

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutus

Daniel Koivunen

MYYNTI- JA MARKKINOINTIKOORDINAATTORIN TYÖTEHTÄVIEN
ANALYSOINTI

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2020



OPINNÄYTETYÖ
Huhtikuu 2020
Liiketalouden koulutus

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
+358 13 260 600 (vaihde)

Tekijä
Daniel Koivunen

Nimeke
Myynti- ja markkinointikoordinaattorin työtehtävien analysointi

Tiivistelmä

Opinnäytetyö on päiväkirjamuotoinen. Siinä kuvataan myynti- ja markkinointikoordinaattorin arkea pienessä kansainvälisessä yrityksessä. Opinnäytetyö kertoo tarkemmin myynti- ja markkinointikoordinaattorin työtehtävistä osana markkinointitiimiä. Työtehtävät koostuvat pääasiassa päivittäisistä toimistotehtävistä, uusasiakashankinnasta sekä messujen suunnittelusta.

Opinnäytetyö koostuu yhdestätoista seurantaviikosta. Päiväkirjamerkinnot kirjoitetaan pääsääntöisesti maanantaista torstaihin työsuhteen osa-aikaisuuden vuoksi. Jokaisen seurantaviikon lopussa on raportti, jossa seurataan työntekijän kehitystä. Viikkoraporttien tavoitteena on kehittää myynti- ja markkinointikoordinaattorin osaamista ammattikirjallisuuden ja muiden lähteiden avulla, mikä auttaa suoriutumaan annetuista työtehtävistä yhä paremmin.

Lopputuloksena syntyi kattava analyysi eri työtehtävistä ja niiden toteutustavoista, esimerkiksi uusasiakashankinnan tekemiseen. Tulos antoi myös vahvan pohjan töiden jatkokehitystä varten.

Kieli
suomi

Sivuja 72

Asiasanat
kansainvälinen kauppa, uusasiakashankinta, messujen suunnittelu



THESIS
April 2020
Degree Programme in Business
Economics

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
FINLAND
+ 358 13 260 600 (switchboard)

Author
Daniel Koivunen

Title
Analyzing the Tasks of a Sales and Marketing Coordinator

Abstract

This thesis is done as a diary. It describes the daily work of a sales and marketing coordinator in a small international company. The thesis describes in detail the sales and marketing coordinator's tasks as part of the marketing team. The main responsibilities are daily office duties, customer acquisition and planning of trade fairs.

The thesis contains the observation period of 11 weeks. During that time daily entries were made mainly from Monday to Thursday due to the part-time employment contract. At the end of each week, a progress report was written to the diary to evaluate the development of the employee's skills as a sales and marketing coordinator. Moreover, the aim was to increase task performance with the help of professional literature and other relevant sources, which would help the coordinator to accomplish work assignments better.

The end result of this diary thesis is a comprehensive analysis of the various tasks and implementation methods, for example, regarding the means of acquiring new customers. The result offers a solid foundation for professional development in the future.

Language
Finnish

Pages 72

Keywords
international trade, new customer acquisition, trade fair planning

Sisältö

1	Johdanto.....	5
2	Opinnäytetyön pääteemat	6
2.1	Uusasiakashankinta.....	6
2.2	Messujen suunnittelu	9
2.3	Liikelahjat.....	10
3	Lähtötilanne	12
3.1	Oman nykyisen työn analysointi	12
3.2	Sidosryhmät	13
3.3	Vuorovaikutustaidot työpaikalla.....	14
4	Päiväkirjaraportointi.....	15
4.1	Seurantaviikko 1	15
4.2	Seurantaviikko 2	23
4.3	Seurantaviikko 3	29
4.4	Seurantaviikko 4	34
4.5	Seurantaviikko 5	40
4.6	Seurantaviikko 6	46
4.7	Seurantaviikko 7	51
4.8	Seurantaviikko 8	55
4.9	Seurantaviikko 9	57
4.10	Seurantaviikko 10.....	62
4.11	Seurantaviikko 11	65
5	Pohdinta	68
	Lähteet	71

1 Johdanto

Opinnäytetyö kirjoitetaan päiväkirjamuodossa, jossa analysoidaan myynti- ja markkinointikoordinaattorina tekemiäni työtehtäviä. Ensimmäinen päiväkirjamerkintä on tehty 13.8.2018 ja viimeinen 6.11.2018. Muistiinpanoja kirjoitetaan pääsääntöisesti maanantaista torstaihin, välillä myös perjantaisin. Jokaisen viikon lopuksi tehdään viikkoraportti kuluneesta viikosta.

Suoritin viiden kuukauden työharjoittelun kyseisessä yrityksessä, joten myynti- ja markkinointikoordinaattorin työtehtävät olivat entuudestaan tuttuja. Yrityksen kiireinen syksy ja kasaantuvat työtehtävät vaativat lisää auttavia käsiä, joten minua pyydettiin syksyksi töihin. Työtehtävät koostuvat muun muassa mainosten ja esitteiden tekemisestä, uusasiakashankinnasta, tilausten käsittelystä ja messujen suunnittelusta. Opinnäytetyön kolme pääkokonaisuutta ovat uusasiakashankinta, messujen suunnittelu sekä liikelahjat. Näitä kokonaisuuksia käsitellään tarkemmin seuraavassa kappaleessa kirjallisten lähteiden avulla.

Työssä vaaditaan tarkkuutta, joustavuutta sekä innovatiivisuutta. Työntekijältä vaaditaan yleisimpien tekstinkäsittelyohjelmien hallintaa, oma-aloitteisuutta sekä tiimityöskentelytaitoja. Lisäksi työntekijältä edellytetään vahvaa konekirjoitustaitoa sekä yleisimpien kuvankäsittelyohjelmien hallintaa.

Yrityksessä työskentelee 10 henkilöä, joista seitsemän on vakituista. Yrityksen toimipiste sijaitsee Pohjois-Karjalassa. Toimitiloihin kuuluu halli, jossa tuotteet valmistetaan ja varastoidaan. Hallin yläkerrasta löytyy toimistotilat, josta käsin hoidetaan tilaukset, markkinointi sekä yhteydenpito jälleenmyyjiin. Yksi yrityksen työntekijöistä työskentelee Ranskassa. Hänen vastuullaan on myynti ja markkinointi Länsi-Euroopassa.

Yritys koostuu kahdesta tiimistä, toimistotiimistä sekä tuotantotiimistä. Toimistotiimi huolehtii myynnistä, markkinoinnista, kuljetustilauksista, kansainvälisestä kaupasta sekä asiakassuhteiden ylläpitämisestä. Tuotantotiimi puolestaan tuotteiden valmistamisesta ja pakkaamisesta. Kiireisimpinä aikoina toimistotiimi auttaa tuotantotiimiä pakkaamisessa.

Työskentelen toimistotiimissä markkinointipäällikön kanssa. Suurin osa tuotteista myydään ulkomaille, joten suomen lisäksi työkielenä on englanti. Yritykseltä löytyy alkeellinen varastonhallintajärjestelmä, jonka kehitin työharjoittelujakseni aikana. Varastonhallintajärjestelmän päivitys ja ylläpito on minun vastuullani. Päiväkirjamuotoisen opinnäytetyön tavoite on tehostaa oppimistani ja antaa työkaluja itsensä kehittämiseen. Lähteinä opinnäytetyössäni olen käyttänyt pääasiallisesti työtehtäviini liittyviä artikkeleja sekä alan kirjallisuutta.

2 Opinnäytetyön pääteemat

2.1 Uusasiakashankinta

Uusasiakashankinnassa on tärkeä välittää potentiaaliselle asiakkaalle oikeaa tietoa yrityksestä sekä sen tuotteista. Uusasiakashankinnan tavoite on vaikuttaa asiakkaiden asenteisiin niin, että heille syntyy halu kokeilla tuotetta. Nykyisten asiakkaiden kautta on mahdollista löytää potentiaalisimmat uudet asiakkaat (Bergström & Leppänen 2018, 424).

Potentiaalisten asiakkaiden tunnistamiseen on hyvä käyttää tiedon louhintaa (data mining), joka tarkoittaa syy- ja seuraussuhteiden etsintää isommista tietomääristä. Kerätty tieto helpottaa tunnistamaan paremmin erilaisia ostajatyyppejä sekä edistää myyntiä. Tämän myötä asiakkaat on helpompi luokitella esimerkiksi ennalta määriteltyjen kriteerien perusteella, kuten asiakkaan ostomäärä, ostokerrat ja sijainti. (Bergström & Leppänen 2018, 424.)

Uusille mahdollisille ostajille välitetään tietoa yrityksestä ja sen tuotteista. Lisäksi pyritään vaikuttamaan asenteisiin niin, että heille syntyy kokeilunhalua. Kokeiluostoihin voi rohkaista muun muassa seuraavilla myynninedistämisen keinoilla: näytetuotteiden jakaminen, tuote-esittelyiden järjestäminen sekä mielenkiintoisilla tapahtumilla. (Bergström & Leppänen 2018, 424.)

Positiivisen kokemuksen myötä asiakas saattaa ostaa uudelleen tai tulla satunnaisostajaksi. Kokeilijasta ja tilapäisasiakkaasta pyritään saamaan kanta-asiakas asiakassuhdemarkkinoinnilla. Asiakaskannattavuutta voi seurata esimerkiksi vertaamalla jälleenmyyjän vuosittaista myyntiä kyseisen maan potentiaaliseen asiakaskuntaan. (Bergström & Leppänen 2018, 424, 449.)

Uusasiakashankintaa tehdessä on hyvä muistaa 20/80-sääntö, jonka mukaan 20 % ostavista asiakkaista tuo 80 % koko myynnistä ja katteesta. Näitä asiakkaita kutsutaan avainasiakkaiksi. Uusien avainasiakkuuksien etsimiseen kannattaa keskittää myynti- ja markkinointi. Lisäksi on tärkeä ylläpitää suhdetta nykyisiin asiakkaisiin, erityisesti avainasiakkaan roolissa oleviin yrityksiin. (Pellinen & Leino 2017, 7.)

Uusasiakashankintaan on hyvä soveltaa myyntitapahtuman prosessia. Ennen kontaktia asiakkaaseen on valmisteluvaihe, jossa luodaan perusta yhteydenottoon. Valmisteluvaiheessa kannattaa kerrata oman yrityksen perustiedot, kuten tuotteet, palvelut ja kilpailukenttä. Seuraavaksi etsitään asiakkaiden päättävien henkilöiden yhteystiedot. Ennen seuraavaa vaihetta on hyvä miettiä neuvottelutaktiikka ja myyntiperustelut valmiiksi. (Pellinen & Leino 2017, 15-16.)

Toinen vaihe on yhteydenotto, jossa nimensä mukaisesti otetaan asiakkaaseen yhteyttä. Yhteydenoton tavoite on luoda hyvä ensikosketus ja herättää mielenkiintoa. Asiakkaan kanssa kommunikoidessa on tärkeä huomioida asiakkaan arvostukset sekä arvot. Toisena tulee selvittää asiakkaan konkreettiset ja piilevät tarpeet, jonka jälkeen tarjotaan asiakkaalle hyvä ratkaisu hyvin perusteltuna. Lopuksi sovitaan tarkat jatkotoimenpiteet. Esimerkiksi kenen kanssa asiaa viedään eteenpäin ja milloin. (Pellinen & Leino 2017, 15-16.)

Kolmas vaihe on myyntineuvottelu, jossa selvitetään asiakkaan tarpeet. Tarpeiden selvitys kannattaa aloittaa kyselemällä, kuuntelemalla ja katselemalla. Tuotteiden tarpeellisuuden voi tuoda esille teknisillä perusteilla, kuten raaka-aineet, materiaalit ja kestävyys. Markkinoinnillisia perusteita voi myös käyttää, jos tuotteessa on esimerkiksi laadukas ja pieneen tilaan menevä pakkaus. Käyttöön

liittyvät perustelut ovat myös toimivia, esimerkiksi selkeä käyttöohje, tuotekoulutus ja myyntituki. Taloudelliset perustelut voivat olla kustannuksiin, pitkään käyttöikään tai turvallisuuteen liittyviä. (Pellinen & Leino 2017, 16.)

Neljäs myyntitapahtuman prosessi on tarjouksen tekeminen. Tarjouksessa tärkeintä on, että se tehdään ajoissa ja oikein. Tarjouksen lähettämisen jälkeen soita tai laita viesti asiakkaalle ja kysy, onko tarjous tullut perille. Lisäksi voi kysyä onko tarjouksessa jotain epäselvää ja milloin mahdollinen tilauspäättös tehdään. (Pellinen & Leino 2017, 17.)

Seuraava vaihe on lisäalennuksista sopiminen, jos yhteisymmärrykseen ei olla päästy. Yksi tapa ylimääräisen alennuksen antamiseen on edustaminen eli tarjoamalla ravintolailallinen tai muu vastaava etu. Toinen vaihtoehto on kylkiäisen antaminen. (Pellinen & Leino 2017, 17.)

Kuudes vaihe on kaupan päättäminen. Kaupan saaminen saattaa olla myyntitapahtuman hankalin vaihe, joten siihen kannattaa keskittyä erityisen tarkkaan. Yksi tapa on tarjota lyhyt tarjousaika, kuten yksi viikko. Toinen ratkaisu on tarjota vaihtoehto kahdesta paketista ja kysyä kumman asiakas ostaa. Kolmas vaihtoehto on lähettää asiakkaalle näytetuote ja sillä mahdollistaa tuotteen kokeileminen. Referenssejä voi myös hyödyntää, esimerkiksi kertomalla mitkä muut alan yritykset käyttävät tai myyvät kyseistä tuotetta. Lopuksi pyritään luomaan hyvä loppuvaikutelma vaikkapa kehumalla asiakkaan asiantuntijuutta. (Pellinen & Leino 2017, 18.)

Viimeinen vaihe on sopimus. Sopimuksen sisällön tulee olla yhdenmukainen muiden vastaavien yritysten sopimusten kanssa. Käytettävä valuutta sekä tiedot materiaalien mahdollisista hinnannuutoksista tulee kirjata selvästi sopimukseen. Sopimuksen perustiedot on hyvä tarkistaa ja päivittää ennalta sovittavin ajanjaksoin, esimerkiksi neljännesvuosittain. (Pellinen & Leino 2017, 18.)

2.2 Messujen suunnittelu

Opinnäytetyön toinen kokonaisuus käsittelee messuja ja niiden suunnittelua. Vastuullani oli messupaikan mallin suunnittelu ja rakentaminen. Lisäksi tehtäväni oli tehdä kutsukirjeet ja esitteet messuille. Yrityksen myynti- ja markkinointiviestinnän yksi osa-alue on messut ja näyttelyt, joissa edustetaan yritystä sekä esitellään tuotteita ja palveluita (Pellinen & Leino 2017, 12).

Asiakkaiden messukäyttäytyminen on muuttunut viime vuosina huomattavasti. Ennen messuille tultiin tekemään kauppaa sekä etsimään uusia tuotteita ja ideoita. Nykyään messujen keskiössä on verkostoituminen. Messuilla luodaan uusia kontakteja, nähdään vanhoja tuttuja sekä etsitään uusia asiakkaita. Kaupankäynti hoidetaan myöhemmin niiden kyselyiden pohjalta, joita tuli messuilla vastaan. (Pellinen & Leino 2017, 12.)

Messupaikkaa suunniteltaessa tulee päättää esittelytuotteiden määrä ja niiden vaatima tila. Toinen olennainen asia on kävijöiden liikkuminen osastolla. Kulkureiteille on varattava paljon tilaa, jos asiakkaille tarjotaan mahdollisuutta tulla osaston sisään, ja tutustua esillä oleviin tuotteisiin lähemmin. Kulkureitin tulee olla selkeästi asiakkaan havaittavissa, jolloin vältetään osaston ruuhkauttamiselta. (Pellinen & Leino 2017, 12.)

Messut ovat loistava paikka testata ja kokeilla uusia ratkaisuja. Silloin pääsee parhaiten kehittymään näytteilleasettajana. Epäonnistumisia ei kannata pelätä, sillä menestyneimpien näytteilleasettajien vahvuus on tahto voittaa epäonnistumisen pelko. Lisäksi asiakkaille jää parhaiten mieleen muista erottuvat messuosastot, joten kannattaa heittää viltteimmätkin ideat esiin messuosastoa suunniteltaessa. (Jansson, M. & Jansson, M. 2007, 16-19.)

Messujen suunniteltaessa on tärkeä käyttää aika oikeiden asioiden parissa, kuten messuosallistumisstrategian luomiseen. Ensimmäisenä tulee varmistaa, että yrityksen sanoma viestitään oikein. Sen jälkeen kannattaa etsiä hyviä kontakteja myyjille. Seuraavana listalla on kustannustehokkuus ja messuosallistumisen toimivuuden varmistaminen. Lopuksi kannattaa hyödyntää messumedian kaikki

vahvuudet onnistuneiden messujen takaamiseksi. (Jansson, M. & Jansson, M. 2007, 22.)

Messujen ohjelmaa suunniteltaessa vain taivas on rajana. Yksi tapa saada asiakkaita osastolle on puolikkaiden lahjojen jakaminen messuvieraille. Esimerkiksi tyhjä arpakuori, jolla voittaa jonkun palkinnon messuosastolla. Toinen vaihtoehto on kilpailun järjestäminen. Esimerkiksi jaetaan palapelin paloja messuvieraille, joilla he voivat voittaa arvokkaan palkinnon, jos pala täsmää messuosaston palapeliin. Kolmas ja yksi suosituimmista tavoista houkutella asiakkaita messuosastolle on messutarjoukset. Tarjouslapulla saa osastolta jonkin erityisedun, kuten alennuksen, pikatoimituksen tai ilmaisen huoltopalvelun. (Jansson, M. & Jansson, M. 2007, 41.)

Messujen jälkimarkkinointi kannattaa suunnitella hyvissä ajoin, sillä uusia kontakteja saattaa tulla yli odotusten. Uusien kontaktitietojen pitäminen järjestyksessä helpottaa jälkihoitoa, joten heti yhteystietojen saamisen jälkeen on hyvä varmistaa, että tiedot ovat selkeät ja oikein. Kontaktitietojen läpikäymiseen on hyvä nimetä päivittäin vastuuhenkilö, ettei se jää tekemättä. Jälkihoidossa kannattaa keskittyä määrän sijasta laatuun. Tavoite kannattaa olla mieluiten 50 kontaktia, joihin ollaan yhteydessä kahden viikon sisällä kuin 100 kontaktia, joille on luvattu yhteydenotto mahdollisimman pian messujen jälkeen. Ennalta asetetun kontaktimäärän ylittyttyä on parempi kertoa uusille kontakteille, että heihin ollaan yhteydessä neljän viikon sisällä, kuin luvata jotain mitä ei pystytä pitämään. (Jansson, M. & Jansson, M. 2007, 78-80.)

2.3 Liikelahjat

Kolmas kokonaisuus käsittelee liikelahjoja ja niiden antamiseen liittyviä etikettisääntöjä. Tehtäväni oli tutustua liikelahjoihin ja listata parhaimmat vaihtoehdot messuille. Vastuullani oli yhteydenpito liikelahjoja myyviin yrityksiin sekä tarjousten lähettäminen. Lopuksi tehtäväni oli tilata valitut liikelahjat.

Liikelahjat ovat lahjoja, joita annetaan liikesuhteen ylläpitämiseksi. Liikelahjoista käytetään myös nimitystä yritys- tai asiakaslahja. Liikelahjojen on tarkoitus luoda uusia asiakaskontakteja sekä vahvistaa vanhoja liikesuhteita. Liikelahjojen antaminen liittyy yleensä erityiseen päivään, kuten asiakkaan syntymäpäivään tai joulun. (Sunglobe.net 2020.)

Liikelahjoja annetaan yleensä tapaamisten ja neuvotteluiden yhteydessä. Liikelahjat ovat yleensä laadukasta käsityötä, yrityksen logolla varustettuja tuotteita tai jokin korkealaatuinen kotimainen tuote. (Keinonen & Koponen 2001, 37.) Liikelahjojen antamisessa oikea ajoitus on kaikki kaikessa. Liikelahjan antaminen silloin kun asiakas ei osaa odottaa sitä, jää varmasti asiakkaan mieleen. Esimerkiksi liikelahjan voi antaa yhteistyön alkamisen vuosipäivänä. (Logo.ee 2019.)

Jos yritys aikoo painattaa nimensä tai logonsa tuotteeseen, se kannattaa sijoittaa näkymättömästi, kuten maljakon pohjaan. Kukat ovat yksi tavallisimmista lahjoista, erityisesti henkilökohtaisissa tapaamisissa, kuten kotivierailu tai onnittelukäynti. Kukkien maakohtainen antamiskäytäntö kannattaa selvittää ennen niiden antamista, sillä toisissa maissa kukat toimitetaan etukäteen, kun taas toisissa jälkikäteen. Lisäksi kukkien käyttöön liittyvät asiat tulee selvittää etukäteen. Esimerkiksi Suomessa tavallinen kukkalahja, krysanteenit, ovat Keski-Euroopassa hautajaiskukkia. (Keinonen & Koponen 2001, 37.)

Logon painatus liikelahjoihin ei ole aina välttämätöntä, sillä liikelahjojen idea on osoittaa kiitollisuutta. Jos lahja on mieleinen, niin sen saaja kyllä muistaa sinut, olipa lahjassa logo tai ei. Lisäksi liikelahjan henkilökohtaisuus on valttia. Keittiövälineitä valmistavan yrityksen liikelahja voisi olla vaikka laadukas juustoveitsi, johon on kaiverrettu asiakkaan nimi. (Logo.ee 2019.)

Toinen liikelahjojen hankintaa liittyvä asia on lahjatuotteen alkuperämaa. Esimerkiksi japanilaista kohtaan on erittäin loukkaavaa antaa hänelle Taiwanissa valmistettua rihkamaa. Yleisesti suomalaiset tuotteet ovat maailmalla arvostettuja, joten sellaisen voi antaa lähes aina. Poikkeuksena puukot tai alkoholi,

jotka ovat monessa maassa sopimattomia liikelahjoja. (Keinonen & Koponen 2001, 37.)

Liikelahjan arvoon kannattaa perehtyä maakohtaisesti ennen lahjan hankkimista, sillä joissain maissa liian arvokas lahja voidaan tulkita lahjukseksi. Liikelahjan ja sen pakkauksen väreihin ja lukumääriin tulee myös kiinnittää huomioita, sillä tietyt värit ja lahjojen lukumäärä saattavat loukata niiden saajaa. (Keinonen & Koponen 2001, 37.)

Esimerkiksi Kiinassa sininen ja valkoinen väri liittyvät kuolemaan, joten liikelahjoja ei kannata paketoita sinivalkoisiin paketteihin. Numero neljä puolestaan ääntyy samalla tavalla kuin kuolema, joten neljän paketin saaminen voidaan kokea loukkaavana. Kiinassa punainen ja kultainen väri kuvastavat onnea ja vaurautta, joten ne ovat turvallinen valinta liikelahjojen väreiksi. Käsintehtyjä tuotteita kannattaa suosia, sillä ne osoittavat omistautumista ja vaivannäköä, esimerkiksi itse neulotut villasukat. (Seppälä 2017.)

3 Lähtötilanne

3.1 Oman nykyisen työn analysointi

Työtehtäviini kuulu yleisimmät toimistotehtävät, kuten tilausten käsittely ja kirjaaminen varastohallintajärjestelmään. Lisäksi pidän yrityksen nettisivuja ajan tasalla, esimerkiksi lisäämällä uusimmat jälleenmyyjät nettisivuille tai päivittämällä vanhoja tuotekuvia ja videoita uusiin. Näiden lisäksi huolehdin yleisimmistä markkinointiin liittyvistä asioista. Myynti- ja markkinointikoordinaattorina vastuullani on huolehtia markkinointimateriaalin ajantasaisuudesta, esimerkiksi siitä, että kansainvälisille messuille löytyy oikeat esitteet oikeilla kielillä. Lisäksi tehtäväni on huolehtia siitä, että messuille lähtijä saa uusimmat tuotekuvat ja esittelyvideot mukaan.

Työskentelen pääasiallisesti markkinointipäällikön kanssa toimistosta käsin. Myynti- ja markkinointikoordinaattorin tittelistä huolimatta työkuvani vaihtelee päivittäin tilanteen mukaan. Jos jokin toimiston laite lakkaa toimimasta, tehtäväni on korjata se, tilata huolto tai viedä se huoltoon. Kiireellisten tilausten tullessa autan tuotantotiimiä tuotteiden pakkaamisessa. Pakkaamossa työskentely auttaa käyttö- ja pakkausohjeiden tekemistä, sillä siellä tuotteiden osat tulevat tutuiksi.

Muuttuvista toimenkuvista huolimatta yleisimpiä tehtäviäni on esitteiden suunnittelu ja käännätys. Esimerkiksi Norjassa on tulossa messut, johon yrityksemme edustaja on menossa. Mukaan tarvitaan 100 kappaletta sekä norjankielisiä että englanninkielisiä esitteitä. Englanniksi esitteitä löytyy jo entuudestaan, mutta norjaksi ei. Tarkastan englanninkielisen esitteen ja varmistan, että siinä olevat tiedot ovat ajan tasalla. Kilpailutan eri käännöstoimistoista tarjoukset norjankieliselle käännökselle, ja sopivan kääntäjän löydyttyä lähetän hänelle esitteet käännettäväksi. Käännöksen saatuani teen asetellut norjaksi ja lähetän valmiit versiot painettaviksi mainostoimistoon.

Seuraavaksi teen yksilöllisen esityksen, tai päivitän vanhan Powerpoint-esityksen vastaamaan tulevien messujen tarpeita, esimerkiksi muuttamalla mittayksiköt kyseisen maan normien mukaan. Tämän jälkeen lähetän tiedostot messuedustajallemme ja varmistan, että hänellä on kaikki tarvittava materiaali messuja varten. Yleensä tallennan vielä varmuuden vuoksi kaiken tarvittavan muistitikulle, jonka annan yrityksen edustajan mukaan. Työ vaatii äärimmäistä tarkkaavaisuutta, sillä virheellinen tai väärä käännös voi vaikuttaa ratkaisevasti messujen onnistumiseen. Tärkeimmät asiakirjat käymme markkinointipäällikön kanssa yhdessä läpi.

3.2 Sidosryhmät

Yritys koostuu kahdesta tiimistä, markkinointipäällikön johtamasta markkinointitiimistä, johon minä kuulun, sekä tuotantotiimistä, jota johtaa toimitusjohtaja.

Markkinoinnista huolehtivaan markkinointitiimiin kuuluu minun ja markkinointipäällikön lisäksi Ranskan aluekoordinaattori, joka vastaa Ranskan alueen myynnistä. Markkinoinnin lisäksi tiimin vastuulla on tilausten käsittely ja uusasiakashankinta.

Markkinointitiimin sisällä on vielä toimistotiimi, jonka vastuulla on edellä mainittujen lisäksi liikematkojen, mainosten, esitteiden ja käyttöohjeiden suunnittelu, pakkaustarvikkeiden ja tarrojen tilaaminen, verkkosivujen ja varastonhallinnan ylläpito sekä muut vastaavat toimistotehtävät. Ennen kevään työharjoitteluani markkinointipäällikkö vastasi kaikista markkinointiin ja toimistoon liittyvistä asioista.

Tuotantotiimi vastaa tuotteiden valmistuksesta, pakkaamisesta sekä tuotteiden raaka-aineiden tilaamisesta. Tällä hetkellä tuotantotiimiin kuuluu toimitusjohtajan lisäksi kaksi muuta vakituista työntekijää. Ensimmäinen työntekijä vastaa tuotteiden valmistuksesta. Toinen työntekijä vastaa tuotteiden käsittelystä ja pakkaamisesta. Yritys hyödyntää tarvittaessa kiireapulaisia ja vapaaehtoisia niin tuotannon kuin pakkaamon puolella. Tuotteita ei myydä tällä hetkellä tehtaalta suoraan asiakkaille, vaan myynti tapahtuu jälleenmyyjien kautta. Suomessa suurin osa asiakkaista on pieniä tai keskisuuria yrityksiä.

3.3 Vuorovaikutustaidot työpaikalla

Työskentelen samassa toimistossa markkinointipäällikön kanssa, joten luonnollisesti teemme paljon yhteistyötä. Tuotantotiimi työskentelee toimiston alapuolella, joten kommunikointi onnistuu heidän kanssaan nopeasti puolin ja toisin.

Yrityksen virallinen työkieli on suomi. Englanti on toinen työkieli, jota käytetään pääsääntöisesti kansainvälisten asiakkaiden kanssa kommunikointiin. Viralliset asiakirjat tehdään joko suomeksi tai englanniksi, riippuen vastaanottajasta. Yleensä kommunikointi suomalaisyritysten kanssa hoidetaan puhelimitse. Ulkomaalaiset yritykset suosivat puolestaan sähköpostia.

4 Päiväkirjaraportointi

4.1 Seurantaviikko 1

Maanantai 13.8.

Työpäiväni ensimmäinen tavoite oli päästä ajan tasalle omista työtehtävistäni sekä päivittää ja täsmäyttää varastohallintajärjestelmä. Toinen tavoitteeni oli löytää sopivia tuotekuvia messuille. Aamun ensimmäiset tunnit menivät vapaamuotoisen palaverin merkeissä markkinointipäällikön kanssa. Sain kuulla kesällä vastaan tulleista haasteista sekä onnistumisen hetkistä. Kaiken kaikkiaan yrityksen työntäyteinen kesä oli sujunut erittäin hyvin. Rakennusprojektit olivat edenneet odotetusti sekä kaikki tilaukset oli saatu toimitettua ajallaan.

Palaverin jälkeen kävimme läpi markkinoinnin nykytilaa ja minun tulevaa toimenkuvaani. Markkinoinnin alueella olisi muutama suurempi kokonaisuus, jotka olisivat minun vastuullani. Näiden lisäksi toimenkuvaani kuului varastohallintajärjestelmän ylläpito sekä päivittäisten toimistoasioiden hoito. Ensimmäinen työtehtäväni liittyi keväällä kehittälemääni verkkopohjaiseen varastohallintajärjestelmään. Tehtäväni oli käydä kesällä sinne tehdyt kirjaukset läpi ja korjata mahdolliset virheet.

Varastohallintajärjestelmä valmistui juuri ennen harjoitteluni päättymistä, joten odotin mielenkiinnolla, miten se oli toiminut kesän aikana muiden käytössä. Ilokseni järjestelmä oli palvellut koko kesän ilman suurempia ongelmia, joten sain olla tyytyväinen työni tulokseen. Muutama sarake kaipasi uudelleenasettelua, jotka sain aseteltua juuri sopivasti ennen kahvitauon alkua.

Tauon jälkeen pidimme messupalaverin markkinointitiimin kanssa. Marraskuussa tulevat messut ovat alan suurimmat, joten niiden suunnittelu aloitettiin jo alkuvuodesta. Yritys vieraili kaksi vuotta sitten samoilla messuilla menestyksekkäästi, joten tämän vuoden messujen osalta odotukset ovat todella korkealla. Tapahdus oli ylittänyt kaikki odotukset ja avannut kansainvälisen kaupan aivan uudelle

tasolle. Tuleville messuille on suunnitteilla yrityksen oma messupaikka, johon liit-
tyen vastuulleni on kaavailtu messujen käytännön asioiden hoitaminen, kuten
yhteydenpito messujen järjestäjään sekä markkinointi- ja mainosmateriaalin
ideointi ja hankkiminen.

Iltapäivän tehtäväni oli kartoittaa messuille sopivia tuotekuvia yrityksen vanhoista
kuva-albumeista. Valitsin kuva-albumeista kymmenen parasta kuvaa, jotka
markkinointipäällikkö oli pyytännyt esittelemään itselleen. Tein kuvista dia-
esityksen ja esittelin kuvat esimiehelleni. Kävimme kuvat läpi ja valitsimme
yhdessä kaksi parasta kuvaa alustavasti messupaikan seinien kuviksi.

Tavoitteeni päästä ajan tasalle yrityksen tilasta onnistui erittäin hyvin, sillä aamun
palaverin jälkeen minulla oli selkeä kokonaiskuva yrityksen kesästä, syksyn
tavoitteista sekä omasta toimenkuvastani. Töiden ohessa sain palautettua mie-
leeni, miten varastonhallinta toimi sekä kehitettyä kuva-analyysiäni mainoskuvien
suhteen. Kokonaisuudessaan kaikki päivän tavoitteet täyttyivät, vaikka tuntui,
etten ehtinyt kuin aloittaa työt ennen työpäivän loppumista.

Tiistai 14.8.

Tiistain tavoitteeni oli löytää Business Finlandin järjestämästä tapahtumasta yri-
tyksiä, joiden kanssa voisi sopia henkilökohtaisia tapaamisia tapahtuman aikana.
Toimitusjohtajamme on lähdössä ensi viikolla kyseiseen tapahtumaan
markkinointipäällikön kanssa. Tehtäväni oli käydä läpi tapahtuman nettisivuilta
löytyvä pdf-lista, johon oli kirjattu kaikki osallistujat aakkosjärjestyksessä. Toisena
päivän tehtävältä löytyi yritykselle logon suunnittelu, sekä mainonnassa
käytettävien fonttien ja värien valinta. Kolmantena listalla oli varaston-
hallintajärjestelmän kehittäminen.

Aloitin työt tutustumalla Team Finland -päivään ja sen osallistujiin. Kävin yritysten
nettisivuja läpi ja löysin muutaman mielenkiintoisen firman, joiden kanssa voisi
olla yhteisiä intressejä. Kirjasin nämä yritykset ylös henkilökohtainen tapaaminen
-lista alle. Näiden lisäksi vastaan tuli yksi kohtalaisen uusi yritys, joka oli juuri
lopettanut liiketoimintansa. Tässä vaiheessa katsoin osallistujalistaa tarkemmin
ja huomasin sen olevan vuodelta 2017. Jatkoselvityksen jälkeen sain selville,

ettei tämän vuoden listaa ole julkaistu ollenkaan, eikä sitä olla julkaisemassa, kun vasta tapahtuman jälkeen. Selitin tilanteen harmistuneena markkinointipäällikölle ja jatkoin toisen saamani tehtävän parissa.

Seuraavana tehtävälistalla oli yrityksen logon suunnittelu sekä yhdenmukaisten fonttien ja värien valinta. Tällä hetkellä yrityksellä ei ole logoa ollenkaan. Tuotemerkillä on logo ja se sotketaan usein yrityksen nimeen. Tavoitteeni on suunnitella logo, joka kuvaisi yritystä sekä olisi yksinkertainen. Yrityksen logon suunnittelu oli jo keväällä mietinnässä, mutta mielekästä logoehdotusta ei tullut vastaan. Kesän aikana logoon oli mietitty markkinointipäällikön ja toimitusjohtajan toimesta muutama ideaa, joiden pohjalta lähdin luonnostelevaan ensimmäistä vedosta. Yrityksellä ei ole käytössään kuvankäsittelyyn erikoistuneita ohjelmia, joten tein luonnokset logosta ja eri fonteista tietokoneelta löytyvien Powerpoint- ja Paint-ohjelmien avulla. Tein lopuksi vielä diaesityksen eri vaihtoehdoista niiden esittelyä varten.

Iltapäivän tavoitteeni oli kehittää varastohallintajärjestelmää vastaamaan yhä paremmin yrityksen tarpeita. Ensimmäiseksi lisäsin tuotekehityksen myötä tulleet uudet osat varastohallintaan, jotka jatkossa tulevat kaikkiin uusiin tuotteisiin. Koikeilin myös muutamaa eri variaatiota järjestelmän käyttöön, jotta se antaisi yhä monipuolisemmin tietoa varastotilanteesta. Testaus ei tuottanut haluttua tulosta, joten pitäydyin vanhassa järjestelmässä. Tällä hetkellä Excel-pohjaisesta järjestelmästä löytyy neljän päätuotteen osat, jotka vähenevät varastosta automaattisesti heti tilauksen kirjauksen jälkeen. Muiden osien osalta tuotteet eivät päivitty automaattisesti, sillä järjestelmä pyritään pitämään mahdollisimman yksinkertaisena ja helppokäyttöisenä.

Päivän tavoitteet eivät toteutuneet odotetulla tavalla. Osa jäi toteutumatta minusta riippumattomista syistä, mutta niistä huolimatta olisin voinut olla vielä tarkkaavaisempi ja huomata vanhentuneen listan Team Finland -päivän osalta vielä nopeammin. Jatkossa tarkkaavaisuuteen on hyvä kiinnittää yhä enemmän huomioita, niin säästyä turhan työn tekemiseltä. Toinen tehtäväni eli logon suunnittelu meni eteenpäin, mutta eri logovaihtoehdoista huolimatta en keksinyt

yhtään ylitse muiden olevaa logoideaa, jota olisin voinut ehdottaa saman tien yrityksen uudeksi logoksi.

Fonttien ja värien osalta löytyi muutama hyvä fontti sekä väriyhdistelmä, jotka lisäsin diaesitykseen alustaviksi ehdotuksiksi. Suunnittelutyön myötä opin käyttämään Powerpointia yhä monipuolisemmin, joten tästä on helppo jatkaa, kunhan logon suhteen tehdään jatkopäätöksiä. Varastonhallintajärjestelmän kehittäminen ei edistynyt, mutta sen päivittäminen meni suunnitelmien mukaan.

Keskiviikko 15.8.

Päivän ensimmäinen tavoitteeni oli korjata nettisivuilla ilmentyneet ongelmat ennen toimistotiimin palaveria. Toimistotiimin palaverissa sain kaksi tehtävää. Ensimmäinen koski yrityksen käytössä olevia lomakepohjia. Toinen liittyi nettisivujen päivitykseen, josta olikin jo alustavasti ollut puhetta. Ensimmäinen tehtäväni oli yrityksen käyttämien lomakepohjien yhdenmukaistaminen. Tavoitteeni oli muokata lomakkeiden yleisilmettä yhdenmukaiseksi ja näin luoda laadukkaampi ilme asiakirjoille.

Tein lomakepohjista kolme eri variaatiota, joissa pääsin hyödyntämään koulussa käymäni tekstinkäsittelyn perusteet -kurssin asioita. Ensimmäiseen pohjaan laitoin muistiinpanoja taulukon soluihin, jotka kertoivat, mitä mihinkin soluun tulee kirjata, toisin sanoen pohjan pitäisi toimia ohjeena ensi kertaa lomakkeiden parissa työskentelevälle. Toiseen pohjaan kirjasin yrityksen tiedot sekä muut olennaiset asiat, jotka eivät yleensä muutu, esimerkiksi nouto-osoite ja huolitsija. Kolmanteen täytin kaikki tiedot valmiiksi nykyisen asiakkaan tiedoilla, toisin sanoen tämän pohjalta on nopeinta tehdä uusi lomake vanhoille asiakkaille, jos heidän tietonsa eivät ole muuttuneet.

Lounastauon jälkeen pääsin käsiksi päivän toiseen tehtävään, yrityksen nettisivuihin ja siellä ilmentyneisiin ongelmiin. Tavoitteeni oli selvittää nettisivujen toimintahäiriön syy, sekä lisätä uusimpien jakelijoiden tiedot jälleenmyyjien sivulle. Yhden jälleenmyyjän nettisivuille vievä linkki oli lakannut toimimasta, joten tehtäväni oli etsiä ja korjata vika. Testasin linkin, jonka pitäisi viedä jälleenmyyjän

kotisivuille. Linkki ei toiminut, joten selvitin, onko nettiosoite virheellinen kopioimalla osoitteen selaimen hakukenttään. Nettiosoite toimi normaalisti, joten vian täytyy olla muualla. Syötin järjestelmään jälleenmyyjän nettiosoitteen uudestaan ja päivitin sivuston. Tämän jälkeen testasin linkkiä uudestaan. Tällä kertaa linkki toimi, vaikka se oli täysin sama kuin edelliselläkerralla.

Seuraava nettisivuihin liittyvä tehtäväni oli kahden kesällä löytyneen jakelijan lisääminen muiden jälleenmyyjien joukkoon. Tein vanhojen jälleenmyyjien asettelujen pohjalta uudet pohjat, joihin oli helppo lisätä viimeisimmät jälleenmyyjät yhteystietoineen, niin että asettelut täsmäsivät vanhojen jälleenmyyjien kanssa.

Päivän loppuksi olin tyytyväinen aikaansaannoksiini, vaikka en saanut vielä kaikkia lomakepohjia yhdenmukaistettua. Työt menivät eteenpäin ja kokeilemalla opin paljon uutta asiakirjojen asettelusta. Lomakepohjien asettelu vei yllättävän paljon aikaa, johon osasyynä oli itselleni asettamat tarkat kriteerit täysin asetteluiltaan yhdenmukaisista lomakkeista. Lisäksi pyrin asettelemaan lomakepohjat niin, että kaikki teksti mahtuisi luontevasti yhdelle A4-paperille. Nettisivujen päivitys sujui odotetulla tavalla, vaikka siihenkin kului yllättävän paljon aikaa. Tekemällä ja kokeilemalla oppii parhaiten, joten uskon, että seuraavat lomakkeet täyttyvät tämänpäiväisiä nopeammin.

Torstai 16.8.

Ensimmäinen tavoitteeni oli luoda asiakasrekisteri jälleenmyyjistä, josta löytyisi kaikki olennaisimmat tiedot kyseisistä yrityksistä. Toinen toimenkuvani liittyi markkinointipäällikön tulevaan liikematkaan, johon tehtäväni oli suunnitella reitti, kulkuneuvot ja majoitus.

Markkinointipäällikkö oli poikkeuksellisesti aamupäivän hallituksen palaverissa, joten aloitin työskentelyn omatoimisesti keskiviikon päätteeksi saamani asiakasrekisteritehtävän parissa. Aloitin asiakasrekisterin tekemisen kirjaamalla kaikkien jälleenmyyjien yhteystiedot sekä tilauskohtaiset tiedot yhteen kansioon. Tein yrityskohtaisia tarkennuksia jokaiselle yritykselle erikseen, esimerkiksi kuka hoitaa kyseisessä yrityksessä tilaukset ja onko erityisiä toimitusehtoja.

Useimpien jälleenmyyjien osoitetiedot löytyivät vanhoista tilauslomakkeista tai yrityksen nettisivuilta. Eniten haasteita tuotti tilaamisesta vastaavien henkilöiden puhelinnumeroiden löytäminen, sillä niitä ei löytynyt monenkaan yrityksen nettisivuilta. Perusteellisesta etsinnästä huolimatta jouduin jättämään muutaman kohdan tyhjäksi, joihin yritän saada vastauksia markkinointipäälliköltä hänen palattuun toimistoon.

Päivän toinen tehtäväni koski markkinointipäällikön tulevaa Norjan liikematkaa. Norjan jälleenmyyjä on menossa messuille ja hän haluaisi esitellä ja myydä valmistamiamme tuotteita siellä. Markkinointipäällikkö on lähdössä messuille mukaan auttamaan tuotteiden markkinoinnissa. Vastuullani oli alustava liikematkan reitin suunnittelu, majoitusten selvittely sekä eri kulkuneuvojen vertailu hintojen ja aikataulujen suhteen. Tehtävä oli oikein mieluisa, sillä oman matkailuintohimoni myötä olen suunnitellut useampia ulkomaanmatkoja.

Lennoille ja eri majoitusvaihtoehdoille löytyi paljon eri vertailukanavia, joten tiedonhaku oli helppoa. Ensisijainen tavoitteeni oli löytää vähintään kolmen tähden hotelli, johon sisältyi aamupala. Näillä kriteereillä ei kuitenkaan löytynyt yhtään majapaikkaa messualueen läheisyydestä, sillä messut järjestetään maalla pienellä paikkakunnalla. Vertailin eri majoitusvaihtoehtojen asiakaspalautteita ja sijainteja, joiden perusteella löytyi muutama potentiaalinen majoitusvaihtoehto. Kirjasin ylös majoituskohteiden tiedot ja lähetin ne markkinointipäällikölle tarkempaa tutustumista varten. Tavoitteeni oli suunnitella markkinointipäällikön toiveiden mukaisesti sellainen kokonaisuus, ettei hänen tarvitsisi käyttää matkustamiseen ylimääräisiä päiviä, kuitenkin pitäen aikataulun inhimillisenä.

Messuihin tutustuessani minulle selvisi, että messut järjestetään pienellä paikkakunnalla, josta ei varsinaisia hotelleja löydy ollenkaan. Majoitusvaihtoehdoiksi jäi hotelli lähimmästä isosta kaupungista tai kotimajoitus Airbnb:n kautta. Tavoitteeni oli suunnitella molemmille vaihtoehdoille toimivat aikataulut perusteluineen, miksi kyseistä reittiä kannattaa suosia.

Päivän ensimmäiseen tavoitteeseen päästiin kohtalaisen hyvin, sillä asiakasrekisteri täyttyi muutamaa kohtaa lukuun ottamatta. Liikematkan suunnittelu onnistui mielestäni loistavasti, sillä päivän päätteeksi markkinointipäällikkö otti yhteyttä valitsemaani majoituspaikkaan. Lentojen osalta suunnitelmassani oli kaksi hyvää vaihtoehtoa, joista henkilökohtaisesti molemmat tuntuivat yhtä hyviltä. Ensimmäinen suunnitelma mahdollistaisi aamupäivän käytön toimistolla työskenteleyn. Toinen vaihtoehto olisi aiemmin perillä ja täten antaisi enemmän joustavuutta mahdollisten aikataulumuutosten varalle.

Viikkoraportti

Tämä oli ensimmäinen viikkoni töissä virallisena myynti- ja markkinointikoordinaattorina. Viikon päätavoitteeni oli päästä ajan tasalle yrityksen tilasta ja omasta toimenkuvasta. Yksi viikon päätehtävistä oli varastonhallintajärjestelmän ylläpidosta vastaaminen. Järjestelmän kehittäminen ja päivittäminen saattaa viedä aikaa vielä useamman viikon, joten koitan keskittyä niihin aina tilaisuuden tullen.

Toimiva varastonhallintajärjestelmä ehkäisee saldovirheitä, tehostaa inventointia, helpottaa nimikkeiden löytymistä ja parantaa tuotannon häiriöttömyyttä. (Luukkonen 2009, 2). Tällä hetkellä varastonhallintajärjestelmä on vain suuntaa antava, sillä osa tuoteosien tilauksista on unohtunut kirjata järjestelmään. Isomman tilauksen tullessa käydään varastosta käsin laskemassa todellinen varastotilanne. Tämä toimenpide vie aikaa ja resursseja, jotka täysin ajan tasalla olevan varastonhallintajärjestelmän myötä voisi käyttää muihin tehtäviin. Sen saavuttaminen vaatisi yhteisiä pelisääntöjä varastonhallinnan käyttöön sekä selkeitä ohjeita sinne tuotteiden lisäämiseen.

Viikon toinen päätavoitteeni oli suunnitella yritykselle logo. Logon suunnitteluun olin saanut muutaman idean, joiden pohjalta lähdin tekemään luonnoksia. Näin jälkikäteen mietittäessä olisi kannattanut lukea aineistoa logon suunnittelusta ennen työhön ryhtymistä niin olisin päässyt paljon helpommalla. Verkkosivujen suunnitteluun ja toteutukseen erikoistuneen digitoimiston mukaan hyvässä logossa on yksi vahva ydinajatus, jonka ympärillä logo toimii. Parhaissa logoissa tuo pääjuttu kertoo myös tarinaa, jolla on katsojalle merkitystä. (Korhonen 2018.)

Kesällä logon ideointiin löytyi pääjuttu, jota yritin sommitella erilaisiin kokonaisuuksiin. Pelkän yrityksen nimen ensimmäisen kirjaimen käyttäminen oli myös mietinnässä, mutta se tuntui liian yksinkertaiselle. Toinen vaihtoehto oli ensimmäisen kirjaimen asettelu yrityksen valmistaman tuotteen muotoon. Tämä vaihtoehto toi logolle syvyyttä ja linkitti logon tuotteeseen. Tämä vaihtoehto on tällä hetkellä henkilökohtainen suosikkini. Kolmanneksi kokeilin lisätä koko yrityksen nimen tuotteen muodossa olevaan etukirjaimen erilaisilla fonteilla. Tämäkin vaihtoehto näytti ihan lupaavalta, mutta kaipaa vielä hieman hiomista.

Logon tulee toimia hyvin kaikissa mahdollisissa käyttökohteissa, ei pelkästään käyntikortissa. Logon käyttöä tuli mietittyä pääosin asiakirjoissa sekä verkkosivuilla, joten käyttökohteita tulisi miettiä vielä laajemmin. Logoon liittyvää aineistoa tutkiessa tulin siihen johtopäätökseen, että virallisen logon tekeminen olisi järkevintä jättää ammattilaisten tehtäväksi, sillä laadukkaan logon suunnittelu ei onnistu ilman graafisen suunnittelun taitoja. (Korhonen 2018.)

Viikon kolmas kokonaisuus liittyi Team Finland -päivään, josta yritin löytää sopivia yhteistyökumppaneita tapaamista varten. Epähuomiossani kävin vuoden vanhaa osallistujalistaa läpi, jonka myötä tekemäni työ oli turhaa, sillä kyseiset yritykset eivät aikoneet osallistua tänä vuonna tapahtumaan. Työpaikan hyvän työilmapiirin johdosta minulle ei tullut mieleenkään alkaa peittelemään tai välttelemään virheitä, sillä niiden avulla opin olemaan tarkkaavaisempi jatkossa. Hyvä työilmapiiri mahdollistaa virheiden tekemisen ja niistä oppimisen (Viljakainen 2011).

Viikon neljäs kokonaisuus oli lomakepohjien yhdenmukaistaminen. Tehtävän ohjeistus oli hyvin vapaa, jonka pohjalta oli helppo lähteä suunnittelemaan uusia lomakkeita. Tehtäväni oli suunnitella yhdenmukaiset lomakepohjat kaikille käytössä oleville lomakkeille vanhojen lomakkeiden pohjalta. Haasteita suunnitteluun tuotti vanhojen lomakkeiden eroavaisuudet. Joissakin lomakkeissa oli eri tietoja, kuten tavarantoimittajan nimi ja toisista lomakkeista tämä tieto puuttui. Osa tiedoista oli välttämätöntä ja osa taas sellaista, jota voi käyttää halutessaan.

Viikon viides kokonaisuus liittyi liikematkan suunnitteluun. Mielestäni matkan suunnittelu sujui hyvin ja tavoitteeni täytyivät sen osalta. Asiakaskäynnit, tapahtumat ja matkustaminen vaativat ennakkosuunnittelua, sillä niistä syntyy paljon kustannuksia. Samalle liikematkalle kannattaa sopia yhdistää ja sopia useita tapaamisia, jos se on mahdollista. (Pellinen & Leino 2017, 13.)

4.2 Seurantaviikko 2

Maanantai 20.8.

Viikon ensimmäinen tavoite oli palauttaa mieleen, miten kuljetustilauksia tehdään kotimaan tavarantoimittajille. Toinen tehtävä liittyi tapahtumaan, jossa olin viime toukokuussa. Myin asiakkaalle tapahtumassa olleet esittelytuotteet, eikä hän ollut maksanut niiden laskua muistutuksesta huolimatta.

Työpäivä ja toimistotiimin palaveri alkoi tilannekatsauksella, jossa kerroin viime viikolla aloittamieni tehtävien etenemisestä. Tilannekatsauksen jälkeen kävimme läpi tämän viikon tehtäviä ja tavoitteita, joista ensimmäinen oli kuljetustilauksen tekeminen tavarantoimittajalle. Kuorma odotti valmiina tavarantoimittajalla, joten tehtäväni oli täyttää tarvittavat tiedot kuljetusyhtiön tilausjärjestelmään ja lähettää kuljetusasiakirjat tavarantoimittajalle. Kuljetustilaukset tulivat tutuksi kevään työharjoitteluni aikana, joten asetin tavoitteekseni tehtävän hoitamisen mahdollisimman omatoimisesti.

Onnistuneen kuljetustilauksen jälkeen vuorossa oli maksamattoman laskun karhuaminen asiakkaalta. Viimeiseksi mainittu asiakas oli Tallinnan eläintarha. Olimme siellä viime toukokuussa esittelemässä tuotteitamme eläintarhojen vuotuisessa konferenssissa. Tapahtuman lopuksi sain luvan myydä esittelytuotteemme eläintarhalle, jotta säästyisimme tuotteiden uudelleen pakkaamisesta ja kuljetuksesta takaisin Suomeen. Tehtäväni oli selvittää maksamattomuuden syy, sekä saada maksu eräänytyneeseen laskuun. Otin yhteyttä eläintarhan edustajaan, joka toimi yhteyshenkilönäni konferenssin aikana. Kerroin maksamattomasta laskusta ja hän lupasi selvittää asian.

Puolenpäivän aikoihin sain toisen tehtävän, jonka parissa aloitin työskentelemään saman tien. Puolalainen eläintarha oli kiinnostunut yrityksen tuotteista ja tilannut testikappaleen. Tuotteeseen ei löytynyt entuudestaan käyttöohjeita kyseisellä kielellä, joten sain tehtäväkseni tilata puolankielisen käännöksen käyttöohjeille. Markkinointipäällikön ohjeiden mukaan olin yhteydessä käännöstoimistoon, joka on tehnyt suurimman osan yrityksen käännöstoista. Lähetin tarjouspyynnön yrityksen kantakäännöstoimistoon, josta sain paluupostissa tarjouksen. Tarjous oli hinnan ja toimitusajan puolesta sopiva, joten lähetin heille käännettävän asiakirjan.

Päivän viimeisen tunnin käytin marraskuun messujen suunnitteluun, johon hyödynsin koulussa käymäni messukurssin asioita. Etsin tietoa olennaisimmista messuihin liittyvistä asioista, kuten mainostaminen, kutsukirjeet sekä mainos- ja liikelahjat.

Tiistai 21.8.

Päivä alkoi messupalaverilla marraskuun messuihin liittyen. Yksi hallituksen jäsenistä tuli käymään toimistolla ja kävimme hänen kanssaan messuihin liittyviä valmisteluja läpi. Aamupalaverin tavoite oli ideoita yhdessä messuja, kirjata ylös tulevia toimenpiteitä ja aikatauluttaa messuihin liittyvät valmistelut. Messuvalmisteluiden aikataulutus jakautui kahteen ryhmään, heti tehtäviin asioihin, kuten messupaikan suunnittelijan etsiminen, sekä vähemmän kiireellisiin asioihin, kuten mainoslahjojen hankkiminen.

Ideointi palaverissa sujui todella hyvin ja keksimme monia toteuttamiskelpoisia ideoita, kuten yhtenäiset käyntikortit ja liivit. Tehtäväni oli kirjata palaverissa käytyt asiat ylös ja tehdä muistilista ennen messuja tehtävistä toimenpiteistä. Palaverin lopuksi esittelin viime viikolla valitsemani mainoskuvat hallituksen jäsenelle. Palaverin jälkeen sain tehtäväkseni raportoida joka maanantai messuvalmistelujen etenemisestä. Lounastauon jälkeen kirjoitin palaverin aikana tekemäni muistiinpanot puhtaaksi tietokoneelle ja lähetin markkinointipäällikölle kopion niistä.

Ensimmäinen messupalaverissa saamani tehtävä oli luonnoksen tekeminen messupaikasta, jota voisi hyödyntää messupaikkaa tarkemmin suunniteltaessa. Aamupäivän palaveri antoi paljon hyviä ideoita sen suunnitteluun, joten aloitin paikan luonnostelun saman tien. Tavoitteeni oli tehdä Powerpointiin kolmiulotteinen kuva messupaikasta ja asetella sinne alustavien suunnitelmien mukaan tuoteteline, pöytä sekä tuolit. Kolmiulotteinen kuva auttoi luomaan nopeasti eri variaatioita messutavaroiden asetteluvaihtoehdoista, sekä hahmottamaan tilankäyttöä. 16 neliömetrin messupaikka täyttyi loppujen lopuksi yllättävän nopeasti, joten opin miten suuri merkitys messutavaroiden oikealla asettelulla on.

Iltapäivän agendaan kuului messupaikan luonnostelun lisäksi kansainvälisen kuljetustilauksen varaaminen, sekä lomakepohjan suunnittelu tilausvahvistuksille. Tavoitteeni oli varata kuljetustilaus jälleen mahdollisimman omatoimisesti, sekä saada tilausvahvistuksen lomakepohja valmiiksi ennen työaikani päättymistä. Kuljetustilauksen tekeminen sujui suunnitelmien mukaan ja sain täytettyä sen omatoimisesti kerralla oikein. Sain tilausvahvistuksen lomakepohjan valmiiksi, sekä Wordilla, että Excelillä ennen työpäivän loppumista, joten pääsin päivän tavoitteisiin suunnitelman mukaan.

Osaamiseni kehittyi tänään erityisesti Powerpointin suhteen, sillä en ole ennen tehnyt kolmiulotteisia messupaikan suunnittelua kyseisellä ohjelmalla. Lisäksi yhdessä ideoinnin tärkeys palautui palaverin myötä jälleen mieleeni, sillä ilman palaveria saattaisin edelleen keskittyä epäolennaisiin yksityiskohtiin, ja samalla jättää jotain keskeisiä asioita huomioimatta.

Keskiviikko 22.8.

Päivän tavoitteeni oli suunnitella lasku- ja pakkalistapohjat sekä teetättää norjankieliset esitteet. Tiukasta aikataulusta johtuen markkinointipäällikkö pyysi minua kääntämään esitteet itse norjaksi ja lähettämään käännetyn version jälleenmyyjälle tarkastettavaksi. Toimin markkinointipäällikön ohjeiden mukaan ja sanakirjan avulla tehty käänös oli valmis ennen kahvitaukoa. Tämän jälkeen lähetin tekemäni käänöksen norjan jälleenmyyjälle korjattavaksi. Jälleenmyyjän mielestä tekemäni käänös oli hyvä, vaikka olin tehnyt sen kääntäjän avulla.

Varmistin markkinointipäälliköltä tilausmäärän ja tilasin hänen ilmoittaman sadan-kappaleen erän esitteitä.

Seuraava tavoitteeni oli saada lasku- ja pakkalistapohjat valmiiksi ennen lounas-taukoa. Tähän tavoitteeseen en ihan päässyt, sillä kyseiset lomakkeet piti tehdä sekä englanniksi että suomeksi. Pohjien valmistuttua luonnostelin tietokoneella marraskuun messujen pohjapiirrosta, johon oli tavoite suunnitella mahdollisimman pieni takahuone, kuitenkin niin, että sinne mahtuu juuri ja juuri pieni jää-kaappi sekä messuesittelijöiden tavarat.

Takahuoneen muotoon oli kaksi vaihtoehtoa, joista suorakulman muotoinen huone oli saanut eniten kannatusta. Pohjapiirrosten valmistuttua tein aikaansaannoksistani kolmiulotteiset kuvat, joilla testasin eri mainoskuvien sopivuutta seinäkuviksi. Löydettyäni parhaat kuvat esittelin ne markkinointipäällikölle sekä toimitusjohtajalle. Palaute kuvista oli positiivista, joten valitsimme kyseiset kuvat alustavasti messuseinien kuviksi.

Juuri ennen työpäivän päättymistä sain sähköpostin Tallinnan eläintarhasta. Yhteyshenkilön mukaan näytetuotteiden lasku oli hävinnyt. Yhteyshenkilö pahoit-teli tapahtunutta ja pyysi lähettämään uuden laskun postitse antamaansa osoit-teeseen. Päivitin vanhaan laskuun uuden maksupäivän ja lähetin sen annettujen ohjeiden mukaan uuteen osoitteeseen.

Päivän tavoitteet valmisuivat kohtalaisen hyvin ajallaan, vaikka en ihan pysynyt niissä lomakkeiden osalta. Sain luonnoksen pohjapiirroksesta valmiiksi. Lattia-tilan vähyys yllätti, joten messupaikan asettelua pitää vielä miettiä uudelleen. Lomakepohjia tehdessäni opin, että pääsee helpommalla, kun tekee uudet lo-makkeet alusta asti, niin ei tarvitse käyttää aikaa fonttien ja aseteluiden korjaa-miseen.

Torstai 23.8.

Päivän tavoitteeni oli löytää sopivan hintainen kääntäjä norjankielisille käyttö-ohjeille, joka pystyisi tekemään käännöstyön ennen Norjassa olevia messujen

alkua. Käyttöohjeiden kilpailutuksen jälkeen tavoitteeni oli jatkaa sopivien mainos- ja liikelahjojen etsintää. Aloitin työt lähettämällä tarjouspyynnön norjankielisestä käännösestä yrityksen vakiokäännöstoimistolle. Heidän antama tarjous oli yllättävän hintava, joten lähdin etsimään käännöstoimistoja, jotka tekisivät saman käännöksen halvemmalla laadusta tinkimättä. Lähetin tarjouspyynnön kaikkiin netistä löytämiini käännöstoimistoihin, joilta löytyi kyseisen käännösparin kääntäjiä.

Iltapäivällä olin suunnitellut etsiväni lisää potentiaalisia mainos- ja liikelahjoja messuille, mutta siihen varattu aika meni käännöstyön kilpailuttamisen parissa. Ensin vastasin käännöstoimistojen lähettämiin tarkentaviin kysymyksiin tarjouspyyntöihin liittyen. Seuraavaksi kirjasin ylös saamani tarjoukset vertailua varten, sekä ilmoitin tarjouksien antajille, milloin teemme käännöspäätöksen. Päivän päätteeksi valitsin sopivimmat kandidaatit, joilla hinta, laatu ja toimitusaika sopivat kyseiseen työhön parhaiten. Lopuksi listasin kääntäjien tiedot ylös myöhemmää käyttöä varten.

Kahvitauon jälkeen näytin markkinointipäällikölle löytämäni vaihtoehdot, joiden pohjalta valikoitui kaksi parasta käännöstoimistoa. Hyvistä vaihtoehdoista huolimatta päätimme tehdä käännöstilauksen vasta maanantaina niin, että loputkin kääntäjät ehtivät jättää tarjouksensa ennen lopullista päätöstä.

Päivän viimeisen tunnin vietin uuden sähköpostini parissa. Yritin lisätä yhteystietoni automaattisesti kirjoittamiini viesteihin, jotta minun ei tarvitsisi jatkossa kirjoittaa yhteystietoja aina erikseen. Kävin kaikki sähköpostin asetuksista löytyvät kohdat ja lopulta löysin etsimäni asetukset ja sain muokattua ne mieleisekseni. Tämän jälkeen tavoitteeni oli saada vanhat sähköpostikeskustelut näkyviin uuteen sähköpostiini. Tämä ei onnistunut useasta yrityksestä huolimatta. Onneksi saan jatkossa vanhaan sähköpostiini tulevat sähköpostiviestit suoraan uuteen sähköpostiini, joten tulevaisuudessa pärjään yhdellä sähköpostilla.

Kilpailuttamisen työläys yllätti, sillä siihen kului lähes koko päivä. Kilpailutuksen myötä saimme parempia tarjouksia, kuin mitä vakiokääntäjämme pystyi tarjoamaan, joten mielestäni tavoitteisiin päästiin ainakin hinnan osalta. Käännöstyön

lopputuloksesta ei pysty sanomaan ennen kuin käännös on valmis, joten lopullista onnistumista on mahdoton arvioida vielä. Tänäpäin opin miten kilpailuttaa käännöstöitä mahdollisimman tehokkaasti.

Aluksi selvitin kyseisten kieliparien kääntämisen mahdollisuutta käännös-toimistoilta ilman käännöstyön lähettämistä. Viisainta olisi ollut käännettävän työn lähettäminen heti alkuun, sillä monilla kesti vastata viesteihin monta tuntia, ja täten jouduin odottamaan viimeisiä tarjouksia pitkään. Lisäksi omaa työaikaä kului paljon täydentävien tietojen lähettämiseen, esimerkiksi toimitusajan suhteen. Jatkossa siis kannattaa antaa kaikki tiedot kerralla kääntäjälle, vaikka tiedoilla ei olisi olennaista merkitystä itselle.

Viikkoraportti

Toisen seurantaviikon pääteemoja oli marraskuun messujen suunnittelu, lomakepohjien päivittäminen sekä käännös-toimistojen kilpailuttaminen. Aloitin marraskuun messujen suunnittelun perehtymällä kutsukirjeisiin sekä mainos- ja liikelahjoihin. Liikelahjayrityksessä työskentelevän Antti Holmin mukaan henkilöstö- ja liikelahjoissa yleisin hintaryhmä on 25-50 euroa, mitä yritykset lahjoihin käyttävät. Holmin mukaan hinta ei ole ratkaiseva, vaan se, että lahja on mietitty tarkkaan ja se annetaan oikealla hetkellä. (Köngäs 2016.)

Lomakepohjat tulivat tutuiksi opiskelujen aikana, joten niiden tekeminen sujui omatoimisesti. Haastavinta oli saada lomakepohjaan kaikki olennainen tieto ja pidettyä kaikki teksti yhdellä sivulla, jotta pohjaa ei tarvitsisi tulostaa kahdelle sivulle. Tarjouspohjassa tulee kiinnittää huomiota tarjouksen rakenteeseen. Ensin tarjouksessa tulee näkyä sen sisältö, sen lisäksi tarvittaessa lyhyt esittely, miksi kyseinen tuote sopii asiakkaalle parhaiten. Sisällön lisäksi myytävien tuotteiden tai palveluiden hinta tulee näkyä selkeästi ja eriteltyinä. Maksuehdot, voimassaoloaika sekä kokonaishinta tulee myös olla selkeästi näkyvillä. (Nerot.fi 2020.)

Käännös-toimistojen kilpailuttamisen työläys yllätti, sillä useimmilla yrityksillä on erilaiset hinnoitteluperusteet eikä työn laadusta saa varmuutta ennen kuin on tehnyt tilauksen. Netistä olevilta keskustelupalstoilta löytyi sekä positiivista että

negatiivista palautetta kyseisistä yrityksistä, joten niiden perusteella en lähtisi tekemään päätöksiä. Lisäksi kilpailuttamisen kannattavuus mietitytti, sillä kilpailuttamiseen meni useampi työtunti ja säästö hinnassa näyttää jäävän kymmeniin euroihin. Toisaalta yritykseltä pitäisi löytyä muutama luotettava kääntäjä, joilta pystyy tilaamaan käännöksen lyhyelläkin aikavälillä.

Osa käännöstoimistoista antoi suoraan hinnan verkkosivuillaan, esimerkiksi sanamäärän, tarkkuuden ja kielivaihtoehtojen perusteella. Toiset kääntäjät puolestaan vaativat tekstin etukäteen, ennen kuin sain heiltä arvion hinnasta ja toimitusajasta. Katja Virtasen mukaan kilpailutuksen tarkoituksen pitäisi olla sopivan käännöstoimiston löytäminen kuhunkin tilanteeseen. Joskus sopivin voi olla halvin, kunhan tietää, mitä tilaa. Sama juttu nopeuden ja laadun suhteen. Laadukasta käännöstoimistoa etsiessä on tärkeä kiinnittää huomiota toimistojen laadunvarmistukseen, palveluprosesseihin ja projektinhallinnan osaamiseen. (Virtanen 2016.)

4.3 Seurantaviikko 3

Maanantai 27.8.

Viikon ensimmäinen tavoitteeni oli löytää sopiva kääntäjä norjankielisille käyttöohjeille sekä laittaa ohjeet käännätykseen eli tehdä käännöstilaus. Lisäksi tavoitteeni oli tehdä kaikki Puolan eläintarhan lähetykseen tehtävät valmistelut niin, että se olisi iltapäivällä valmis noudettavaksi. Kolmas tavoitteeni oli päivittää käyttöohjeisiin takuu- ja turvallisuusohjeet niiden maiden osalta, joista on tullut tilauksia.

Aloitin viikon sähköpostissani olevien käännöstarjousten parissa. Viikonlopun aikana loputkin kääntäjät olivat jättäneet tarjouksensa, joten sain viimeisteltyä tekemäni käännöstoimistojen vertailutaulukon. Esittelin kaksi parasta tarjousta jättäneet käännöstoimistot markkinointipäällikölle. Seuraavaksi sain tehtävän selvittää valitsemieni yritysten taustat ja asiakaspalautteet ennen tilausta. Palaute oli pääsääntöisesti hyvää, joten tein käännöstilauksen käännöstoimistolta, joka vaikutti hinnan ja arvioidun toimitusajan suhteen paremmalta vaihtoehdolta.

Tilauksen jälkeen tehtäväni oli asetella ja tulostaa juuri saamani puolankieliset käyttöohjeet. Työ oli valmis muutaman minuutin jälkeen, sillä asetellut olivat pysyneet käännöstyön aikana kutakuinkin kohdallaan. Seuraavaksi vuorossa oli muiden tarvittavien asiakirjojen tekeminen ja tarrojen tulostus lähetystä varten. Molemmat tehtävät olivat entuudestaan tuttuja, joten sain tehtyä ne oma-toimisesti ilman ongelmia. Valmiit asiakirjat ja tarrat toimitin pakkaamoon, jossa juuri valmistuneiden tuotteiden pakkaus oli jo aloitettu.

Sähköpostiini oli tullut vironkieliset takuu- ja turvallisuuskäännökset, joten jatkoin töitäni niiden parissa. Päivitin uudet käännökset vanhoihin käyttöohjeisiin ja tulostin uudet ohjeet uusia tuotteita varten. Kiireellisimpien töiden valmistuttua jatkoin töitäni lomakepohjien parissa. Kokeilin ensimmäistä kertaa tekemääni laskun lomakepohjaa oikean tilauksen merkeissä. Tilauslomake näytti oikein hyvälle ja sain sen mahtumaan pienellä viilauksella yhdelle A4-sivulle.

Seuraava toimenkuvani oli valokuvaajana toimiminen. Sveitsiläinen jälleenmyyjä oli kiinnostunut uudesta tuotemallista, jonka koe-erä oli juuri valmistunut. Tehtäväni oli ottaa valokuvia uusista tuotteista ja valmistella Powerpoint-dia, jossa olisi kuvien lisäksi tarkemmat tuotetiedot. Sain pakkaamosta uudet tuotemallistot ja asettelin ne kuvausta varten sopiville paikoille. Lähetin valmiin dian markkinointipäällikölle, joka välitti tiedoston sveitsiläiselle yhteistyökumppanillemme.

Iltapäivä meni tavanomaisten työtehtävien parissa eli kuljetustilauksia hoitaessa sekä tilattuja osia kirjatessa varastohallintajärjestelmään. Kuljetustilaus sujui liiankin rutiininomaisesti ja vasta tilausvahvistuksen saadessani huomasin laittaneeni lähetyksen korkeudeksi kolme senttimetriä kolmen metrin sijaan. Otin yhteyttä kuljetusliikkeen asiakaspalveluun ja he lupasivat korjata oikeat mitat rahtikirjaan.

Tiistai 28.8.

Uusasiakashankinta oli päivän sana. Päätimme markkinointipäällikön kanssa, että meillä olisi päivän päätteeksi vähintään yksi uusi jälleenmyyjäehdokas. Uusien jälleenmyyjien etsintä tuli tutuksi jo harjoittelujakson aikana, joten oli mukava päästä harjaannuttamaan taitoa entisestään. Tiedonhaun perusteita

hyödyntäen löysin neljästä eri maasta meille potentiaalisen jälleenmyyjän. Harjoittelujakson aikana toimitin löytämistäni yrityksistä tiedot markkinointipäällikölle, joihin hän oli yhteydessä. Tänään tehtäväni oli ottaa itse yhteyttä löytämiini yrityksiin.

Sain markkinointipäälliköltä pohjan, jota hän yleensä käyttää uusien jälleenmyyjien hankintaan. Malliviestiä hyödyntäen tein jokaiselle ehdokkaalle yksilöidyt viestit, joissa kerroin yrityksestämme, tuotteistamme ja kiinnostuksesta löytää jälleenmyyjä kyseiseen maahan. Liitin sähköpostiviesteihin myös tuotteesta tarkemmin kertovan videolinkin.

Päivän tavoite oli löytää vähintään yksi potentiaalinen jälleenmyyjäehdoka. Päivän päätteeksi niitä oli neljä, joten sen suhteen tavoitteeseen päästiin. Tavoitteeseen pääsyn lisäksi opin paljon lisää uusasiakashankinnasta, sillä etsimme koko päivän potentiaalisia yrityksiä yhdessä markkinointipäällikön kanssa sekä analysoimme löytyneitä yrityksiä.

Keskiviikko 29.8.

Tänään oli ensimmäinen etätyöpäiväni. Sain edellisenä päivänä tehtäväkseni kartoittaa Amerikan markkinoita ja siellä tulevia messuja. Yrityksen hallituksen kokouksessa oli päätetty kartoittaa Amerikan jälleenmyyjä, USA:n myynnin aloittamista on pohdittu jo pitkään. Ennen Amerikan markkinat ovat pelottaneet oikeusjuttuineen sekä muilla lainsäädännöllisillä asioilla. Lisäksi on odotettu tuotteiden kehityksen tasaantuvan niin, ettei suuria muutoksia tulisi enää.

Yrityksen yksi hallituksen edustaja on menossa lokakuun alussa Amerikassa oleville messuille. Tehtäväni oli käydä messujen osallistujalistaa läpi ja poimia sieltä lupaavia asiakkaita. Listalta löytyi monta potentiaalista jälleenmyyjäehdokasta, joten tein niistä nelikenttäanalyysin, johon keräsin yrityksistä omasta mielestäni tärkeimmät asiat. Muutamalla yrityksellä oli saman alan tuotteita myynnissä, joten heiltä löytyisi varmasti jo valmiiksi paljon potentiaalisia asiakkaita. Päivän tavoitteet täyttyivät mielestäni hyvin, sillä sain analysoitua kaikki suurimmat messuille osallistuvat amerikkalaisyritykset. Yritysten joukosta löytyi neljä yritystä, joihin mielestäni kannattaisi olla yhteydessä jo ennen messuja.

Torstai 30.8.

Tänään tehtäväni oli kartoittaa eri maiden käyttöohjetilanteet. Ensiksi kävin läpi kaikki toimistosta löytyneet printatut ohjeet ja lajittelin ne kielten mukaan. Seuraavaksi etsin kaikki tietokoneeltani löytyvät ohjeet ja kokosin ne kaikki yhteen kansioon. Päivitin kaikki ohjeet juuri tekemälleni käyttöohjepohjalle. Osa käyttöohjeiden tiedoista oli päivityksen tarpeessa, joten tein tarvittavat muokkaukset ennen varsinaisten ohjeiden tulostamista. Kokonaan puuttuvat käyttöohjeet ja niiden osat kirjasin ylös ja laitoin markkinointipäällikölle kyselyä niiden käännettävyydestä.

Käyttöohjeinventaarion jälkeen sain tehtäväkseni päivittää varastohallintajärjestelmään tuotteiden kiinnikkeet. Kiinnikkeet eivät ole ennen kirjautuneet järjestelmään automaattisesti, sillä niiden menekki on ollut suhteellisen vähäistä muihin tuotteisiin nähden. Loin varastohallintajärjestelmään kiinnikkeille omat välilehdet, joita käyttämällä kiinnikkeiden osat vähenevät automaattisesti varastosta.

Päivän ensisijainen tavoitteeni oli löytää ja päivittää kaikki käyttöohjeet ajan tasalle. Tämän jälkeen tavoitteeni oli tulostaa jokaisesta ohjeesta paperiversio ja koota ne yhteen kansioon. Saavutin tavoitteen löytyneiden käyttöohjeiden osalta. Joillakin kielillä löytyi vain muutaman tuotteen ohjeet, joten niiltä osin kansioni jäi puutteelliseksi.

Kiinnikkeiden lisääminen varastohallintaan ei mennyt suunnitelmien mukaan, sillä tavoitteeni oli automatisoida kiinnikkeiden lisääminen varastoon. Sain yhden version toimimaan, mutta siinä piti tehdä uusia välilehtiä yli 20 kappaletta. Välilehtien määrän kasvaessa järjestelmän käyttö vaikeutui niin paljon, että päätimme jatkaa kiinnikkeiden kirjaamista käsin järjestelmään. Tänään opin käyttämään Excel-pohjaista varastohallintajärjestelmään yhä paremmin, joten sen parissa vietetty aika ei mennyt hukkaan.

Viikkoraportti

Kolmannen viikon pääteemoiksi muodostui käyttöohjeiden päivitys ja uusasiakashankinta. Molemmat työtehtävät tulivat tutuiksi jo harjoittelun aikana, joten tavoitteeni oli suoriutua molemmista mahdollisimman omatoimisesti.

Käyttöohjeiden ajantasaisuus on elintärkeää turvallisuuden kannalta. Käyttöohjeiden lukeminen ja noudattaminen on asiakkaan vastuulla, mutta vahingon sattuessa korvausta haetaan ensisijaisesti tuotteen myyjältä ja valmistajalta. Tästä syystä käyttöohjeissa on erittäin tärkeä mainita, miten tuote tulee asentaa ja miten sitä saa käyttää. Näiden lisäksi on hyvä mainita, että ohjeiden vastaisella käytöllä vastuu siirtyy asiakkaalle, eikä tuotetakuu ole enää voimassa. Myyjä on velvollinen korvaamaan vahingon, joka syntyy tuotteesta, jolle ei ole annettu riittäviä käyttöohjeita (KKV 2017).

Uusia jälleenmyyjiä etsiessä pyrin löytämään yrityksiä, jotka ovat aktiivisia messukävijöitä. Tuotteiden myyminen on helpointa silloin, kun asiakas pääsee näkemään tuotteet luonnollisessa koossaan. Nykyaikaisessa markkinoinnissa on keskeisintä löytää oma asiakaskunta, jonka tarpeet, arvostukset ja ostokäyttäytyminen tunnetaan mahdollisimman tarkasti. (Bergström & Leppänen 2018, 13).

Etsinnän ohessa sain markkinointipäälliköltä loistavia vinkkejä hyvien yritysten tunnistamiseen. Aina suuret yritykset eivät ole paras mahdollinen jälleenmyyjä, sillä ne eivät välttämättä keskity tuotteen yksilöityyn markkinointiin riittävästi. Liian pienellä yrityksellä ei taas välttämättä ole tarpeeksi resursseja myyntiin ja markkinointiin, jotka ovat välttämättömiä menekin kannalta. Lisäksi yritykset, joilla on omaa tuotantoa saattavat olla huonoja jälleenmyyjiä, sillä ne usein keskittävät markkinoinnin omiin tuotteisiinsa.

Lisäksi yritys pitää olla helposti löydettävissä joko googlaamalla tai sosiaalisista medioista, mieluiten molemmista. Jo kauan on sanottu, että yritystä ei ole olemassa, jos sitä ei löydy Googlestä. Hyväkin tuote tai palvelu menettää ison osan myyntipotentiaalistaan, jos sitä ei löydy korkealta Googlen hakutuloksista. (etasku.fi 2016.)

Käyttöohjeiden ja uusasiakashankinnan lisäksi perehdyin Youtube-videoiden seurantaan. Youtuben käyttäjäprofiilin asetuksista pääsee seuraamaan omien videoiden katsomiskertoja. Lisäksi sieltä näkee missä maissa videoita on katsottu, milloin ja kuinka monta kertaa. Uusasiakashankintaa tehdessä lähetimme potentiaalisille jälleenmyyjille videolinkin, jossa kuvataan yhden tuotteen käyttöä. Jos videota ei ole katsottu kertaakaan kyseisessä maassa, niin on hyvä lähestyä yritystä sähköpostin lisäksi jollain muulla tavalla, esimerkiksi soittamalla. Jos videota on puolestaan katsottu monta kertaa, mutta viestiin ei ole vastattu, niin silloin on hyvä laittaa viestiä uudestaan tai soittaa ja kysellä tarkemmin mahdollisesta yhteistyöstä.

4.4 Seurantaviikko 4

Maanantai 3.9.

Viikon ensimmäinen tehtäväni oli luonnostella marraskuun messuille kutsut kaikille jälleenmyyjille. Tavoitteeni oli tehdä vähintään kolme erilaista luonnosta kutsuista, joista jokainen olisi suunniteltu yrityksen värimaailman mukaan. Lisäksi tavoitteeni oli tarkistaa, asetella ja tulostaa norjankieliset käyttöohjeet valmiiksi sekä toimittaa niitä tarvittava määrä pakkaamoon.

Aloitin päivän tekemällä kutsuluonnokset perinteisestä mallista sekä enemmän mainosmaisesta mallista. Olin saanut sähköpostiini yhdeltä hallituksen jäseneltä kutsuluonnoksen, jonka pohjaa hyödynsin omassa luonnoksissani. Kutsuluonnoksien valmistuttua kävimme ne yhdessä markkinointipäällikön kanssa läpi ja hioimme niiden pohjalta vielä yhden kutsun. Seuraavaksi mietimme yksilöityjen kutsujen lähettämistä jokaiselle jälleenmyyjälle erikseen.

Seuraavana puheenaiheeksi nousi logon lisääminen kutsuihin. Kävimme markkinointipäällikön ja toimitusjohtajan kanssa läpi luonnostelemani logoehdotukset. Logovaihtoehdoista mikään ei noussut ylitse muiden, joten lopulta yhteistuumin päädyimme jättämään logon pois kokonaan.

Palaverin jälkeen vuorossa oli norjankielisten käyttöohjeiden käännöstarkastus, asettelu, tulostaminen sekä valmiiden ohjeiden toimittaminen pakkaamoon. Käännöstarkkuus yllätti positiivisesti, joten pääsin melkein heti käsiksi ohjeiden asetteluun. Asettelu vei oman aikansa, sillä vanhojen käyttöohjepohjien kuvat alkoivat hyppimään ihmeellisesti, vaikka ne oli upotettu tiedostoon. En saanut kuvien asetteluvaihtoehdoilla kuvia pysymään paikalla, joten muokkasin manuaalisesti kuvat oikeille kohdilleen.

Iltapäivän agendaan kuului yrityksen verkkosivujen kehittäminen. Yhdenmukaistin ulkoasua parhaani mukaan sekä listasin ylös asioita, jotka kaipaavat päivitystä, esimerkiksi osa tuotekuvista on todella huonoja ja vanhoja. Kutsujen suunnittelussa vaikeinta oli vapaus tehdä omannäköinen kutsuluonnos. Haasteista huolimatta luonnokset valmistuivat aikataulussaan ja saimme hyvän pohjan viralliseen kutsuun, joten niiden osalta päivä onnistui hyvin. Luonnoksia analysoidessa opin paljon lisää kutsujen tekemisestä ja siitä mitä sisältyy hyvään kutsuun.

Norjankieliset käyttöohjeet lähtivät ajallaan matkaan, joten myös niiden osalta päivän tavoitteet täyttyivät. Logon suunnittelu ei puolestaan edennyt, vaikkakin yhdessä ideointi antoi uuden suunnan logon jatkokehittelylle. Verkkosivujen kehittämiseen ei ollut varsinaista tavoitetta tälle päivälle, joten mielestäni sekin eteni erittäin hyvin, vaikka kehitettävää riittää edelleen.

Tiistai 4.9.

Päivän ensimmäinen tavoitteeni oli saada eilen aloittamani kutsut valmiiksi ja lähettää ne jälleenmyyjille. Kutsujen jälkeen listalla seuraavana oli sopivien mainos- ja liikelahjoja miettiminen marraskuun messuille. Listan kolmas tehtävä liittyi marraskuun messujen osallistujiin. Tehtäväni oli kartoittaa kaikki potentiaaliset messuille osallistujat ja tehdä tarkat muistiinpanot niiden tuotevalikoimista, liikevaihdosta sekä yhteistyökumppaneista. Aloitin työni kutsujen parissa ja sain ne valmiiksi juuri ennen lounastauon alkua. Tauon jälkeen hyväksyin kutsut markkinointipäälliköllä ja lähetin ne jälleenmyyjille.

Kutsujen jälkeen vuorossa oli sopivien mainos- ja liikelahjojen miettiminen marraskuun messuille. Aloitin työrupeaman etsimällä netistä mainos- ja liikelahjatoimistoja. Etsintä tuotti neljä hyvää tulosta, yhden suuren verkkokaupan sekä kolme paikallista pienempää yritystä. Verkkokauppa oli ainoa, josta sain tuotteiden hinnat näkyviin. Mainos- ja liikelahjojen tarjonta yllätti täysin, sillä pelkkien mainoskynien eri malleja löytyi yli 100. Poimin tuotevalikoimasta tuotteet, joita itse olisi kiva saada lahjaksi messuilla. Lisäksi kysyin markkinointipäälliköltä, mitkä tuotteet kiinnostavat häntä eniten. Mielenkiintoisia tuotteita löytyi lopulta yli 20 kappaletta. Tein tuotteille vertailutaulukon ja listasin tuotteet valmiiksi tarjouspyyntöä varten.

Toinen tehtävä tälle päivälle oli marraskuun messujen osallistujalistaan tutustuminen. Messualueella on 26 messuhallia, joista jokainen on jaoteltu tuotteiden mukaan. Yritys on samassa hallissa muiden saman alan yritysten kanssa, joten sain rajattua etsinnän yhteen messuhalliin. Messuhallin jako auttoi yritysten analysointia, sillä suurin osa jälleenmyyjäkandidaateista löytyi saman katon alta. Tein muistiinpanot mielenkiintoisimmista yrityksistä ja valmistauduin esittelemään löytöni markkinointipäällikölle.

Päivän tavoitteet täyttyivät kohtalaisen hyvin. Kutsuista tuli tyylikkää ja ne saatiin lähetettyä aikataulun mukaan. Mainos- ja liikelahjojen mietinnän työläys yllätti totaalisesti. Ennen tätä minulla oli mielikuva muutamasta eri tuotteesta, joiden väliltä valitsisimme ja tilaisimme sopivat mainosmateriaalit ja lahjat. Parissa tunnissa ehdin käymään yhden yrityksen mainos- ja liikelahjoista vain pienen osan. Tavoite oli tutustua lahjatarjontaan ja se onnistui hyvin, joten senkin suhteen päästiin päivän tavoitteeseen. Marraskuun messujen osallistujiin tutustuminen sujui myös suunnitelmien mukaan, vaikka osallistujien kartoittamisen työläys yllätti, sillä eri yrityksiä löytyi yli 100 samasta hallista.

Keskiviikko 5.9.

Päivän ensimmäinen tehtäväni oli lähettää tarjouspyynnöt liikelahjayrityksille. Toisena tehtävälistalla oli jatkaa messulistan läpikäyntiä osallistujien osalta ja etsiä sieltä uusia jälleenmyyjiä sellaisista maista, joissa yrityksellä ei ole vielä

myyntiä. Kolmas tehtäväni oli tilausvahvistuksen, laskun, pakkalistan tekeminen puolalaiselle asiakkaalle.

Aloitin päivän marraskuun messujen osallistujalistan parissa, sillä halusin varmistaa markkinointipäälliköltä mainos- ja liikelahjat, joista kysyisin tarjoukset. Osallistujalitalta löytyi useampi yritys, johon olin törmännyt kevään työharjoittelun aikana. Tein löytämistäni yrityksistä taulukon, johon keräsin kaikki läpikäymäni yritykset ja tekemäni huomiot niistä. Esimerkiksi kuinka monta työntekijää yrityksestä löytyy, kuinka aktiivisesti he käyvät messuilla, sekä mikä on sosiaalisen median käyttöaste.

Kahvitauon jälkeen markkinointipäällikkö saapui toimistolle, joten pääsin esittelemään tekemäni mainos- ja liikelahjalistan. Hän poimi listalta omat suosikkinsa, joista sain luvan tehdä tarjouspyynnön. Lähetin tarjouspyynnöt kolmelle eri liikelahjayritykselle, joista ensimmäinen soitti takaisin puolen tunnin kuluttua. Langan toisessa päässä oli paikallisen liikelahjayrityksen myyjä, joka kutsui meidät mainos- ja liikelahjojen tuote-esittelyyn. Perjantai sopi markkinointipäällikölle ja tuote-esittelijälle, joten sovimme tapaamisen perjantaiamulle. Tapaamisajan varmistuttua sovimme tapaamisen yksityiskohtia, kuten mistä tuotteista halusimme erityisesti esittelyyn.

Päivän viimeisen tehtävän myötä pääsin käyttämään tekemiäni asiakirjapohjia tilausvahvistuksen, laskun ja pakkalistan myötä. Sain markkinointipäälliköltä asiakkaan yhteystiedot, joiden pohjalta sain tehtyä asiakirjat alusta loppuun täysin itsenäisesti.

Lähetin tarjouspyynnöt mainos- ja liikelahjoista suunnitelmieni mukaan ja sain sen myötä sovittua niiden esittelytilaisuuden, joten tavoitteet täyttyivät niiltä osin. Messujen osallistujalistan läpikäyminen eteni myös suunnitelmieni mukaan. Tilausvahvistus, lasku ja pakkalista valmistuivat myös ennen työpäivän loppumista, joten olen erittäin tyytyväinen töiden edistymiseen.

Torstai 6.9.

Tänään en saanut uusia työtehtäviä, joten päivän tavoitteeni oli tehdä aiemmin saamiani tehtäviä mahdollisimman pitkälle eteenpäin. Aloitin työskentelyn tilauslomakepohjan suunnittelulla. Tavoitteeni oli tehdä siisti ja selkeä tilauslomakepohja, jota olisi helppo käyttää. Ensiksi kävin läpi tietokoneeltani löytyvät vanhat pohjat, jotta osaisin laittaa lomakkeeseen kaiken olennaisen.

Seuraavaksi jatkoin mainos- ja liikelahjoihin perehtymistä ja yritin löytää uusia ja innovatiivisia liikelahjoja jälleenmyyjille. Etsinnän lomassa toisesta mainoslahjatoimistosta otettiin yhteyttä ja heidän edustajansa oli innokas pitämään tuoteesittelyä. Kieltäydyin kohteliaasti, sillä tiesin, ettei markkinointipäälliköllä olisi aikaa useampaan myyntiesittelyyn tällä hetkellä. Pyysin tarjouksen kyselemistäni tuotteista sähköpostiin, jotta voisin vertailla hintoja. Myös kolmannelta yritykseltä tuli kirjallinen tarjous iltapäivän kuluessa, joten sain aloitettua tuotteiden ja hintojen vertailun.

Tilauslomakepohja valmistui ajallaan, joten sain taas yhden asiakirjapohjan valmiiksi. Tämän osalta päivän tavoitteet onnistuivat. Mainos- ja liikelahjoihin perehtyminen ei tuottanut näkyvää tulosta, sillä yhtään juuri meille täydellistä tuotetta ei tullut vastaan. Tarjouksien myötä sain aloitettua vertailutaulukkoni tekemistä juuri sopivasti ennen vierailua mainoslahjatoimistossa.

Perjantai 7.9.

Perjantait ovat pääsääntöisesti olleet vapaita, mutta tänään halusin ihan mielenkiinnosta päästä käymään mainoslahjatoimistossa. Kysyin asiasta markkinointipäälliköltä ja se sopi hänelle oikein hyvin. Vierailun tavoite oli löytää sopivia mainoslahjoja messuille jaettavaksi, sekä hieman arvokkaampia tuotteita liikelahjoiksi jälleenmyyjille.

Liikelahjayrityksen toimitilana toimi omakotitalon päätyhuone, josta löytyi tuhansia erilaisia mainos- ja liikelahjoja. Ensiksi kävimme läpi tarjouspyyntölistallani olleet tuotteet, joista jokaisesta oli useampi eri malli tarjolla. Myyntiedustajan opastuksella saimme tutustua mainoskynien ihmeelliseen maailmaan. Edustaja sai mainoskynien valinnan kuulostamaan todella isolle jutulle kertoessaan kynien

grippien ja klipsujen eroista. Lähettämässäni tarjouspyynnössä olin kysynyt suosituslahjoja, joihin pääsimme tutustumaan seuraavaksi. Myyjän suosituslistalta löytyi tuotteita aina pyykkikoreista elektronisiin sytyttimiin.

Tiedustelin lahjojen soveltuvuudesta kansainvälisille jälleenmyyjille, sekä muilta asiakkailta saatua palautetta. Tähän en saanut selkeää vastausta, sillä liikelahjaryitys myy pääosin suomalaisille yrityksille, jotka toimivat suomessa. Markkinointipäällikön kiireellisen aikataulun takia hän joutui lähtemään reilun tunnin esittelyn jälkeen. Sain tehtäväkseni raportoida esittelyn mielenkiintoisimmat tuotteet sekä tehdä alustavan suunnitelman mainos- ja liikelahjojen hankinnasta.

Uusina tuotteina suosikkilistalleni pääsivät mikrokuituliina sekä pyyhe omalla tuotekuvalla. Painatuksen jälki oli todella laadukkaan oloinen ja tarkka. Otin kaikista mielenkiintoisista tuotteista kuvat markkinointipäällikön pyytämää raporttia varten. Vierailu liikelahjatoimistossa oli erittäin mielenkiintoinen ja antoi paljon uutta ajateltavaa. Lisäksi tuotteiden näkeminen ja hypistely selvensi monien tuotteiden sopivuutta liikelahjaksi. Esimerkiksi pyykkikori olisi logistisesti aivan liian hankala liikelahja.

Viikkoraportti

Neljännän seurantaviikon pääteemat olivat kutsujen tekeminen sekä vierailu liikelahjatoimistossa. Kutsujen tekeminen oli tuttua jo kouluajoilta, joten sen tekemiseen perusteet olivat hyvin hallussa. Haastavinta oli miettiä minkälainen kutsu sopisi parhaiten esimerkiksi sveitsiläiselle jälleenmyyjälle. Toinen polttava kysymys oli, että olisiko järkevää lähettää kaikille sama kutsu, vai jokaiselle yksilöllinen kutsu.

Hollménin mukaan hyvä kutsu on kuin Googlen mainos, lyhyt ja ytimekäs. Asia on hyvä tiivistää kolmeen lauseeseen, eikä niissä tarvitse kertoa kaikkea. Mitä enemmän tietoa kutsuun on ahdettu, sitä heikommin se ja sen sisältö jää lukijan mieleen. On myös tärkeä muistaa, ettei kutsu ole paikka, jossa kerrotaan kaikki tilaisuuteen liittyvät asiat. Kutsun tarkoituksena on herättää mielenkiinto. Ei kerrota kaikkea mahdollista tilaisuudesta. Mitä muistaa, mitä ottaa mukaan, minne

parkkeerata auto ja mitä ilmoittaa ilmoittauduttaessa ovat tietoja, jotka eivät kutsuun kuulu. Ne asiat käydään läpi myöhemmin. (Hollmén 2019.)

Kutsu pitää lähettää ajoissa. Liian usein kutsujen lähettäminen jää ihan viime tinkaankin, koska odotellaan vahvistusta johonkin epäolennaiseen asiaan, kuten tarkkaan ohjelmaan tai tarjoiluihin. Sinulle nämä asiat ovat tärkeitä, eivät osallistujalle. Osallistujalle on tärkeää saada kalenteriinsa aika tapaamista varten. Tilaisuuden tarjoilut eivät vaikuta osallistujamäärään tipan vertaa, vaan se että ehdit lähettää kutsun ajoissa. Hyvä kutsu kehottaa saajaansa toimimaan. Kutsu ei saa olla kuin postiluukusta saatu lähikaupan mainos, joka vain kertoilee, mutta ei kehoita. Se unohtuu todella helposti. (Hollmén 2019.)

Lisäksi hyvä kutsu on toistettavissa ja kohdennettavissa. Ei ole syytä huoleen, vaikka kukaan ei vastaisi kutsuusi. Alkuperäisen kutsun ollessa mielenkiintoinen, voit lähettää sen uudelleen kaikille heille, jotka eivät vielä ole kutsuusi reagoineet. Vältä häiritsemästä uusintakutsulla heitä, jotka ovat jo ilmoittautuneet tai ilmoittaneet esteestä. Lopuksi muokkaa kutsun sanomaa hieman ja kerro, että ilmoittautumisaikaa on enää vähän jäljellä tai paikkoja rajoitetusti. Kannusta toimimaan heti. (Hollmén 2019.)

Vierailu liikelahjatoimistossa oli erittäin hyödyllinen, sillä tuotteiden näkeminen ja hypistely auttoi tekemään päätöksiä useamman tuotteen osalta. Esimerkiksi osa harkintalistalla olleista liikelahjoista oli niin kookkaita, että niiden kuljettaminen messuille ei olisi järkevää. Lisäksi opin tunnistamaan laadukkaan ja tavallisen mainoskynän erot, joita voin hyödyntää jatkossa tuotteiden vertailuun. Kirjailija Eevan Tikan mukaan hyvä kuulakärkikynä luistaa, ei rasita kättä ja jälki on siistiä. (Ahjopalo 2015).

4.5 Seurantaviikko 5

Maanantai 10.9.

Viikon ensimmäinen tehtäväni oli uuden tuotetarran suunnittelu. Tein muutaman testivedoksen saamieni ohjeiden mukaan ja valitsin niistä parhaan tulostamista

varten. Tarra näytti oikein hyvälle myös tulostettuna. Tein vielä pientä hienosäätöä asettelun ja tarran kohdistuksen kanssa niin, että sain kuvan keskelle tarraa. Teetätin koe-erän kyseisiä tarroja ja toimitin ne pakkaamoon.

Ranskan aluekoordinaattorilta oli saapunut raportti jälleenmyyjien viimeisistä kuulumisista. Kävimme raportin markkinointipäällikön kanssa läpi ja pohdimme mihin suuntaan Ranskan alueen myyntiä olisi hyvä keskittää. Lounastauon jälkeen vuorossa oli käyttöohjeiden ja tuotetarrojen tulostaminen juuri saapuneeseen tilaukseen. Tulostin tarvittavan määrän käyttöohjeita sekä tuotetarroja ja toimitin ne pakkaamoon.

Perjantain liikelahjavierailun inspiroimana aloin suunnitella kuvaa ja tekstiä pyyhkeeseen. Tavoitteeni oli suunnitella sellainen tuotokuva, jota itse käyttäisin sellaisen saadessani. Tuskin kukaan haluaisi kuivata käsiään juorulehden kannelta näyttävään pyyhkeeseen, toisin sanoen kuva ei saisi olla liian mainosmainen. Lopulta tein kymmenisen eri versiota, joista kaikista löytyi yksi tyylikäs kuva yrityksen tuotteesta sekä ytimekäs slogan. Esittelin teokseni markkinointipäällikölle ja palaute oli positiivista.

Päivän tehtävät olivat innostavia ja niitä oli mielenkiintoista tehdä. Tuotetarran suunnitteluun sain vapaat kädet muutaman suuntaa antavan idean myötä. Mielestäni suunnittelu onnistui oikein hyvin ja olin tyytyväinen lopputulokseen. Tämän toimenkuvan osalta pääsin päivän tavoitteeseen.

Ranskan myynnin suunnitteluun ei ollut varsinaista tavoitetta, mutta olimme samoilla linjoilla markkinointipäällikön kanssa ja ideoinnin myötä sain paljon hyviä ideoita markkinointiin yleisesti. Käyttöohjeiden ja tarrojen tulostamisen osalta ei ollut erityisempää tavoitetta kuin tulostaa tarvittavat tiedostot ja se sujui aikataulun mukaan.

Tuotekuvan suunnittelu pyyhkeisiin sujui suunnitelman mukaan ja olin tyytyväinen lopputulokseen. Hyvistä pyyhkeistä huolimatta niiden käyttö jää vielä mieltämään, sillä en ole kuullut minkään yrityksen jakavan pyyhkeitä messuilla. Pyyhkeet sopisivat ehkä paremmin yrityslahjoiksi jälleenmyyjien luona vierailtaessa.

Päivän lopuksi tuntui sille, että olin saanut paljon aikaiseksi ja päässyt tavoitteisiin. Kehittämistä voisi olla mainosten suunnittelun saralla. Markkinointipäällikkö on useampaan otteeseen kehottanut kokeilemaan uusia vaihtoehtoja ja olemaan luova esimerkiksi mainoksia suunniteltaessa.

Tiistai 11.9.

Päivän tavoitteeni oli päivittää mainos- ja liikelahjojen vertailutaulukko uusimmilla tuote- ja hintatiedoilla sekä tilata pakkaamolle lisää kuumaliimapuikkoja. Näiden lisäksi sain markkinointipäälliköltä tehtävän vastata hänen saamaansa yritystä koskevaan kyselyyn.

Ensimmäiseksi vastasin markkinointipäällikön saamaa kyselyyn. Sähköpostin lähettäjä oli myynti- ja markkinointiosaaminen digiajassa -kurssin opettaja, joka etsi opiskelijoilleen harjoittelupaikkoja. Tätä varten hän oli lähettänyt potentiaalisille yrityksille kyselyä mahdollisesta harjoittelupaikasta, sekä keräsi yleistietoja yrityksistä, joiden avulla hän voisi esitellä yritykset opiskelijoilleen. Kysymykset koskivat pääosin tuotteiden myyntiprosessia sekä markkinointia. Vastailin kysymyksiin omien kokemusteni pohjalta. Lopuksi kerroin omasta harjoittelustani ja siihen liittyneistä työtehtävistä.

Yhdeltä liikelahjayritykseltä oli tullut odottamani tarkempi lista tuotteista ja niiden hinnoista, joten jatkoin töitäni niiden parissa. Päivitin liikelahjojen vertailutaulukkoa ja lisäsin soluihin värit, jotka näyttivät halvimmat vaihtoehdot vihreällä ja kalleimmat punaisella. Värijaottelun ansiosta taulukosta näkee yhdellä vilkaisulla halvimmat vaihtoehdot.

Seuraavaksi etsin mainos- ja liikelahjayritysten katalogeista muistilehtiöiden ja kalenterien hintoja, sillä olimme saaneet niistä tarjouksen yhdeltä uudelta mainostoimistolta. Lopuksi tein tähän mennessä saapuneiden tarjousten perusteella oman ehdotukseni tilattavista tuotteista ja tilausmääristä.

Varastonhallintajärjestelmässä kuumaliimapuikkojen sarake oli punaisella, mikä tarkoittaa kyseisten tuotteiden olevan lopussa. Kuumaliimapuikkojen osalta

varastotilanne on vain suuntaa antava, sillä liiman kulutus riippuu täysin pakkaajasta. Tämän johdosta kävin varmuuden vuoksi pakkaamossa laskemassa todellisen varastotilanteen. Inventaarion tulos oli lähes sama kuin varastonhallintajärjestelmän arvo. Ilmoitin tilanteen markkinointipäällikölle ja sain häneltä tehtäväkseni tilata lisää liimapuikkoja. Kyselin tarjoukset muutamasta yrityksestä ja sopivan myyjän löydyttyä tein tilauksen.

Päivän tavoitteet täyttyivät kyselyn ja kuumaliimapuikkojen osalta loistavasti. Sain lähetettyä vastaukset kyselyyn sekä laskettua todellisen liimapuikkojen määrän ja tilattua niitä lisää. Mainos- ja liikelahjojen osalta ollaan myös edistytty ja kohta päästään tekemään lopulliset päätökset ja tilaukset.

Keskiviikko 12.9.

Markkinointipäällikkö lähti Norjaan messuille, joten tehtäväni oli vastata toimiston ylläpitämisestä siihen asti, kunnes hän palaa. Viimeisessä toimistotiimi palaverissa olin saanut tehtävälisan, jota tehdä niin pitkälle kuin ehdin. Lisäksi markkinointipäällikkö lupasi lähettää sähköpostiini uusia tehtäviä, joita tulee mieleen viikon aikana. Sähköpostista löytyi heti ensimmäinen uusi tehtävälisa. Ensimmäinen tehtäväni oli tarkistaa yhden asiakkaan luottotiedot lähetystä varten sekä tilata kuljetus hänen tekemälleen tilaukselle.

Tarkistin vakuustiedot markkinointipäällikön ohjeiden mukaan. Ne olivat kunnossa, joten välitin tiedon markkinointipäällikölle ja aloitin valmistelemaan lähtevää tilausta. Kilpailutin kuljetustilauksen ja tein tarvittavat asiakirjat ja tulosteet tilauksen lähettämistä varten. Kävin messulistaa alkuviikosta läpi ja sieltä nousi muutama jututtamisen arvoinen jälleenmyyjäkandidaatti. Jatkoin tänään listan läpikäyntiä ja sieltä löytyi vielä muutama mielenkiintoinen yritys, joista laitoin markkinointipäällikölle lisätietoa sähköpostilla.

Sain tänään tehtyä useamman jo pidempään tehtävälisalla olleen asian, joten olen tyytyväinen töiden etenemiseen. Viimeisimpään tilaukseen liittynyt luottotiedon tarkistus meni myös hyvin, vaikka en ennen ollut tehnyt kyseistä toimenpidettä. Kuljetuksen kilpailutus sujuu omatoimisesti ja osaan nykyään itse päättellä milloin kilpailutus kannattaa.

Torstai 13.9.

Toimistossa oli hiljainen päivä, sillä markkinointipäällikkö oli Norjassa messuilla ja toimitusjohtaja kaupungilla kokouksessa. Hyödynsin sen kyselemällä tarjouksia liike- ja mainoslahjoista. Ensimmäiseksi pyysin tarjouksen mainospipoista tuotemerkin logolla, sillä se oli hankintalistan kärkipäässä. Sain kaikilta erilaisen tarjouksen, joten hintojen vertailu vaati jatkokysymyksiä liikelahjayrityksiltä, vaikka olin maininnut haluavani pipot logon kanssa. Jatkokysymyksien myötä sain suuntaa antavan vertailutaulukon valmiiksi.

Yhdeltä eurooppalaiselta jakelijalta tuli kyselyä uudesta testauksessa olevasta tuotteestamme, ilmoitin asiasta markkinointipäällikölle, joka käski kääntymään toimitusjohtajan puoleen. Toimitusjohtaja ilmoitti tuotteiden olevan edelleen testauksessa, joten niiden tilaaminen onnistuu vasta loppuvuodesta. Välitin tiedon jakelijalle, jonka jälkeen jatkoin sopivien mainos- ja liikelahjojen etsintää tulevia messuja varten.

Työpäivä läheni loppuaan eikä eilen tilaamastani kuljetuksesta ollut kuulunut mitään. Soitin kello 16 kuljetusyhtiölle, sillä silloin viimeistään auton piti noutaa lähetys. Auto oli kuulemma tulossa tänään, mutta tulisi yli tunnin aikataulusta myöhässä. Pakkaamon työntekijöiltä loppui työpäivä kello 16, joten minun vastuulleni jäi rekan lastaaminen. Toimitusjohtaja oli vielä toimistossa, joten kysyin häneltä lastausohjeita. Toimitusjohtaja ilmoitti työskentelevänsä toimistolla auton saapumiseen asti ja lupasi hoitaa lastauksen, joten pääsin lähtemään ajallani kotiin.

Mainos- ja liikelahjojen vertailutaulukko täydentyi pipojen osalta, joten olen tyytyväinen töiden edistymiseen. Sain selvitettyä ja vastattua jakelijan kysymykseen sekä pidettyä toimistoa pystyssä omatoimisesti, ilman että minun olisi tarvinnut soittaa markkinointipäällikölle, joten tavoitteet täyttyivät siltä osin. Eilen tilaamani kuljetus tuotti haasteita, sillä kuljetusauto ei saapunut ajallaan. Olin luvannut markkinointipäällikölle huolehtia paketin lastauksesta, joten kuljetuksen viivästyminen oli aiheuttaa haasteita, sillä en ole ikinä käyttänyt päältä ajettavaa trukkia.

Viikkoraportti

Viidennen viikon pääteemoja oli tuotetarran ja -kuvan suunnittelu sekä uusasiakashankinta. Näiden lisäksi liikelahjojen etsintä ja vertailu jatkui. Tuotetarran suunnitteluun olin saanut suuntaa antavat ohjeet ja niiden pohjalta aloitin työkentelyn. Kokeilemalla ja tekemällä luonnoksia sain tehtyä mielestäni sopivan tarran, vaikka aihealue ei ollut minulle entuudestaan tuttu.

Uusasiakashankinta oli puolestaan tuttua, mutta sitäkin tehdessä oppii aina uutta. Esimerkiksi maakohtaiset erot hyvien jälleenmyyjien osalta ovat erittäin suuret. Joistain maista löytyy useampi erittäin potentiaalinen jälleenmyyjä ja toisista maista ei löytynyt yhtään hyvää, vaikka yritysten kokoluokat ja liikevaihdot olivat lähes samat. Asiakkaiden ryhmittelyssä on tärkeintä niiden toimivuus käytännössä. Mikäli ryhmittelyä ei voi hyödyntää käytännön myynnissä ja uusasiakashankinnasta, niin kannattaa luoda asiakasprofiilit. Tämä tarkoittaa käytännössä asiakkaiden ryhmittelyä heidän saamansa hyödyn tai tarjotun ongelmanratkaisun perusteella. Asiakasprofiilia luotaessa on hyvä miettiä, kuinka paljon ja mitä asiakkaista tulee tietää. Yleensä se mikä toimii, on myös riittävää. (Selin & Selin 2015.)

Lähettämäni lista messuilla olleista yrityksistä saapui liian myöhään markkinointipäällikölle, sillä hän oli jo ehtinyt lähtemään messuilta ennen listan avaamista. Tästä huolimatta messut olivat onnistuneet hyvin. Käyttöohjeita tulostaessani mietin tuotannon tehokkuutta ohjeiden tekemisen ja tulostuksen suhteen. Tällä hetkellä kyseisen maan ohjeet tulostetaan vasta, kun sieltä on tullut tilaus. Periaatteessa ohjeita voisi tulostaa ennakkoon, mutta sitä on vältelty tuotekehityksen johdosta. Tarroja voisi teetättää isompia eriä kerralla, mutta niidenkin suhteen taloudellinen ja ajallinen hyöty on kohtalaisen pieni, joten niihin keskittyminen ei ole vielä ajankohtaista.

Tällä viikolla opin mainos- ja liikelahjoista sen, että tuotteen tilaaminen painatuksella ei ole niin yksinkertainen asia kuin oletin. Logon teetättämiseen on useita eri vaihtoehtoja ja kaikilla on eri hinnoittelutavat. Mainos- ja liikelahjojen maailma käy joka päivä tutummaksi ja tuotteiden vertailu alkaa myös helpottumaan. Tästä huolimatta päätöksenteko ei ole helppoa, sillä vertailussa pitää ottaa huomioon

esimerkiksi painolaattakulut, joista kaikki yritykset eivät mainitse sanaakaan, ennen tilauksen tekemistä.

4.6 Seurantaviikko 6

Maanantai 17.9.

Päivän ensimmäinen tavoite oli miettiä jälleenmyyjille sopivia liikelahjoja. Toinen tehtäväni oli suunnitella ruotsalaiselle jälleenmyyjälle mainosote. Markkinointipäällikkö palasi juuri messuilta, joten aloitimme päivän messukuulumisilla. Messukuulumisten jälkeen kävimme toimistoasioita läpi sekä aloitimme sopivien yrityslahjojen etsinnän jälleenmyyjille. Markkinointipäällikölle oli suositeltu kietaisupyyhettä liikelahjaksi, joten sain tehtäväkseni selvittää mistä niitä saa, minkä värisinä sekä mihin hintaan.

Aloitin työpäivän käymällä läpi kaikkien vanhojen liikelahjayritysten tuotekuvastot sekä lähettämällä sähköpostia niihin yrityksiin, joilta ei löytynyt kaikkia kuvastoja nettisivuilta. Lopulta löysin yhden yrityksen, jonka valikoimasta löytyi kyseinen pyyhe. Pyyhkeeseen oli saatavilla oma kuva tai teksti brodeerattuna. Lähetin yritykselle kyselyn hinnasta, toimitusajasta sekä minimiuserästä. Muutaman tunnin kuluttua sain tarjouksen, sekä tarkempia kuvia heidän tekemistään pyyhebrodeerauksistaan.

Kävimme tarjouksen läpi markkinointipäällikön kanssa ja se vaikutti hyvälle. Pohdimme vielä pyyhkeen soveltuvuutta liikelahjaksi ja tulimme siihen lopputulokseen, että se on lopulta ehkä hieman liian skandinaavinen juttu ja sidonnainen saunakulttuuriin. Seuraavana vuorossa oli mainoksen tekeminen Ruotsin jälleenmyyjälle. Hyödynsin suomen- ja englanninkielistä mainospohjaa ja tein niiden pohjalta ruotsinkielisen esitelehaisen. Vanhasta painetusta esitteestä löytyi esitetekstit, joten kirjoitin ne käsin koneelle uutta mainosta varten. Esitteen valmistuttua jatkoin vielä liikelahjojen etsintää.

Mainos Ruotsin jälleenmyyjälle valmistui ajallaan, joten sen osalta pääsin päivän tavoitteeseen. Ruotsinkielisen tekstin kirjoittaminen vanhasta mainoksesta oli melko työlästä, sillä en ollut kirjoittanut ruotsiksi pitkään aikaan. Lisäksi teksti piti

tarkistaa useaan otteeseen kirjoitusvirheiden varalta. Tänään opin miettimään liikelahjan sopivuutta useasta eri näkökulmasta. Sen lisäksi hyvän liikelahjan valitseminen tuntuu sitä haastavammalle, mitä enemmän eri liikelahjoihin tutustuu.

Tiistai 18.9.

Tiistain tavoitteisiin kuului ruotsinkielisten takuu- ja turvallisuusohjeiden päivitys sekä mainoslahjoista kuulakärkikynien tilaaminen. Aloitin päivän takuu- ja turvallisuusohjeiden parissa. Ensimmäinen tehtäväni oli lähettää uudistetut takuu- ja turvallisuusohjeet kääntäjälle ruotsinkielistä käännöstä varten. Laitoin ensin asettelun kohdilleen ja päivitin kappalemääräiset muutokset sekä muut uudistukset, jotka pystyivät tekemään ilman uutta käännöstä.

Takuu- ja turvallisuusohjetta odotellessani aloitin päivän toisen tehtävän, joka oli mainoskynien tilaaminen. Olin saanut liikelahjayrityksestä mallivedoksen sähköpostiini, josta näki miltä painatus näyttäisi tilaamallamme logolla. Näytin vedoksen markkinointipäällikölle ja sain häneltä luvan tilata mainoskyniä 500 kappaaleen erän. Ennen tilauksen lähettämistä varmistin myyjältä vielä hinnan, sillä yrityksemme on aiemmin tilannut samoja kyniä samalla painatuksella, joten painolaattakuluja ei pitäisi tulla enää uudestaan. Lähetin tilauksen ja jatkoin juuri kääntäjältä tulleiden takuu- ja turvallisuusohjeiden parissa. Käännöstarkkuus vaikutti erittäin laadukkaalle ja tarkalle, joten sain uudistetun ruotsinkielisen käyttöohjeen yllättävän nopeasti valmiiksi.

Iltapäivän viimeisen tunnin etsin ja vertailin mainoslahjoja, joita voisi jakaa messuilla kuulakärkikynien lisäksi. Kangaskassit ja RFID-korttikotelo vaikuttavat tällä hetkellä potentiaalisilta vaihtoehdoilta. Päivälle asetetut tavoitteet täyttyivät suunnitelmien mukaan. Sain päivitettyä ja tulostettua ruotsinkieliset käyttöohjeet omatoimisesti. Mainoskynien tilaaminen ja siihen liittynyt sähköpostittelu meni rutiininomaisesti. Tänään huomasin tekeväni yhä omatoimisemmin päätöksiä kuin ennen. Lisäksi turha asioiden varmistaminen on jäänyt vähäisemmäksi tilanteissa, joissa voisin tehdä päätöksen itse.

Keskiviikko 19.9.

Saapuessani töihin pöydällä odotti uusi reititin lapun kanssa, jossa luki asenna. Ensimmäinen tavoitteeni oli asentaa uusi reititin ennen markkinointipäällikön saapumista. Markkinointipäällikkö oli aamupäivän kokouksessa, joten toimin hänen jättämien ohjeiden mukaan. Laitoin uuden reitittimen seinään ja se näytti toimivat saman tien. Hetken kuluttua yhteys kuitenkin katkesi ja yritin parhaani mukaan löytää ohjeista syytä laitteen toimimattomuuteen.

Tein kaiken ohjeiden mukaan, mutta laite ei alkanut toimimaan. Markkinointipäällikkö saapui kokouksesta ja kehotti olemaan myyjään yhteydessä. Soitin myyjälle ja sain häneltä verkkotuen numeron. Verkkotuen asiantuntija ei tuntunut olevan perillä laitteen asennuksesta. Hän toisti samat asiat, jotka olin jo tehnyt kertaalleen. Tämä oli kuulemma ensimmäinen kerta, kun jollain oli kyseisen laitteen asennuksen kanssa ongelmia. Kävin vielä kertaalleen ohjeet läpi ja löysin laitteen pohjasta uuden tunnusnumeron, jota en ollut aiemmin huomannut. Kyseisellä koodilla sain lopulta asennuksen valmiiksi ja reitittimen toimimaan.

Markkinointipäällikkö on lähdössä pian ranskaan messuille, joten sain tehtäväkseni aloittaa mainoksen suunnittelun Ranskaan. Tein mainoksesta kaksi eri versiota paikallisten jälleenmyyjien tiedoilla ja tulostin niistä mallit markkinointipäällikön työpöydälle. Seuraavaksi jatkoin sopivien mainoslahjojen etsintää marraskuun messuille. Kahvitauon jälkeen tein markkinointipäällikön hyväksymästä mainoksesta painotilauksen.

Tämän jälkeen tilasin löytämältäni mainoslahjatoimistolta ilmaiset näytekappaleet kahdesta RFID-korttikotelosta, kangaskassista sekä myyjän omavalintaisista suosikkikarkeista. Mainostoimistosta tuli nopea vastaus, jossa ilmoitettiin toisen korttikotelon olevan hetkellisesti loppu tuotevarastosta. Valitsin loppuneen kotelon tilalle toisen mallin ja annoin myyjälle lähetystiedot. Seuraava tehtäväni oli tehdä tarjouspyyntö rahtihinnastosta kuljetusyhtiölle. Täytin kuljetusyhtiön sivuille lähetyksen tiedot ja jäin odottamaan tarjousta.

Iltapäivän viimeiset tuntini oli varattu alustavasti liikelahjojen etsintään kaupungilla. Suunnitelma kuitenkin muuttui, kun markkinointipäällikkö halusi minun olevan paikalla iltapäivän kokouksessa kuljetusliikkeen edustajien kanssa. Kokouksen ohessa päivitin nettisivuille uudet jälleenmyyjämme sekä yhdenmukaistin jakelijoiden tietoja. Muun muassa sain lisättyä jälleenmyyjien tietojen viereen Google Maps -kartan, joka näyttää yrityksen toimipisteen sijainnin kartalla.

Reitittimen asennus ei mennyt suunnitelmien mukaan, mutta onneksi lopulta sain sen toimimaan. Jatkossa pitää lukea käyttöohjeet kohta kohdalta huolellisesti läpi. Mainosten suunnittelu sujui ongelmitta ja niiden teko sujuu jo rutiininomaisesti. Päivän muut tehtävät onnistuivat myös ja pääsin kehittymään jo tuntuiksi tulleissa tehtävissä.

Torstai 20.9.

Torstain ensimmäinen tavoite oli tehdä ja lähettää tarjous Itä-Eurooppalaiselle yritykselle, joka oli kiinnostunut tuotteistamme. Toinen tavoite oli selvittää marraskuun messujen lippuhintoja vierailuille jälleenmyyjille. Kolmas tavoitteen liittyi liikelahjojen etsintään, nimittäin markkinointipäällikkö oli pyytänyt minua tutustumaan kaupungilta löytyvien kivijalkamyymälöiden lahjatuotteiden tarjontaan.

Aloitin työpäivän tekemällä tarjouksen Itä-Eurooppalaiselle yritykselle. Ennen tarjouksen lähettämistä sain markkinointipäälliköltä tehtäväkseni tutustua kyseiseen yritykseen ja selvittää heidän liikevaihtonsa sekä myyntialueensa. Yritys vaikutti potentiaaliselle jälleenmyyjälle, sillä heidän tuotevalikoimastansa löytyi saman alan tuotteita. Lähetin tarjouksen ja kilpailutin rahtihinnat kyseiseen maahan mahdollisen tilauksen varalta.

Yksi jälleenmyyjä oli lähettänyt sähköpostia marraskuun messujen lipuista ja niiden hinnoista. Messusivuilta löytyi monta eri hinta lipuille, joten otin kaikista löytämistäni hinnoista kuvankaappaukset jatkoselvittelyä varten. Lisäksi selvitin mitä näytteilleasettajan messupakettiin kuului. Yksi liikelahjaidea oli muistio yrityksen tiedoilla ja kuvilla. Tein alustavat luonnokset messuille valittujen kuvien pohjalta ja muokkasin ne yhteensopiviksi muistion koon mukaan.

Ilmapäivästä sain tehtäväkseni etsiä sopivia liikelahjoja Joensuusta. Kohteina olivat Taitokortteli, Carlson sekä Sokos. Taitokorttelissa löytyi eniten omaperäisiä lahjaideoita, mutta mitään täysin messuille sopivaa liikelahjaa ei tullut vastaan. Otin mielenkiintoisimmista tuotteista kuvat markkinointipäällikölle. Carlsonin valikoimasta en löytänyt muita potentiaalisia liikelahjaideoita kuin Fiskarsin tuotteet. Sokoksella päätin kysyä suoraan myyjältä, mitä Suomessa valmistettuja tuotteita heillä olisi, jotka soveltuvat liikelahjoiksi. Myyjä luetteli joukon suomalaisia laadukkaita lahjaideoita, joiden perään hän totesi kaikkien valmistusmaiden olevan ulkomailla. Joitakin Suomessa valmistettuja kylpytuotteita löytyi, joten otin niistä kuvat markkinointipäällikölle.

Päivän tavoitteet täyttyivät osittain. Sain lähetettyä tarjouksen sekä selvitettyä yritykseen liittyvät tiedot. Lippujen hintoja löytyi useampi, joten joudun vielä selvittämään tarkemmin mistä lipuista on kyse. Lisäksi markkinointipäälliköltä pitää tarkistaa, kuinka monta lippua meidän yrityksemme tarvitsee itse ja kuinka monta voimme antaa jälleenmyyjille. Liikelahjojen etsintä kaupungilla sujui hyvin, vaikka en löytänyt yhtään täydellistä liikelahjaidea. Se voi myös johtua siitä, että mietin jokaisen tuotteen kohdalla sen hyödyllisyyttä, jos itse saisin kyseisen tuotteen lahjaksi.

Viikkoraportti

Kuudennen viikon teemat pyörivät mainos- ja liikelahjojen ympärillä sekä mainosten parissa. Lisäksi aloitin selvittämään marraskuun messujen lippuasioita. Maanantaina oli tarkoitus etsiä sopivia liikelahjoja jälleenmyyjille. Ensin selvitin markkinointipäällikölle suositellun kietaisupyyhkeen saatavuutta ja toimivuutta liikelahjaksi. Pyyhe ei lopulta vakuuttanut, joten jatkoin liikelahjojen etsintää muiden tuotteiden osalta. Loppuviikosta kävin kaupungilla etsimässä ideoita kivijalkamyymälöistä. Tarjonta oli kohtalaisen hyvää, mutta esimerkiksi Suomessa valmistettuja tuotteita oli erittäin vaikea löytää.

Mainosten tekeminen sujui hyvin, sillä niitä on tullut tehtyä säännöllisesti ja pystyn hyödyntämään aiemmin tekemiäni pohjia uusiin mainoksiin. Vieraskielisten mainosten kanssa saa olla tarkkana, sillä käännökset on laitettava juuri oikeille

paikoilleen, että mainoksesta saadaan laadukkaan oloinen. Lisäksi vieraskielisten mainoskäännösten haaste on se, että niiden tarkastaminen mahdollisten käännös- tai kirjoitusvirheiden osalta on haastavaa, jos ei osaa kyseistä kieltä.

Mainosta tehdessä on tärkeä tehdä mainoksesta yritystä kuvaava. Jos et myy luksustuotteita vaan jotain arkista, niin esitteen ei tarvitse olla luksusesite. Luksusesite saattaa luoda ostajalle mielikuvan kalliista tuotteesta, vaikka se ei sitä olisikaan. (Computer Art Staff 2019.)

Hyvä mainos erottuu joukosta. On hyvä kysyä itseltään, mikä saa potentiaaliset asiakkaat ostamaan juuri sinulta, eikä joltain kilpailijalta. On hyvä palauttaa mieleen USP eli Unique Selling Proposition, ainutlaatuinen myyntiväittämä. USP haastaa miettimään, miksi myymäni tuote on parempi kuin kilpailijan ja miten saan myös ostajan vakuuttuneeksi siitä. (Mentis 2017.)

Tällä viikolla aloitin marraskuun messujen lippuasioiden selvittelyn yhden jälleenmyyjän kyselyn myötä. Jälleenmyyjä tiedusteli meidän kauttamme ilmaislippuja tapahtumaan. Selvitin messujen järjestäjän nettisivuilta hintoja ja löysin useamman eri hinnan, joten ensi viikolle jää vielä selvitetävää, kenelle mikäkin lippu kannattaa hankkia.

4.7 Seurantaviikko 7

Maanantai 26.9.

Aloitin työpäiväni selvittämällä messulippujen hintoja. Laitoin viime viikon keskiviikkona sähköpostia messuportaaliin, jotta saisin tietää, kuinka monta lippua kuuluu näytteilleasettajalle. Vastaus oli viimein saapunut sähköpostiini. Kolme ilmaislippua koko tapahtuman ajaksi sisältyi 16 neliön messupaikkaan. Lisäliput 48 euroa netistä tai 54 euroa paikan päältä. Päivälippu netistä 22 euroa ja 27 euroa paikan päältä ostettuna.

Kalenterini mukaan tänään on se päivä, jolloin tehdään viralliset päätökset mainos- ja liikelahjoista. Alun perin päätökset piti tehdä maanantaina, mutta silloin

olin estynyt tulemaan töihin ja markkinointipäällikkö halusi minun olevan paikalla päätöksiä tehdessä, joten päivää siirrettiin tälle päivälle. Esittelin tekemäni vertailutaulukon ja sen pohjalta teimme päätökset. Ensimmäiseltä yritykseltä tilasimme meille varavirtalähdepaketin. Virtalähteiden kylkeen painatettiin yrityksen nettisivujen osoite. Toiselta mainoslahjojen myyjältä tilasimme ohuita pipoja, joihin tuli brodeerauksella tuotemerkin logo.

Mainoslahjojen suhteen päätimme säästää ja jätimme tilaamatta pitkään mietinnässä olleet kalenterit sekä muistiot. Lopulta jätimme myös messukassit kokonaan pois ja päätimme, että jo tilatut mainoskynät sekä karkkitukusta tilatut suklaat saisivat riittää tällä kertaa. Ranskan aluekoordinaattorilta tuli pyyntö Ranskan jälleenmyyjän esitteistä, joten aloitin seuraavaksi työskentelyn niiden parissa. Tämän jälkeen tein mainoksen kotimaan jälleenmyyjälle, jolla oli messut tulossa. Toinen kotimainen jälleenmyyjämme päätti lopettaa toimintansa kokonaan, joten tämän myötä kotimaan myyntiä ja markkinointia pitää suunnitella uudelleen.

Tämän päivän tavoite oli saada viimeiset päätökset mainos- ja liikelahjoista sekä tilata päätöksen mukaiset tuotteet. Päätökset tehtiin ja sain lähetettyä kaikki tilaukset ajallaan, joten näiden osalta pääsin tavoitteisiini. Ranskan esitteistä sain ensimmäisen version valmiiksi ja lähetin sen aluekoordinaattorille. Mainos kotimaan jälleenmyyjälle tuli valmiiksi, mutta en ehtinyt tarkistaa sitä mahdollisten virheiden osalta, joten päätin viimeistellä sen seuraavana päivänä.

Torstai 27.9.

Tänään sain tehtäväkseni perehtyä QR-koodien ihmeelliseen maailmaan, sillä tarkoituksemme on hyödyntää QR-koodeja mainonnassa. Netistä löytämäni sivusto tarjosi mukautettuja QR-koodeja ja niiden käyttöön 14 päivän ilmaisen kokeilujakson. Kokeilin linkittää yrityksen mainoksen QR-koodilla luettavaksi. Lopputulos yllätti positiivisesti laadukkaan mobiilioptimoinnin ansiosta. Esittelin QR-koodimainokseni markkinointipäällikölle ja sain luvan testata niiden tulostamista tarrapohjalle. Tarravarastosta löytyi kuin tilauksesta sopivan kokoisia tarroja, joihin kokeilin tulostaa koodeja. Tulostusjälki oli hyvä ja koodeja pystyi lukemaan vaivattomasti kaikilla muilla paitsi markkinointipäällikön henkilökohtaisella

puhelimella. Muutaman lukuyrityksen jälkeen oli todettava hänen puhelimensa olevan liian vanha QR-koodien lukemiseen.

Kokonsa puolesta tarroille tulostetut koodit olivat täydellisen kokoisia, sillä ne mahtuvat juuri sopivasti esimerkiksi käyntikortin taakse. Koodien käyttöön liittyy myös ekologinen puoli, sillä nyt mainos kulkee tarrana käyntikortin takana tai valmiiksi luettuna älypuhelimien välilehdellä. Näiden etujen lisäksi sivustolta, jolla teetätin koodit, saa käyttöönsä markkinoinnin kannalta arvokasta dataa. Esimerkiksi milloin, mistä maasta ja millä laitteella kyseinen koodi on luettu. QR-koodien lisäksi päivääni mahtui messumateriaalin kokoamista yhdelle muistikulle. Tavoitteeni oli kerätä messuvideo, kuvia sekä muuta messuilla tarvittavaa dataa yhdelle muistikortille varmuuskopioksi sen varalle, että alkuperäinen muistikortti häviäisi tai hajoaisi jostain syystä.

Sain tehtäväkseni ladata toiselle muistikortille lähes samat tiedostot, sillä yksi yrityksen edustajista on lähdössä alkavalla viikolla kartoittamaan Amerikan markkina-aluetta ja etsimään sieltä potentiaalista jälleenmyyjää. Muistikun kylkiäisiksi laitoin uusia QR-kooditarroja sekä tekemäni ohjeet niiden käytöstä. Päivä oli mielestäni onnistunut, sillä sain QR-koodit toimimaan haluamallani tavalla. Lisäksi opin niiden käyttötavoista paljon. Esimerkiksi en ennen tiennyt, että QR-koodin taakse voi laittaa kokonaisen mainoslehtisen.

Maanantai 1.10.

Päivän sana oli uusasiakashankinta ja ensimmäinen tavoite oli löytää meille soveltuva jälleenmyyjä Puolasta. Puolan markkinoiden kartoitusta oli yritetty aiemmin eikä sieltä ollut löytynyt yhtään sopivaa jakelijaa. Parin tunnin etsinnän jälkeen jouduin toteamaan saman asian. Pienempiä paikallisia jälleenmyyjä löytyi muutama, mutta heidän myyntinsä ei täyttänyt meidän kriteerejämme. Alan isot toimijat käyttävät lähes poikkeuksetta omaa myyntiedustajaa Puolassa. Etsintään käytetty aika ei mennyt kuitenkaan hukkaan, sillä lähimaiden osalta tuli potentiaalisia yrityksiä vastaan.

Toinen päivän toimenkuvani oli toimia kuvaajana. Tavoitteemme oli kuvata pakkausohjeet eri tuotteiden pakkaamiseen. Kuvauksen jälkeen tarkoitukseni oli

editoida kuvausmateriaaleista ohjevideo mahdollisille uusille pakkaamon työntekijöille. Toisin sanoen uusi työntekijä voisi katsoa pakkausvideon ja sen pohjalta osaisi koota laatikot sekä pakata tuotteet oikealla tavalla oikeisiin laatikoihin. Tuotannon puolelta tuli työntekijä harjoittelemaan pakkaamista ensimmäistä kertaa, joten saimme hyödynnettyä opetustilannetta myös hänelle. Taustalla oli idea työtehtävien mahdollisesta kierrättämisestä.

Päivän viimeiset hetket menivät nettisivujen päivityksen parissa. Ihan vain nettisivuja selaillemalla sieltä nousee korjaus- ja kehitysideoita. Tänään päivitin tuotteiden teknisiin tietoihin uusimmat arvot. Nettisivujen alusta on yllättävän helppokäyttöinen ja sen ansiosta haastavimmatkin päivitykset saa tehtyä omatoimisesti. Jos oma ymmärrys ei riitä ratkaisun löytämiseen niin sekään ei haittaa, sillä verkkosivujen tekijän tavoittaa yleensä nopeasti ja häneltä löytyy ratkaisu lähes kaikkeen.

Viikkoraportti

Seitsemäs seurantaviikko koostui mainos- ja liikelahjojen tilaamisesta, QR-koodeista sekä uusasiakashankinnasta. Näiden lisäksi jatkoin messulippujen selvittelyä. Maanantaina koitti vihdoin päivä, jolloin teimme varsinaiset päätökset messuille tilattavista mainos- ja liikelahjoista. Tilasimme ensimmäiseltä yritykseltä tuotemerkkimme logolla brodeeratut pipot. Toiselta yritykseltä tilasimme varavirtalähteet omalla painatuksella. Muiden mainos- ja liikelahjojen osalta päätimme jättää tilaukset tekemättä. Mainoskarkit yrityksen logolla tipahtivat ostoslistalta viime hetkellä ja niiden tilalle päätimme tilata Fazerin sinisiä -konvehteja jaettavaksi messuille.

QR-koodit ja niiden hyödyntäminen markkinoinnissa nousi puheenaiheeksi viikon aikana ja sain tehtäväkseni selvittää niiden käyttötapoja. QR-koodeja voisi hyödyntää myös tuotannon puolella. Tuotannon käytössä olevilla laitteilla voisi jokaisella olla oma QR-koodi, josta pääsee laitteen dataan käsiksi. Koodilta löytyisi esimerkiksi laitteen huoltohistoria. Lisäksi QR-koodista olisi apua kunnossapitotöiden ilmoittamisessa ja suorittamisessa sekä varaosien käsittelyssä. Kunnossapidon ja tuotannon tekemien kirjausten nopeus ja varmuus kasvaa QR-koodien avulla. (Pynnönen 2019.)

QR-koodien käyttö kannattaa aloittaa pienellä alueella ja laajentaa onnistuneen testauksen jälkeen myös yrityksen muihin osiin. Näin varmistetaan tarpeellisuus ja havaitaan mahdolliset kehityskohteet ennen laajempaa käyttöä. Kunnossapidon lisäksi tuotannon työntekijät kannattaa osallistaa ja ohjeistaa QR-koodien käyttöön. Tämä mahdollistaa vikailmoitusten tekemisen entistä varmemmin ja nopeammin, samalla ehkäisten tuotantolaitteiden vikaantumista ja niistä seuraavia kerrannaisvaikutuksia. (Pynnönen 2019.)

Muiden töiden ohessa ehdin jatkamaan uusasiakashankintaa. Tällä kertaa keskityin Itä-Eurooppaan ja löysin sieltä muutaman potentiaalisen yrityksen, joihin on hyvä olla yhteydessä. Jatkoin messulippujen selvittelyä ja sain selville, että näytteilleasettajalle kuului kolme ilmaislippua tapahtumaan. Niiden lisäksi oli mahdollista ostaa koko tapahtuman kattavia lippuja tai päivälippuja.

4.8 Seurantaviikko 8

Maanantai 8.10.

Maanantain tavoitteeni oli tehdä päivän aikana saamani tehtävät mahdollisimman omatoimisesti ja pitkälle ennen työpäivän päättymistä. Viikko alkoi tavanomaisilla työtehtävillä. Ensimmäisenä vuorossa oli laskun tekeminen ja lähettäminen asiakkaalle. Seuraavana tehtävälialta löytyi tarjouspyynnön tekeminen sekä pulttiliimaa valmistavaan yritykseen tutustuminen.

Toimitusjohtajamme oli ollut messuilla viikonloppuna, jossa hän tutustui liimapinnoitteita tekevään yritykseen. Osa yrityksen valmistamista tuotteista kaipaa liimakäsittelyä, sillä löysälle jääneet pultit ovat aiheuttaneet ongelmia joillekin asiakkaista. Pulttiliiman pitäisi ratkaista kyseinen ongelma, joten tutustuin kyseisen yrityksen tuotevalikoimaan. Ensimmäinen vaihtoehto oli liimapinnoite, jota käytettäessä pulttia ei ole tarkoitus avata uudelleen. Toinen liimapinnoite mahdollisti avaamisen, mutta ei ollut yhtä pitävä kuin ensimmäinen vaihtoehto. Otin pinnoitteiden tiedot ylös ja lähetin ne toimitusjohtajalle.

Päivä jatkui QR-kooditarrojen suunnittelun ja tulostamisen parissa. Tein suurimmalle osalle jälleenmyyjistä yksilöidyt mainokset, joista löytyy tuotekuvien lisäksi heidän yhteystietonsa. Lisäksi tiedustelin Ranskan aluepäälliköltä hänen kiinnostustaan QR-kooditarroja kohtaan. Päivän päätteeksi laitoimme käyntikortit ja esitteet painoon ensi viikolla alkavia kotimaan messuja varten, johon jälleenmyyjämme on menossa. Päivän tavoitteet onnistuivat suunnitelman mukaan, sillä sain kaikki aloittamani työt päätökseen ajallaan.

Tiistai 9.10.

Päivän ensimmäinen tavoitteeni oli selvittää, mitä tapahtuu tekemilleni QR-koodimainoksille kahden viikon kokeilujakson jälkeen. Toinen tehtäväni oli kilpailuttaa kuljetus pian lähtevälle tilaukselle. QR-koodien kokeilujakson aika alkoi käydä vähiin, joten päätin selvittää miten käy tehdyille QR-koodeille ilmaisjakson päätyttyä. Uusia koodeja tuskin pystyisi luomaan ilmaiseksi, mutta jos jo luodut koodit säilyisivät ja toimisivat niin tulostamillani QR-kooditarroilla olisi edelleen käyttöä. Tarkempaa tietoa ei löytynyt yrityksen nettisivuilta, joten päätin odottaa koeajan loppuun ja sitten todeta miten käy.

Työlistani toinen asia oli kuljetustarjousten kysely seuraavalle tilaukselle. Lähetin tarjouspyynnöt kuljetusfirmoille ja jäi odottamaan vastauksia. Lisäksi tarkistin hinnan kuljetusyhtiöltä, jonka järjestelmästä saamme tunnuksillamme heidän listahintansa. Iltapäivä kului tavanomaisten työtehtävien parissa, kuten sähköposteihin vastaamiseen, asiakirjojen pohjien tekemiseen sekä mainosmateriaalin suunnitteluun.

Päivän tavoite QR-koodien osalta ei täytynyt, sillä en saanut selville voiko tekemiäni koodeja käyttää vielä kokeilujakson jälkeen. Kuljetuksen kilpailutus sujui hyvin ja sain hyvän tarjouksen lähtevälle tilaukselle. Kuljetustilauksien kilpailuttamiseen ja tekemiseen olen saanut jo rutiinia ja niiden tekeminen onnistuu jo täysin omatoimisesti tarvittavilla lähetystiedoilla. Lisäksi osaan omatoimisesti arvioida lähetyksen mitat lähetettävien tuotteiden perusteella. Tavanomaisimpiin työtehtäviin ei ollut varsinaista tavoitetta, mutta ne menivät eteenpäin, joten voin olla tyytyväinen töideni edistymiseen.

Viikkoraportti

Kahdeksas seurantaviikko koostui vain kahdesta päivästä, jona keskityin QR-koodien toimivuuden selvittelyyn sekä kilpailutin kuljetustarjouksia. Etsin tietoa QR-koodeille tekemiäni mainosten toimivuudesta kahden viikon ilmaisjakson jälkeen, mutta en löytänyt sitä mistään. Kyseinen sivusto vain mainosti päivittämään ilmaisversion maksulliseen, jonka mukana saisi lisäominaisuuksia käyttöön.

QR-koodien levittämisen kannalta olisi tärkeää, että jo tehdyt ja jaetut mainokset toimivat ilmaisjakson jälkeen. Ilmaisjakson päätyttyä ei pysty tekemään lisää mainoksia, eikä saamaan dataa koodien käytöstä, joten maksulliseen palveluun sijoittaminen voisi olla hyvä investointi. Jatkossa aion selvittää käyttämäni ohjelmien toimivuuden paremmin ennen kuin alan käyttämään niitä, sillä tekemäni työ menee hukkaan, jos QR-koodit eivät toimi ilmaisjakson jälkeen.

Kuljetustarjouksia kilpailuttaessa olen huomannut hintojen vaihtelevan yllättävän paljon eri kuljetusyhtiöiden välillä. Esimerkiksi yhtiö A tarjoaa kuljetusta 100 eurolla ja yhtiö B pyytää samasta kuljetuksesta lähes 200 euroa. Toisen kuljetuksen hinta yhtiöllä A saattaa olla 500 euroa ja tällä kertaa yhtiö B:n hinta on vain 300 euroa. Näissä tilanteissa muutaman tunnin käyttäminen hintojen kilpailuttamiseen on kannattavaa. Halvempien matkojen kilpailutuksessa säästö on yleensä vain muutaman kympin, jolloin kilpailutus ei ole vaivaan nähden niin kannattavaa. Kilpailuttamisen tarkoitus on löytää palvelu, jonka laatu, sisältö ja kustannustehokkuus vastaavat yrityksen tarpeita (Lehikoinen & Töyrylä 2013, 65).

4.9 Seurantaviikko 9

Maanantai 15.10.

Koko viikon tehtäväni on hoitaa toimistoa ja kaikkea siihen liittyvää, sillä aikaa kun markkinointipäällikkö on Ranskassa messuilla. Tavoitteeni on selvittää ja ratkaista tavallisimmat tehtävät mahdollisimman omatoimisesti, sekä tehdä mahdollisimman pitkälle saamiani työtehtäviä. Päivän ensimmäinen tehtäväni oli

tarjouspyynnön tekeminen pulttiliimoista, joihin tutustuin viime viikolla. Toinen tehtäväni oli uudistuneen tuotteen testikokoaminen.

Aloitin työpäivän yrityksen nettisivujen päivittämisellä. Osa tuotekuvista oli jo niin vanhoja, ettei niitä ensisilmäyksellä osaisi yhdistää nykyiseen malliin, joten poistin ne ja lisäsin niiden tilalle uudet kuvat. Päivitin kaikki vanhat tuotekuvat, joihin löytyi uusi ajantasainen kuva ja merkitsin kuvat, joihin pitäisi ottaa uusi kuva.

Verkkosivujen läpikäynnin jälkeen lähetin tarjouspyynnön pulttiliimoista ja selvitin kuljetuskustannuksia mahdolliselle tilaukselle. Seuraava tehtäväni oli testata uudistuneen tuotteen kokoamista ja ottaa siitä tuotekuvat jälleenmyyjä varten. Päivän lopuksi sain toimitusjohtajalta tehtävän suunnitella uusi ohjetarra tuotteeseen, jonka edellinen tarra on ollut hieman epäselvä. Pääsin päivän tavoitteisiin ja sain aloitettua ohjetarran luonnostelun, joten olen tyytyväinen töideni edistymiseen. Lisäksi oli mukavaa vaihtelua päästä varaston puolelle testikokoamaan uutta tuotetta.

Tiistai 16.10.

Päivän ensimmäinen tavoitteeni oli ohjetarran suunnittelu ja sen toimivuuden testaaminen. Toinen tavoitteeni oli hoitaa kaikki sähköpostiini tulleet työtehtävät sekä tehdä ja tulostaa tarvittavat asiakirjat lähteviin tilauksiin. Sähköpostiini oli tullut tarjous pulttien liimapinnoitteista, joten välitin viestin toimitusjohtajalle. Sain toimitusjohtajalta tehtäväkseni lähettää erän erikokoisia pultteja liimakäsittelyä varten.

Välitin pakkaamoon toimitusjohtajan pulttilistan ja sain sieltä hetken kuluttua pultit valmiiksi paketoituna. Seuraava tehtäväni oli selvittää, miten paketin lähetys onnistuu ulkomaille. Lounaan jälkeen tulostin tuotetarroja valmiiksi, jotta saisin käsiteltyä seuraavan tilauksen tehokkaammin. Tulostin tarroja kuitenkin vain keskisuurta tilausta varten, sillä tuotetarroihin tulee säännöllisesti pieniä muutoksia.

Tarrojen jälkeen keskityin uusasiakashankintaan Keski- ja Etelä-Euroopassa. Muutamassa Euroopan maassa on jälleenmyyjä, mutta myynnillisesti hyviä maita

ei ole kovinkaan montaa. Tästä syystä tavoitteeni on löytää jokaiseen Euroopan maahan yksi hyvä jälleenmyyjä. Iltapäivällä sain liikelahjatoimistosta viestin, jonka mukaan tilaamamme varavirtalähteet ovat valmiina noudettavaksi. Työpäivän päätyttyä kävin noutamassa tilauksen. Päivän työtehtävät sujuivat hyvin. Ohjetarran suunnittelun sijaan käytin iltapäivän uusiasiakashankintaan, joten ohjetarran suunnittelu jää huomiseksi. Kaikki päivän aikana saamani tehtävät tulivat tehtyä.

Keskiviikko 17.10.

Keskiviikon ensimmäinen tavoitteeni oli uuden ohjetarran suunnittelu. Päivän ensimmäinen tehtäväni oli testata tuotteiden uusia kokoamistyyplejä. Etsin varastosta tarvittavat osat ja testasin tuotteiden kokoamista eri tyypleillä ja sen vaikutusta tuotteen toimivuuteen. Eri kokoamistyyplejä testaamalla yritin selvittää mahdollisia virheitä, joita tuotetta kootessa voi tehdä. Yksinkertaisten tuotteiden kanssa oletusarvo on se, ettei asiakas lue käyttöohjeita, vaikka sieltä löytyisi tarkat ohjeet. Tästä syystä tavoitteeni on tehdä tuotteeseen liimattava ohjetarra, joka kertoo osien asennussuunnan.

Tulostin ohjetarrasta muutaman eri testiversioiden ja kävin testaamassa niiden toimivuutta pakkaamossa. Esittelin tarran toimitusjohtajalle ja sain luvan selvittää tarran kustannukset painotoimistolla. Osa ohjetarroista on tilattu painotoimistolta ja osa puolestaan teetetty itse toimiston tarratulostimella. Seuraavaksi tehtävällä oli suomenkielisten käyttöohjeiden päivittäminen. Tuoteosien uudistuksen myötä käyttöohjeisiin tulee pieniä muutoksia.

Ohjetarran suunnittelun työläys yllätti, sillä sen parissa meni lähes koko päivä. Päivän lopuksi ohjetarra oli valmis, joten päivän tavoite täyttyi sen osalta. Lisäksi sain päivitettyä suomenkieliset käyttöohjeet ja tulostettua ne uusiin tilauksiin. Tänä opin tekemään omatoimisesti päätöksiä tarran värien ja kuvioinnin suhteen.

Torstai 18.10.

Torstaille oli kaksi tavoitetta, joista ensimmäinen oli mainosvideon linkittäminen QR-koodille. Toinen liittyi toimiston viereiseen huoneeseen, joka oli tarkoitus remontoida. Tehtäväni oli tyhjentää se, jotta remontoinnin voisi aloittaa. Aloitin

päivän luomalla nykyiselle esittelyvideolle QR-koodin, jonka käyttöä pystymme seuraamaan. Lisäksi uusi QR-koodi ei aloita videon näyttämistä automaattisesti, vaan se pitää itse klikata päälle. Myös yrityksen nimi ja nettisivujen osoite näkyvät QR-koodilla, joten sillä saa paremmin näkyvyyttä kuin pelkällä videolla. Seuraavaksi jatkoin töitä suunnittelemani ohjetarran parissa. Tarraa ei saanut painosta halutun pituisena, joten päädyimme julistetyyppiseen ratkaisuun. Tilasin koe-erän ohjekuviointeja.

Kiireellisimpien sähköpostiasioiden hoitamisen jälkeen aloitin remonttisiivouksen. Nostin kaiken turhan tavaran lavalle, joka on tarkoitus viedä kaatopaikalle. Käyttökelpoiset tavarat nostin toiselle lavalle. Lopuksi keräsin isoimmat roskat roskiin ja harjasin lattiaa. Siivouksen jälkeen päivitin ja kirjoitin puhtaaksi tuotteiden pakkausohjeita, sillä vanhat ohjeet olivat vaikeasti tulkittavia käsintehtyjen lisäyksien ja yliviivauksien myötä. Päivän tavoitteista molemmat onnistuivat. Lisäksi sain tilattua ohjekuvioinnin painosta sekä siivottua huoneen remontointia varten.

Perjantai 19.10.

Tänään tavoitteeni oli keskittyä kotimaan markkinointiin ja potentiaalisten asiakkaiden etsimiseen Suomesta. Tähän mennessä kotimaan markkinointiin ei ole panostettu lähes ollenkaan. Nykyisten kotimaan jakelijoiden markkinointi keskittyy messuille sekä verkkokauppaan, eikä niillä tavoita kuin osan potentiaalisista asiakkaista. Marraskuussa meille on tulossa digiosaaja harjoitteluun, jonka vastuualueeksi on kaavailtu kotimaan markkinoinnin suunnittelua.

Töihin saapuessani työpöydälläni odotti, toimitusjohtajan noutamat ohjekuvioinnit. Tarkistin tulosteiden laadun ja harmikseni huomasin kuvioinnin menevän väärin. En ollut tarkistanut kuviointia ja yhdessä kohtaa kuviointi menee väärään suuntaan, joten kaikki tulosteet olivat käyttökelvottomia. Tein alkuperäiseen tiedostoon tarvittavat korjaukset ja tein uuden tilauksen oikealla kuvioinnilla.

Lounaan jälkeen lisäsin tärkeimpien jälleenmyyjien sekä tavarantoimittajien yhteystiedot sähköpostini osoitekirjaan. Ennen on pitänyt etsiä puuttuvia sähköpostiosoitteita sekä puhelinnumeroita useammasta eri paikasta huonolla

menestyksellä. Sähköpostin osoitekirjan ansiosta kaikki löytyy nyt yhdestä paikasta. Lisäksi yleisimpien sähköpostien vastaanottajien kirjoittaminen nopeutuu huomattavasti, kun vastaanottajan ensimmäinen kirjain antaa jo koko sähköpostiosoitteen näkyville.

Osoitekirjasta löytyi kohta sähköpostin omistajan valokuvalle. Lisäilin kuvat niille jälleenmyyjille, jotka netistä löysin. Marraskuun messuja varten tavoitteeni on koota kaikkien tärkeiden yhteistyökumppaneiden kuvat ja tiedot yhdelle tiedostolle. Tämä helpottaisi heidän tunnistamistansa messuilla ja mahdollistaisi niiltä tervehtimisen, jos nimi ei ole muuten jäänyt mieleen.

Päivä ei mennyt odotetulla tavalla, vaikka sain korjattua virheeni sekä hoidettua kiireisimmät asiat ajallaan. Virheistä kuitenkin oppii ja jatkossa aion tarkistaa kaikki painoon menevät tiedostot kolmeen kertaan ennen tilauksen tekemistä. Uutta potentiaalista kotimaan jälleenmyyjää ei löytynyt, joten etsintä jatkuu vielä sen osalta. Muut työtehtävät etenivät suunnitelmani mukaan.

Viikkoraportti

Yhdeksäs viikko alkoi tuotteiden testikokoamisella, jossa pääsin testaamaan tekemieni käyttöohjeiden ymmärrettävyyttä. Lisäksi yritin miettiä kaikki mahdolliset tavat tulkita käyttöohjeita väärin ja testata väärin kootun tuotteen riskejä. Tekemieni huomioiden pohjalta tein pieniä muokkauksia käyttöohjeisiin. Toinen teema oli QR-koodien hyödyntäminen markkinoinnissa. Sen lisäksi yritin keksiä muita käyttötapoja QR-koodeille. Tällä viikolla sain myös oppitunnin huolellisuudesta ja aion jatkossa kiinnittää siihen enemmän huomioita. Yksi hyvä keino virheiden minimointiin on tekemieni töiden tarkastaminen muilla.

Yksi paikka QR-koodeille voisi olla laskuissa viivakoodin lisänä. Esimerkiksi tulostimen musteen ollessa vähissä saattaa viivakoodi tulostua huonosti ja olla lukukelvoton. QR-koodit ovat puolestaan hyvin vikasietoisia, joten niiden lukeminen onnistuu vaikka 15 prosenttia koodin tulostusalueesta olisi vahingoittunut. Lisäksi QR-koodin etuna on se, että koodiin mahtuu enemmän dataa kuin viivakoodiin ja se menee pienempään tilaan. (Finanssialan keskusliitto 2015.)

4.10 Seurantaviikko 10

Maanantai 22.10.

Viikon ensimmäinen tavoitteeni oli saada ohjekuvioinnit kaikkiin lähteviin tilauksiin. Päivä alkoi toimistotiimin palaverilla, jossa kävimme markkinointipäällikön kanssa edellisviikolla tekemiäni työtehtäviä läpi. Lisäksi kävimme hänen liikematkallansa vastaan tulleita asioita, kuten kuinka olla tukemassa oikealla tavalla Ranskan aluekoordinaattorin myyntityötä.

Painosta oli tullut uudet ohjekuvioinnit, joten aloitin työni niiden parissa heti palaverin jälkeen. Viimeistelin kuvioinnit ja toimitin ne pakkaamoon. Kahvitauolla ohjeistin pakkaajaa niiden käytöstä. Seuraava tehtäväni liittyi ruotsinkielisiin käyttöohjeisiin ja niiden päivittämiseen. Käyttöohjeiden ulkoasu piti päivittää samanlaiseksi kuin muilla kielillä. Ulkoasun lisäksi korjasin ohjeisiin muuttuneet osat. Ohjeiden valmistuttua tulostin niitä tarvittavan määrän ja toimitin ne pakkaamon. Iltapäivä kului tavanomaisimpia toimistotehtäviä tehden, kuten kuljetustilauksen kilpailutuksella, sen tilaamisella sekä varastonhallintajärjestelmän päivittämisellä.

Painosta saapuneet ohjekuvioinnit olivat tällä kertaa oikeat ja sain ne valmisteltua tuleviin lähetyksiin, joten tavoitteet täyttyivät tältä osin. Päivittäiset työtehtävät edistyivät odotusten mukaan, joten päivä oli kokonaisuudessaan onnistunut. Tavanomaisten työtehtävien hoidossa huomaan kehittyneeni ja tekeväni ne yhä omatoimisemmin. Lisäksi tiedostan milloin kannattaa kilpailuttaa tilaukset ja milloin puolestaan sille ei ole tarvetta.

Maanantai 29.10.

Viikon ensimmäinen tavoitteeni oli luoda varastoon messupaikka ja laittaa sinne kaikki tuotteet ja tarvikkeet, jotka lähtevät messuille mukaan. Tämä lisäksi tehtäväni oli kuvata valmis messupaikka, tutustua Paypal-maksutavan toimivuuteen ja luotettavuuteen sekä suunnitella työpaikkailmoitus.

Aloitin työt mitan ja maalarinteipin kanssa. Ensimmäinen yrityksen teipata messupaikan pohjapiirros lattiaan ei onnistunut, sillä teippi ei tarttunut siihen lattialla olevan pölyn takia. Siivosin alustan ja yritin uudelleen menestyksekkäämin. Seuraavaksi etsin varastosta esittelytuotteet, jotka olivat lähdössä messuille ja laitoin ne mallitelineen viereen odottamaan niiden kokoamista. Tämän jälkeen etsin varastosta tuoleja sekä pöydän ja nostin ne teippaamani alueen sisälle rekvisiitaksi.

Aamun jaloittelun jälkeen vuorossa oli tuotetarrojen tekeminen esittelytuotteisiin, kuljetuksen kilpailutus Saksaan sekä tarjouksen lähettäminen indonesialaiselle yrittäjälle. Varmistin markkinointipäälliköltä tuotetarrojen tiedot ja tulostin ne hänen ohjeidensa mukaan. Markkinointipäällikkö oli tyytymätön saamaansa kuljetustarjoukseen, joten sain tehtäväkseni kilpailuttaa hinnan muilla kuljetusyhtiöillä. Sain toiselta kuljetusliikkeeltä huomattavasti paremman tarjouksen, joten lähetin tarjouksen tiedot markkinointipäällikölle. Indonesialainen yritys oli ottanut meihin yhteyttä ja halusi tilata tuotteitamme. Tehtäväni oli selvittää yrityksen taustatietoja sekä tutustua Paypal-maksutavan käyttöön, sillä se voisi olla potentiaalinen maksutapa asiakkaille.

Tuotannon puolelle tarvitaan uusi työntekijä, joten tehtäväni oli suunnitella ja tehdä työpaikkailmoitus. Aloitin tehtävän tutustumalla muihin saman alan hakuksiin ja aloitin niiden pohjalta rakentamaan omaa ilmoitusta. Messupaikan tekemisen osalta pääsin päivän tavoitteeseeni. Viimeiset tuotteet eivät olleet ihan valmiita ennen työpäivän päättymistä, joten päätin jättää kuvien ottamisen huomiseksi. Muut työtehtävät valmistuivat ajallaan.

Tiistai 30.10.

Päivän ensimmäinen tavoitteeni oli ottaa kuvat eilen tekemästäni messupaikasta. Toinen tehtäväni oli tilata kuljetus messutavaroille. Kolmas tehtävä oli vastata ammattikoulun harjoittelijaa koskevaan kyselyyn, jonka vastaamisen markkinointipäällikkö delegoi minulle.

Suunnitelmani messupaikan kuvaamisesta meni uusiksi, sillä tuotetelineet olivat purettu ja paketoitu ennen kuin saavuin töihin. Tieto tuotteiden kuvaamisesta ei

ollut mennyt pakkaamoon asti, vaan siellä mentiin vanhoilla ohjeilla, jonka mukaan tuotteet tuli pakata aamusta iltapäivän kuljetusta varten. Kuvaamista oli luvassa kuitenkin, sillä yhden uuden tuotteen kuva tarvittiin messujen mainosesitteeseen. Lisäksi toisen tuotteen osista piti ottaa uudet tuotekuvat. Messutavaroiden kuljetustilauksesta puuttui vastaanottajan tietoja, joten niitä odotellessa jatkoin muita työtehtäviäni. Kuvaajalta oli tullut uusia kuvia, joiden pohjalta aloitin tekemään uusia esitteitä.

Markkinointipäällikölle oli tullut yhdeltä ammattikoulun opettajalta kyselyä meidän tuotepakkauksistamme. Opettaja halusi käyttää yritystämme ja käyttämiämme pakkauksia esimerkkinä opetuksessaan. Tehtäväni oli vastata opettajan kysymyksiin ja lähettää kuvia hänen pyytämistensä pakkauksista. Tein lyhyen yritysesittelyn ja lisäsin ottamiini kuviin niiden mitat. Päivän päätteeksi sain messutavaroiden lähetystiedot ja tilasin niille kuljetuksen.

Messupaikan kuvien osalta päivä ei mennyt suunnitelmien mukaan. Jatkossa pitää tiedottaa myös pakkaamoja toimistotiimin suunnitelmista. Muut päivän työtehtävistä sujuivat paremmin ja sain kaikki tälle päivälle suunnittelemani asiat tehtyä. Yritysesittelyn tekeminen oli mielenkiintoista, sillä tämä oli ensimmäinen kerta, kun tehtäväni oli antaa tietoa esittelyä varten.

Viikkoraportti

Kymmenennen seurantaviikon pääteemat olivat messupaikan rakentaminen varastoon, työnhakuilmoituksen tekeminen sekä uusien esitteiden suunnittelu.

Messupaikan rakentaminen varastoon auttoi hahmottamaan tilankäyttöä. Esimerkiksi mallikäytössämme ollut tv oli aivan liian pieni ja se havainnollistui täysin, kun laitoimme siihen mainosvideon pyörimään. Jos television sijoittaisi messupaikan takaseinään, niin vierailijoiden pitäisi seistä keskellä messupaikkaa, nähdäkseen videon hyvin. Keskelle messupaikkaa on tulossa esittelytuotteet, joten ratkaisu ei ole toimiva. Yksi vaihtoehto on isomman television hankkiminen takaseinään. Pienempää näyttöä voi käyttää messupaikan etukulmassa tarvittaessa. Lisäksi tuolien määrä, tarpeellisuus ja koko vaatii tarkkaa mietintää. Neljä tavalista tuolia pienen pöydän kanssa vei lähes kaiken lattiatilan.

Messupaikan kokoon kannattaa kiinnittää huomioita, ettei se ole tarpeisiin nähden liian suuri tai pieni. Messujen suunnittelua ei kannatta aloittaa osaston koosta ja antaa sen ohjata suunnittelua, vaan juuri toisinpäin. Ensin on hyvä miettiä halettujen kontaktien määrää ja sen perusteella päättää tarvittavien myyjien määrä. Vanhan perussäännön mukaan myyjää kohti tarvitaan viisi neliometriä työskentelytilaa. (Jansson, M. & Jansson, M. 2007, 48.)

Onnistunut messuosasto on aistien kohtaamispaikka, jossa annetaan kävijän oleskella kokonaisvaltaisessa ympäristössä, joka antaa kävijän kaikille aisteille vaikutteita. Hyödynnä valoa, ääntä, tuoksua ja kuvia luodaksesi sopiva miljöö. (Jansson, M. & Jansson, M. 2007, 46.)

Työpaikkailmoituksen tekeminen oli erittäin mielenkiintoista, sillä en ole ennen miettinyt työnantajan näkökulmasta, millainen on hyvä ilmoitus. Rekrytoinnin onnistumisen kannalta on tärkeä nähdä, onko hakijalla edellytystä kiinnittyä organisaation ajattelutapaan, kulttuuriin ja psykologiaan. (Viljakainen 2011, 131).

4.11 Seurantaviikko 11

Maanantai 5.11.

Päivän ensimmäinen tavoitteeni oli uuden mainosvideon lataaminen Youtubeen. Toinen tehtäväni oli selvittää liimapinnoitettujen pulttien sijainti. Tilauksesta on jo toista viikkoa eikä se ole tullut vieläkaan perille. Pyysin seurantakoodin ja sen lähetys oli seissyt Turussa jo keskiviikosta asti. Kuljetusliikkeen asiakaspalvelussa ei tunnut tietävän lähetyksestä mitään. Lopulta sain tiedon, että lähetyksestä puuttui asiakirjoja, minkä ei pitäisi olla mahdollista. Asiakaspalvelija lupasi selvittää ja palata asiaan, kun hänellä olisi tarkempaa tietoa.

Tänään töissä aloitti digiosaajakurssin harjoittelija. Opiskelijan ensimmäiset tunnit kuluivat yritykseen tutustuessa. Perehdytyksen jälkeen esittelin tekemäni messumainokset. Niitä läpi käydessämme nousi tekemäni QR-koodit puheenaiheeksi. Sen myötä päätimme lisätä uuden messuvideon niiden avulla esitteisiin.

Tämä edellytti niitä tarjoavan yrityksen QR-koodipaketin tilaamista. 150 euron si-
joituksella saimme dynaamiset QR-koodit käyttöön vuodeksi.

Uusi mainosvideo oli tarkoitus laittaa yrityksen Youtube-kanavalle vasta messu-
jen jälkeen, mutta suunnitelma muuttui, kun päätimme lisätä videon QR-koodilla
esitteisiin. Tämän johdosta sain selvittää yrityksen kanavan tietoja ja käyttäjä-
tunnusta päästäkseni lisäämään uuden videon sinne. Lopulta tarvittavat tiedot
löytyivät ja sain ladattua haluamani videon onnistuneesti. Iltapäivä kului kuljetuk-
sia kilpailuttaen sekä Ruotsin tilausvahvistuksen ja pakkalistan parissa. Suurin
osa päivästä meni uuteen harjoittelijaan tutustuessa ja hänen opastamiseensa.
Mainosvideon lataaminen tuotti haasteita, mutta sain ladattua sen lopulta
onnistuneesti. Pinnoitettujen pulttien sijainti selvisi, mutta puuttuvien asiakirjojen
selvittely jää huomiseksi.

Tiistai 6.11.

Viimeinen työpäiväni ennen messutiimin lähtöä. Ensimmäinen tavoitteeni oli sel-
vittää, että kaikilla messuille lähtijöillä on oikeat liput. Toinen tavoitteeni oli päivit-
tää tuotteiden käyttöohjeita. Yhden tuotteen ulkoasu on muuttunut sen verran
paljon, että käyttöohjeissa olevaa räjäytyskuvaa tuotteesta on muutettava. Kenel-
läkään toimistossa olevista henkilöistä ei ollut kokemusta ohjelman käytöstä, jolla
räjäytyskuvia tehdään. Muutamaa eri ohjelmaa hyödyntäen saimme harjoittelijan
kanssa väsätyä siedettävän näköisen räjäytyskuvan, jonka lisäsin uusiin käyttö-
ohjeisiin. Muiden käyttöohjepäivitysten osalta pääsin helpommalla, sillä niiden ra-
kenteelliset muutokset eivät vaatineet uusia kuvia.

Ruotsin uusi jakelija oli ollut juuri messuilla ja innostunut tuotteiden hyvästä me-
nekistä. Heiltä oli tullut tilaus, jolle minun piti tilata kuljetus. Kuljetustilausten te-
keminen alkaa mennä jo omalla painollaan. Siitä hyvänä esimerkkinä kuutioiden
ja lavametrien laskeminen, jotka osaan jo omatoimisesti laskea tilauksessa ole-
vien tuotteiden perusteella.

Kuljetustilauksen jälkeen päivitin saksankieliset esitteet ja lähetin niistä valmiit
versiot markkinointipäällikölle. Markkinointipäällikkö ilmoitti painomäärän ja pyysi

minua tekemään painotilauksen. Tein tilauksen ja sain saman tien kuittauksen tilauksen saapumisesta sekä arvion tilauksen valmistumisesta.

Päivän viimeinen tehtävä tuli mieleen juuri ennen kotiinlähtöä, nimittäin uusien QR-kooditarrojen tekeminen ja tulostaminen uusille esitteille. Onneksi olen pyöritellyt viimeiset viikot QR-koodeja ja niiden tekemistä. Kymmenen minuutin kulltua edessäni oli sadan tarran nippu, sekä englannin-, että saksankielisiä esitteitä valmiina messuille. Päivän työtehtävät valmistuivat ajallaan pienistä haasteista huolimatta. Lisäksi kaikki messuille tarvittava materiaali saatiin pakattua aikataulun mukaan, joten työpäivä oli onnistunut.

Viikkoraportti

Viimeisen seurantajakson tapahtumat liittyivät lähes poikkeuksetta marraskuun messuihin. Kuljetuksien kilpailuttamisen lisäksi piti hankkia oikeat messuliput jokaiselle messuille lähtijälle sekä tulostaa QR-kooditarroja, joiden takaa löytyisi mainoksemme. Viikon aikana opin lisäämään mainosvideon Youtubeen sekä hyödyntämään sen tarjoamaa dataa videon käytöstä. Lisäksi tutustuin 3D-mallintamiseen käytettävään ohjelmaan ja sain sen avulla tehtyä tarvitsemi kuvan.

Olen kehittynyt kuljetustilausten tekemisessä sekä niihin liittyvien asiakirjojen käsittelyssä. Lisäksi osaan arvioida kuljetustilauksen hinnan perusteella, milloin se kannattaa kilpailuttaa ja milloin ei. Kiireisestä päivästä huolimatta olin tyytyväinen työpanokseeni, sillä sain kaikki messuille tarvittavat asiat valmiiksi ennen messujen alkua.

Työterveyslaitoksen tutkimusprofessori Jari Hakasen mukaan kiire ei ole aina pahasta. Hyvän kiireen tunnistaa siitä, että se johtuu omasta tahdosta. Esimerkiksi työntekijä on motivoitunut ja sitoutunut työhönsä, ja sen myötä haluaa saada paljon asioita aikaan, unohtamatta välillä pysähtymistä ja palautumista. (Tolvanen 2016.)

5 Pohdinta

Alkuperäinen suunnitelmani oli kirjoittaa opinnäytetyö kansainvälisen yrityksen matkasta kansainvälisille messuille. Suunnitelma meni uusiksi, kun yritys päätti ulkoistaa messupaikan rakentamisen. Tämän myötä keskityin opinnäytetyössäni messujen lisäksi muihinkin työtehtäviin, kuten uusasiakashankintaan. Messujen osalta vastuulleni jäi mainos- ja liikelahjojen hankinta, esitteiden tekeminen sekä yhteydenpito messujen järjestäjään.

Kyseiset messut olivat ensimmäiset messut, joita olen ollut mukana suunnittelemassa, joten lähes kaikki niihin liittyvä oli uutta. Esimerkiksi mainos- ja liikelahjoihin tutustuminen ja niiden hankkiminen ei ollut niin yksinkertaista, kun olin kuvitellut. Seurantajakson aikana kehityin tunnistamaan hyvien liikelahjojen kriteerit. Lisäksi perehdyin maakohtaisiin eroihin liikelahjojen suhteen. Opin tunnistamaan maakohtaisesti lahjat, joita kannattaa suosia. Lisäksi opin mitä lahjoja kannattaa välttää, ettei joudu kiusallisiin tilanteisiin. Osaan myös valita ja suositella sopivia mainoslahjoja erilaisille messuille.

Seurantajakson aikana kehityin myynti- ja markkinointikoordinaattorin tehtävissä huomattavasti, sillä alkuun tarvitsin lähes kaikkiin työtehtäviin apua tai ohjeistusta niiden tekemiseen. Lisäksi kykenen auttamaan ja ohjeistamaan muita työntekijöitä useimmissa työtehtävissä. Esimerkiksi seurantajakson alkuun en kyennyt omatoimisesti tekemään kuljetustilausta. Seurantajakson lopussa ohjeistin muita tilauksen tekemisessä.

Hallitsen päivittäiset toimistotehtävät ja pystyn oma-aloitteisesti tekemään haastaviakin työtehtäviä. Lisäksi osaan vastata useimpiin asiakkaiden kysymyksiin omatoimisesti tai selvittää, mistä tarvittava tieto löytyy. Esimerkiksi osaan varastosta löytyvien tuoteosien perusteella kertoa, kuinka monta kyseistä tuotetta pystymme valmistamaan ja millä aikataululla.

Lisäksi uskallan tehdä päätöksiä omatoimisesti asioissa, jotka on annettu minun vastuulleni. Osaan ajatella asioita yrittäjän ja yrityksen näkökulmasta ja tehdä

päätöksiä sen pohjalta. Olen oppinut tunnistamaan tärkeät sähköpostit muista ja osaan omatoimisesti vastata niihin tärkeysjärjestyksessä. Esimerkiksi raaka-aineita valmistavan yrityksen tarjotessa tuotteitaan meille. Ensin selvitän tuotteen tarpeellisuuden, hinnan ja hyödyn. Jos tarjottu raaka-aine on laadukkaampi ja huomattavasti halvempi, välitän tiedon eteenpäin. Olen oppinut tuntemaan yrityksen tuotteet yhä paremmin. Pystyn tarjoamaan asiakkaalle sopivinta tuotetta sekä kertomaan tarkemmin tuotteiden ominaisuuksista. Tunnen myös tuotepakkaukset yksityiskohtaisesti sekä pystyn erittelemään tuotteiden valmistusmateriaalit.

Toisella seurantaviikolla sain tehtäväkseni raportoida messuvalmistelujen edistymisestä joka maanantai. Raportoin töiden edistymisestä markkinointipäällikölle säännöllisesti, sillä työskentelimme pääsääntöisesti samassa toimistossa. Erilistä kirjallista viikkoraporttia en ehtinyt tekemään.

Päiväkirjamuistiinpanojen tekeminen päivittäin tuotti haasteita. Kiireisen syksyn takia seurantaviikkojen kirjoittaminen jäi loppuvuoteen, joten en päässyt hyödyntämään kirjalähteistä oppimiani asioita käytännössä. Moni erityisesti ideointiin ja suunnitteluun liittyvä työtehtävä olisi valmistunut tehokkaammin, jos olisin hyödyntänyt löytämiäni lähteitä niihin.

Opinnäytetyön kirjalliset ohjeet eivät kohdanneet käytännön kanssa kovinkaan hyvin, joten niiden noudattaminen tuntui aluksi lähes mahdottomalta. Lisäksi haasteita tuotti seurantaviikkojen kirjoittaminen jälkikäteen tekemieni työtehtävien pohjalta. Viisainta olisi ollut päiväanalyysin kirjoittaminen heti työpäivän jälkeen. Jälkikäteen työtehtäviäni analysoidessa jouduin käyttämään useita tunteja vanhojen sähköpostien ja tekemieni asiakirjojen läpikäymiseen, jotta muistin kyseisinä päivinä tekemäni työt oikein. Toinen haaste oli monipuolisen ja mielenkiintoisen tekstin tuottaminen. Tavanomaisimmat työtehtäväni toistuivat päivittäin, joten välillä tuntui turhalta mainita niiden tekemisestä. Lisäksi kiireisimpien työpäivien jälkeen ei ollut voimia analysoida omaa työtä ja kehittämiskohteita.

Opinnäytetyössä käyttämäni kirjallisuus tehosti asioiden oppimista ja näin jälkikäteen opin paljon asioita, joista olisi ollut hyötyä seurantaviikkojen aikana. Jatkossa aion perehtyä saamiini työtehtäviin eri lähteiden avulla. Esimerkiksi mainos- ja liikelahjoista on kirjoitettu satoja kirjoja, joiden avulla löytää nopeasti parhaiten soveltuvat lahjat joka tilanteeseen.

Myynti- ja markkinointikoordinaattorina työskennellessäni sain nähdä todellisen kuvan yrittäjän arjesta. Ulkopuolisen silmin työ saattaa näyttää todella eksoottiselle, sillä yritys myy tuotteita ympäri maailmaa ja messuja saattaa olla viidessä eri maassa muutaman viikon sisällä. Todellisuudessa töitä saa tehdä aamusta iltaan ja liikematkojen budjetit pitää miettiä tarkkaan, että toiminta pysyy kannattavana. Toimivan työyhteisön edellytyksistä on hyvä yhteishenki, ilmapiiri ja yhteinen missio, johon kaikki työntekijät ovat sitoutuneet. Nämä löytyivät työpaikaltani ja oli hienoa olla edesauttamassa niitä.

Lähteet

- Ahjopalo, J. 2015. Huono kuulakärkikynä sapettaa kirjailijaakin: "Hyvä kynä luis-
taa, ei rasita kättä ja jälki on siistiä". Yle. 5.11.2015.
<https://yle.fi/uutiset/3-8435338>. 10.3.2020.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2018. Yrityksen asiakasmarkkinointi 16.-18. uud.
p. Helsinki: Edita.
- Computer Arts Staff. 2019. Brochure design: 10 top creative tips. 8.10.2019.
<https://www.creativebloq.com/graphic-design-tips/how-to-design-a-brochure-123267>. 3.3.2020.
- Finanssialan keskusliitto. 2015. Qr-koodin käyttö tilisiirtolomakkeella. 7/2015.
https://www.finanssiala.fi/maksujen-valityks/dokumentit/QR_koodin_kaytto_tilisiirtolomakkeella.pdf
6.3.2020.
- Hollmén, P. 2019. Minkälainen on hyvä kutsu? Lyyti-blogi. 18.1.2019.
<https://www.lyyti.com/fi/blogi/minkalainen-on-hyva-kutsu>. 29.2.2020.
- Jansson, M. & Jansson, M. 2007. Messuguru - messumarkkinoijan ideakirja.
Jönköping: Suomen messusäätiö.
- Keinonen, S. & Koponen, P. 2001. Menesty messuilla - yrityksen opas. 2. uud.
p. Helsinki: Fintra.
- Keränen, T. 2016. Nämä asiat erottavat hyvän ja huonon B2B-myyjän - kumpi
sinä olet? eTaskun blogi. 18.11.2016.
<https://www.etasku.fi/blogi/b2b-myynti/>. 26.2.2020.
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto. 2017. Käyttöohjeet. 5.10.2017.
<https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Viat-viivastykset/kayttoohjeet/>.
28.2.2020.
- Korhonen, J. 2018. Millainen on hyvä logo? Sivututkan blogi. 26.3.2018.
<https://sivututka.fi/millainen-hyva-logo/>. 26.2.2020.
- Köngäs, P. 2016. Hyvä liikelahja on enemmän kuin osiensa summa - kotimai-
suus pröystäilyä tärkeämpää. Yle. 3.11.2016. <https://yle.fi/uutiset/3-9197544>. 19.2.2020.
- Lehikoinen, R. & Töyrylä, I. 2013. Ulkoistamisen käsikirja. Helsinki: Talentum.
- Logo.ee. 2019. Mikä merkitys liikelahjoilla on myyntisuppilossa? 9.2.2019.
<https://www.logo.ee/fi/blog/article/11318353/mika-merkitys-liikelahjoilla-on-myyntisuppilossa>. 2.4.2020.
- Luukkonen, J. 2009. Varastohallinnan kehityssuunnitelma. Lahden ammatti-
korkeakoulu. Kone- ja tuotantotekniikka. Opinnäytetyö.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/3572/Luukkonen_Jarmo.pdf?sequence=1&isAllowed=y. 26.2.2020.
- Mentis, G. 2017. 11 Simple Tips to Creating An Effective Ad. TPM articles.
2.10.2017. <https://targetpublic.com/11-simple-tips-creating-effective-ad/#what-it-is>. 3.3.2020.
- Nerot.fi, 2020. Tarjouspohja ja tarjouksen tekeminen. <https://www.nerot.fi/info/tarjouspohja-ja-tarjouksen-tekeminen>. 19.2.2020.
- Pellinen, E. & Leino, S. 2017. Opas myyntityöhön. Oppaan julkaisija: Myynnin ja
markkinoinnin ammattilaiset MMA.
- Pyhälähti, M. 2002. Käyttö- ja kokoamisohjeet - haaste tekstinkäsittelijälle. Kieli-
kello 3/2002. <https://www.kielikello.fi/-/kaytto-ja-kokoamisohjeet-haaste-tekstintekijalle>. 28.2.2020.

- Pynnönen, E. 2019. Kolme vinkkiä QR-koodien tehokkaaseen hyödyntämiseen kunnossapidossa. Blogi Arroweng. 6.9.2019. <https://blogi.arroweng.fi/kolme-vinkkia-qr-koodien-tehokkaaseen-hyodyntamiseen-kunnossapidossa>. 10.3.2020.
- Selin, E. & Selin, J. 2015. 3 vinkkiä uusasiakashankintaan. Myynnin & markkinoinnin ammattilaiset. 22.12.2015. <https://lehti.mma.fi/markkinointi/3-vinkkia-uusasiakashankintaan>. 2.3.2020.
- Seppänen, A. 2017. Näin mokaat lahjan Kiinassa: vie neljä sinivalkoista pakettia. Yle. 28.4.2017. <https://yle.fi/uutiset/3-9586914>. 2.4.2020.
- Sunglobe.net. 2020. Liikelahjatietoutta. <https://www.sunglobe.net/liikelahjatietoutta/>. 2.4.2020.
- Tolvanen, K. 2016. Onko töissä koko ajan kiire? Näistä 5 seikasta tunnistat hyvän kiireen. Yle. 21.9.2016. <https://yle.fi/uutiset/3-9155389>. 13.3.2020.
- Viljakainen, P. 2011. No Fear - johtaja kohtaa digicowboyt. Helsinki: WSOYpro.
- Virtanen, K. 2016. Hinta vai laatu? FI Linguadeli. 14.4.2016 https://blog.delingua.fi/hinta_vai_laatu. 19.2.2020.