä myös perehdytysmateriaali on oltava muutettavissa. Materiaali on tallennettuna sähköisessä muodossa, jolloin pystyn päivittämään sitä aina tarpeen vaatiessa, epäkohtia huomatessa tai sisällön muuttuessa.



## 7.2 Toimenkuva ja työtehtävät

Mymälän asiakaspalveluhenkilön toimenkuva on mielestäni todella mielenkiintoinen, sillä työ tapahtuu koko ajan ihmisten kanssa ja työ on sitä kautta vaihtelevaa, sosiaalista sekä interaktiivista. Toki näistä samoista syistä johtuen työ on myös haastavaa, sillä asiakas toimii koko ajan eräänlaisena työn arvioijana, jolloin hyvästä ”suorituksesta” ollaan tyytyväisiä tai saatetaan jopa kehua, kun taas huonosti menneen palvelutilanteen aiheuttamana asiakas ei välttämättä asioi liikkeessä uudelleen ja pahimmassa tapauksessa kertoo kokemuksesta kavereilleen. Työ on myös yrityksen edustamista, kun henkilö toiminnallaan, puheillaan ja olemuksellaan viestii ulospäin yrityksestä. Tästä johtuen asiakaspalveluhenkilön täytyy olla tarkka kaikissa toimissaan työpäivän aikana.

Loppujen lopuksi myymälätyöskentely on liiketoiminnan kasvattamista niin sanotusti ruohonjuuritasolla, sen perustavanlaatuisimmassa muodossa: tuotteita voidaan kehittää vaikka kuinka paljon, mutta ne täytyy osata myydä eteenpäin, sillä ilman myyntiä ei ole kassavirtaa. Mielestäni yrityksen tuotekehitysvastaava summasi asian hyvin, kun hänen piti eräänä päivänä tehdä työvuoroni lopputunnit myymälässä: ”On hyvä välillä olla töissä täällä 'kentällä', jotta kuulee millaista palautetta ihmiset antavat, mitä he ovat mieltä firmasta sekä sen tuotteista ja mitä uutuuksia he mahdollisesti haluaisivat”.

Vaikka myymälätyöskentely on asiakaspalveluhenkilön päätehtävä, täytyy verkkokaupan hoitamiseen, tuotesaldojen seurantaan ja niiden päivittämiseen löytyä silti aikaa aina silloin tällöin. Omasta mielestäni nämä ovat työn välttämättömiä pahoja, mikä on siis käytännössä normaalia näyttöpäätetyötä. Järjestelmien hallintaa tulee näissä tehtävissä myös opeteltua samalla, mikä pitää taitoa yllä jatkon kannalta ajateltuna. Suurin vastuu asiakaspalveluhenkilölle muodostuu tuotetietouden ja -osaamisen hallinnasta sekä päivittämisestä, mihin joutuu varaamaan jonkin verran omaa aikaa. Suorittamassani kyselyssä nykyinen myymälätyöntekijä noteerasi myös saman asian ja totesi, että työntekijän oma kiinnostus alaa kohtaan palvelee tätä parhaiten, josta olen täysin samaa mieltä. Tämä taito on uniikki muihin yrityksessä suoritettaviin työtehtäviin verrattaessa, sillä asiakaspalveluhenkilön pätevyyttä ja ammattitaitoa testataan päivittäin asiakkaiden toimesta, jolloin esitettyihin kysymyksiin täytyy kyetä vastaamaan epäröimättä ja varmasti. Toki kaikkea ei voi kerralla osata ja on mahdollista, että asiakas tietää joissain tilanteissa työntekijää enemmän, jolloin henkilön on kyettävä reippaasti ja ilman häpeää ilmaisemaan ottavansa asiasta selvää esimerkiksi esimieheltään.

### 7.3 Perehdyttämisen onnistuminen

Laadukkaan perehdyttämisen onnistumiseen tarvitaan suunnittelun lisäksi omaa täyttä panostusta ja kieltämättä kokeiluakin joissain tilanteissa. Minua helpotti oppaan tekovaiheessa ja sen kanssa perehdyttämisessä suuresti se, että olin päässyt perehdyttämään kyseisiin työtehtäviin jo aikaisemmin yrityksessä olleita harjoittelijoita, joten viitekehys ohjaustapaa, ohjattavia asioita sekä käytännön järjestelyitä kohtaan löytyivät ennestään. Tämä kuitenkin tarkoitti sitä, että lopullinen perehdytys on osittain hioutunut perinteisen yrityksen ja erehdyksen kautta. Esimerkiksi tietynlaiset opetustyylit eivät sovi kaikille ihmisille, jolloin tarvitaan hieman omaa pelisilmää ja sovelluskykyä.

Olen onnistunut mielestäni perehdytyksessä ja sitä tukevassa suunnittelussa hyvin, josta voidaan pitää meriittinä asiakaspalveluhenkilön itsenäistä ja saumatonta työskentelyä, asiakkailta saatua palautetta palvelun laadusta, työtovereiden palautetta sekä loppujen lopuksi asiakaspalveluhenkilöltä itseltään saatua palautetta. Perehdyttäminen itsessään on prosessina mielenkiintoinen ja minun on mielestäni helppo paneutua siihen, koska panostukseni näkyy nimenomaan yllämainituissa asioissa sekä luonnollisesti yrityksen tuloksessa.

Olen ammattitaitoinen ja pätevä ohjaamaan, koska olen tehnyt myymälähenkilön tehtäviä niin pitkään kuin olen yrityksessä ollut ja teen niitä yhä tänäkin päivänä. Näin tiedän millaista palvelun kuuluu olla, millaista viestiä kentältä tulee ja mitkä ovat asiakkaan tarpeet. Ammattitaidon lisäksi olen pedagogisilta taidoiltaan avarakatseinen, joten en lähde pakottamaan täysin samaa opetusmallia kaikille, mikä varmistaa ohjauksen mielekkyyden sekä minulle, että myös ohjattavalle. Samalla saadaan rakennettua alusta asti terve ja hyvähenkinen esimies-alais - suhde.

## LÄHTEET

Gråsten, H. 2013. Lisäraivnebisnes kasvanut viidenneksen: naisasiakkaiden määrä nousut räjähdysmäisesti. Hakupäivä 15.11.2014, <http://www.savonsanomat.fi/uutiset/kotimaa/lisaravinebisnes-kasvanut-viidenneksen-naisasiakkaiden-maara-noussut-rajahdysmaisesti/1357123>.

Ilmarinen, Vinkkejä perehdytykseen. 2014. Hakupäivä 15.12.2014, [http://www.ilmarinen.fi/Production/motivo1/materiaalit/01\\_tyoekalut/Vinkejajae\\_perehdytykseen.pdf](http://www.ilmarinen.fi/Production/motivo1/materiaalit/01_tyoekalut/Vinkejajae_perehdytykseen.pdf).

Koivula, J. 2013. Uuden työntekijän perehdyttäminen: Miksi se on niin tärkeätä ja miten se onnistuu. Hakupäivä 1.1.2015, <http://www.slideshare.net/JaakkoKoivula/uuden-tyntekijn-perehdyttminen-miksi-se-on-niin-trket-ja-miten-se-onnistuu>.

Kuluttajatutkimuskeskus, Hyvä asiakaspalvelu. 2006. Hakupäivä 28.12.2014, [http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/?136\\_m=378&s=83](http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/?136_m=378&s=83).

Kupias, P. & Peltola, R. 2009. Perehdyttämisen pelikentällä. Helsinki: Palmenia.

Manninen Nutraceuticals Oy, yrityksen verkkosivut. 2013. Hakupäivä 15.10.2014, <http://manninen.info/>.

Räisänen, M. 2011. Palveluasenne ja viestintätaidot asiakaspalvelun kilpailuvaltteina. Hakupäivä 20.12.2014, [http://www.alvar.fi/ajankohtaista/2011\\_03\\_24/raisanen1.pdf](http://www.alvar.fi/ajankohtaista/2011_03_24/raisanen1.pdf).

## MUU MATERIAALI

Pohjois-Suomen Koulutuskeskus, Perehdyttäminen. 2012. Hakupäivä 27.9.2014,  
<http://perehdyttaminen.wordpress.com/>.

Lahden ammattikorkeakoulu, Hyvä perehdytys -opas. 2007. Hakupäivä 29.9.2014,  
<http://www.lpt.fi/lamk/julkaisu/perehdyttamisopas.pdf> 29.9.2014.

Kuntonen, P. 2012. "Myymäla näyttämönä", asiakaspalvelua tekevän myyjän työn haasteet erikoisliikkeessä. Tampereen yliopisto. Sosiologia. Pro gradu -tutkielma.

Operosus Oy, Laadukas asiakaspalvelu. 2014. Hakupäivä 26.11.2014,  
[http://www.operosus.fi/?page\\_id=44](http://www.operosus.fi/?page_id=44).

## LIITTEET

### **Perehdytysuunnitelma Manninen Nutraceuticals Oy:n asiakaspalvelutyöhön**

#### **Johdanto**

Tämän suunnitelman ja oppaan ajatuksena on luoda selkeä, helposti noudatettava ja ennen kaikkea toistettavissa oleva malli uuden työntekijän perehdyttämiseen Manninen Nutraceuticals Oy:n asiakaspalvelutyöhön. Työ tapahtuu yrityksen myymälässä asiakkaita palvellen, myyntityötä tehden ja alaan liittyvää konsultaatiota antaen. Uuden työntekijän on hyvä osata asiakaspalvelutyön ja myynnin perusasiat etukäteen, mutta itse alaan valmistava perehdytys hoidetaan yrityksessä, sillä toiminta on sen verran spesifiä ja omalaatuista, ettei pelkillä perustiedoilla voi pärjätä. Alla on kuvattuna perehdytyksen perusasiat, jonka jälkeen on itse kirjoitettu opas, mitä voidaan käyttää myöhempänä referenssinä ja apuna perehdytyksessä tai perehdyttävän itsensä tukena työssä toimiessaan.

#### **Tavoitteet**

Perehdytyksen tavoitteena on saada yrityksen myymälässä toimivasta asiakaspalveluhenkilöstä ammattitaitoinen, palveluhenkinen ja sekä alan, että erityisesti yrityksen ja sen tarjoamien tuotteiden sekä palveluiden hallitseva kokonaisuus. Tämän lisäksi henkilön tulee osata tarvittavien järjestelmien käyttö, mukaan lukien kassa, tuotteiden inventointi, tuotteiden syöttäminen järjestelmään ja saldojen hallinta. Asiakaspalveluhenkilön tulee voida toimia ja työskennellä itsenäisesti sekä hallita oma työ niin hyvin, että pystyisi kouluttamaan itse siihen toisen henkilön.

#### **Ohjaus**

Perehdytyksestä ja sen ohjauksesta vastaa yrityksen asiakaspalvelupäällikkö ja myymälävastaava Aleksi Lohi, joka on myös suunnitellut ja tehnyt oheisen suunnitelman ja oppaan. Mikäli hän ei itse jostain syystä pysty suorittamaan kyseistä tehtävää, toimii hänen sijaisenaan myymälätoimihenkilö Teemu Haatainen.

## **Aikamääreet**

Ohjattu perehdytys tapahtuu siten, että uuden työntekijän ensimmäisenä päivänä käydään kaikki käytännön asiat läpi, kuten avaimien ja ovikoodien antaminen, työpisteen ja toimialueen esittely sekä henkilökunnan omien tilojen käyttäminen. Uusi työntekijä myös toivotetaan tervetulleeksi taloon esittelemälle hänet yrityksen muulle henkilökunnalle. Tämän jälkeen käydään yhdessä läpi perustietoja yrityksestä, pääasiassa työn kannalta oleellisia asioita. Tuotetietoutta syvennetään myös hieman yhdessä mutta muussa tapauksessa sen karttuminen tapahtuu itse työtä tehdessä sekä työntekijän omalla ajalla.

Kun ylläolevat perusasiat on käyty läpi, siirytään myymälässä työskentelyyn. Perehdyttävälle kerrotaan myymälässä suoritettavat päivittäiset rutiinit, kuten hyllyjen siistiminen, lattian imurointi, myymälän yleisen siisteyden ylläpito sekä muu työalueen kunnossapitoon liittyvä toiminta. Tämän jälkeen pureudutaan itse asiakaspalvelutyöhön kertomalla muun muassa, miten asiakkaat otetaan vastaan, miten keskustelu yleensä avataan, millaisia argumentteja käytetään jne. Tässä vaiheessa perehdyttäjä voi näyttää esimerkkutilanteen, kun asiakkaita on asioimassa yrityksen myymälässä.

Konkreettisen asiakaspalvelutyön jälkeen selvennetään myyntityöhön liittyviä nyansseja, kuten alennuksen antamisperiaatteet, alennusryhmät, kaupanpäälliset, tuotteen testausmahdollisuus ja muu vastaava. Ensimmäisen päivän päätteeksi kerrataan vielä, mitä ollaan tehty ja käydään läpi opitut asiat.

Toinen päivä käytetään mahdollisimman tehokkaasti yrityksen käytössä oleviin järjestelmiin tutustumiseen. Asiakaspalveluhenkilölle opetetaan ensisijaisesti järjestelmän käynnistäminen ja tarvittavien hallintalaitteiden käyttö, kassan käyttö ja tositteiden käsittely, maksupäätteen käyttö sekä tilimyynti. Kun kassatoiminta on saatu selitettyä ja opetettua, otetaan muutama esimerkkutilanne myymälässä käyvien asiakkaiden avulla.

Kassan käytön oppimisen jälkeen käydään läpi myymälätoimintaan muuten liittyvät järjestelmän toiminnot, kuten saapuvien tuotteiden tulouttaminen järjestelmään ja erityisesti tuotteen lisääminen sekä tuotekortin muokkaaminen. Kyseiset toiminnot vaativat hiukan toistoa, joten tässä kohden käytetään tarvittaessa aikaa ja tehdään esimerkkisuorituksia yhdessä. Kun kaikki järjestelmään liittyvät toiminnot on käyty läpi, selvitetään, miten toimia ongelmatilanteissa sekä

silloin, kun järjestelmässä on jostain syystä vikaa. Toisen päivän päätteeksi kerrataan vielä opitut asiat.

Kolmantena päivänä uusi työntekijä voi ottaa itse jo asiakkaita vastaan ja kokeilla palvelutilannetta. Perehdyttäjä on kuitenkin vielä läsnä tässä, jotta asiakaspalveluhenkilö saa apua tarvittaessa. Kun tilanteet alkavat sujua, voi uusi työntekijä alkaa ottaa itsenäisesti asiakkaita vastaan. Kolmannen päivän tavoitteena on, että asiakaspalveluhenkilö pärjää myymälän myyntitilanteissa jotakuinkin omatoimisesti mutta ymmärrettävää on, että välillä tarvitsee apua vanhemmilta työntekijöiltä. Kolmannen päivän päätteeksi käydään läpi päivän aikana tulleita tilanteita ja selvitetään, missä on ollut epäselvyyksiä ja mikä on sujunut hyvin. Neljänten päivään mennessä pyritään aloittamaan normaali työskentely.

Seuraavien kahden viikon aikana työpaikan oma henkilökunta – erityisesti perehdyttäjä – pyrkii aika ajoin monitoroimaan ja seuraamaan uuden työntekijän edistymistä sekä kehittymistä. Tarvittaessa annetaan tilanteen mukaan palautetta ja vinkkejä, miten voisi toimia paremmin. Oleellista on, ettei seuraaminen mene käyttämiseksi ja perehdytettävälle tule sellaista oloa, että häntä kyyllätään ja virheen tapahtuminen olisi katastrofi. Tässäkin vaiheessa uutta työntekijää muistutetaan, että on suotavaa ja järkevää kysyä neuvoa kokeneemmilta oman työn kehittämiseksi.

### **Palaute**

Palautteen kerääminen ja vastaanottaminen on oleellisen tärkeää perehdytettävän, perehdyttäjän, tehtävän työn, yrityksen sekä loppukädessä myymälässä asioivan asiakkaan kannalta. Kahden viikon kuluttua uuden työntekijän saapumisesta taloon pidetään yhteinen palautepalaveri, jossa sekä perehdyttäjä että perehdytettävä antavat toisilleen palautetta rakentavassa mielessä; perehdyttäjä kertoo uudelle työntekijälle, miten hän on mielestään edistynyt ja mihin asioihin voisi vielä kiinnittää huomiota. Perehdytettävä taas kertoo perehdyttäjälle, saiko hän tarpeeksi ohjausta ja apua työtä varten sekä missä vaiheissa perehdytystä voisi kehittää, jotta siitä saataisiin entistä tehokkaampaa ja tarkoituksenmukaisempaa. Vaikka tässä vaiheessa perehdytys on käyty käytännössä läpi, on selvää, ettei kahden viikon aikana ole vielä käynyt kaikki mahdolliset skenaariot läpi myymälätyöskentelyssä, joten avunannon ja ohjaamisen tarjoaminen uudelle työntekijälle on yhä tärkeää.

PEREHDYTY SOPAS MANNINEN  
NUTRACEUTICALS OY:N  
ASIAKASPALVELUTYÖHÖN



# 1 PERUSTIEDOT

## 1.1 Toimiala

Lisäravinteita on myyty Suomessa reilut 20 vuotta. Tänä aikana markkinat ovat laajentuneet huomattavasti, sillä tiedon karttuessa ravitsemukseen on alettu kiinnittää yhä enemmän huomiota. Paljolti asiaan vaikuttaa ihmisten yhä kasvava kiinnostus yleiseen hyvinvointiin ja terveyden parantamiseen, missä ravitsemus näyttelee suurta roolia. Erityisesti urheiluravitsemuksen kohdalla edellä mainitun lisäksi vaikuttaa ns. fitness-buumi, missä ihmiset haluavat eri urheilumuodoilla kehittää kropastaan lihaksikkaampia tai laihempia. Urheiluravitsemusbusineksen kanssa toimiikin käsi kädessä melko vahvasti sekä kuntosali- että personal training –palvelut. Suomessa alalla on muutamia selkeitä päätoimijoita, jotka kilpailevat keskenään. Func Food Finland (Fast), Active Nutrition International (Mass.fi), Leader Foods sekä Manninen Nutraceuticals. Pääasiassa kilpailua tapahtuu joko tarjonnalla, laadulla tai hinnalla. Ennen vuotta 2010 tehtiin suuri harppaus alalla eteenpäin, kun lisäravinteita alettiin myymään marketeissa ja päivittäistavara-kaupoissa, mikä nosti ne tavallisen kansan tietoisuuteen, siinä missä aikaisemmin ne nähtiin lähinnä kovaa urheilevien asiana.

## 1.2 Yritys

Manninen Nutraceuticals Oy:n yritysideana on valmistuttaa urheilijoille, kuntoilijoille ja laihduttajille suunnattuja ravintolisiä ja erityisruokavaliovalmisteita sekä terveydenhuoltohenkilöstön käyttämiä kliinisiä ravintolisävalmisteita. Lisäravinteita voidaan käyttää muun muassa normaalin ruokavalion lisänä turvaamassa ravintoaineiden riittävää saantia, apuna laihdutuksessa, sairauksien ennalta ehkäisemisessä ja palautumisen apuna urheilussa.

Manninen Nutraceuticals Oy on perustettu vuonna 2007. Yrityksen perustaja on vuonna 1975 syntynyt oululainen liikuntalääketieteilijä Anssi Manninen, joka on koulutukseltaan terveystieteiden maisteri. Yrityksen idea lähti Mannisen osaamisen ja mielenkiinnon pohjalta, sillä hän on tutkinut pitkään ravitsemusta ja sen tärkeyttä, erityisesti urheilun ja urheilusuorituksesta palautumisen osalta. Näin ollen hän osaamisensa perusteella itse yrittäjänä pystyy tuomaan markkinoille parhaimpia ja laadukkaimpia mahdollisia tuotteita, mistä yritys tunnetaankin

parhaiten. Kaikki Manninen Nutraceuticals -tuotteet valmistetaan Eurooppalaisessa lääke-tehtaassa tarkan laatukontrollin alaisuudessa.

Yrityksen myymälä (M-STORE) sekä pääkonttori toimistoinen sijaitsee Oulun Etu-Lyötyssä Hyvinvointikeskus Figuren tiloissa. Päävarasto, jossa käsitellään ja lähetetään verkkokauppa- sekä tukkutilaukset, sijaitsee Oulun Taka-Laaniassa. Päävarastolle saapuu myös yrityksen omat tuotteet tehtaalta, josta sitten täydennetään myös myymälän varastoja.

### **1.3 Jakelukanavat**

Yrityksen jakelukanavat jakautuvat kolmeen osaan: myymälä (M-STORE), verkkokauppa sekä tukkumyynti. Tukkumyynnin kautta tulee suurimmat tulot ja samalla se toimii markkinointikanavana yritykselle myynnin ohessa. Verkkokauppa taas mahdollistaa tuotteiden ostamisen yksityisasiakkaille muualta Suomesta. Uusien toimitilojen myötä yrityksen myymälä kasvattaa myyntejään jatkuvasti, joka on todella merkittävässä roolissa myyntien kannalta. Samalla myymälän tiloissa asiakas saa henkilökohtaista apua ja parasta tietämystä yrityksen omista tuotteista. Verkkokauppa ja myymälä ovat erityisen tärkeitä yritykselle sen vuoksi, että niiden kautta tapahtuvista ostoista tulee tuotot välittömästi, siinä missä tukkutilauksissa on aina vähintään 14 vuorokauden maksuaika.

### **1.4 Henkilöstö**

Yritys työllistää tällä hetkellä päätoimisena neljä työntekijää ja yhden osa-aikaisena: hallituksen puheenjohtajana sekä tutkimusjohtajana ja tuotesuunnittelijana toimii yrityksen perustaja Anssi Manninen, toimitusjohtajana Hanna Savolainen, asiakaspalvelupäällikkönä ja yhteyshenkilönä Alekski Lohi sekä jakeluvastaavana Kari Vasara. Myymälävastaavana toimii osa-aikaisena Teemu Haatainen. Yritys on myös jatkuvasti yhteistyössä Oulun ammattikorkeakoulun kanssa, josta tulee esimerkiksi harjoittelijoita ja projektityöntekijöitä. Tulevaisuudessa yritys tulee työllistämään lisää henkilökuntaa erityisesti markkinointi- ja myyntitehtävissä liikevaihdon kasvaessa.

## 1.5 Arkaluontoiset tiedot

Erityisen arkaluontoisia tietoja, joita ei missään nimessä saa paljastaa eteenpäin kenellekään yritykseen kuulumattomalle, ovat yrityksen omien tuotteiden valmistajat (tehtaat), tuotteiden sisäännostohinnat sekä ulkomailta tulevien jälleenmyyntituotteiden tilauspaikat. Mikäli asiakas kysyy esimerkiksi tuotteen valmistusmaata, on järkevintä sanoa, että tuotteet tulevat Keski-Euroopasta. Tuotteen tarkempien yksityiskohtien kertomisesta kannattaa muutenkin tiedustella esimieheltä, että mitä saa ja mitä ei saa kertoa. Kaikki arkaluontoiset tiedot käydään esimiehen kanssa läpi perehdytysvaiheessa, joten niitä ei ole mainitun syyn vuoksi laitettu itse oppaaseen.

## 1.6 Asiakasportfolio

Yrityksen asiakkaat ovat pääasiassa tavallisia kuntoilevia ja hyvinvoinnistaan huolehtivia ihmisiä. Tämä on myös yrityksen kohderyhmä suurimmalle osalle tuotteista, sillä nimenomaan tässä asiakasryhmässä on volyyymia tarjolla. Kovaa treenaavia ja kilpaurheilijoita on myös jossakin määrin yrityksen asiakkaina ja on huomattu, että nimenomaan nämä ”tehokäyttäjät” ovat yrityksen kanta-asiakkaita. Tälle kohderyhmälle on myös muutamia omanlaisiaan tuotteita, esimerkkinä Supermass Nutrition –tuotesarja. Uuden noutomyymälän myötä yrityksen tiloissa käy enenevässä määrin uusia asiakkaita, mikä vaatii asiakaspalveluhenkilöltä tarkkuutta ja huolellista myyntityötä, jotta ihmisille saadaan hyvä kuva yrityksen toiminnasta, palvelusta sekä tuotteista.

Asiakaskäynnit ja myynti on aina kalenterivuodella kohtalaisen tasaista, mutta pieniä piikkejä on havaittavissa erityisesti tammi- ja helmikuussa sekä kesän jälkeisinä kuukausina. Ensimmäiseksi mainittuun vaikuttaa pääasiassa uuden vuoden alettua tehdyt lupaukset ja kesän jälkeiseen nousuun ihmisten paluu lomilta ja suurimman osan kuntoilun aloittaminen uudelleen. Vastavuoroisesti heinäkuu voi olla vähän hiljaisempaa aikaa kuin muulloin vuoden aikana. Tämä aika käytetäänkin uusien innovaatioiden kehittämiseen ja valmistamiseen uutta kautta varten.

## 2 TUOTEPORTFOLIO & MYYNTIARGUMENTIT

### 2.1 First in the market!

*"A leader is the one who knows the way, goes the way, and shows the way."* –John C. Maxwell

**Innovaatio** on aina ollut yksi Manninen Nutraceuticalsin toiminnan kulmakivistä, ja uusien tuotteiden ja konseptien tuominen suomalaisten asiakkaiden saataville on yrityksellemme elintärkeää. Oheiseen listaan on koottu innovatiivisimmat, vallankumouksellisimmat ja laadukkaimmat tuotelanseeraukset vuosien varrelta.

**Lokakuu 2007:** Lähes välittömästi yrityksen perustamisen jälkeen Manninen Nutraceuticals Oy lanseerasi Suomen markkinoiden ensimmäisen beeta-alaniinivalmisteen kauppanimellä **BetaPure**. BetaPure valmistetta on käytetty muun muassa Jyväskylän yliopiston liikuntabiologian laitoksen tutkimuksissa.

**Marraskuu 2009:** Manninen Nutraceuticals Oy lanseerasi Suomen ensimmäisen proliinispesifisellä hydrolyysimenetelmällä valmistetun heraproteiini-isolaatin (**HydroISO**), joka hydrolysoinnista eli esipilkkomisesta huolimatta maistuu todella herkulliselta. The Ultimate Combination of Taste and Performance!

**Helmikuu 2010:** Manninen Nutraceuticals Oy lanseerasi herkullisen, huippunopeasti imeytyvän **Anabolic Overdrive 2** –palautusjuomavalmisteen, joka saavutti välittömästi suuren suosion kovaa harjoittelevien urheilijoiden keskuudessa.

**Kesäkuu 2010:** Manninen Nutraceuticals Oy lanseerasi markkinoiden ensimmäisen runsasproteiinisen vanukasjauhevalmisteen, nimeltään **Protein Pudding**, joka on edelleen markkinoiden ainoa vakavasti otettava proteiinivanukasvalmiste. The Original and the Best!

**Syyskuu 2010:** Manninen Nutraceuticals Oy lanseerasi Suomen markkinoiden ensimmäisen sitrulliinimalaattivalmisteen kauppanimellä **CitruPure**.

**Lokakuu 2011:** Manninen Nutraceuticals lanseerasi markkinoiden ensimmäisen testosteronistimulaattorin (**DAA+ZMA**), joka sisältää sekä D-aspartiinihappoa (DAA) että alkuperäisen ZMA-formulan. Tällä hetkellä myynnissä olevan tuotteen kaupan nimi on **DAA+ZMA Vol. 2**.

**Lokakuu 2011:** Manninen Nutraceuticals Oy lanseerasi Suomen markkinoiden ensimmäisen 1,3-dimetyyliamiyylamiinia (DMAA) sisältävän tehonlisääjän kaupan nimellä **SHOCK3D**. Tuotteen myynti on lopetettu. Uuden version kaupan nimi on **SHOCKED Vol.2**.

**Elokuu 2012:** Manninen Nutraceuticals Oy lanseerasi markkinoiden ensimmäisen kasvuhormonistimulaattorin (**XtraGH**), joka sisältää kliinisesti testatun annoksen arginiinipyrroglutamaattia, lysiiniä ja L-dopaa.

**Marraskuu 2013:** Manninen Nutraceuticals Oy lanseerasi Euroopan markkinoiden ensimmäisen adenosiinitrifosfaattivalmisteen (**PureATP**). Tuotteen lihasvoiman ja –massan kasvua nopeuttava vaikutus on osoitettu kontrolloiduissa tutkimuksissa.

**Kesäkuu 2014:** Manninen Nutraceuticals Oy lanseerasi Euroopan markkinoiden ensimmäisen vapaa happo –muodossa olevan beeta-hydroksidi-beeta-metyyliibutyraattivalmisteen kaupan nimellä **MUSCLETOR**. Tuotteen lihasvoiman ja –massan kasvua nopeuttava vaikutus on osoitettu kontrolloiduissa tutkimuksissa. Yhdessä kapselissa on vaikuttavaa ainetta 1000 mg ja yhdessä purkissa on 168 kapselia (8 viikon annos).

## 2.2 Manninen Nutraceuticals -tuoteperhe

Kun haluat panostaa laatuun, Manninen Nutraceuticals -tuoteperheen tuotteet ovat oikea valinta sinulle! Jokainen yrityksemme logolla merkitty tuote on käynyt läpi satojen tuntien tuotekehittelyprosessin jonka aikana valmisteet on hiottu huippuunsa, laadusta tinkimättä.

Yksikään tuotteistamme ei esimerkiksi sisällä aspartaamia tai geenimanipuloituja raaka-aineita, ja myös sokerin, väriaineiden ja muiden lisäaineiden määrä on pyritty pitämään minimaalisena. Näin ollen asiakkaamme saavat nauttia puhtaimmista raaka-aineista tuotetuista tuotteista, jotka on valmistettu Eurooppalaisessa GMP-sertifioidussa lääketehaassa tarkan laadunvalvonnan alaisena.

Manninen Nutraceuticals -tuoteperheestä löydät mm. erilaiset proteiinisekoitukset, palautusjuomat, kalaöljyvalmisteet, vihreäteevalmisteet, vitamiinit, valikoiman erilaisia treenilatureita ja tehonlisäjiä sekä tietenkin maankuulun Protein Pudding -proteiinivanukasvalmisteen.

Olemme koonneet tähän katalogiin kaikki tuoteperheeseen sisältyvät tuotteet kuvauksineen. Jokaisen tuotteen perään on lisäksi listattuna lyhyet myyntiargumentit jälleenmyyjijemme käyttöön.

Manninen Nutraceuticals – Quality You Can Build On!



## 2.3 Aminohapot

### 2.3.1 BCAA 411™

- Lääkelaatuiset aminohapot (pharmaceutical grade)
- Valmistettu GMP- ja ISO 22000-sertifioidussa tehtaassa
- Superherkullinen maku!
- Liukenee helposti nesteeseen

Tutustut parhaillaan markkinoiden täydellisimpään BCAA-valmisteeseen! Haaraketjuiset aminohapot (BCAA) stimuloivat tehokkaasti proteiinisynteesiä (anaboliaa) ja vähentävät proteiinien hajoamista (kataboliaa). BCAA 411 sisältää haaraketjuisia aminohappoja leusiinia, isoleusiinia ja valiinia suhteessa 4:1:1 sekä immuunipuolustusta tukevaa glutamiinia. BCAA 411 on instantoitu, joten se liukenee helposti nesteeseen. Herkullinen persikanmaku ei jätä ketään kylmäksi! Kuten kaikki muutkin Manninen Nutraceuticals -tuotteet, BCAA 411 valmistetaan GMP-sertifioidussa tehtaassa tarkan laatukontrollin alaisuudessa.

Annosteluohje: Sekoita yksi mittalusikallinen (n. 10 g) n. 2 desilitraan vettä. Nauti ennen ja/tai jälkeen harjoittelun.

Keskimääräinen ravintosisältö per 10 g jauhetta:

I-leusiini 4120 mg

I-isoleusiini 1030 mg

I-valiini 1030 mg

I-glutamiini 2400 mg



## Myyntiargumentit

Optimaalinen sekoitussuhde: perinteiset BCAA-valmisteet sisältävät yleensä leusiinia, isoleusiinia ja valiinia suhteessa 2:1:1, kun taas BCAA 411-valmisteen suhde on nimensä mukaisesti 4:1:1 eli leusiinia, tärkeintä aminohappoa lihaskasvun kannalta, on annoksessa kokonaiset 4 grammaa. Estää tehokkaasti lihasproteiinin hajoamista energiaksi, ja sen sijaan tehostaa lihaskasvua. BCAA 411 sisältää lisäksi glutamiinia, jolla on useita hyötyjä kuten immuunitoiminnan vahvistaminen ja palautumisen tehostuminen. Yhdessä annoksessa on glutamiinia 2,4 grammaa, eli sitä ei tarvitse ostaa erikseen tämän tuotteen lisäksi.

Ei sisällä lainkaan sokeria.

Perinteisesti leusiinia sisältävät aminohappovalmisteet sekoittuvat erittäin huonosti. BCAA 411 sen sijaan sekoittuu helposti veteen, koska tuote on instantoitu ja näin leusiinikin liukenee nesteeseen erinomaisesti.

Erinomainen persikan maku, verrattavissa esim. jääteehen.



### 2.3.2 EAA+™

It's not low sugar. It's no sugar!

EAA+ on tuoreimpaan tutkimustietoon perustuva aminohapposekoitus, joka sisältää välttämättömiä aminohappoja (essential amino acids, EAA) optimaalisessa suhteessa. Tuotteen sisältämistä välttämättömistä aminohapoista n. 67 % on haaraketjuisia aminohappoja (BCAA). Haaraketjuiset aminohapot stimuloivat tehokkaasti proteiinisynteesiä (anaboliaa) ja vähentävät proteiinien hajoamista (kataboliaa). Haaraketjuisten aminohappojen edulliset vaikutukset luustolihasproteiinimetaboliaan on osoitettu lukuisissa tutkimuksissa.

EAA+ sisältää lisäksi sitrulliinimalaattia, mikä on selvästi arginiinia tehokkaampi typpioksidin (NO) tuotannon ja vapautumisen lisääjä. Sitrulliini tehostaa myös ammoniakkin poistumista elimistöstä, kun taas malaatti estää maitohapon kasaantumista. EAA+ sisältää myös histidiiniä ja pyridoksiinia eli B6-vitamiinia.

EAA+ ei sisällä lainkaan lisättyä sokeria, maltoa tai aspartaamia. Laktoositon ja gluteeniton.

Pakkauskoko: 750 g. Maut: sitruuna ja hedelmäpunssi. Pakkaus sisältää 5 g mittalusikan.

Annosteluohje: Nauti kaksi tasaista mittalusikallista (10 g) ennen harjoittelua tai sen aikana.

Keskimääräinen ravintosisältö per annos (10 g):

L-leusiini 2000 mg

L-lysiini 1500 mg

L-sitrulliinimalaatti 1000 mg

L-isoleusiini 1000 mg

L-valiini 1000 mg

L-treoniini 750 mg

L-histidiini 500 mg

L-metioniini 500 mg

B6-vitamiini 10 mg (667 %)



## **Myyntiargumentit**

Sisältää kaikki välttämättömät aminohapot; sisältää siis myös haaraketjuiset aminohapot (BCAA)

Sisältää lisäksi sitrulliinimalaattia, joka antaa treeniin lisää kestävyyttä ja puskuroi maitohappoa

Estää tehokkaasti lihasproteiinin hajoamista energiaksi, ja sen sijaan tehostaa lihaskasvua

EAA+ on siis erinomainen treeninaikainen juoma

Ei sisällä keinotekoisia väriaineita eikä aspartaamia

Makuina raikas sitruuna ja herkullinen hedelmäpunssi, joka vastaa maultaan hedelmämehua

Liukenee helposti nesteeseen koska tuote on instantoitu

## 2.4 Erikoistuotteet

### 2.4.1 DAA+ZMA Vol. 2™

Mannisen huippusuositu testoboosteri DAA+ZMA on nyt entistä parempi!

Testosteroni tekee pojista miehiä. Se saa aikaan miesten sekundaariset sukupuoliominaisuudet kuten äänen madaltumisen, kasvon piirteiden miehistymisen, karheamman ihon, lihasten kasvun ja karvoituksen.

Manninen Nutraceuticals on kehittänyt DAA+ZMA Vol. 2 -valmisteen tukemaan normaalia testosteronituotantoa. Tuotteen keskeinen vaikuttava aine on D-aspartiihappo (DAA). Kontrolloidussa tutkimuksessa 23 terveelle miehelle annettiin 3,2 g D-aspartiihappoa päivässä 12 päivän ajan ja 20 miestä sai plaseboa eli lumetuotetta. D-aspartiihappo nosti testosteronitasoa noin kolmanneksella (Topo ym. 2009). Yksi annos (6 kapselia) DAA+ZMA Vol. 2 -valmistetta sisältää 3 g D-aspartiihappoa.

DAA+ZMA Vol. 2 sisältää lisäksi sinkkiä, magnesiumia, D3-vitamiinia, seleeniä ja B5-vitamiinia, joita tarvitaan testosteronin muodostukseen ja/tai eritykseen. Sinkin lähteenä on tehokkaasti imeytyvä sinkkiglukonaatti ja magnesiumin lähteenä on magnesiumsitraatti.

DAA+ZMA Vol. 2 on pakattu 180 kapselin muovipurkkiin. Yksi purkki sisältää 30 päiväannosta.

Annosteluohje: Nauti 6 kapselia ennen nukkumaanmenoa.

Keskimääräinen ravintosisältö per 6 kapselia:

D-aspartiihappo 3000 mg

Sinkki 30 mg

Magnesium 450 mg

D3-vitamiini 20 mcg

Seleeni 60 mcg

B5-vitamiini 10 mg



## **Myyntiargumentit**

Markkinoiden ainoa D-aspariinihappoa ja sinkki-magnesiumia sisältävä tuote

Normaalisti D-aspariinihappoa, sinkkiä ja magnesiumia myydään erikseen, mutta DAA+ZMA Vol. 2:ssa ne ovat korkeina pitoisuuksina, kaikki samassa purkissa, erittäin hyvin imeytyvissä muodoissa.

D-aspariinihappoa on 3000 mg/annos, magnesiumsitraattia 450 mg ja sinkkimonometioniinia 30 mg/annos

Tuotteen käyttö nostaa tutkitusti ja todistetusti testosteronitasoja. Viimeisimmässä kontrolloidussa tutkimuksessa koehenkilöiden tasot nousivat noin kolmanneksella vain kymmenessä päivässä.

Kun käytät DAA+ZMA Vol. 2:ta, saat samalla magnesiumia ja sinkkiä jolloin sinun ei tarvitse erikseen ostaa/käyttää niitä, eli säästät selvää rahaa

DAA+ZMA Vol. 2 sisältää myös D-vitamiinia, seleeniä sekä B5-vitamiinia

Kaikki tämä helposti nautittavassa kapselimuodossa

## 2.5 Hiilihydraatit

### 2.5.1 OsmoPure™

OsmoPure on glykogeenitankkaukseen kehitetty hiilihydraattivalmiste. Tuotteen erikoisvalmisteiset, korkean molekyylipainon omaavat glukoosipolymeerit antavat hiilihydraattiliukselle matalan osmolaliteetin, jonka ansiosta OsmoPure läpäisee mahalaukun erittäin helposti ja täyttää tyhjentyneet glykogeenivarastot nopeasti. OsmoPuren edut eivät rajoitu pelkästään glykogeenivarastojen täyttämiseen, sillä myös muiden ravinteiden samanaikainen siirtyminen lihassoluihin tehostuu.

OsmoPure on ihanteellinen tuote nautittavaksi ennen harjoittelua, sen aikana ja välittömästi sen jälkeen. Neutraalinmakuinen ja liukenee helposti nesteeseen.

Annosteluohje: Käytä 50-150 g (1-3 mittalusikallista) jauhetta päivässä ennen harjoittelua, sen aikana tai harjoittelun jälkeen.

Keskimääräinen ravintosisältö per 100g jauhetta:

Energiaa 1579 kj / 376 kcal

Proteiinia 0 g

Hiilihydraatteja 100 g

Rasvaa 0 g



## **Myyntiargumentit**

OsmoPure on erityisesti hiilihydraattitankkaukseen suunniteltu tuote

Se soveltuu siis erinomaisesti käytettäväksi ennen treeniä, treenin aikana ja treenin jälkeen

Tavallisesta maltosta poiketen OsmoPure sisältää glukoosipolymeerejä, joka malton tavoin tulee maissitärkkelyksestä, mutta on huomattavasti laadukkaampaa

OsmoPure imeytyy siis erittäin nopeasti

OsmoPure sekoittuu nesteeseen helposti ja on neutraalin makuista; palautusjuomissa voit siis sekoittaa sen minkä makuiseen heraan tahansa

Treeninaikaisena juomana OsmoPure toimii erityisen hyvin aminohappojen (esim. EAA+ tai BCAA 411) kanssa

## 2.6 Massanlisäys

### 2.6.1 CMPure™

CMPure sisältää markkinoiden korkealuokkaisinta, Saksassa valmistettua kreatiinimonohydraattijauhetta!

Lukuisat tutkimukset ovat osoittaneet kreatiinilisän parantavan fyysistä suorituskykyä ja kehonkoostumusta. Kreatiinin käyttö nostaa tehokkaasti luustolihasolujen kreatiinifosfaattipitoisuutta. Kreatiinifosfaatti toimii lihasten supernopeana energialähteenä, joten sen pitoisuuden nousu johtaa parantuneeseen fyysiseen suorituskykyyn, erityisesti räjähtävää voimaa hyödyntävissä urheilusuorituksissa. Kreatiini lisää solunsisäisen nesteen määrää, mikä stimuloi proteiinisynteesiä (anaboliaa) ja vähentää proteiinien hajoamista (kataboliaa).

CMPure on Suomen myydyin kreatiinimonohydraattijauhe!

Annosteluohje: nauti 4-20 g (1-5 mittalusikallista) päivässä.

Keskimääräinen ravintosisältö per 100 g jauhetta:

Kreatiinimonohydraatti 100 g



## **Myyntiargumentit**

Sisältää 100-prosenttisen puhdasta, markkinoiden laadukkainta kreatiinijauhetta parhaasti imeytyvässä monohydraattimuodossa

Soveltuu erinomaisesti kreatiinitankkaukseen



### 2.6.2 GrowMax™

GrowMax edustaa markkinoiden tehokkainta lihasmassan ja -voiman kasvua kiihdyttävää valmistetta. GrowMax on valmistettu Eurooppalaisessa, GMP-sertifioidussa lääketehaassa. Tällä hetkellä myynnissä oleva tuotantoerä (P2W111402/05) on analysoitu Suomen Tullilaboratoriossa.

Growmaxin sisältämällä kreatiini-HMB -kombinaatiolla on suurempi vaikutus lihasmassan ja -voiman kasvuun kuin kreatiinilla tai HMB:llä yksinään käytettynä. GrowMax -valmisteen HMB on lisätty vedettömänä kalsiumsuolana maksimaalisen biologisen hyväksikäytettävyyden takaamiseksi.

Glukoosi 1600 mg

Kreatiini 3334 mg

Beeta-hydroksi-beeta-metylibutyraatti (HMB) 1000 mg

ALA (Alfalipoiinihappo) 67 mg

Kromiumkloridi 66 mg (josta kromia 13.5 mg)

I-glutamiini 667 mg

Tauriini 167 mg

Glysiini 167 mg



## **Myyntiargumentit**

Markkinoiden ainoa kreatiinia ja HMB:tä sisältävä lihasmassan kasvattaja

Sisältää lisäksi glutamiinia, alfalipoiinihappoa, kromia, tauriinia ja glysiiniä

Sekoittuu helposti veteen ja siinä missä kreatiini on normaalisti maustamatonta, maistuu

GrowMax herkulliselle eksoottiselle hedelmille

GrowMaxin maksimoi lihasmassan ja –voiman kasvun

Yhteenvedona voi sanoa, että GrowMax on todellinen muskeliuote; se on pitkälle viety kreatiiniuote joka soveltuu kaikkiin urheilulajeihin

## 2.7 Palautusjuomat

### 2.7.1 Anabolic Overdrive 2™ & AOD 2™

Anabolic Overdrive 2 on huipputehokas palautusjuomavalmiste urheilijoille ja kuntoilijoille. Anabolic Overdrive 2:n tieteellisesti kehitetty koostumus 1) nostaa lähes välittömästi veren aminohappo-, insuliini, kasvuhormoni- ja IGF-1-pitoisuuksia maksimoiden harjoittelun jälkeisen lihasanabolian 2) laskee nopeasti veren kortisolipitoisuutta pysäyttäen harjoittelun jälkeisen katabolian eli lihasproteiinien hajoamisen ja 3) täyttää nopeasti lihasten ehtyneet glykogeenivarastot. Anabolic Overdrive 2 maistuu todella herkulliselta ja liukenee helposti nesteeseen.

Anabolic Overdrive 2 ei sisällä laktoosia, geenimanipuloituja raaka-aineita, aspartaamia, keinotekoisia aromeja tai gluteenia.

Anabolic Overdrive 2 on saatavilla seuraavina makuina ja kokoina:

900 g pussi: Päärynä-Vanilja & Mansikka-Lime

2.5 kg purkki: Appelsiini & Mustaherukka

Pakkaukseen sisältyy mittalusikka.

Annosteluohje: Nauti 2 mittalusikallista (n. 84 g) veteen sekoitettuna välittömästi harjoittelun jälkeen.

Keskimääräinen ravintosisältö per 100 g:

Energiaa 382 kcal / 1604 kJ

Proteiinia 38 g\*

Hiilihydraatteja 57 g

Rasvaa 0,2 g

C-vitamiinia 250 mg (417 %\*\*) \*josta kreatiinia 5 g

\*\*% päivän saantisuosituksesta



## Myyntiargumentit

Ehdottomasti markkinoiden laadukkain palautusjuomavalmiste

Näin korkealuokkaisia ainesosia ei löydy mistään muista valmiista palautusjuomista; proteiini tulee hydrolysoidusta eli esipilkotusta heraproteiini-isolaatista ja hiilihydraatit glukoosipolymeereista

Anabolic Overdrive 2 on siis äärimmäisen nopeasti imeytyvä, ja takaa näin maksimaalisen lihaskasvun sekä palautumisen

Lisäksi Anabolic Overdrive 2 sisältää 5 grammaa kreatiinia per annos joka on riittävä kerta-annos  
Lisäksi annoksessa on 250 milligrammaa C-vitamiinia sekä lisättyjä haaraketjuisia aminohappoja (BCAA)

Palautumisen lisäksi Anabolic Overdrive 2 soveltuu myös tankkaukseen

Anabolic Overdrive 2 on saatavana neljänä eri makuna: supersuosittu appelsiini, maukas mustaherukka, herkullinen päärynä-vanilja sekä raikas mansikka-lime

Anabolic Overdrive 2 ei sisällä aspartaamia, keinotekoisia väriaineita, gluteenia eikä laktoosia

Anabolic Overdrive 2 sopii erinomaisesti kaikkiin urheilulajeihin

## 2.8 Proteiinit

### 2.8.1 HydroISO™

HydroISO on ristivirtaukseen perustuvalla mikrosuodatuksella (CFM) puhdistettua heraproteiini-isolaattia, joten sen proteiinipitoisuus on erittäin korkea (n. 90 %). Vastaavasti laktoosin ja rasvan määrä on minimaalinen. Toiseksi, HydroISO on entsyymaattisesti hydrolysoitu (esipilkottu), joten elimistö hyödyntää sitä erittäin nopeasti ja tehokkaasti. Näin ollen HydroISO soveltuu erityisen hyvin nautittavaksi ennen ja jälkeen harjoittelun..

HydroISO on pakattu 1,8 kg astiaan ja on saatavilla kolmena herkullisena makuna: banaani, mansikka ja suklaa. Purkki sisältää 30 g mittalusikan. HydroISO ei sisällä geenimanipuloituja raaka-aineita, hormonihoitoa saaneiden lehmien maitoa, gluteiinia, lisättyä sokeria, aspartaamia, keinotekoisia väriaineita tai keinotekoisia aromeja.

Annosteluohje: Sekoita yksi mittalusikallinen (30 g) nesteeseen. Nauti ennen tai jälkeen harjoittelun.

Keskimääräinen ravintosisältö per 100 g (mansikka):

Energiaa 372 kcal / 1563 kJ

Proteiinia 89,5 g

Hiilihydraatteja 1,3 g

Rasvaa 1 g



## **Myyntiargumentit**

Markkinoiden ehdottomasti korkealuokkaisin heraproteiinivalmiste

HydroISO sisältämä proteiini on pelkästään hydrolysoitua, eli esipilkottua heraproteiini-isolaattia

HydroISO imeytyy siis todella nopeasti ja soveltuu näin erinomaisesti nautittavaksi ennen harjoittelua, harjoittelun aikana sekä harjoittelun jälkeen

HydroISO on todella vähälaktoosinen, ei sisällä lainkaan gluteenia ja on myös lähes rasvaton

HydroISO on korkean laatunsa vuoksi erittäin vatsaystävällinen ja on täten turvallinen vaihtoehto jos heratuotteet ovat joskus aiheuttaneet vatsaongelmia

HydroISO liukenee erittäin helposti nesteeseen

HydroISO on saatavana kolmena eri makuna: täyteläinen suklaa, herkullinen mansikka sekä suussa sulava banaani

## 2.8.2 ProMax-6™

ProMax-6:n huippulaadukas proteiinisekoitus koostuu kuudesta proteiinilähteestä: heraproteiinikonsentraatti, misellaarinen kaseiini, kalsiumkaseinaatti, hydrolysoitu heraproteiini-isolaatti, munanvalkuainen ja glutamiinipeptidit (vehnäproteiini-hydrolysaatista). Muut ainesosat ovat luontainen kermakaramelliromi, sukraloosi (maketusaine), guarkumi (sakeuttamisaine) ja karamelliväri E150c.

ProMax-6 -valmisteeseen lisätty guarkumi antaa pirtelölle miellyttävämmän (tukevamman) suutuntuman ja luontainen kermakaramelliromisekoitus antaa tuotteelle niin täyteläisen maun ettei paremmasta väliä!. ProMax-6 soveltuu erinomaisesti vähähiliihydraattiseksi ateriankorvikkeeksi esim. kevytmaitoon sekoitettuna. Pakkauskoko: 1,8 kg. Pakkaus sisältää 33 g mittalusikan.

Annosteluohje: Sekoita mittalusikallinen (33 g) 200-300ml nestettä. Nauti välipalana.

Keskimääräinen ravintosisältö per 100g:

Proteiinia 83 g

Hiilihydraatteja 3 g

Rasvaa 3 g

Kuten kaikki muutkin Manninen Nutraceuticals Oy:n proteiinijauheet, ProMax-6 valmistetaan cGMP-sertifioifussa lääketehaassa EU:ssa tuotetuista raaka-aineista.



## **Myyntiargumentit**

ProMax 6 sisältää kuusi eri proteiinilähdettä; hydrolysoitu heraproteiini-isolaatti, heraproteiini-konsentraatti, munanvalkuainen, glutamiinipeptidit, kalsiumkaseinaatti sekä misellaarinen kaseiini, jotka takaavat pitkäkestoisuuden imeytyvyyden.

Näin ollen se soveltuu erinomaisesti väli ja –iltapalaksi tai ateriankorvikkeeksi.

ProMax 6 ei sisällä aspartaamia tai keinotekoisia maku ja –väriaineita

Tuotteen koostumus on siihen lisätyn guarkumin ansiosta erittäin pehmeä ja pirtelömainen, ja se maistuu herkulliselta kermakaramellilta. Guarkumi näyttäisi myös lisäävän tuotteen antamaa kylläisyyden tunnetta.

ProMax 6 on erityisen maukas sekoitettuna maitoon



### 2.8.3 Protein Pudding™

Manninen Nutraceuticals Oy, on lanseerannut runsasproteiinisen vanukasjauhevalmisteeseen, nimeltään Protein Pudding. Protein Pudding on saatavilla neljänä herkullisena makuvaihtoehtona: suklaa, vanilja, banaani-toffee ja mansikka-valkosuklaa.

Tuote sisältää hylpeet 82 % proteiinia. Ja ei mitä tahansa proteiinia, vaan kolmea tämän planeetan parasta proteiinin lähdettä: munanvalkuaista, denaturoimatonta heraproteiinia ja denaturoimatonta misellaarista kaseiinia.

Protein Pudding ei myöskään sisällä keinotekoisia aromeja tai väriaineita, aspartaamia, gluteiinia, transrasvoja, kollageenia tai geenimanipuloituja raaka-aineita. Protein Pudding -valmiste on makeutettu sukraloosilla.

Protein Pudding sisältää vain n. 1 %:n laktoosia eli annosta kohden vain n. 0,25 g. Niinpä Protein Pudding -valmistetta voivat käyttää melkein kaikki laktoosi-intolerantit.

Pakkauskoko 1 kg purkki tai 500 g pussi.

Annosteluohje: Sekoita kukkurallinen mittalusikka (n. 25 g) jauhetta n. 1 desilitraan kevyt- tai täysmaitoa ja anna jähmettyä jääkaapissa vähintään 2 tuntia. Tuote pitää nauttia 48 tunnin sisällä maidon lisäämisestä.

Keskimääräinen ravintosisältö per 100 g jauhetta:

Energiaa 348 kcal / 1479 kJ

Proteiinia 82 g

Hiilihydraatteja 2 g

Rasvaa 2 g



## Myyntiargumentit

Protein Pudding on Suomen markkinoiden ensimmäinen ja edelleen kaikista vakavasti otettavin proteiinivanukasvalmiste

Sen sisältämä proteiini on peräisin kolmesta huippulaadukkaasta lähteestä: heraproteiinikonsentraatti, munanvalkuainen sekä misellaarinen kaseiini

Nämä proteiinilähteet mahdollistavat tuotteelle pitkäkestoisen imeytyvyyden

Protein Pudding on täydellinen proteiinipitoinen välipala; yksi annos sisältää noin 20 g proteiinia ja vain 0,5 – 1 g rasvaa ja laktoosia

Protein Pudding on saatavilla neljänä eri makuna: suussa sulava suklaa, maukas vanilja, herkullinen banaani-toffee ja uutuusmakuna makuhermoja kutkutteleva mansikka-valkosuklaa

Protein Puddingia voi käyttää myös erilaisiin resepteihin; kokeile esimerkiksi proteiinipannukakkua paistamalla valmista vanukasta pannulla tilkassa öljyä

### 2.8.4 Whey Overdrive 2™

Manninen Nutraceuticals Oy:n suosittu Whey Overdrive -valmiste on uudistunut. Whey Overdrive 2 on huippulaadukas sekoitus denaturoimatonta heraproteiinkonsentraattia ja hydrolysoitua heraproteiini-isolaattia (HydroISO). Whey Overdrive 2 maistuu todella hyvälle ja liukenee helposti nesteeseen.

Pakkauskoko: 4,5 kg. Pakkaus sisältää 50 ml mittalusikan. Yhteen mittalusikkaan menee n. 20 g jauhetta.

Annosteluohje: Sekoita mittalusikallinen 200–300 ml:n nestettä. Nauti ennen tai jälkeen harjoittelun.

Keskimääräinen ravintosisältö per 100 g:

Proteiinia 81 g

Hiihydraatteja 4 g

Rasvaa 3 g.



## **Myyntiargumentit**

Whey Overdrive 2 on huippulaadukas sekoitus heraproteiinkonsentraattia ja hydrolysoitua isolaattia; se on siis perusproteiinia huomattavasti laadukkaampaa

Huippulaadukkaista raaka-aineista huolimatta se on erittäin edullista ja soveltuu täten erinomaisesti proteiinilisten suurkuluttajille

Sen hinta-laatusuhde on vailla vertaansa: kilohinta on vain noin 17 euroa

Whey Overdrive 2 sisältää vain vähän rasvaa ja laktoosia ja sen proteiinipitoisuus on yli 80 %

Whey Overdrive 2 sekoittuu helposti nesteeseen ja on saatavana kahtena eri makuna: herkullinen banaani ja suussa sulava suklaa

## 2.9 Tehonlisääjät

### 2.9.1 CitruPure™

CitruPure on tieteellisesti testattu lihasväsymyksen estäjä urheilijoille ja kuntoilijoille. CitruPure sisältää lääkelaausta, 100-prosenttisen puhdasta sitrulliinimalaattia.

Sitrulliini on aminohappo, joka ei osallistu proteiinisynteesiin. Sitrulliini on ureakierron keskeinen väliaine. Ureakierrolla tarkoitetaan reaktiosarjaa, jossa ammoniakki muutetaan virtsa-aineeksi eli ureaksi. Arginiini voi muuttua sitrulliiniksi ja päinvastoin. Oraalisesti otettu sitrulliini kuitenkin toimii elimistössä tehokkaammin kuin arginiini. Jo 3 g päivittäisannoksen on havaittu parantavan tuloksia ja kestävyyttä urheilijoilla.

Urheiluravinteihin lisätty sitrulliini on yleensä sitrulliinimalaattia (L-sitrulliini-DL-malaatti, esim. 2:1). Malaatti on sitruunahappokierron väliaine, jonka oletetaan toimivan synergistisesti sitrulliinin kanssa. Sitrulliinimalaattia on jo pitemmän aikaa kuvattu tieteellisessä kirjallisuudessa väsymystä estäväksi yhdisteeksi.

CitruPure on pakattu 500 g purkkiin ja pakkaukseen sisältyy 5 g mittalusikka.

Annosteluohje: Nauti mittalusikallinen (5 g) jauhetta 60 minuuttia ennen harjoittelua.

Keskimääräinen ravintosisältö per 100g jauhetta:

L-sitrulliini-DL-malaatti (2:1) 100 g



## **Myyntiargumentit**

100% puhdasta sitrulliinimalaattia riittoisassa 500 gramman pakkauksessa

Toimii erittäin hyvin stimulanttivapaana treenilaturina

Estää tehokkaasti väsymystä ja puskuroi kehosta ammoniakkia ja täten vähentää lihasten happamuutta

Lisää kestävyyttä urheilun aikana

Sekoittuu helposti veteen ja toimii erinomaisen hyvin esimerkiksi EAA+ sitruunaan sekoitettuna

## 2.9.2 FOCUZED!™

Focused! – The Ultimate Neuro-Enhancer

”Where the mind goes the body will follow”, totesi Arnold Schwarzenegger aikoinaan. Manninen Nutraceuticals on kehittänyt uuden tehonlisäajän, joka vaikuttaa erittäin voimakkaasti vireystilaan, keskittymiskykyyn ja väsymyksen sietoon. Focused! auttaa Sinut läpi kovimmistakin treeneistä – oli lajisi mikä hyvänsä. Ja kun kyseessä on Mannisen tuotekehityslaboratorion tuotos, tiedät jo valmiiksi, että Focused! on tuoreimpaan tutkimustietoon perustuva state-of-the-art formula, joka on valmistettu viimeisintä farmasian teknologiaa hyödyntäen.

Annosteluohje: Nauti 6 kapselia n. 30 min ennen harjoittelua.

Keskimääräinen ravintosisältö per 6 kapselia:

4-amino-2- metyylipentaanisitraatti 200 mg

Kofeiini 150 mg

Tauriini 600 mg

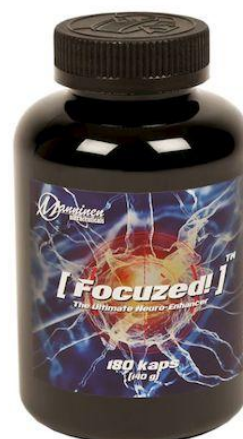
Asetyyli-L-karnitiini 600 mg

Beeta-alaniini 3 000 mg

VAROITUS: Korkea kofeiinipitoisuus: 150 mg/annos.

Sokeriton, laktoositon, gluteeniton ja hiivaton. Suositeltua vuorokausiannosta ei saa ylittää.

Ravintolisät eivät korvaa monipuolista ruokavaliota. Ei lasten ulottuville.



## **Myyntiargumentit**

Markkinoiden ensimmäinen AMP-sitraattia sisältävä tehonlisäjä

Sisältää kokonaiset 3 grammaa beta-alaniinia per annos

Herättää todella hyvin treeniin ja antaa lisäpotkua

Helposti nautittavassa kapselimuodossa

Riittoisa 180 kapselin pakkaus; pakkauksessa on siis 30 annosta

Soveltuu erinomaisesti kaikkiin urheilulajeihin



### 2.9.3 GAKIC™

GAKIC eli glysiini-arginiini-ketoisokapronihappo on tieteellisesti testattu lihasväsymyksen estäjä, joka lisää anaerobista suorituskykyä keskimäärin 10,5 % ja väsymyksen sietoa keskimäärin 28 %. Tuotteen vaikutus perustuu pääasiassa ammoniakkin poistoon. GAKIC soveltuu erinomaisesti kaikkiin urheilulajeihin

Manninen Nutraceuticals Oy:n markkinoima GAKIC -valmiste sisältää lisäksi patentoitua mustapippuriuutetta (BioPerine®) biologisen hyväksikäytettävyyden maksimoimiseksi. GAKIC comes in a can of 128 capsules and the recommended dosage is 4-8 capsules

Annosteluohje: Käytä 4-8 kapselia n. 30 min ennen harjoittelua.

Keskimääräinen ravintosisältö per kapseli:

Glysiini-arginiini-ketoisokapronihappokalsium	1333	mg
Mustapippuriute/Svartpepparextrakt (BioPerine®) 0,5 mg		

Ohjeen mukaista annostusta ei saa ylittää.



## **Myyntiargumentit**

Täysin stimulanttivapaa GAKIC-valmiste

Sisältää annoksen BioPerine mustapippuriuutetta joka tehostaa aineen vaikutusta entisestään

Täysin hyväksytty kaikissa kilpaurheilulajeissa

Lisää tutkitusti sekä aerobista että anaerobista suorituskykyä

Helposti mukana kulkevassa ja nautittavassa kapselimuodossa

## 2.9.4 MANIA!™

Manninen Nutraceuticals Oy on lanseerannut markkinoiden tehokkaimman tehonlisäajän. MANIA! -valmisteen tieteellisesti kehitetty koostumus parantaa vireystilaa, estää lihasten happamoitumista ja lisää rasvavarastojen käyttöä energiaksi. Lisäksi MANIA! -valmisteen aminohapot vaikuttavat edullisesti fyysisen kuormituksen aikaansaamiin hormonaalisiin vasteisiin ja estävät immunitietin heikentymistä. MANIA! sisältää myös keskeiset elektrolyytit.

Tuote ei sisällä keinotekoisia aromeja tai väriaineita. MANIA! on makeutettu sukraloosilla ja makuna on villi mustaherukka. Kuten kaikki muutkin Manninen Nutraceuticals Oy:n jauhesekoitukset, MANIA! -valmistetaan GMP-sertifioidussa lääketehaassa EU:ssa tuotetuista raaka-aineista..

Annosteluohje: Sekoita kukkurallinen mittalusikka (20 g) veteen. Nauti 40 min ennen harjoittelua.

Keskimääräinen ravintosisältö per 20 jauhetta g:

Arginiini-alfa-ketoglutaraatti (AAKG) 3000 mg

Sitrulliinimalaatti (CitruiPure) 2600 mg

Beta-alaniini (BetaPure) 2000 mg

L-tyrosiini 1000 mg

Kofeiini 75 mg

L-tauriini 1200 mg

L-glutamiini 2200 mg

L-lysiini 1000 mg

Guaranauute 500 mg

Siperian Ginsenguute 500 mg

D-glukoosi 4901 mg

Natriumsitraatti 200 mg

Kaliumkarbonaatti 67 mg



Muut ainesosat: luontainen mustaherukka-aromi, makeutusaine (sukraloosi), väriaine (punajuuri jauhe). Pakkauskoko: 800 g (40 annosta). VAROITUS: Korkea kofeiinipitoisuus (185 mg/annos).

## **Myyntiargumentit**

Supersuosittu tehonlisäjä joka muun muassa parantaa vireystilaa, vähentää lihasten happamoitumista ja lisää sekä fyysistä että mentaalista suorituskykyä

Lisää välillisesti rasvavarantojen käyttöä energiaksi

Sekoittuu helposti veteen

Ei sisällä lainkaan keinotekoisia väriaineita eikä myöskään aspartaamia. Tuote on värjätty luontaisella punajuurijauheella

Makuna raikas villi mustaherukka

Soveltuu niin kovaa treenaaville ihmisille kuin myös niille, jotka haluavat urheilusuoritukseensa lisäpotkua tai piristystä väsyneeseen oloon

MANIA! soveltuu erinomaisesti kaikkiin urheilulajeihin

### 2.9.5 PureATP™

Manninen Nutraceuticals Oy on ensimmäisenä tuonut Suomen markkinoille patentoidulla valmistusmenetelmällä tuotetun adenosiinirifosfaattia (ATP) sisältävän ravintolisän. Yksi Pure ATP -kapseli sisältää 400 mg adenosiinirifosfaattidiatrimuma. Vastikään julkaistussa satunnaistetussa plasebokontrolloidussa tutkimuksessa adenosiinirifosfaattidiatrimumin (400 mg/vrk) havaittiin nopeuttavan kokeneiden voimailijoiden lihasvoiman ja -massan lisääntymistä (Wilson ym. 2013).

ATP on sallittu yhdiste kaikissa urheilulajeissa ja Pure ATP valmistetaan GMP-sertifioidussa tehtaassa, jossa ei käsitellä lainkaan dopingaineiksi luokiteltavia yhdisteitä. Pakkauskoko: 90 kapselia.

Annosteluohje: Nauti 1 kapseli n. 30 min ennen urheilusuoritusta.

Keskimääräinen ravintosisältö per kapseli:

Ddenosiinirifosfaattidiatrimum (ATP) 400 mg



## **Myyntiargumentit**

Markkinoiden ensimmäinen 100-prosenttisen puhdasta ATP:tä sisältävä valmiste

Kätevässä kapselimuodossa

PureATP soveltuu kaikkiin urheilulajeihin ja on täysin dopingvapaa valmiste

Lisää tutkitusti lihasmassan ja –voiman kasvua urheilijoilla

Erinomaisen toimiva räjähtävyyttä vaativissa lajeissa/urheilusuorituksissa

## 2.10 Terveystuotteet

### 2.10.1 EGCG™

Manninen Nutraceuticals Oy on lanseerannut oman huippuvahvan vihreäteevalmisteeseen. Yksi tabletti sisältää jopa 300 mg EGCG:tä. 240 tabletin säästöpakkaus.

Annosteluohje: 1-2 tablettia 2 kertaa päivässä.

Keskimääräinen ravintosisältö per 1 tabletti:

Vihreäteeuute 500 mg (EGCG 300 mg)



## **Myyntiargumentit**

Supervahva vihreä tee-valmiste

Yksi tabletti sisältää 500 mg vihreää teeuutetta, josta jopa 300 mg on voimakkaimmassa EGCG-muodossa

Vihreä tee on tutkitusti muun muassa tehokas piriste ja ennen kaikkea rasvanpolttaja

240 kappaleen säästöpakkauksesta riittää valmistetta n. neljäksi kuukaudeksi



## 2.10.2 Mega D3 125 µg™

Manninen Nutraceuticals Mega D3 125 on supervahva D-vitamiinivalmiste pakattuna 300 tabletin säästöpakkaukseen!

Annosteluohje: Ota yksi tabletti päivittäin.

Keskimääräinen ravintosisältö per 1 tabletti:

D3-Vitamiini 125 µg



## **Myyntiargumentit**

Supervahva D-vitamiinivalmiste joka sisältää 125 mikrogrammaa D-vitamiinia tablettia kohti.

Perinteisissä D-vitamiinivalmisteissa pitoisuudet ovat noin 50 – 75 mikrogrammaa

D-vitamiinilla on useita terveyshyötyjä ja erityisesti Suomalaisilla sen saanti on vähäistä

Tuotteen D-vitamiinipitoisuus on testattu ja todettu oikeaksi useissa tutkimuksissa

### 2.10.3 Pharma Omega-3™

Pharma Omega-3 -kapseleissa käytetty korkealaatuinen kalaöljy saadaan Tyynenmeren puhtaissa vesissä vapaana elävistä rasvaisista kaloista. Pharma Omega-3 -kapselit käyvät läpi perusteellisen puhdistusprosessin, jossa niistä poistetaan mahdolliset ympäristömyrkyt.

Yksi kapseli sisältää 1000 milligrammaa luonnollisessa eli triglyseridimuodossa olevaa tiivistettyä kalaöljyä, josta 180 milligrammaa on eikosapentaeenihappoa (EPA) ja 120 mg dokosaheksaeenihappoa (DHA). Hapettumisenestoaineena on käytetty luontaista E-vitamiinia (2 mg/kapseli).

Tuoreen tutkimuksen mukaan triglyserimuodossa oleva kalaöljy nostaa selvästi tehokkaammin omega-3 indeksiä kuin etyyliesteröity kalaöljy (Neubronner ym. 2011).

Kapselit on pakattu 500 kappaleen säästöpakkaukseen.

Annosteluohje: Nauti yksi kapseli päivittäin.

Keskimääräinen ravintosisältö per 1 kapseli:

Tiivistetty kalaöljy 1000 mg\*

\*Josta:

Eikosapentaeenihappo (EPA) 180 mg

Dokosaheksaeenihappo (DHA) 120 mg

E2-vitamiini 2 mg



## **Myyntiargumentit**

Huippulaadukas kalaöljyvalmiste

Yksi kapseli päivässä riittää tyydyttämään välttämättömien Omega 3-rasvahappojen saannin

500 kapselin säästöpakkausessa yli puolentoista vuoden annos

Kapselin sisältämä kalaöljy on luonnollisessa, kaikkein tehokkaimmassa muodossa

Sisältää suuremman määrän tärkeintä EPA:a kuin DHA:ta

## 3 MYYMÄLÄSSÄ TOIMIMINEN JA ASIAKASPALVELU

### 3.1 Kontaktin tekeminen

Asiakaspalveluhenkilön kannattaa myymälässä toimiessaan lähestyä asiakasta kysymällä esimerkiksi, että miten voi auttaa, miten palvella, olisiko asiakas tarvinnut apua jne. Näinkin lyhkäisillä kysymyksillä käy nopeasti selville, tarvitseeko asiakas apua jonkin tietyn tuotteen suhteen tai johonkin tiettyyn tarpeeseen. Mikäli asiakas ilmaisee haluavansa vain katsella ja miettiä, niin kannattaa hänen antaa kierrellä rauhassa. Useimmiten asiakas tulee tässä tapauksessa itse kysymään apua, mikäli kokee sitä tarvitsevansa. Joissakin tapauksissa asiakas tietää jo etukäteen mitä haluaa, ja kävelee näin suoraan noutamaan haluamansa tuotteen. Tässäkään tapauksessa ei ole väärin tiedustella mahdollista avuntarvetta, sillä asiakas ei kuitenkaan koe auttamista huonona asiana.

### 3.2 Konsultointi ja auttaminen

Kontaktin tehtyään asiakaspalvelijan kannattaa tiedustella millaista apua asiakas tarvitsee. Mikäli asiakas haluaa tietää jostakin tuotteesta enemmän, niin myyjän kannattaa kertoa mitä kyseinen tuote tekee, mihin se vaikuttaa ja mitä varten sitä käytetään. Ennen kaikkea asiakaspalvelijan on hyvä keskittyä auttamaan tuotteen selventämisessä nimenomaan kyseisen asiakkaan kohdalla, eli hän voi kysyä esimerkiksi asiakkaan lajivalintaa, muuta ruokavaliota tai päivärytmiä, joka saattaa helpottaa asiakkaan päätöksentekoa ja tällä tavoin asiakas näkee tuotteen myös omassa käytössään. Ihminen pitää myös siitä, kun toinen henkilö asettuu hänen omaan näkökulmaansa.

Tärkeää on pitää huolta, ettei vain jäädä luettelemaan tuotteen ominaisuuksia täysin irrallisesti muusta kontekstista. Erityisesti sellaisten henkilöiden kohdalla, jotka eivät ole ennen käyttäneet lisäravinteita tai tutustuneet alaan muuten, on merkittävää kertoa tuotteesta yleisellä tasolla: miltä tuote maistuu, mihin tarpeeseen sitä otetaan, kuinka paljon sitä otetaan jne. Jos taas asiakas on selkeästi alaan ja tuotteisiin vihkiytynyt, niin silloin voi purkaa tuotetta pienempiin osiin kertomalla esimerkiksi sen ainesosista, ainesosien määristä sekä oikeasta ajoituksesta tuotteen ottamiseen.

Mikäli tässä tilanteessa ei osaa vastata asiakkaan esittämiin kysymyksiin, niin kannattaa kääntyä esimiehen puoleen tai tarvittaessa tuotteiden suunnittelijaan (Anssi Manninen).

### 3.3 Kassalla toimiminen

Kassalla toimiessaan asiakaspalvelijan kannattaa vielä tiedustella, että tulihan kaikkiin asiakkaan kysymyksiin vastattua ja tarvitseeko hän mahdollisesti lisäapua tai varmistusta ostamistaan tuotteista esimerkiksi niiden käyttöön liittyen. Tällä tavoin asiakkaalle jää mielikuva, että häntä on oikeasti palveltu ja autettu, eikä vain yritetty myydä mahdollisimman paljon tavaraa, joista hän ei välttämättä edes tiedä kaikkea.

Ennen maksun suorittamista on myös tärkeää kysyä asiakkaalta, tarvitsisiko hän vielä jotain muuta. Mikäli myyntitiskillä on esimerkiksi tarjouksia tai mainoksia tulevista tuotteista, kannattaa asiakasta muistuttaa näistä.

Ostosten maksamisen jälkeen asiakkaalta kannattaa kysyä, tarvitseeko hän pussia tuotteiden kuljettamiseen. Mikäli tuotteita on runsaasti, kannattaa ne pakata suoraan pussiin. Suositeltavaa on myös kertoa niiden oikeaoppisesta säilyttämisestä (katso ”Tuotetietoa”-kohta).

### 3.4 Myymälän yleinen ilme ja siisteys

Asiakaspalveluhenkilön täytyy koko ajan pitää huoli myymälän yleisestä ilmeestä ja siisteydestä. Tämä tarkoittaa mahdollisten roskien siivoamista, palvelutiskin ja kassan huolenpitoa sekä tuotteiden esillepanoalustojen kunnossapitoa. Tällä varmistetaan sekä asiakkaan että myös henkilökunnan viihtyvyys yrityksen tiloissa. Kun tilat ovat siistit, on työnteko jouhevaa ja asiakkaan asiointi mukavaa sekä helppoa. Samalla pidetään yllä myös yrityksen imagoa, sillä suurimmalle osalle asiakkaita yrityksen verkkokauppa sekä myymälä ovat varsinaisia esilläoloalustoja, jonka pohjalta muodostetaan konkreettinen kuva sekä yrityksen toiminnasta että myös laadusta.

Asiakaspalveluhenkilölle on siisteyden ylläpitämiseksi luotu päivän eri vaiheille ohjesäännöt. Ohjeet on myös tulostettu myymälän tiskille, josta voi tarkastaa, mitä milloinkin pitää tehdä. Kyseiset ohjeet menevät seuraavasti:

Ennen myymälän avaamista joko imuroidaan tai mopataan lattia, sekä tarpeen tullen pyyhitään ovien lasipinnat mikrokuituliinalla, mikäli ne ovat likaisia

Työvuoron aikana suoritetaan seuraavat tehtävät:

pyyhitään pölyt hyllyistä kostealla liinalla

täydennetään hyllyt myydyillä tuotteilla niin, että ne ovat koko ajan täynnä

pidetään purkkijonot suorina ja etiketit eteenpäin

tarkistetaan hyllypuutteet ja ilmoitetaan niistä välittömästi päävarastolle, josta täydennykset tulevat

pidetään vaatehyllyjen tuotteet kauniisti viikatuissa pinoissa, yhdet kappaleet kutakin kokoa esillä

henkilökunnan tilat pidetään siistinä siten, että päivän päätteksi ei ole enää likaisia astioita tai roskia sosiaalityötiloissa

muutenkin myymälän ja sen oheistilojen yleisilme on koko ajan siisti ja puhdas

Mikäli asiakaspalveluhenkilö kokee, että myymälän ilmettä voisi parantaa esimerkiksi asianmukaisilla julisteilla tai muilla ilmaisimilla, hänen kannattaa kysyä ensin esimiehen lupaa.

## 4 MYYNTITYÖ

### 4.1 Myyntityyli ja asiakkaan tarpeiden palvelu

Myyntityyli on sekä asiakaspalvelijasta että myös asiakkaasta riippuvainen asia. Joillekin henkilöille on helpompi konkreettisesti myydä tuotetta siinä missä toiselle taas tuotteen esittelemineen on luontevampaa. Yleisenä linjauksena todettakoon, että myyntiä voi sekä kannattaa suorittaa asiakkaan tarpeiden mukaisesti eikä missään nimessä siten, että myydään mahdollisimman paljon tuotteita, mitä asiakas ei todennäköisesti tule edes tarvitsemaan. Tarkoitus on siis saada ratkaisuja asiakkaan ongelmiin eikä mahdollisimman paljon rahaa irti.

Seuraavassa on kuvattu konkreettinen esimerkki lisämyynnistä: *asiakas kertoo asiakaspalvelijalle, että hän ei palaudu kunnolla treeneistä ja treeneistä puuttuu siten tehoa. Hän toteaa tarvitsevänsä palautusjuoman, kun tästä on jokin lähipiirin tuttavakin maininnut hänelle. Asiakaspalvelija totta kai auttaa asiakasta löytämään parhaan palautusjuoman hänelle, mutta hän myös noteeraa asiakkaan maininnan, että treeneistä puuttuu tehoja. Täten hän ehdottaa asiakkaalle treenilatausjuoman hankintaa sekä treeninaikaisen tuotteen käyttöä. Asiakas kysyy, että mitä ne ovat ja palveluhenkilö kertoo ensin tuotteista yleisesti ja sen jälkeen että miten niitä käytetään ja miten ne vaikuttavat konkreettisesti asiakkaan harjoittelussa. Asiakkaan reaktioita tarkastellessa asiakaspalvelija joko antaa henkilön päättää itse mikäli hän vaikuttaa tarpeeksi kiinnostuneelta tai tarvittaessa auttaa ostopäätöksessä jonkin yleisen myyntiargumentin avulla, kuten ”ota yksi purkki kokeeksi ja testaa miten toimii, suurin osa asiakkaista on kokenut treeneistä lähtevän paljon enemmän tehoja irti”. Oheisesta esimerkistä on huomattavissa, että lisämyynti on tapahtunut asiakkaan tarpeiden mukaisesti ja hänelle on etsitty ratkaisut ongelmaan (= treenin laadun parantaminen). Asiakaspalvelija ei myynyt tarpeettomia tuotteita asiakkaalle, koska niistä ei olisi ollut hänelle apua.*

Asiakkaasta on myös kiinni, että tarvitseeko hän niin sanotusti tönäisyä rajan yli, mikä tarkoittaa ostopäätöksen auttamista. Osa ihmisistä on nopeampia päättämään kuin toiset ja ilmaisevat selkeästi, ostavatko tuotteen tai eivät. Toiset taas jäävät miettimään pitkäksi aikaa ja saattavat hiljaa punnita, mitä tekisivät. Tässä tapauksessa vaaditaan asiakaspalvelijalta erityistä pelisilmää,



milloin asiakasta kannattaa oikeasti auttaa ostopäätöksen tekemisessä ja milloin kannattaa antaa hänen päättää itse, ettei ihminen koe tulleen pakkomyydyksi.

#### **4.2 Tuotteen testaus**

Lisäravinteiden käyttömukavuuteen ja –ikään liittyy todella vahvasti tuotteen koostumus ja maku. Erityisesti tuotteiden käytön juuri aloittaneet tai alaan vasta tutustuneet ovat todella herkkiä epämiellyttävälle maulle tai koostumukselle tuotetta nauttiessa. Toisaalta myös pitkään alaa seuranneet ja tuotteita käyttäneet arvostavat tuotteiden laadukasta sisältöä, joten se tuo heillekin lisäarvoa, vaikkeivät he sitä ääneen ilmaisisikaan. Mikäli asiakas ostotilanteessa ilmaisee epäilynsä tuotteen makua ja koostumusta kohtaan, kannattaa hänen antaa maistaa tuotetta heti paikan päällä ja kysyä asiakkaalta, pitikö hän tuotteesta. Maistatusannos kannattaa tehdä pieneen muovikuppiin ja vähän normaalia laimeampana, jottei asiakas koe tuotteen makua ainakaan liian makeana. Maistatuksen jälkeen on hyvä vielä kerrata hiukan tuotteen sisältöä ja mitä sen on tarkoitus tehdä. Mikäli tuotteen makua on aikaisemmin keuhuttu tai asiakaspalveluhenkilö pitää siitä itse, kannattaa se kertoa asiakkaalle. Näin asiakaspalvelija ilmaisee asiakkaalle tuotteen luotettavuudesta ja toimivuudesta, kun sillä on jo käyttäjäkuntaa ennestään ja/tai hän itsekin pitää siitä.

#### **4.3 Alennusryhmät**

Muutammat yhteistyökumppanit ja urheiluseurat saavat erityisalennuksia tuotteista esimerkiksi tehdyn promootio- ja mainostyön vuoksi tai keskittämällä ostoksiaan yrityksen omaan tuotevalikoimaan. Pääosin alennukset ovat prosentuaalisia ja koskevat pelkästään Manninen Nutraceuticals Oy –tuoteperhettä. Asiakas useimmiten ilmoittaa itse mikäli hän kuuluu johonkin alennusryhmään ja häntä on pyydetty näyttämään alennukseen oikeuttava todiste. Seuraavassa on listattuna eri alennusryhmiä (listaa päivitetään):

Northern Lights –jenkkifutisjoukkue	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -20%
FitFarm	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -15%
Pelastuslaitos/Poliisit	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -15%
Opiskelijat	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -15%
Eläkeläiset	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -15%
Kiimingin urheilijat	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -15%
Power Team	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -15%
Oulun Kamppailuklubi	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -15%
Etta (lentopallojoukkue)	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -15%
Marko Savolaisen valmennettavat	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -20%
Jari Pirisen valmennettavat	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -15%
Oulun Kehäkerho	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -15%
EasyFit henkilökunta	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -25%
EasyFit VIP-asiakkaat	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -15%
EasyFit Wellness-avain	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -10%
JR-Kipulihakset henkilökunta	Manninen Nutraceuticals –tuotteet -15%

#### 4.4 Tarjouksen tekeminen ja hinnan laskeminen

Joskus myyntitilanne vaatii asiakaspalvelijalta tarjouksen tekemistä tai asiakas itse kysyy hinnanalennusta tai tarjoutta esimerkiksi jostakin tietyistä tuotepaketista. Asiakaspalvelijan kannattaa käyttää tässä hiukan omaa pelisilmää, onko kauppa oikeasti kiinni alennuksesta vai yrittääkö asiakas vain saada huvikseen hintaa alennettua. Mikäli ostopäätös on oikeasti kiinni saadusta alennuksesta, on pieni hinnanlasku mahdollista; ohjenuorana voi sanoa, että alennuksia saa antaa vain yrityksen omista tuotteista ja maksimissaan 10 prosenttia. Jos kertaostoksen summa ylittää 100 euroa, voi summan pyöristää tasalukemaan alaspäin. Mikäli asiakas vaatii lisää alennusta, asiakaspalveluhenkilö toteaa vain, että hänellä ei ole oikeuksia antaa sen isompaa alennusta. Joissakin tapauksissa voi myös kutsua esimiehen paikalle, mikäli on todella suuresta ostosta kyse (yli 400 euroa) ja alennuksen määrä on tärkeässä roolissa ostopäätöksen suhteen.

## 5 JÄRJESTELMÄ

Yrityksen käytössä on Suomen Kassajärjestelmän ohjelma, jossa on samassa asiakastiedot, kassa, tukkumyynti, laskutus, tilausten sisäänajo, varastonhallinta ja –sisäänkirjaus, raportit sekä tilitykset. Järjestelmä toimii etäyhteyden avulla, joka käynnistetään käytettävältä tietokoneelta aina erikseen.

### Järjestelmän käynnistäminen

Jotta järjestelmä saadaan käyttöön, täytyy suorittaa muutamat perustoimenpiteet. Seuraavassa on kuvattuna lyhyesti, miten tämä tapahtuu:

Käynnistä myyntitietokone

Windowsin työpöydällä klikkaa kuvaketta ”Etätyöpöytäyhteys”

Etäyhteyden avauduttua pitäisi näkyä sininen tausta ja erillinen yläpalkki

Klikkaa vasemmassa laidassa kuvaketta ”WinSKJ”

Kassajärjestelmän auettua näkyy iso valikko, jossa on erilaisia painikkeita ja josta navigoimalla pääset aina tilanteen vaatimaan toimintoon. Tämä on järjestelmän päävalikko.

### Kassan käynnistäminen

Klikkaa päävalikossa Myynti-sarakkeen ensimmäistä painiketta ”Kassa”

Järjestelmä kysyy myyjätunnusta aina kassaa aukaistessa, laita kenttään numero yksi (”1”) ja paina Enter

Kassa aukeaa ja on näin myyntivalmis

### Kassan käyttäminen – tuotteen syöttäminen ja hakeminen

Kassaohjelmalla tehdään kaikki myyntitapahtumat myymälän pääkoneella. Aina, kun tuotteita lähtee myymälästä, ne ajetaan kassan läpi, jotta saldo vähenee ja määrät pitävät paikkansa.

Helpoin keino tuotteiden syöttämiseksi kassaan on seuraavanlainen:

Kassan pääikkuna auki, ota viivakoodinlukija ja vie se tuotteen viivakoodin lähelle

Paina viivakoodinlukijan alla olevaa painiketta, jolloin punainen valo syttyy ja lukija syöttää tuotteen tiedot kassalle

Kassaikkunaan on myös syötetty monien tuotteiden tiedot valmiiksi painikkeiden alle, joita voi klikata hiirellä. Jos tuotteita on esimerkiksi useampi tai tuotteiden liikuttelu viivakoodinlukijaa varten käy työlääksi, on mahdollista klikkailla tuotteet kassaan:

Tarkasta asiakkaan valitsemat tuotteet

Syötä yllämainitun mukaisesti tuotteet kassaan klikkailemalla ne kassan oikeasta laidasta aina tuotteen nimen mukaisesti (esim. Anabolic Overdrive 2 appelsiini)

Voit muuttaa määriä tarpeen mukaan painamalla tuotteen valittuasi ”määrä”-painiketta kassaikkunan oikeassa laidassa

Syötä avautuneeseen ikkunaan tuotteiden oikea määrä, mikäli samaa tuotetta on useampi

Mikäli tuotetta ei syystä tai toisesta löydy kassaikkunan oikeasta laidasta tai viivakoodinlukija ei tunnista tuotetta, on mahdollista käyttää tuotteen haku:

Kassaikkunan oikeassa laidassa on painike ”tuotehaku”

Klikkaa painiketta, jonka jälkeen avautuu hakuikkuna

Hakuikkunan tekstikenttään syötetään tuotteen nimi tai osia nimistä

Hakutulokset saatuasi valitse tuote kassalle klikkaamalla sen nimeä kahdesti

Ota tämän jälkeen kyseinen tuote ylös esim. paperille, jotta voit myöhemmin lisätä sen järjestelmään

### **Kassan käyttäminen – toiminta ennen maksun suorittamista**

Kun tuotteet on syötetty kassaan, tarkasta määrät vielä uudelleen. Mikäli tuotteita on useampi, voit muuttaa määriä yllämainitulla tavalla.

Kun määrät on tarkistettu, syötetään seuraavaksi mahdolliset alennukset. Mikäli asiakas kuuluu johonkin alennuksen oikeuttavaan ryhmään tai oston arvo ylittää alennuksen oikeuttavan summan (kts. kohta ”Myyntityö”), syötetään joko tietyille tuotteille tai koko ostokselle alennus - joko euromääräisenä tai prosentuaalisena - seuraavalla tavalla:

Mikäli alennus tulee vain tietyistä tuotteista:

Klikkaa tuotetta hiiren vasemmalla painikkeella

Klikkaa tämän jälkeen kassaikkunan oikeassa laidassa olevaa ”alennus”-painiketta joko prosentin tai summan mukaan

Kirjoita avautuneeseen kenttään joko alennusprosentti tai euromääräinen alennus ja paina ”OK”

Alennus tulee näkyviin kassaikkunassa valitun tuotteen alalaitaan

Mikäli taas alennus tulee koko ostoksesta eli kaikista asiakkaan valitsemista tuotteista:

Tuotteet kassaan syötettyäsi paina ikkunan keskellä olevaa ”Välisumma”-painiketta

Klikkaa ”alennus”-painiketta joko prosentin tai summan mukaan

Syötä annettava alennus ja paina ”OK”

Alennus tulee näkyviin kassaikkunan alalaitaan

### **Kassan käyttäminen – maksun suorittaminen**

Seuraavaksi siirrytään ostosten maksamiseen. Asiakkaalle kerrataan tässä vaiheessa vielä ostoksesta maksettava loppusumma, jonka jälkeen häneltä kysytään, haluaako hän maksaa käteisellä vai kortilla. Maksuvälineestä riippuen, maksun suorittaminen tapahtuu seuraavalla tavalla:

**Käteinen:**

Paina kassaikkunan alalaidassa olevaa ”Käteinen”-painiketta

Kassaluukun auettua ota rahat asiakkaalta ja jaottele ne oikeille paikoille

Anna asiakkaalle vaihtorahat, mikäli annettu summa ei täsmää

Kuittikone tulostaa kuitin, jonka voit antaa vaihtorahojen yhteydessä asiakkaalle

**Kortti:**

Paina kassaikkunan alalaidassa olevaa ”Maksupäätte”-painiketta

Kassaikkunaan aukeaa uusi valikko, josta valitaan joko ”Siru” tai ”Magneettiraita”. Valitse tässä AINA ”Siru”

Kun ikkunassa lukee ”Syötä kortti” ja maksupäätteestä kuuluu piippaus, pyydä asiakasta syöttämään kortti maksupäätteeseen

Asiakas saa valita itse, maksaako kortin Debit, vai Credit –puolelta

Odoti maksun läpimenoa, kunnes avautuneessa ikkunassa lukee ”Ota kortti pois” ja maksupäätteestä kuuluu piippaus. Voit tämän jälkeen ohjeistaa asiakasta ottamaan kortin pois maksupäätteestä

Kuittikone tulostaa kuitit tämän jälkeen. Laita ensimmäinen kuitti talteen kirjanpitoa varten (tärkeä!) ja anna jälkimmäinen kuitti asiakkaalle

## 5.1 Tilimyynti

Tilimyyntiä käytetään silloin, kun asiakkaalle on ennakoon sovittu jokin summa, millä hän saa ostoksia tehdä. Tällaisia asiakkaita ovat esimerkiksi sponsoroitavat urheilijat, yhteisöt, seurat ja yhteistyökumppanit. Myynti tilille tapahtuu seuraavasti:

Paina kassaikkunan oikeassa laidassa painiketta ”Asiakashaku”

Kirjoita avautuneen ikkunan hakukenttään asiakkaan nimi ja klikkaa sitä kahdesti

Asiakkaan tiedot aktivoituvat ja näkyvät täten kassaikkunan alalaidassa

Syötä tuotteet kassaan normaalisti

Tarkasta määrät ja hinta (tilimyynti tapahtuu aina OVH-hinnalla)

Paina kassaikkunan alaosassa olevaa ”Tilimyynti”-painiketta

Kuittikone tulostaa kaksi kuittia. Pyydä asiakkaalta ensimmäiseen kuittiin allekirjoitus ja laita se talteen kirjanpitoa varten (tärkeä!). Toinen kuitti annetaan asiakkaalle itselleen.

Sekä kauppiaan että myös asiakkaan kuitista näkyy, kuinka iso summa tililtä on käytetty, jos asiakas tiedustelee tätä

## 5.2 Myyntitilaus

Myyntitilaus tehdään aina tukku tilauksissa, eli kun jälleenmyyjä ostaa tuotteita itselleen myyntiin. Joissakin tapauksissa myyntitilausta käytetään myös silloin, kun myydään ja lähetetään tuotteita manuaalisesti jollekin tietylle asiakkaalle (esim. postiennakolla). Pääasiassa jälleenmyyjätilaukset tekee ja hoitaa yrityksen asiakaspalvelupäällikkö Aleksi Lohi, joka toimii jälleenmyyjien yhteyshenkilönä. Toisinaan kuitenkin osa – esimerkiksi paikalliset oululaiset – jälleenmyyjistä tulee itse hakemaan paikan päältä myymälästä tuotteita omille toimipisteilleen myyntiin. Harvoissa tapauksissa henkilö maksaa tuotteet heti haettaessa; tällöin tuotteet syötetään kassaan (kts. kohta ”Kassan käyttäminen”) ja niistä veloitetaan vallitsevan jälleenmyyjähinnaston mukainen tukkuhinta. Useimmiten kuitenkin jälleenmyyjä haluaa laskun. Lasku on aina vakiona

14 päivän maksuajalla tilauksen luomisesta, ja se tehdään kassajärjestelmän myyntitilauksen kautta seuraavalla tavalla:

Myyntitilauspohjan avaaminen

SKJ-päävalikossa klikkaa toisen rivin ("Myynti"-sarake) painiketta "Myyntitilaus"

Järjestelmä kysyy tämän jälkeen myyjätunnusta. Syötä "1" ja paina Enter-näppäintä

Valikkopainikkeet aktivoituvat; klikkaa ensimmäistä "Kirjaa/Muokkaa"

Myyntitilauspohja on nyt auki ja selaustilassa

Myyntitilauksen luominen

Luo uusi myyntitilaus klikkaamalla ikkunan ylälaudassa olevaa +-painiketta

Uusi tilauspohja on nyt auki. Hae ensimmäisestä vetovalikosta laskutettavan asiakkaan nimi ja klikkaa sitä

Järjestelmä hakee automaattisesti asiakkaan valinnan jälkeen kaikki loput tiedot, joten niille ei tarvitse tehdä mitään

Valitse ikkunan oikeasta laidasta veloitusmuodoksi "Laskutus"

Klikkaa ikkunan keskellä olevaa "Tuoteselaus"-painiketta, jolloin tuotevalikko aukeaa

Valitse hakukriteeriksi "Nimi". Syötä alla olevaan hakukenttään tuotteen nimiä tai nimen osia sen mukaan, mitä tuotteita tilaukselle tulee

Klikkaa lisättävän tuotteen nimeä kahdesti, kun haluat siirtää sen tilauspohjalle

Klikkaa "Tuoteselaus"-painikkeen vieressä olevaa +-painiketta aina, kun haluat lisätä uuden tuoterivin

Tuotteen määriä voit muokata manuaalisesti "Määrä"-kenttään numeerisesti syöttämällä

Mikäli tilaus halutaan tallettaa valmiiksi järjestelmään mutta sitä ei haluta toimittaa heti (esim. asiakas haluaa tarjouksen tai tilaukselle on sovittu jokin tietty päivä maksuajan alkamiselle), voit klikata myyntitilausikkunan oikeassa ylänurkassa olevaa "Hyväksy tilaus" -painiketta

Myyntitilauksen viimeistely, laskun luominen ja lähettäminen

Kun tilaus on valmis viimeisteltäväksi, klikkaa myyntitilausikkunan oikeassa laidassa olevaa "Toimita"-painiketta

Järjestelmä avaa uuden ikkunan, jossa se tekee koosteen tilauksesta ja sen sisällöstä; tässä vaiheessa voit vielä muuttaa hintoja ja määriä, mikäli tilaukseen on tullut muutoksia

Lopullinen tilaus viimeistellään painamalla ikkunan oikeassa alanurkassa olevaa "Kirjaa"-painiketta. Tämän jälkeen tilausta ei voi enää muokata

Seuraavassa valikossa järjestelmä kysyy mahdollisia lisätoimenpiteitä: tarkasta vain, että veloitusmuotona on laskutus (kaikki muut kohdat jätetään tyhjiksi) ja klikkaa tämän jälkeen "Hyväksy"-painiketta

Tulostusikkunan auettua tulosta laskusta kaksi kopiota: yksi asiakkaalle itselleen ja yksi yrityksen kirjanpitoon

Mikäli asiakas haluaa laskun myös sähköpostiin, poistu SKJ-päävalikkoon ja klikkaa "Myyntitilaus"-painikkeen viereistä "Laskun kirjaus"-painiketta

Laskunkirjausikkunan auettua klikkaa valikon oikeassa laidassa olevaa "Tulosta"-painiketta ja valitse "Sähköposti"

Järjestelmä avaa valmiin sähköpostipohjan, jonka liitteenä on valitsemasi lasku. Voit muokata tekstejä tarpeen mukaan

Klikkaa lopuksi "Lähetä"-painiketta

### 5.3 Ostotilaus

Ostotilausta käytetään aina, kun ostetaan ja viedään tuotteita varastoon sekä muilta valmistajilta että myös yrityksen omilta valmistuttajilta. Tuotesaldoja pystyy myös muokkaamaan manuaalisesti mutta jotta raportit näkyvät oikein ja yrityksen ostot kirjautuvat järjestelmään, on ostotilauksen käyttö välttämätöntä. Ostotilaus luodaan siinä vaiheessa, kun yritys on tehnyt tilauksen tarvitsemaltaan valmistajalta. Käytännössä ostotilaus on siis täysin vastaava myyntitilauksen kanssa mutta siinä yritys vain hankkii tavaraa itselleen.

Ostotilauuspohjan avaaminen

SKJ-päävalikossa klikkaa kolmannen rivin ("Osto/varasto"-sarake) viimeisintä painiketta "Ostotilaus"

Järjestelmä kysyy myyjätunnusta. Syötä "1" ja paina Enter-näppäintä

Valikkopainikkeet aktivoituvat; klikkaa niistä ensimmäistä "Kirjaa/Muokkaa"

Ostotilauuspohja on nyt auki ja selaustilassa

Ostotilauksen luominen

Luo uusi ostotilaus klikkaamalla ikkunan ylälaidassa olevaa +-painiketta

Valitse vasemman ylänurkan "Toimittaja"-vetovalikosta haluamasi tavarantoimittaja tilaukselle

Järjestelmä hakee automaattisesti toimittajan valinnan jälkeen kaikki loput tiedot, joten niille ei tarvitse tehdä mitään

Klikkaa ikkunan keskellä olevaa "Tuoteselaus"-painiketta, jolloin tuotevalikko aukeaa

Valitse hakukriteeriksi "Toimittaja" ja syötä alla olevaan hakukenttään toimittajan nimi



Järjestelmä hakee kaikki kyseisen toimittajan tuotteet; klikkaa lisättävän tuotteen nimeä kahdesti, kun haluat siirtää sen tilauspohjalle

Klikkaa "Tuoteselaus"-painikkeen vieressä olevaa +-painiketta aina, kun haluat lisätä uuden tuoterivin

Tuotteen määriä voit muokata manuaalisesti "Määrä"-kenttään numeerisesti syöttämällä

Kun ostotilaus on valmis, voit sulkea ikkunan klikkaamalla oikean ylänurkan "Poistu"-painiketta

Ostotilauksen vieni varastoon ja tulouttaminen

Kun valmiiksi syötetty ostotilaus on saapunut varastolle tai myymälään, se täytyy tulouttaa, jotta saldot kirjautuvat järjestelmään ja tilaus saadaan viimeistelyä. Tulouttaminen on hyvin yksinkertainen prosessi ja toimii seuraavasti:

SKJ-päävalikossa klikkaa kolmannen rivin ("Osto/varasto"-sarake) viimeisintä painiketta "Ostotilaus"

Järjestelmä kysyy taas myyjätunnusta. Syötä "1" ja paina Enter-näppäintä

Valikkopainikkeet aktivoituvat; klikkaa niistä toista "Tuloutus", jolloin tuloutusikkuna aukeaa

Tuloutusikkunassa on listattuna kaikki odottavat tilaukset. Aktivoi niistä tuloutettava tilaus klikkaamalla sitä hiiren vasemmalla painikkeella, jolloin tilauskenttä muuttuu siniseksi

Tilauksen ollessa aktivoitunut, klikkaa hiirellä ikkunan oikeassa ylänurkassa olevaa "Kirjaa tulo" – painiketta, jolloin järjestelmä avaa tilauksen sisällön uuteen ikkunaan

Mikäli tilauksen sisältö on muuttunut jostain syystä alkuperäisestä, voit muuttaa saldoja "Määrä"-kenttään numeerisesti syöttämällä

Kun tilaus on lopullisesti valmis vietäväksi varastoon, klikkaa "Hyväksy", jolloin järjestelmä kirjaa saldot varastoon ja merkkää tilauksen tilaksi "Saapunut"

Sulje valikko painamalla oikean ylänurkan "x"-painiketta

#### **5.4 Tuotteen lisääminen**

Tuotteen lisääminen ja sen hallinta on olennaisen tärkeää saldojen, verkkokaupan, raportoinnin ja käytännössä kaiken myynnin kannalta. Jos tuotetiedot eivät ole oikein, tuote on myyntikelvoton. Tämän vuoksi tuotteen lisääminen ja tietojen hallinta käydään erikseen läpi koulutettavan

henkilön kanssa. Samalla käydään läpi tuotepakettien ja reseptituotteiden luonti, kampanjoiden ja alennusten aktivointi, ominaisuuksien muokkaus jne.

Asiakaspalveluhenkilö voi kuitenkin tarkastaa tuotteen perustietoja, mikäli hän huomaa esimerkiksi virheellistä tietoa verkkokaupassa tai tuote kaipaa muokkausta tuotetietojen vaihtuessa. Valmiin tuotteen muokkaaminen on verrattain helpompaa kuin tuotteen lisääminen alusta asti, ja useimmissa tapauksissa tuotteen muokattavia kohteita ovat hinta, viivakoodi tai nimi ,jonka yhteydessä on myös ilmaistu tuotteen pakkauskoko.

Tuotteen hakeminen tuotetietokannasta:

SKJ-päävalikossa klikkaa ylimmän rivin ensimmäistä painiketta "Tuotteet", jolloin tuotetietokanta aukeaa

Syötä hakemasi tuotteen nimi oikean ylänurkan hakukenttään ja paina Enter-näppäintä

Järjestelmä avaa tuotekortin, jolloin sen tietoja pystyy sekä muokkaamaan että tarkastelemaan

Tuotteen tietojen muokkaaminen

Tuotekortin avauduttua huomaa nopeasti, että erilaisia painikkeita, säätöjä ja tietokenttiä löytyy valtavasti. Suurinta osaa ei kuitenkaan perussäädöissä tarvita, joten niistä ei kannata hämääntyä. Yllämainittuja perusominaisuuksia pystyy muokkaamaan helposti ja ne ovat selkeästi esillä. Seuraavassa on kuvattuna näiden perusominaisuuksien muokkaustapoja:

Tuotteen hintaa voi muokata "Perustiedot"-välilehden (aukeaa aina ensimmäisenä tuotetta selatessa) oikeasta ylänurkasta "Verollinen MH". Syötä hinta numeerisesti ja luonnollisesti verollisena. Mikäli jälleenmyyjähintaa tarvitsee muokata, löytyy se myyntihinnan oikealta puolelta Tuotteen viivakoodi on "Perustiedot"-välilehden ensimmäinen kenttä heti vasemmassa ylänurkassa. Voit syöttää viivakoodin käsin tai käyttää viivakoodinlukijaa tuotteen viivakoodin päällä, jolloin se siirtyy suoraan kenttään

Tuotteen nimi on heti viivakoodin alapuolella. Nimeä voit muuttaa kirjoittamalla "Nimi"-kenttään tuotteen nimen sekä pakkauskoon, esimerkiksi "AOD2 palautusjuoma 900 g päärynä-vanilja". Periaatteena tuotteen nimissä on, että ensimmäisenä on tuotteen nimi, sen jälkeen pakkauskoko ja viimeisenä maku.

Kun tuotetiedot on muutettu tai syötetty uudelleen, klikkaa ruudun oikeassa ylänurkassa olevaa "Poistu"-painiketta, jolloin järjestelmä kysyy uusien tietojen tallentamisesta verkkokauppaan. Klikkaa "Ok", jolloin tuotetiedot päivittyvät ja tuotetietokanta sulkeutuu.

## 5.5 Ongelmatilanteet

Mikäli vastaan tulee tilanne, jota yllämainitut ohjeet eivät kata tai oma osaaminen on puutteellista, voit ottaa yhteyttä joko kouluttavaan esimieheen tai soittaa suoraan Suomen Kassajärjestelmien tukipalveluun (020 755 1960) yrityksen puhelimella. Tukipalvelu on auki arkipäivisin aina kello 16 asti. Samoin kannattaa toimia myös niissä tilanteissa, jos etäyhteys toimii huonosti, järjestelmä on hidas tai kassan maksutoiminnoissa ilmenee häiriöitä.

## 6 INVENTOINTI

### 6.1 Saldojen ylläpito

Nykyisellä järjestelyllä, missä varasto on fyysisesti eri paikassa kuin myymälä, on yrityksen käytettävä kassajärjestelmässään (SKJ) kahta eri varastotiliä saldojen ylläpitämiseen: myymälää sekä varastoa. Asiakaspalveluhenkilön vastuulla on myymälän saldojen ylläpito ja niiden täsmäminen. Tämä tarkoittaa sitä, että hyllyssä olevien tuotteiden määrän on täsmättävä myymälän järjestelmäsaldon kanssa. Kuten jo aikaisemmin mainittua, järjestelmä vähentää itse automaattisesti varastosaldosta aina tuotetta myytäessä, joten työntekijän vastuulla onkin aina tuotteita myymälään tuotaessa sekä tuotteita tilattaessa katsoa, että määrät syötetään järjestelmään oikein. Tällaisia tilanteita varten on ostotilaus, mikä käsiteltiin oppaan ”Järjestelmä”-osiossa.

Mikäli asiakaspalveluhenkilö myymälässä toimiessaan huomaa, että jonkin tuotteen saldo ei täsmää hyllyssä olevan määrän kanssa, voi yksittäisen tuotteen saldoa muokata seuraavasti:

SKJ-päävalikossa klikkaa valikon yläalaidassa olevaa ”Inventointi” –painiketta

Alavalikon auettua klikkaa toiseksi ylintä ”Inventaarion kirjaus” –painiketta

Järjestelmä kysyy uudessa ikkunassa varaston numeroa, valitse ”1” ja klikkaa ”OK”

Selaa auennutta inventaariolistaa niin alas, kunnes alkaa näkymään tyhjiä rivejä

Klikkaa ensimmäisen tyhjän rivin ensimmäistä kenttää, ja syötä tuotteen viivakoodi kenttään joko viivakoodinlukijalla tai käsin kirjoittamalla

Tuotteen syötettyäsi tuplaklikkaa ”Määrä”-kenttää ja syötä tuotteen oikea saldo numeerisesti

Tuplaklikkaa lopuksi seuraavaa tyhjää riviä, jolloin järjestelmä kysyy saldon korjaamisesta.

Klikkaa ”Ei”, jolloin saldo muuttuu suoraan syötetyn numeron mukaiseksi

Sulje ikkuna oikeasta ylänurkasta klikkaamalla

## 6.2 Hyllyjen täyttö ja puutteiden ilmoittaminen

Asiakaspalveluhenkilön vastuulla on myymälän yleisilmeen ja siisteyden ylläpitämisen lisäksi – sekä niiden täydentämiseksi – varmistaa tuotteiden jatkuva saatavuus hyllyistä pitämällä ne täynnä. Myymälän yhteydessä oleva pieni henkilökuntatila toimii samalla pienvarastona äkillisiä täydennyksiä varten. Aina, kun asiakas käy ostamassa tuotteita, kannattaa hylly täyttää uudella tuotteella varastosta heti tilanteen salliessa, eli kun myymälässä ei ole asiakkaita paikalla ja on aikaa järjestellä. Mikäli kyseistä tuotetta ei löydy pienvarastosta, siirretään hyllyn takaosasta tuote eturiviin, jotta hylly näyttää täydeltä ja siten asiakkaan silmään houkuttelevammalta kuin tyhjä hylly.

Mikäli asiakaspalveluhenkilö havaitsee myymälässä puutteita yrityksen omista tuotteista, ilmoitetaan siitä joko suoraan keskusvarastolle tai sitten esimiehelle, joka ottaa yhteyttä sinne; keskusvarastolla pidetään yrityksen omista tuotteista suurta varastoa ja samalla sieltä hoidetaan niiden kuljetus myymälälle. Erityisesti menekkituotteista on järkevää pitää pientä varastoa myös myymälässä, jolla voidaan varmistaa tuotteiden jatkuva saatavuus. Näitä tuotteita ovat esimerkiksi yrityksen omat palautusjuomat sekä proteiinivalmisteet.

## 6.3 Muiden valmistajien tuotteiden tilaus

Yrityksen omien tuotteiden tilaamisesta vastaa asiakaspalvelupäällikkö, mutta muiden valmistajien tuotteita – joita myydään vain verkossa ja myymälässä – voi myymälävastaava tilata myös itse. Mikäli tietyn valmistajan tuotteista on merkittäviä puutteita, kannattaa täydennystilaus tehdä välittömästi. Tilaus tapahtuu joko soittamalla suoraan jälleenmyyjän asiakaspalveluun tai laittamalla sähköpostia myyntivastaavalle. Yleensä kyseiset tiedot löytyvät suoraan jälleenmyyjän sivuilta mutta mikäli ei, kannattaa niitä tiedustella esimieheltä. Mikäli asiakaspalveluhenkilö ei ole varma, kannattaako lisätilaus tehdä, on järkevintä konsultoida esimiestä asian suhteen. Kun tilatut tuotteet saapuvat, tuloutetaan ne järjestelmän saldoille oppaan ”Järjestelmä”-osion ohjeiden mukaisesti.

## Kysely perehdyttämisen onnistumisesta

Kyseinen kysely on tehty uudelle työntekijälle, joka on perehdytetty työhön mallin mukaisesti ja on ollut töissä sen jälkeen vähintään kolme kuukautta. Kyselyssä pyritään selvittämään perehdyttämisen onnistumista, laatua, kattavuutta, puutteita sekä palautetta.

### Perehdyttämisen sisältö ja kattavuus

Koitko perehdyttämisen sisällön tarpeeksi laajana?

- Perehdytys aloitettiin perusasioista ja niiden tullessa tutuksi siirryttiin pikkuhiljaa monimutkaisempiin asioihin esim. järjestelmän käyttöpuolella. Perehdytyksen aikana lähes kaikki mahdollinen tarvittava tuli vähintään tutuksi, ja koen että sisältö oli laajuudeltaan riittävä.

Etenikö perehdyttäminen loogisessa järjestyksessä työhön nähden?

- Kuten aiemmassa kohdassa kävikin ilmi, työtehtäviin perehdyttämisen järjestys oli hyvä ja tarkoituksenmukainen. Omaksuin uusia työtehtäviä ja vastuualueita sitä mukaa, kun ne minulle koulutettiin.

### Perehdyttämisaika

Koitko perehdyttämisaikan riittävänä uusien asioiden oppimiselle?

- Varsinaista ”perehdyttämisaikaa” ei ollut koskaan asetettu, jonka koin hyvänä; työtehtävät ja niihin liittyvät asiat tulivat tutuksi suurimmilta osin käytännön tilanteissa sitä mukaa kun niitä eteen sattui. Hyvänä esimerkkinä tästä ovat erilaiset reklamaatiotilanteet, asiakaskohtaukset ja muut vastaavat arkipäiväiset tilanteet, jotka käytiin läpi yhdessä perehdyttäjän kanssa.

Olisiko joihinkin asioihin pitänyt käyttää enemmän aikaa?

- Koen, että perehdytykseen käytetty aika oli riittävä. Mikäli jokin asia pääsi unohtumaan, apua oli heti saatavilla eikä tilanteita tarvinnut lähteä koskaan hoitamaan yksin ”kylmiltään”. Olen erityisen kiitollinen siitä, että perehdyttävä esimies oli aina helposti lähestyttävissä ja tarvittaessa apuna tilanteissa. Opittavia ja muistettavia on niin paljon,

ettei niitä voi välttämättä olettaa taitavan täysin edes mittavan perehdytyksen jälkeen, joten tiivis yhteistyö esimiehen ja työntekijän välillä on ensisijaisen tärkeää. Työntekijän on kuitenkin myös itse oltava aktiivinen; urheiluravitsemusala on valtavan laaja, ja esimerkiksi tuotteisiin, niiden raaka-aineisiin ja käyttösuosituksiin tulee pystyä tutustumaan myös oma-aloitteisesti. Esimerkiksi oma käyttökokemus ja kiinnostus alaa kohtaan ovat mielestäni hyviä ominaisuuksia alalla työskentelevälle henkilölle.

Olisiko joihinkin asioihin pitänyt käyttää vähemmän aikaa?

- Koen, että asioiden perehdyttämiseen käytetty aika ei ollut koskaan hukkaan heitettyä.

Opitko omasta mielestäsi perehdytettävät asiat aikatavoitteiden mukaisesti?

- Koen oppineeni tarvittavat asiat riittävän nopeasti, ja pystyn hoitamaan oman vastuualueeni päivittäiset tehtävät oma-aloitteisesti ja ilman valvontaa.

### **Ohjauksen määrä ja laatu**

Oliko henkilökohtaisen ohjauksen määrä riittävä?

- Kyllä.

Aloitettiinko itsenäinen työskentely liian aikaisin/myöhään?

- Itsenäinen työskentely aloitettiin mielestäni sopivaan aikaan esimiehen ollessa kuitenkin saatavilla ongelmatilanteissa.

Oliko oppiminen helppoa/vaikeaa ohjauksen alaisena?

- Koen, että asioiden oppiminen oli helppoa ja luontevaa.

Oliko perehdyttäjä työssään pätevä?

- Ehdottomasti.

Olivatko perehdyttäjän opetustavat ammattimaiset?

- Kyllä.

### **Työtehtävät**

Ovatko asiakaspalveluhenkilön työtehtävät ja vastualueet inhimillisiä? Onko työtä liikaa/liian vähän henkilömäärään nähden?

- Työtehtävät ja vastualueet ovat inhimillisiä ja riittäviä, ja koen, että olisin valmis ottamaan enemmänkin tehtäviä vastuulleni. Työmäärä on ollut vaihtelevaa, mutta useimmiten se on ollut sopivaa eikä varsinaista stressiä ole koskaan ollut. Olen ollut erittäin tyytyväinen työnkuvaani, ja ainoastaan työaikojen suhteen olen joutunut joskus joustamaan, joskaan se ei ole juuri haitannut.

Vastasiko perehdytys annettuja työtehtäviä? Jäikö joitain asioita pois?

- Kyllä. Ainoastaan pieniä yksityiskohtia saattoi jäädä läpikäymättä, mutta toisaalta ne ovat tulleet jälleen kerran tutuksi mahdollisimman luonnollisesti oikeissa käytännön tilanteissa.

### **Parannusehdotukset**

Mitä voisi mielestäsi kehittää perehdyttämisessä?

- Ehkäpä pieni materiaalipaketti/"lunttilappu" esimerkiksi järjestelmän käyttämisestä.

Mikä oli huonoa? Mikä oli hyvää?

- Kaiken kaikkiaan perehdytys oli onnistunut ja vaivaton prosessi ainakin työntekijän näkökulmasta. Aikaa käytettiin tarpeeksi, asioita sai omaksua hiljalleen ja kokemusta kertyi nopeasti käytännön tilanteista.