

OPINNÄYTETYÖ
MIKKO RUONAKOSKI 2011

CRM:N KÄYTTÖÖNOTTO RAMKIN PALVELUTOIMINNASSA



Rovaniemen
ammattikorkeakoulu
University of Applied Sciences
LUC

TIETOJENKÄSITTELYN KOULUTUSOHJELMA



ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU

LUONNONTIETEIDEN ALA

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

Opinnäytetyö

CRM:N KÄYTTÖÖNOTTO RAMKIN PALVELUTOIMINNASSA

Mikko Ruonakoski

2011

Toimeksiantaja eLVa-projekti

Ohjaaja Aarre Jortikka

Hyväksytty _____ 2011 _____



Rovaniemen
ammattikorkeakoulu
University of Applied Sciences
LUC

Luonnontieteiden ala
Tietojenkäsittelyn
koulutusohjelma

Opinnäytetyön
tiivistelmä

Tekijä	Mikko Ruonakoski	Vuosi	2011
Toimeksiantaja Työn nimi	eLVA-hanke CRM:n (MS Dynamics CRM 2011) käyttöönotto RAMKin palvelutoiminnassa		
Sivu- ja liitemäärä	31		

Työn tarkoituksena oli tukea Microsoft Dynamics CRM 2011:n käyttöönottoa RAMKin palvelutoiminnassa. Työn aihe rajattiin alussa melko suppeaksi, koska järjestelmä ei ollut valmiina kun tein työtä.

Teoria osuudessa on tarkasteltu asiakkuudenhallinnan käsitteenä, merkitystä yritykselle tarkastellen mahdollisuuksia ja haasteita. Lisäksi otin mukaan yleistä sanastoa joka liittyy asiakkuudenhallintaan. Myös Microsoft Dynamics CRM 2011 on käsitelty yleisellä tasolla.

Asetin työn tavoitteeksi tutkia miten tietojen lisääminen onnistuu CRM-järjestelmään ja ulkopuolisten sovellusten käyttäminen (SharePoint 2010). Järjestelmän käyttöä piti opiskella paljon, ohjeista, koska itselläni ei ollut aikaisempaa kokemusta CRM-järjestelmistä. Huomasin että tietojen tuonnin voi tehdä helposti tuontimallilla ja vähän hankalammin ohjatulla toiminnalla.

Toisena tutkimusongelma oli liiketoimintatiedon ja CRM-järjestelmän välisen yhteyden tutkiminen. Liiketoimintatiedon hallinnassa tavoitteena on tuottaa oikeaa tietoa, sopivassa muodossa päätöksentekijöille. Lisäksi pohdin miten RAMK voisi käyttää liiketoimintatietoa toiminnassa.

Author	Mikko Ruonakoski	Year	2011
Commissioned by	eLVa-project		
Subject of thesis	Using CRM in RAMK Services		
Number of pages	31		

The aim of the thesis was to support the use of Microsoft Dynamics CRM 2011 in Rovaniemi University of Applied Sciences. The topic was limited fairly narrow, because the CRM system was not ready when the thesis was started.

The theory part focuses on the concept of customer relationship management, as well as the opportunities and challenges it offers. In addition, the general vocabulary related to customer relationship management is presented. The Microsoft Dynamics CRM 2011 is dealt with at a general level.

The research problem was how the data can be added to the CRM system. Also the use of external applications such as SharePoint 2010 was studied. The data can easily be imported by using a template and it is a bit more difficult with a data import wizard.

Another research problem was how to connect Business Intelligence (BI) and a CRM system. The aim of Business Intelligence is to provide the right information in an appropriate form to decision makers. In addition, the results show that RAMK could use the Business Intelligence in its operations.

Key words Customer relationship management, Microsoft Dynamics CRM

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
2 ASIAKKUUDENHALLINNAN PERUSTEET.....	2
2.1 Asiakkuudenhallinta käsitteenä	2
2.2 Asiakkuudenhallinnan merkitys	3
2.2.1 Mahdollisuudet	3
2.2.2 Haasteet	3
2.3 Asiakastiedon hallinta	4
2.4 Asiakkuudenhallinnan sanastoa	6
2.5 Microsoft Dynamics CRM 2011.....	7
3. TIETOJEN TUONTI JA ULKOPUOLISET SOVELLUKSET	9
3.1 Tuetut tiedostotyypit.....	9
3.2 Tietojen tuonti.....	10
3.2.1 Tietojen tuonti ohjatun toiminnon avulla	10
3.2.2 Valmiin tuontimallin käyttäminen.....	13
3.3 SharePoint 2010 dokumenttien hallinta.....	13
3.4 Tietojen tuonti RAMK:in kannalta	15
4. LIIKETOIMINTATIEDON HALLINTA JA CRM 2011	18
4.1 Liiketoimintatiedon hallinnan merkitys yritykselle	18
4.2 Liiketoimintatiedon hallinta CRM 2011:ssa.....	20
4.2.1 Koontinäytöt.....	20
4.2.2 Kaaviot.....	21
4.2.3 Raportit	21
4.3 Liiketoimintatiedon hallinnan hyöty RAMK:lle	23
5. POHDINTA.....	24
LÄHTEET	25

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tilaaja on eLVa-hanke. Rovaniemen ammattikorkeakoulu päätti 2009 aloittaa CRM-pilotin, jonka tavoitteena on selvittää CRM:n käyttömahdollisuudet palvelutoiminnassa. CRM-pilotti on eLVa-projektin toimenpide, jonka tarkoituksena on kehittää sähköisen liiketoiminnan osaamista. Tähän on liitetty neljä toisiinsa liittyvää opinnäytetyötä, joista kolme muuta ovat valmiina ja tämä niistä viimeinen.

eLVa-hanke on Rovaniemen ammattikorkeakoulun hallinnoima ja Kemi-Tornio ammattikorkeakoulun kanssa yhteistyössä toteuttama valmennusohjelma. eLVa-hanke on osa Lapland Online 2013 hankekokonaisuutta, jonka tarkoituksena on vahvistaa Lapin korkeakoulujen henkilöstön osaamista ja tietopääomaa. (eLVa 2011.)

Työn on tarkoitus toimia perehdyttämisoppaana. Työ rajattiin alussa melko suppeaksi, koska järjestelmä ei ollut valmiina kun tein työtä. Tarkempaan tutkimukseen otettiin tietojen tuonti ja ulkopuolisten sovellusten käyttö Microsoftin CRM 2011 järjestelmään. Toisena aiheena oli liiketoimintatiedon hallinta eli business intelligence. Näitä kysymyksiä katsottiin RAMKin kannalta, mitä kannattaa ottaa huomioon ja minkälaisia ongelmia voi olla kun järjestelmä otetaan lopulta käyttöön.

2 ASIAKKUUDENHALLINNAN PERUSTEET

2.1 Asiakkuudenhallinta käsitteenä

Customer Relationship Management tarkoittaa suomeksi asiakkuudenhallintaa. Yleisesti ottaen se käsittää organisaation asiakaslähtöisen liiketoiminnan ja siihen liittyvä tietojärjestelmän. (Yritys-Suomi 2011.)

CRM-järjestelmän pääalueet ovat myynti, markkinointi, asiakaspalvelu ja kaikki siihen sisältyvät tietokannat. Järjestelmää käytetään hallitsemaan ja hankkimaan uusia asiakkuuksia, tehdään aikataulutuksia, suunnitellaan markkinointi-, myynti-, asiakaspalvelutoimintaa. Järjestelmän tarkoitus on tuoda asiakastiedot saataville kaikille, jotka niitä organisaatiossa tarvitsevat. (Reynolds 2002, 6.)

CRM-järjestelmän käyttötarkoitus vaihtelee yrityksissä. Buttle (2004) on jakanut käyttötarkoituksen kolmeen osaan. Se voi olla strategista, toiminnallista tai analyttistä. Toimiva asiakkuudenhallinta on kuitenkin aina osa yrityksen kokonaisstrategiaa. Esimerkiksi toiminnallinen CRM ei voi toimia täydellä teholla, mikäli tarkkaa tietoa asiakkaiden tarpeista ei ole saatavilla.

Strategisen CRM:n tarkoituksena on luoda asiakaskeskeinen liiketoimintakulttuuri. Asiakkuudet pyritään säilyttämään tarjoamalla parempaa palvelua kuin kilpailijat. Resurssit kohdistetaan sinne missä ne voivat parantaa asiakkaan arvoa yritykselle. Palkitsemisjärjestelmällä luodaan kulttuuri, jolla edistetään työntekijöiden halua parantaa asiakkaiden tyytyväisyyttä. (Buttle 2004, 4.)

Toiminnallisessa CRM:ssä pyritään automatisoimaan markkinointi-, myynti-, ja asiakaspalveluprosessit. Tämän ansiosta yritykset voivat tehostaa toimintaansa, vähentämällä palvelujen kustannuksia, parantaa palveluiden laatua tarjoamalla oikeaa palvelua, nostamalla tuottavuutta ja lisäämällä asiakastyytyväisyyttä. (Buttle 2004, 5.)

Analyttinen CRM perustuu toiminnallisen CRM-järjestelmän keräämiin tietoihin. Tallennettua tietoa voi olla myyntiin, talouteen, markkinointiin tai asia-

kaspalveluun liittyvät tiedot. Tietoja analysoidaan tiedonlouhinnan työkaluilla, jotka auttavat organisaatiota päätöksen teossa. (Tuominen 2006.) Kysymyksiä voivat olla esimerkiksi: mitkä asiakkaat ovat arvokkaita, mitä tuotteita kannattaa tarjota tietyille asiakkaille, mitkä asiakkaat ovat lojaaleja yritystä kohtaan.

2.2 Asiakkuudenhallinnan merkitys

2.2.1 Mahdollisuudet

Asiakkuudet ovat yrityksen tärkein resurssi, ilman asiakkaita yritys ei voi menestyä. Yrityksen tulee pyrkiä säilyttämään nykyiset asiakkaat ja samalla hankkimaan uusia kustannustehokkaasti. (Mäntyneva 2003, 9.)

CRM-järjestelmän tarkoituksena on kerätä tietoja yhteen paikkaan, mistä koko organisaatio voi käyttää tietoja hyväkseen. Tietojen kirjoittaminen Excel tai Word-tiedostoihin voi olla turhauttava, sillä jokaisella työntekijällä voi olla erilaiset tiedot ja ne eivät välttämättä ole kaikkien saatavilla. Keskitetyn tiedon avulla jokainen myyjä tai asiakaspalvelija näkee asiakkaan tiedot ja palveluhistorian. (Tekes 2001.)

Kerätyn tiedon avulla pyritään tunnistamaan ketkä ovat yritykselle kannattavia asiakkaita. Tieto auttaa tehostamaan markkinointia, myyntiä ja asiakaspalvelua, samalla kuitenkin ylläpitämään pitkäikäistä asiakkuutta. Markkinointi kustannukset pienevät, koska se pystytään kohdistamaan tarkasti. Myynnin ennustaminen ja myyntiprosessien tehokkuus kasvaa, koska organisaatio ei ole riippuvainen yhdestä henkilöstä (Sapattinen 2011). Tallennetut myynti- ja aiemmat asiakaspalvelutilanteet löytyvät keskitetysti yhdestä paikasta, joka parantaa asiakaspalvelun laatua. Organisaation työntekijöitä CRM helpottaa työtehtävien seurannalla ja ylläpitämällä tehtäväluetteloa.

2.2.2 Haasteet

Ensimmäinen haaste on tietenkin CRM:n käyttöönotto yrityksessä. Käyttöönottoaminen on silloin järkevää, kun jokainen seuraavista kriteereistä täyttyy. Vähintään neljä viidestä käyttäjästä käyttää CRM-järjestelmää aktiivisesti.

Tämän lisäksi sen on annettava lisäarvoa organisaation tiedonhallintaan. Käyttäjien on oltava riippuvaisia järjestelmästä, kun se on lopulta otettu käyttöön. (Oksanen 2010, 29.)

CRM-järjestelmien tyypillinen ongelma on sen vähäinen käyttö, joko työntekijän tai organisaation tasolla. Käyttämättömyys ei yleensä johdu teknisistä ongelmista, vaan käyttäjillä loppuu mielenkiinto alkuhuan jälkeen (Tiirikainen 2010, 85). Työntekijät siis jatkavat vanhoilla tavoilla käyttöönotto ei ole onnistunut. Epäonnistunut käyttöönotto organisaation kannalta haittaa liiketoimintaa, mutta ei pysäytä sitä. Asiat ovat hoidettavissa vanhoilla tavoilla. Sama koskee käyttäjiä, jotka tarvitsevat tietojärjestelmää työssään. Osalle epäonnistuminen voi olla parempi vaihtoehto, koska se mahdollistaa paluun vanhoihin, tuttuihin toimintatapoihin.

Muutosvastarintaa voi esiintyä järjestelmän käyttämättömyytenä tai CRM:n käyttöä lykätään kiireiden ja muiden tekosyiden takia. Tietojen syöttäminen käyttäjän kannalta ei tunnu tarpeelliselta, sillä onhan aina olemassa se vanha tapa toimia. Toinen mielipide on, että mitä turhaan kirjamaan asiakkaan tietoja järjestelmään, kun ei niitä kuitenkaan kukaan tarvitse. CRM-projekteja kritisoidaan usein myös sitä että se on vain johdon tai konsulttien päähänpistö. (Oksanen 2010, 70.)

Kun CRM:stä tulee osa organisaation arkea ja rutiineja, on se samalla myös luonteva osa organisaatiota (Oksanen 2010, 285). Käyttöönottoprojektin jälkeen on tärkeintä CRM:n sulauttaminen organisaatioon. Alkuinnostuksen jälkeen tarvitaan positiivisia tuloksia tietojärjestelmän hyödyistä, jotta käyttäminen jatkuu tulevaisuudessakin. Tilannetta on hyvä seurata ja tehdä korjaavia toimenpiteitä ongelmien ilmetessä (Oksanen 2010, 288). Käytön seuranta kuuluu johtoryhmän tehtäviin.

2.3 Asiakastiedon hallinta

Asiakaskunnat jaetaan erikseen, koska löytyy eroja lainsäädännöstä, toimintatavoissa ja kuluttajansuojan osalta. Liiketoiminta voi tapahtua kahden yrityksen tai organisaatioiden välillä jolloin se on business-to-business (B2B).

Yrityksen ja kuluttajan välinen liiketoiminta on business-to-consumer (B2C). (Oksanen 2010, 23.)

Asiakkaiden ryhmittely on perusedellytys asiakkuudenhallintaan. Asiakkuuksien ryhmittelyllä pyritään tunnistamaan ryhmiä, joilla on samankaltaisia tarpeita tai ostokäyttäytymisen perusteella. Segmentoinnin kriteereinä voidaan käyttää demografisia ja elämäntyylin liittyviä tekijöitä. Kriteerien avulla pystytään selvittämään kuuluuko asiakas tiettyyn segmenttiin vai ei (Mäntyneva 2003, 26). Segmenttien avulla asiakkaalle pystytään tarjoamaan tarkemmin tuotteita, palvelua ja markkinointia. Segmentoinnin ei pitäisi olla liian suppea kokonsa puolesta, koska kohdennettu markkinointi, tuote tai palvelu ei olisi tarpeeksi kannattavaa. Asiakkuuksien segmentointi antaa mahdollisuuden määrittää yrityksen tuotteet ja palvelut tarkemmin, jotta asiakkaiden tarpeet ja odotukset kyetään täyttämään paremmin (Mäntyneva 2003, 27).

Yrityksen ei taloudellisesti kannata hoitaa kaikkia asiakkuuksia, koska potentiaali ei riitä kattamaan markkinointia (Mäntyneva 2003, 27). Kannattavien asiakkuuksien huomioon ottaminen ja niiden kehittäminen parantavat yrityksen kannattavuutta. Yrityksen on tunnistettava kannattavimmat asiakkaansa ja samalla pyrittävä löytämään myös kannattomat (Mäntyneva 2003, 40). Ensimmäisenä asiakkaan kannattavuuden määrittää asiakkuudesta saatava kate, josta vähennetään myynnin, markkinoinnin ja asiakaspalvelun aiheuttamat kustannukset. Toinen tärkeä tekijä on asiakkuuden kesto, koska uusien asiakkuuksien hankkiminen voi olla kallista yritykselle.

Yrityksen pitää luoda toimintamalli asiakastietojen ja -tapahtumien viemiseksi säännöllisesti asiakastietokantaan (Mäntyneva 2003, 61). Asiakkaista tietokantaan voidaan tallentaa ostot, tuotteen takuu- ja palautustiedot ja asiakaspalvelutilanteet. Samalla pitää määrittää, mitä tietoja halutaan käyttää asiakkaan strategista arvoa arvioitaessa. Esimerkiksi ostohistoria avulla voidaan ennustaa asiakkaan ostokäyttäytymistä tai kohdentaa markkinointiviestintää.

Yritys voi käyttää tiedon analysointiin ulkopuolista tiedonlouhintasovelluksia tai tehdä omat analyysityökalut. Tiedonlouhintaa voidaan käyttää markkinoiden segmentointiin ja asiakkaan arvon arvioimiseen (Buttle 2004, 109).

Tämä on hyödyllistä, kun suuria määriä tietoa on saatavilla. Asiakkuudenhallintajärjestelmää käyttävät ovat enemmän kiinnostuneita mitä arvoa asiakas voi tulevaisuudessa tarjota. Tietojen perusteella pyritään luomaan malleja, joiden avulla ennustetaan asiakkaiden käytöstä.

2.4 Asiakkuudenhallinnan sanastoa

Yrityksen tukitoiminnot (englanniksi ”Back Office”) on organisaation osa, joka ei ole suorassa kontaktissa asiakkaisiin. Esimerkkinä ovat IT-osasto, kirjanpito ja henkilöstöhallinto. Yrityksen tukitoiminnot käyttää CRM-järjestelmää tiedon louhinnassa ja uusien liiketoiminta mahdollisuuksien etsimiseen. (Oksanen 2010, 24.)

Business intelligence (BI) eli suomeksi käännettynä liiketoimintatiedon hallinta. Tarkoituksena on kerätä tietoa, tutkia, analysoida ja lopulta käyttää tietoa päätöksen teossa. Esimerkkinä voisi olla asiakastietojen kerääminen, niiden analysointi ja myynnin tehostaminen niiden avulla. (CRM reports 2011.)

Customer Churn eli asiakaspoistuma, jolla kuvataan menetettyjen asiakkuuksien toteutunutta tai ennustettua määrää. Yrityksellä voi olla vuositasolla esimerkiksi viiden prosentin asiakaspoistuma. Asiakkuudenhallinnan avulla pyritään vähentämään poistumaa ja hankkimaan lisää asiakkuuksia. (Buttle 2004, 16.)

Yrityksen näkyvät palvelutoiminnot (englanniksi ”Front Office”) eli organisaation osa, on suorassa kontaktissa asiakkaisiin. Tämä sisältää yleensä markkinointi-, myynti- ja palveluosastot. Tyypillinen CRM käyttö on prosessien työkalut, jotka automatisoivat toimintaa (Oksanen 2010, 24).

In-house-termillä tarkoitetaan organisaation sisäistä järjestelmää, joka on organisaation omassa hallinnassa. Yrityksen sisäinen CRM-järjestelmä sijaitsee organisaation omilla palvelimilla. Järjestelmää voi silti ylläpitää ulkopuolinen osapuoli. (Oksanen 2010, 307.)

Leads, joka suomennetaan usein ”liidit”. Liidi on mahdollinen asiakas, jota myyntiprosessi ei ole vielä hyväksynyt. Liidi voi olla henkilö tai yritys, jonka kanssa organisaatio ei ole vielä tehty kauppaa. Liidi muuttuu asiakkaaksi tai yhteyshenkilöksi. CRM-järjestelmässä voidaan määrittää kuinka kiinnostava liidi on (Business Technology Radio 2011). Liidejä voidaan kerätä sanomalehden ilmoituksista, käyntikorteista tai vaikka messuilta.

Mahdollisuudet ovat kehittyneet liideistä, joista voi tulevaisuudessa muodostua myyntiä. CRM-järjestelmässä arvioidaan myyntituotto sekä todennäköisyys kaupalle. (Business Technology Radio 2011.)

Software as a Service (SaaS) on ohjelmistopalvelu, jossa ohjelmistoa käytetään internetin välityksellä. Palvelusta maksetaan vuokraa kuukausi- tai vuositasolla käytön laajuuden mukaan. Ohjelmistoa käytetään yleensä Internet-selaimella tai asiakasohjelmalla. (Oksanen 2010, 312.)

2.5 Microsoft Dynamics CRM 2011

CRM 2011 on osa Dynamics-tuoteperhettä, johon kuuluvat myös ERP eli toiminnanohjausjärjestelmä. CRM 2011 julkaistiin helmikuussa 2011 ja se on jatkoa CRM 4.0:lle. Ohjelmisto on saatavilla 41 eri kielellä. Järjestelmä on saatavilla tilattavana tai itse ylläpidettävänä ratkaisuna. Microsoft tarjoaa tuotekoulutusta verkkokurssien ja oppaiden muodossa.

Tilattava eli online-palvelu on Microsoftin tai sen valtuuttaman kumppanin ylläpitämä pilvipalvelu. Online-versiossa on oletuksena viiden gigatavun tallennustila. Käyttöliittymänä toimii Microsoft Office Outlook tai Internet Explorer 7 tai uudempi. Käyttäjän tunnistamiseen käytetään Windows Live ID:tä. (Microsoft Corporation 2011b.)

Vaikka organisaatio ei itse asenna järjestelmää omille palvelimille, on järjestelmän mukauttaminen ja tiedostojen offline-synkronoiminen mahdollista. Hinta on 31 euroa käyttäjää kohden kuukaudessa vuoden 2011 loppuun saakka ja sen jälkeen hinta on 40,25 euroa. Online-versiosta on myös saatavilla 30 päivän maksuton kokeiluversio. Kokeiluversiota voi käyttää Office

Outlookin kautta tai Internet Explorer 7 tai uudemmallalla versiolla. Järjestelmään voi ladata omia tietoja ja muokata sitä itselleen sopivaksi. (Microsoft Corporation 2011b.)

Itse ylläpidettävästä ratkaisusta löytyy kaksi vaihtoehtoa, Workgroup Server 2011 tai CRM Server 2011. Workgroup version mukana tulee viisi Client Access lisenssiä. CRM Server 2011:n mukana tulee yksi CAL ja yksi rajoitettu CAL-käyttöoikeus. (Microsoft Corporation 2011a.)

Jokainen CRM-palvelinta käyttävä henkilö tai laite tarvitsee oman CAL-käyttöoikeuden. CAL-käyttöoikeuksien tasojen välillä on eroja, miten paljon käyttäjällä on oikeuksia muokata tietoja tai itse järjestelmää. CAL-käyttöoikeuksien vertailu löytyy osoitteesta <http://crm.dynamics.com/fi-fi/on-premises/compare-client-access-licenses>.

Molemmat järjestelmät tarvitsevat 64-bittisen Windows Server 2008 käyttöjärjestelmän. Tämän lisäksi palvelimessa pitää olla asennettuna Active Directory, Internet Information Services (IIS 7.0 tai 7.5), SQL Server 2008 (64-bit) sekä sen raportointi palvelu (Reporting Services). Lisäksi SQL:n Agent service ja Full Text Indexing pitää olla käynnissä palvelimessa. (Microsoft Corporation 2011d.) Asennuksen aikana tarkistetaan, että tarvittavat komponentit löytyvät. Puuttuvat osat voi asentaa automaattisesti tai asentamalla ne ennen CRM asennusta.

3. TIETOJEN TUONTI JA ULKOPUOLISET SOVELLUKSET

3.1 Tuetut tiedostotyypit

CRM 2011 tukee Microsoft Office 2003 XML-tiedostomuotoa. Tiedostot pitää tallentaa XML (Extensible Markup Language) tietoina eli XML-muodossa Excelissä. Excel luo normaalista taulukkolaskenta tiedostosta XML-standardin mukaiset elementit ja määrittymiset. Tiedoston muokkaaminen ei eroa normaalista taulukkolaskennasta, vaikka XML-tiedosto ei tue kaikkia taulukkolaskennan ominaisuuksia. Työkirjojen graafiset kaaviot ja tietojen viittaukset eivät säily sekä salasana suojattujen laskentataulukkojen tallentaminen ei onnistu (Microsoft Corporation 2011c).

CSV (Comma Separated Values) on tiedostotyyppi, jotka käytetään usein tietojen siirtämiseen erilaisten järjestelmien välillä. CSV-tiedostot ovat tekstitiedostoja, jossa jokainen tieto on omalla rivillä ja kentät erotetaan pilkulla tai joissain tapauksissa puolipisteellä(;) (Recipi 2010). CSV-tiedoston alussa määritetään kenttien selitykset. Mikäli kentät sisältävät erikoismerkkejä, on ne laitettava lainausmerkkien(”) sisään. CSV-tiedostojen luominen onnistuu tekstieditorilla tai Officeen Excelillä. Excelissä tiedot lisätään taulukkoon ja tallennetaan CSV-muodossa. Tässä pitää muistaa poistaa ylimääräiset taulukot tai tiedosto ei tallennu oikein.

CRM 2011 hyväksyy myös TXT eli tekstitiedostoja, jossa sarakkeet on eroteltu pilkuilla(,), kaksoispisteellä(:), puolipisteellä(;) tai tabeilla(\t). Tässä käytetään CSV:n kanssa samaa tekniikka eli ensimmäisellä rivillä määritetään sarakkeiden nimi. Seuraaville riveille kirjoitetaan kenttien tiedot lainausmerkkien sisään ja erotellaan sarakkeet pilkuilla.

ZIP-tiedostoja voidaan käyttää useiden tuettujen tiedostojen tuontiin samanaikaisesti. Pakattujen tiedostojen pitää olla samassa muodossa eli CSV- ja XML-tiedostojen sekaisin tuominen ei onnistu. Oletuksena ZIP-tiedoston kokonaiskoko ei voi ylittää 32 megatavua (MB). Yksittäisen tiedoston maksimikoko on 8 megatavua (MB).

3.2 Tietojen tuonti

3.2.1 Tietojen tuonti ohjatun toiminnon avulla

Ohjattua tietojen tuontitoimintoa voivat käyttää kaikki organisaation jäsenet. Lisättyä tietoa voivat olla asiakkuudet, yhteyshenkilöt, aktiviteettejä tai vaikka tuotetietoja. Ohjattuun toimintoon pääsee menemällä Office 2010 versiosta tutun valintanauhan kautta ja valitsemalla tiedostojen tuonnin. Ensimmäisessä vaiheessa tiedosto valitaan omalta koneelta. Tiedostojen pitää olla XML-, CSV-, TXT- tai ZIP-muodossa.

Seuraavat tiedot tuodaan Microsoft Dynamics CRM -järjestelmään.

1 tiedosto ladattu.

Tiedostonimi	Koko
asiakkaat.csv	1 kt

▼ Erotinasetukset

Valitse kenttien ja tietojen erottimet. Jos tiedostoja on useita, erottimia käytetään kaikissa tuotavissa tiedostoissa.

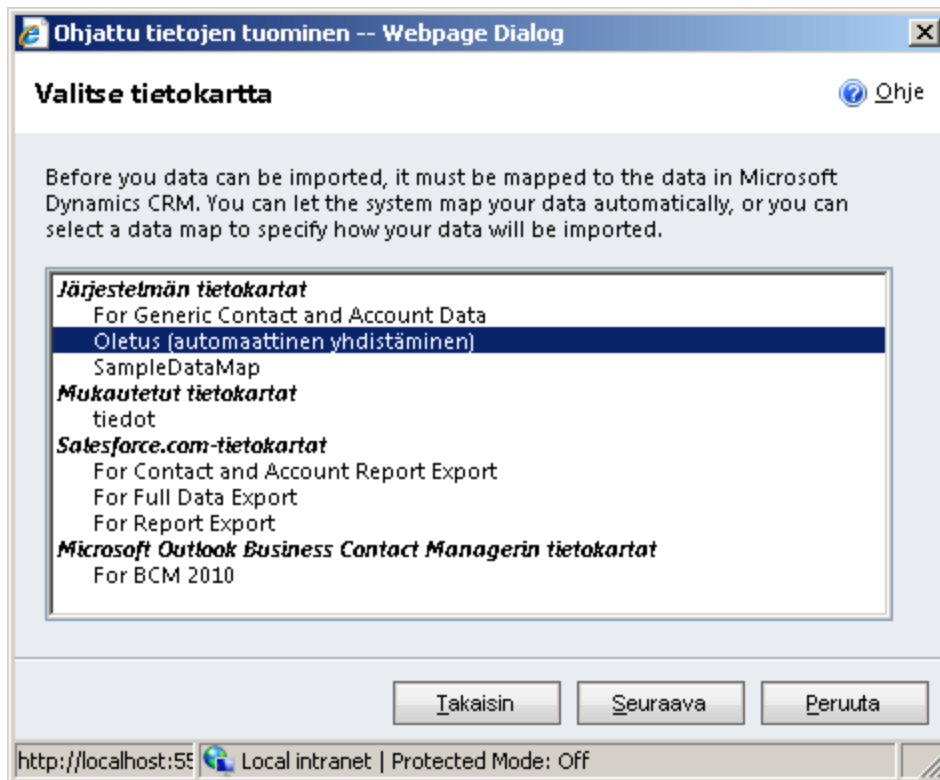
Kenttäerotin:

Tietojen erotin:

Ensimmäinen rivi sisältää sarakeotsikot

Kuvio 1. Erottimien asetukset.

Seuraavassa vaiheessa kerrotaan tiedoston nimi ja sen koko. Mikäli tiedosto on CSV- tai TXT-tiedosto, pitää valita kenttien ja tiedon erottimen asetukset. Tässä vaiheessa kysytään myös onko tiedoston ensimmäisellä rivillä määritellyt sarakkeiden nimet (Kuvio 1). Mikäli tiedostoja tuodaan ZIP-paketissa, niin erottimet pitää olla kaikissa tiedostoissa samat. Erotinasetuksia ei tule näkyviin mikäli tieto tuodaan XML-muodossa.



Kuvio 2. Tietojen kartoittaminen.

Jotta tietojen tuonti Microsoft Dynamics CRM 2011 järjestelmään onnistuu, täytyy lähdetiedoston ja CRM-järjestelmän tietuetyypit ja kentät yhdistää. Kolmannessa vaiheessa pitää tehdä tietojen kartoittaminen (Kuvio 2). Tällä tarkoitetaan kahden erilaisen tietokantamallien yhdistämistä toisiinsa.

CRM 2011 tarjoaa automaattisia malleja, yleisempien kontaktien tai asiakastietojen mallit sekä Salesforce.com ja Microsoft Outlook Business Contact Manager-tiedostoille (Kuvio 2). Mitä tarkemmin tiedon alkuperän määrittää, sitä vähemmän pitää käsin määrittää. Perusasetuksena on automaattinen yhdistäminen, jossa järjestelmä pyrkii etsimään lähdetiedostosta ja CRM-järjestelmän väliltä yhteyden. Järjestelmä löytää lähdetiedoston ja CRM-järjestelmän tietotyyppien välisen yhteyden, mikäli ne on nimetty samalla tavalla.

CRM-tietuetyypit	Lähdekentät	CRM-kentät
Asiakas	Pakolliset kentät	
	Account Name	Asiakkaan nimi
	Valinnaiset kentät	
	City	Ohita
	Country	Osoite 1: Maa tai alue
	E-mail	Sähköposti
	Main Phone	Ensisijainen puhelin
	Primary Contact	Asiakas (Ensisijainen avain)
	Street 1	Yhdistämättömät
	ZIP/Postal Code	Yhdistämättömät

Kuvio 3. Kenttien yhdistäminen.

Viidennessä vaiheessa pitää yhdistää lähdetiedoston ja CRM-järjestelmän tietokentät toisiinsa (Kuvio 3). CRM 2011 tunnistaa automaattisesti kenttien yhteyden, jos ne on nimetty samalla tavalla. Tämä voi aiheuttaa ylimääräistä työtä tietojen tuonnissa, jos lähdetiedostossa on nimetty huonosti tai eri kielellä. Keltaisen varoituskolmion tarkoittaa, että järjestelmä ei osannut automaattisesti yhdistää kenttiä. Kuviossa 3 "E-mail"-kenttä on yhdistetty sähköpostikenttään, mutta "Street 1"-kenttää ei ole yhdistetty. Kentät, joissa on keltainen varoituskolmio pitää yhdistää manuaalisesti. Kenttiä ei oteta huomioon, jos niitä ei yhdistetä tai luoda uusi luoda uutta kenttää lomakkeeseen.

Seuraavassa vaiheessa annetaan yhteenveto tiedostojen tuonnista. Tämän jälkeen annetaan asetuksia. Aluksi määritetään sallitaanko kaksoiskappaleet, tämä on oletuksena päällä, joten kaksoiskappaleet eivät mene järjestelmään. Myös tietojen omistaja määritellään, joka on tärkeä kohta. Omistajalla täytyy olla oikeudet luoda tai lukea tietoja. Jos oikeuksia ei ole valitulla käyttäjällä, niin ne siirtyvät sille käyttäjälle joka on käyttänyt ohjattua toimintoa. Lopuksi

voidaan tallentaa kyseinen tietokartta, jota voidaan käyttää tulevaisuudessa samankaltaisten tietojen tuontiin. Nämä mukautetut tietokartat tulevat valittavaksi kolmanteen kohtaa (Kuvio 2).

3.2.2 Valmiin tuontimallin käyttäminen

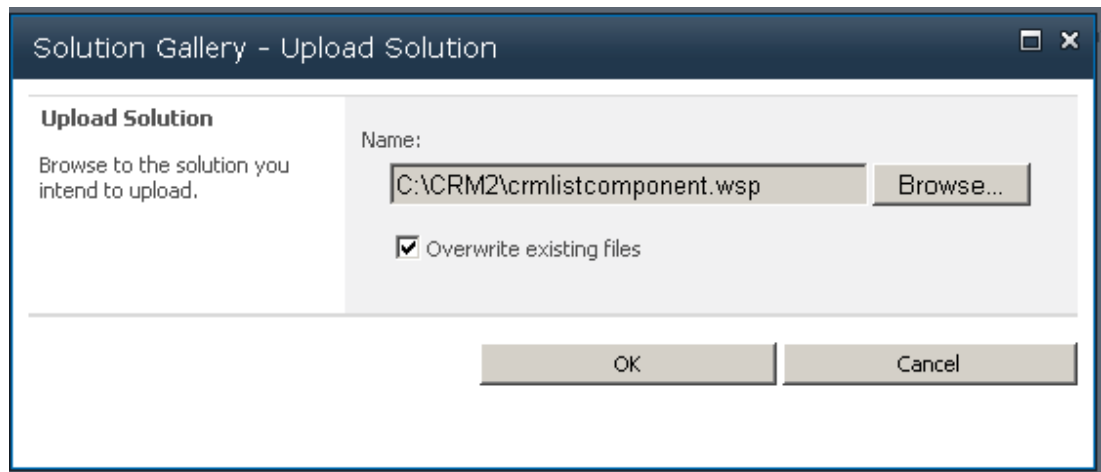
Microsoft CRM 2011 tarjoaa tiedostojen tuontiin myös valmiin tuontimallin, joka on helppokäyttöinen. Ensimmäisenä käyttäjän pitää avata haluttu tietuetyyppi. Tämän jälkeen valintanauhaan ilmestyy linkki, josta voi ladata Microsoftin valmiiksi tekemän mallitiedoston. CRM 2011 tarjoaa XML-tiedostoa, joka pitää tallentaa omalle koneelle.

Valmiissa tuontimallissa on valmiiksi laitettu kaikki kentät. Tämän lisäksi Excelissä näkyy solujen tietotyyppi ja kentän maksimipituus. Tiedot täytetään normaalisti riveille ja tiedosto tuodaan järjestelmään tämän jälkeen tiedon tuonnilla. Järjestelmä tunnistaa automaattisesti mihin tieto menee ja käyttäjän pitää vain valita kuka tiedot omistaa. Valmiin mallin käyttäminen ei rajoitu valmiiksi luotuihin tietotyypeihin, vaan sitä voi käyttää mukautettuihin lomakkeisiin.

3.3 SharePoint 2010 dokumenttien hallinta

Microsoft Dynamics CRM 2011 tukee SharePoint 2010 dokumenttien hallintaa. Tämän ansiosta CRM-tietueisiin liittyvät tiedostot voidaan tallentaa SharePoint-järjestelmään ja niitä voidaan hallita CRM-järjestelmässä. Ennen kuin SharePoint ja CRM tekevät yhteistyötä täytyy asentaa Dynamics CRM 2011 List Component. Linkki tähän löytyy CRM 2011 asetuksista ja dokumenttien hallinnasta. Komponentin avulla CRM voi luoda automaattisesti kansioita. Ainoastaan SharePoint järjestelmänvalvoja voi asentaa luettelo-osan. Sama koskee myös CRM-asetuksien asettamista.

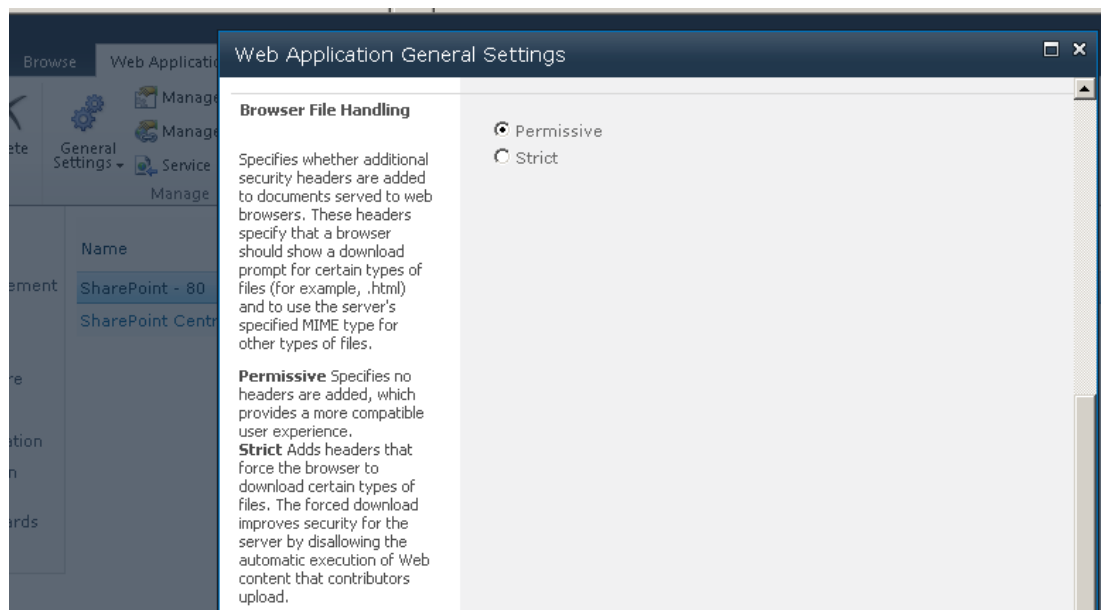
Luettelo-komponentin voi ladata Microsoftin Download Centeristä. Lataamisen jälkeen tiedostot puretaan palvelimelle. Tämä komponentti lisätään SharePoint-sivuston asetukset, gallerian alapuolelta ratkaisut kohtaan. Järjestelmänä ladataan ratkaisu, valitsemalla crmlistcomponent.wsp (Kuvio 4).



Kuvio 4. Lista-komponentin valitseminen.

Tämän jälkeen pitää varmistaa, että SharePoint-palvelimella on käynnissä Microsoft SharePoint Foundation Sandboxed Code Service -palvelu tai luetelo-komponentin käynnistäminen ei onnistu. Tämän tarkistaminen tapahtuu SharePoint-järjestelmän asetuksista ja hallitse palveluita palvelimella.

Kolmas muutettava asia on vaihtaa SharePoint Web-sovelluksen tietoturva-asetus (Kuvio 5). Asetus löytyy sovellusten hallinnasta ja menemällä yleisiin asetuksiin. Selaintiedoston käsittely pitää muuttaa tiukasta sallivaan tilaan. Muutosten jälkeen CRM-komponentin aktivointi onnistuu sivuston toiminnot ja sitten sivuston asetukset, gallerian alapuolelta ratkaisut kohtaan.



Kuvio 5. Web-sovelluksen tietoturva-asetus.

Seuraavaksi siirrytään CRM-asetuksiin. Asetuksista mennään tiedostojen hallintaan ja sieltä asetuksiin. Ensimmäisessä ikkunassa pitää valita mitä tietotyyppiä halutaan valita, sekä laittaa osoite missä SharePoint palvelin sijaitsee. Valituille tietotyypeille tulee dokumenttien hallinta mahdolliseksi.

Kansiorakenne	Kansion polku
Oletusarvo	../ Tietueen nimi / Tieto 1 /
Asiakkuuksien mukaan	../ Asiakkaat / Asiakas X / Tietueen nimi / Tieto 1/
Yhteyshenkilöiden mukaan	../ Asiakkaat / Yhteyshenkilö X / Tietueen nimi / Tieto 1 /

Taulukko 1. SharePoint kansiorakenne.

Seuraavassa vaiheessa pitää määrittää kansiorakenne. Oletuksena CRM luo kansion jokaiselle tietotyypille oman kansion ja tämän alle tulee jokaiselle tiedolle alikansio (Taulukko 1). Esimerkiksi tuote-tietotyypille tehdään oma kansio ja tämän alle tulee jokaiselle tuotteelle oma kansio. Toisena vaihtoehtona on lajitella kansiot asiakkuuksien tai yhteyshenkilöiden perusteella. Tämä tarkoittaa että jokaiselle asiakkaalle tai yhteyshenkilölle tehdään kansio (Taulukko 1). Tämän alle tulisi tuote-kansio ja tämän alle tuotteet.

Dokumenttien lisääminen tapahtuu avaamalla haluttu tieto ja valitsemalla vasemmalta dokumentit. Tämän jälkeen lisää painikkeella voidaan valita tiedostot, jotka halutaan tuoda SharePoint palvelimelle. Dokumenteilla ei ole tiedoston muotoon tai kokoon rajoittavia tekijöitä.

3.4 Tietojen tuonti RAMK:in kannalta

Kaikissa uusissa CRM-projekteissa on tärkeää tietojen tuonti järjestelmään mahdollisimman helposti. Rovaniemen ammattikorkeakoulun kannalta olisi tärkeää saada tuotua tarvittavat tiedot pienellä vaivalla. Varmasti monella ammattikorkeakoulun työntekijällä, jotka tulevat käyttämään löytyy erilaisia tietoja myynnistä, yritysten välisestä yhteydenpidosta ja asiakkaiden yhteystietoja. Olisi tärkeää saada tiedot keskitetysti tai ohjeiden avulla asiakkuudenhallintajärjestelmään.

Microsoft Dynamics CRM 2011 tarjoaa monia keinoja tuoda asiakas- ja tuote-tietoja järjestelmään. Toki jokainen työntekijä voisi tuoda tiedot järjestelmään

kirjaamalla ne yksitellen käyttämällä CRM:n tietojen syöttöä, mutta tämä veisi paljon aikaa. Mikäli tuotavien tietojen määrä on pieni niin silloin nopein tapa kirjata normaalisti käyttämällä tietueiden lomakkeita.

Toinen mahdollisuus olisi muuntaa jo valmiina Excel-tiedostot olevat tiedostot XML- tai CSV-muotoon ja tuoda ne ohjatulla tiedostojen tuontitoiminolla. Tässä pitää kuitenkin ottaa huomioon lähdetiedoston ja CRM-tietotyyppien väliset rakenteelliset erot. Mikäli lähdetiedostossa on eroavaisuuksia, niin joudutaan olemaan tarkkana sarakkeiden nimeämisen kanssa. CRM 2011 ei tunnista automaattisesti Excelissä olevan ”Kotikaupunki” ja CRM-järjestelmässä olevan ”Kaupunki” sarakkeita, vaan ne pitäisi yhdistää manuaalisesti. Toinen asia mikä kannattaa ottaa huomioon, ovat sarakkeet missä on useampaa tietoa yhdessä sarakkeessa. Yrityksen osoitetiedot pitäisi jakaa lähiosoitteeseen, postinumeroon ja kaupunkiin. Excel tiedostoja pitäisi siis muokata CRM-järjestelmään sopivaksi, jotta tietojen tuonti olisi helppoa.

Tuontia voi helpottaa käyttämällä CRM:stä tuotavan valmiin tuontimallin avulla. Tällöin ei tarvitse miettiä onko sarakkeet oikeassa muodossa tai tuleeko tieto oikeassa muodossa. Valmiin mallin käyttäminen onnistuu automaattisesti myös muokattujen tietotyyppien mukaan, joten RAMK:in CRM-vastaavan ei tarvitse erikseen tehdä näitä malleja. Työntekijän pitää vain mennä oikeaan tietotyyppiin ja ladata valmis XML-tiedosto koneelle. Tiedosto voidaan avata normaalisti Excelillä ja kopioida tiedot taulukkoon. Tämän jälkeen täytetty XML-tiedosto tuodaan järjestelmään ohjatulla toiminnolla ja järjestelmän tunnistaa automaattisesti tiedon paikan.

Tietojen tuonnissa on myös otettava huomioon tietokannoista tutut yhteydet. Asiakkaat eli yritykset voidaan tallentaa yhteen tietuetyyppiin ja näiden yritysten yhteyshenkilöt toiseen tietuetyyppiin. Tässä tapauksessa yritykset pitää kirjata ennen yhteyshenkilöitä. Tuonti onnistuu myös mikäli asiakkaan ja yhteyshenkilön tiedot pakataan ZIP-pakettiin ja tuodaan järjestelmään samaan aikaan.

Varmasti jossain vaiheessa tulee eteen kysymys, miten pystytään olemaan varmoja, että tietoja ei ole kahteen kertaan järjestelmässä. CRM-järjestelmän

hallitsija pystyy määrittelemään kaksoiskappaleiden tarkistamisen. Se voidaan asettaa automaattiselle, määrittää ajoitetun tehtävän tai määrittämällä tunnistamissääntöjä. Sääntöjä voidaan laittaa yksittäisille tietotyypeille. Tarkistuksen voi laittaa päälle tietojen päivittämisen ja tuonnin yhteyteen. Myös kaksoiskappaleiden yhdistäminen yhdeksi onnistuu. Tiedot tulevat vierekkäin ja valintapila valitaan tieto, joka halutaan säilyttää. Järjestelmänvalvojan olisi hyvä luoda kaksoiskappaleiden tunnistussääntöjä, jotta tietokanta pysyy siistinä. Hyviä ehtoja voisi olla sähköpostiosoitteen tai Y-tunnuksen perusteella tehtävä tarkistus. Järjestelmä ilmoittaa automaattisesti ponnahdusikkunalla, mikäli kaksoiskappaleiden tunnistussäännöt ovat käytössä. Ohjatulla toiminnolla tuodut kaksoiskappaleet näkyvät virheinä ja ne eivät siirry järjestelmään.

4. LIIKETOIMINTATIEDON HALLINTA JA CRM 2011

4.1 Liiketoimintatiedon hallinnan merkitys yritykselle

Business intelligence eli suomeksi käännettynä liiketoimintatiedon hallinta. Käsitteenä liiketoimintatiedon hallinta voi käsittää suppeimmillaan vain raportointia tai laajemmin tietojen analysointia ja niiden käyttäminen päätöksenteon apuna. Järvi (2007) on tehnyt kandidaatintyön ja käsitellyt liiketoimintatiedon hallintaa käsitteenä ja menetelmänä. Tutkielmassa oli käytetty teoreettista kirjallisuutta ja empiirisen tutkimuksen avulla. Tutkielman mukaan yleisimmin liiketoimintatiedon hallinta käsitetään strategiatyöskentelyn ja päätöksenteon tukijärjestelmänä ja prosessina, jolla tietoa kehitetään hyödylliseksi informaatioksi erilaisten menetelmien, tekniikoiden, palveluiden ja ohjelmistojen avulla (Järvi 2007, 6).

Liiketoimintatiedon hallinnan yleisin tarkoitus on päätöksien ja strategisten valintojen tukeminen. Toinen yleinen tavoite liiketoimintatiedon hallinnassa on sisäisen ja ulkoisen toimintaympäristön ymmärtäminen. Tämä auttaa hahmottamaan omaa ja kilpailijoiden asemaa markkinoilla. Lisäksi sen avulla pyritään tunnistamaan mahdollisuuksia ja uhkia, joilla pyritään saamaan kilpailuetua (Järvi 2007, 6-7).

Liiketoimintatiedon hallinnassa tarvittava tieto voidaan kerätä julkisista tai yrityksen omista tietolähteistä. Julkista tietoa voi olla median seuranta, julkiset haastattelut ja kyselyt sekä erilaiset julkiset rekisterit ja yritystietopalvelut. Yrityksen sisäisiä tiedonlähteitä ovat toiminnanohjaus- ja asiakkuudenhallintajärjestelmät (Järvi 2007, 10).

Suurena ongelmana ei voida pitää tiedon määrää vaan sen laatua. Tieto muuttuu liiketoimintatiedon hallinnaksi, kun se on päättäjän käsissä ja siitä on hyötyä hänelle päätöksen teossa. Täytyy myös huomata, että monet järjestelmät ovat yhteydessä liiketoimintatiedon hallintaan. Suurimmaksi osaksi nämä järjestelmät auttavat vertailemaan, analysoimaan trendejä ja kuvioita sekä antamaan historiallista ja nykyistä tietoa päätöksentekijöille (Thierauf 2001, 4).

Vuonna 2011 liiketoimintatiedon markkinat olivat maailmanlaajuisesti 7,3 miljardin ja Suomessa 70 miljoonan euron suuruiset. Suomessa liiketoimintatiedon hallinta on suuremmaksi osin operatiivinen työkalu talous- ja myyntiraportointiin, kustannusten hallintaan, budjetointiin ja ennustamiseen. Muutos-trendi on siirtymässä raportoinnista suorituskyvyn hallintaan, ennakointiin ja toiminnan optimointiin. Tiedon määrä on kasvanut yrityksissä suuresti, joten liiketoimintatiedon hallinnan tärkeys on kasvanut (Leidenius 2011).

Vuonna 2005 julkaistun tutkimuksen mukaan suuryrityksissä liiketoimintatiedon hallinnan käyttöaste oli 80 prosenttia 2002 ja vuonna 2005 luku oli nous-sut 95 prosenttiin (Koskinen 2005, 2). Tutkimus oli toteutettu kyselytutkimuk-sena, jonka kohderyhmänä oli liikevaihdoltaan Suomen 50 suurinta yritystä. Kyselyyn vastasi 17 teollisuussektorin, 18 kaupan ja palveluiden alan sekä kuusi ICT-sektorin yrityksiä.

Tärkeimmäksi tietotarpeeksi yritykset olivat määrittäneet omaa toimialaa kos-kevan tiedon. Toisena tuli kilpailijoita koskeva tieto ja kolmantena asiakastie-to (Koskinen 2005, 11). Liiketoimintatiedon hallinnassa tärkeimmäksi hyö-dyksi yritykset ovat kertoneet ”laadukkaamman tiedon saaminen päätöksen-teon tueksi”. Seuraavaksi tärkein hyöty oli tiedon jakaminen organisaatiolle (Koskinen 2005, 18).

Tutkimuksessa oli myös tarkasteltu liiketoimintatiedon hallintaa hyödyntäviä henkilöstöryhmiä. Vastajille annettiin neljä henkilöstöryhmää: ylin johto, keskijohto, asiantuntijat ja muut työntekijät. Vuonna 2005 liiketoimintatiedon hallintaa hyödynsivät ylimmästä johdosta 92 prosenttia. Kaikissa vastanneis-sa yrityksissä kerrottiin keskijohdon käyttävän liiketoimintatiedon hallintaa vuonna 2005. Asiantuntijoiden kohdalla käyttöaste oli samaa tasoa kuin kes-kijohdon, mutta heitä ei pidetty yhtä tärkeinä kuin keskijohtoa. Muiden työnte-kijöiden kohdalla hyödyntäminen jäi vuonna 2002 14 prosenttiin, mutta oli kasvanut kolmen vuoden aikana 39 prosenttiin. (Koskinen 2005, 21)

4.2 Liiketoimintatiedon hallinta CRM 2011:ssa

4.2.1 Koontinäytöt

Microsoft Dynamics CRM 2011 tarjoaa jokaiselle käyttäjälle mahdollisuuden käyttää ja luoda uusia koontinäyttöjä, jotka toimivat käyttäjän työpöytänä. Koontinäyttöjen avulla tietoja voidaan yhdistää yhteen paikkaan. Työpöytä voi olla jokaisella käyttäjällä omiin tarpeisiin muokattu. On myös mahdollista jakaa työpöytä muiden käyttäjien kanssa.

Työpöydälle voidaan laittaa kaavioita, listata tietoja, käyttää IFrame-kehysiä tai WWW-resursseja. Koontinäyttöä voidaan muokata tarpeiden mukaan laittamalla tietty määrä sarakkeita. Sarakkeiden korkeutta ja leveyttä voidaan määrittää ja määrätä sarakkeiden leveys.

Koontinäyttöihin voidaan lisätä WWW-resursseja, joiden tyyppi on HTML, Silverlight, PNG, GIF, JPEG tai ICO. WWW-resursseja voidaan käyttää tiedon lisäämiseen HTML:n avulla. Kuvia voisi käyttää visuaalisiin tarkoituksiin. Ulkopuolista sivuja käyttäessä tulee käyttää IFrame-kehysiä. Kehykselle määritetään yksilöllinen nimi ja verkkosivun URL-osoite. Kehyksessä avattavat linkit eivät aukea kehyksen sisällä, vaan uuteen selainikkunaan.

Luettelo-komponentilla pystytään listamaan valitun tietueen tiedot käyttäjän työpöydälle (Kuvio 6). Kuvio 6:ssa on listattu aktiiviset asiakkaat järjestelmän valmiilla näkymällä. Luettelosta pystyy avaamaan halutun asiakkaan tiedot uuteen ikkunaan tai hakemalla tietueita, joka alkavat tietyllä kirjaimella.

Asiakkaan nimi	Ensisijainen pu...	Osoite 1: Postit...	Ensisijainen yhteyshenkilö	Sähköposti (Ensisijainen ...)
A Store (sample)	555-0136	Renton	Adrian Dumitrascu (sample)	someone_a@example.com
Advanced Components (sample)	555-0135	Dallas	Brain LaMee (sample)	someone_b@example.com
Affordable Equipment (sample)	555-0162	Santa Cruz	Cat Francis (sample)	someone_c@example.com
AJ Tmi	020400500	Rovaniemi	Seppo Suomalainen	seppo.suomalainen@yrit...
Basic Company (sample)	555-0174	Lynnwood	Cathan Cook (sample)	someone_d@example.com
Best o' Things (sample)	555-0145	Los Angeles	Darren Parker (sample)	someone_e@example.com
Blue Company (sample)	555-0131	Redmond	Forrest Chand (sample)	someone_g@example.com
Designer Goods (sample)	555-0197	Redmond	Eva Corets (sample)	someone_f@example.com

Kuvio 6. Luettelo-komponentti, jossa näkyy aktiiviset asiakkaat.

Luetteloon pitää valita haluttu tietuetyyppi ja siihen liittyvät näkymä pudotusvalikosta. Näkymiä voivat olla järjestelmän valmiit mallit tai tehdä henkilökohtaisen näkymän. Näkymiä luodaan menemällä kyseiseen tietueeseen ja luomalla näkymä, joka perustuu kyselyn ehtoihin. Kyselyissä valitaan kenttiä ja siihen liittyvä ehto.

4.2.2 Kaaviot

Kaavioiden käyttämät tiedot voivat olla käyttäjien tai käyttäjäryhmien omistamia. Kaaviot pitää ensin luoda tietyn tietuetyypin kohdalle ennen kuin sitä voidaan käyttää osana kohdenäyttöä. Järjestelmästä löytyy valmiita malleja, mutta omien tekeminen on tarpeellista. Koontinäytössä käytettävien kaavioita voi käyttää hyväksi ja tarkastella tietoja, joiden avulla kaavio on luotu.

Omien kaavioiden luominen tapahtuu menemällä tietuetyyppiin ja valitsemalla valintanauhasta kaaviot. Kaaviolle pitää valita sarjat ja luokat. CRM 2011 tarjoaa oletuksena pylväs-, viiva-, ympyrä-, palkki- ja suppilokaavioita. Järjestelmän sisäinen kaavio muokkaus ei tarjoa paljon mahdollisuuksia muokata visuaalisia tai teknisiä ominaisuuksia. Järjestelmään voidaan tuoda XML-tiedostoja, jossa on määritetty kaavion ominaisuudet. Esimerkiksi värien, otsikoiden tai fonttien muokkaaminen tapahtuu viemällä kaavio XML-muotoon. XML-tiedostoa muokataan haluamalla ohjelmalla ja tuodaan sen jälkeen järjestelmään.

4.2.3 Raportit

Microsoft Dynamics CRM 2011 tarjoaa raportointimahdollisuudet, jota voidaan käyttää tietojen analysointiin. CRM 2011 sisältää oletusraportteja, jotka voidaan jakaa neljään luokkaan: myynti, markkinointi, palvelu ja hallinto. Myynnin raportteja ovat asiakastietoihin, liideihin, myyntiprosessiin ja laskutukseen liittyviä raportteja. Markkinointiin liittyvät raportit kertovat kampanjoihin liittyviä tietoja. Palveluraporttien avulla pystytään tarkastamaan vaikka laiminlyötyjen palvelupyyntöjen listaa tai palveluaktiviteettien määrän kehittymistä. Hallinto raportin avulla voidaan selvittää CRM-käyttäjien yhteystiedot ja käyttöoikeusroolit. Nämä kaikki oletusraportit ovat muokattavissa järjestelmänvalvojan toimesta.

CRM 2011 luo raporttiensuodatusehtojen avulla valmiin raportin, jota voi katella ruudulta tai tulostaa. Tulokset voidaan myös viedä XML-, CSV-, PDF-, MHTML-, Excel-, TIFF- tai Word-tiedostona käyttäjän koneelle. Nämä tiedostot ovat staattisia, jotka eivät muutu.

Raporttien luominen onnistuu menemällä työtehtävät ja valitse sitten omat työt-kohdasta raportit. Luonti tapahtuu ohjatulla luontitoiminnolla. Ohjattu toiminto kysyy raportin perustiedot sekä valittavan tietuelajit. Tietoja voi sisällyttää vain ensisijaisesta tietuetyypistä tai myös siihen liittyvistä tietueista. Ensisijaisena tietuetyypinä voisi olla vaikka asiakas ja siihen liittyvät puhelut, joita on tehty asiakkaalle (Kuvio 7). Liittyvän tietuetyypin käyttö on mahdollista vain jos niillä on yhteyksiä CRM-järjestelmän tietokannoissa.

Kuvio 7. Ensisijainen ja liittyvä tietuetyyppi

Raporttiin voidaan lisätä suodatusehtoja ja ryhmitellä haluamalla tavalla. Kenttien asettelussa määritetään sarakkeet, ryhmittelyt ja lajittelut. Raportin voi muotoilla vain taulukkona tai kaavion ja taulukon yhdistelmänä.

Raportin näkyvyyttä ja oikeuksia voidaan rajata pelkästään omistajalle tai vaikka koko organisaatiolle. Tämän lisäksi raportti voidaan jakaa eritasoisilla

oikeuksilla. Omistajuuden voi myös delegoida eli siirtää raportin omistajuuden yksittäiselle käyttäjälle tai ryhmälle. Delegoidulla käyttäjällä on oikeus suorittaa raportteja. Valmiin raportin voi suorittaa heti tai aikatauluttaa tietyn väliajoin. Järjestelmä säilyttää vain kahdeksan uusinta tilannevedosta raportista.

4.3 Liiketoimintatiedon hallinnan hyöty RAMK:lle

Uskon RAMK:in johtajien hyötyvän liiketoimintatiedosta strategisten päätöksiä valinnoissa. Tavallisille käyttäjiä se auttaa normaaleissa työrutiineissa. Toki jokainen käyttäjä saa valita haluaako käyttää tietoja hyväksi ja missä muodossa. Tiedon täydentäminen asiakkuudenhallinnan pitäisi olla jatkuvaa ja tarkkaa että liiketoimintatiedon hallinta olisi hyödyllistä päättäjille. Jos Microsoft Dynamics CRM 2011 tarjoamat kaaviot ja raportit eivät ole tarpeeksi muokattavissa, niin ainahan on mahdollista viedä tiedot ja käyttää jotain muuta ohjelmistoa tietojen analysointiin.

Liiketoimintatiedon hallinta auttaa johtoa näkemään kokonaiskuvan markkinoista, jota tarvitaan päätöksenteon tueksi. Tärkeitä päätöksiä voisi olla mitä palveluita halutaan lisätä, vähentää tai mitä uusia palvelu tarpeita löytyy markkinoilta. Palveluiden tarpeita voisi tarkastella CRM-järjestelmän luomien säännöllisten raporttien avulla, jotta pystytään tarjoamaan oikeaa palvelua asiakkaille. Johto siis käyttäisi liiketoimintatiedon hallintaa pitkän aikavälin suunnitteluun ja analysointiin.

Tavallisille käyttäjille liiketoimintatiedon hallintaa voisi käyttää asiakkaita koskevan tiedon analysointiin. Kaavioiden ja raporttien avulla pystyttäisiin tarkastelemaan asiakkaiden ja oman toimialan tarpeita. Asiakkaiden profilointi helpottuisi, jos käytettäisiin suppilokaaviota myynnin arvioimiseen. Normaaleissa työrutiineissa raporteilla ja luetteloilla pystyi helposti tarkastelemaan tietyn aikavälin työtehtäviä, joko raporttien tai erilaisten kaavioiden muodossa. Näiden avulla työtehtävien priorisointi tapahtuisi lähes automaattisesti, mikäli ne luokiteltu CRM-ohjelmistoon. Lisäksi kokisin tärkeänä tiedon jakamisen organisaation sisällä ja sitä kautta tehostuneena toimintana.

5. POHDINTA

Aluksi asiakkuudenhallinnan sovellus tarvitsee tietoja asiakkaista, tuotteista ja palveluista, jotta se pystyy toimimaan. Rovaniemen ammattikorkea koulun työntekijöillä on alussa suhteellisen iso urakka kerätä omat asiakastiedot ja heidän kanssa tehdyt yhteistyötiedot. Tämän jälkeen heidän tulisi ladata valmis tuontimalli ja täyttää kyseisen tietuetyypin tiedot. Toki CRM-järjestelmän tulee olla valmis ennen kuin sinne aletaan lisätä tietoja. Itse huomasin että valmiin tuontimallin käyttäminen oli helppoa, joten suosittelisin sen käyttöä. Tällä tavalla normaalin käyttäjän ei vaivata CRM-järjestelmän ylläpitää tai muuta henkilöä lisäämään tietoja hänen puolestaan. Valmiissa tuontimallin voi helposti avata Excelillä ja täyttää tiedot. Tiedot pitää silti täyttää oikeisiin kenttiin ja oikeassa muodossa. RAMK voisi tehdä ohjeet missä muodossa tiedot pitää täyttää kyseiseen lomakkeeseen.

Liiketoimintatiedon hallinnan osalta huomasin sen hyödyllisyyden omien tehtävien seurannassa. Kaavioilla ja luetteloilla pystyy nopeasti tarkastelemaan kesken jääneiden tehtävien listaa. Työtehtäviä voi tarkastella tärkeyden mukaan klikkaamalla kaaviota tai käyttämällä lista-komponenttia. Raporteilla on suhteellisen helppo tehdä ja käyttää yhteenveto työkaluna, kunhan osaa tehdä ehtojen avulla itselleen sopivia raportteja. SharePoint-dokumenttien hallinnasta uskon olevan hyötyä RAMK:lle. Palveluiden ja asiakkaiden yhteyteen voisi tallentaa dokumentteja, jotta niitä ei tarvitsisi etsiä työntekijöiden omalta alueelta tai muistitikulta.

Web-resursseilla tai kehyksillä en näe suurta käyttöä ellei niissä käytetä esimerkiksi JavaScript-koodia ja lomakkeiden tietoja hyväksi. Kehyksillä voisi rakentaa karttapalveluiden (Google Maps tai Bing) kanssa yhteistyötä ja näyttää asiakkaat kartalla. Olisihan se hienon näköinen, mutta toisaalta en tiedä kuinka paljon RAMK:lle olisi hyötyä tästä. Kehyksissä olevat linkit aukeavat uuteen ikkunaan tai välilehteen, joten niiden käyttäminen olisi lähinnä linkkilistoina.

LÄHTEET

- Business Technology Radio 2011. Understanding CRM Terminology. Osoitteessa <http://www.businesstechnologyradio.com/MichaelsCRMTips/Tip6UnderstandingCRMterminology/tabid/7473/Default.aspx> 6.10.2011
- Buttle, F. 2004. Customer Relationship management, concepts and tools. Amsterdam: Elsevier.
- CRM Reports 2011. Glossary. Osoitteessa http://www.crmreports.com/index.php/component/option,com_glossary/Itemid,45/ 6.10.2011
- eLVa 2011. Sähköisen liiketoiminnan osaamisen vahvistamisen valmennusohjelma. Osoitteessa <http://elvablogi.blogspot.com/> 27.9.2011
- Järvi, K. 2007. Liiketoimintatiedon hallinta: käsitteet ja menetelmät. Osoitteessa <http://www.doria.fi/handle/10024/30955> 4.11.2011
- Koskinen, A. 2005. Liiketoimintatiedon hallinta Suomalaisissa suuryrityksissä 2002–2005. Osoitteessa www.ebrc.fi/kuvat/eBRC_RR21.pdf 7.11.2011
- Leidenius, K. 2011. Markkinaseuranta. Liiketoimintatieto jalkautuu kentälle. Tietokone 8/2011, 20.
- Microsoft Corporation 2011a. Itse ylläpidettävä CRM 2011 Osoitteessa <http://crm.dynamics.com/fi-fi/on-premises> 28.9.2011
- Microsoft Corporation 2011b. CRM Online Osoitteessa <http://crm.dynamics.com/fi-fi/on-demand> 28.9.2011
- Microsoft Corporation 2011c. XML-laskentataulukkomuodon ominaisuuksia ja rajoituksia. Osoitteessa <http://office.microsoft.com/fi-fi/excel-help/xml-laskentataulukkomuodon-ominaisuuksia-ja-rajoituksia-HP001073362.aspx?CTT=1> 13.10.2011
- Microsoft Corporation 2011d. CRM Server 2011 software requirements <http://technet.microsoft.com/en-us/library/gg583962.aspx> 25.10.2011
- Mäntyneva, M. 2003. Asiakkuudenhallinta. Helsinki: Wernet Söderstrom Oy.
- Oksanen, T. 2010. CRM ja muutoksen tuska, asiakkuudet haltuun. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Repici J. 2010. The Comma Separated Value File Format. Osoitteessa <http://creativyst.com/Doc/Articles/CSV/CSV01.htm> 13.10.2011

- Reynolds, J. 2002. A practical guide to CRM, building more profitable customer relationships. New York: CMP Books.
- Sapattinen, K. 2011. Asiakkuudenhallintakoulutus. Diat 9-13. Osoitteessa <http://www.slideshare.net/katriinariissanen/asiakkuudenhallinnan-luento-osa2-yhteinen> 20.9.2011
- Thierauf, R. 2001. Effective Business Intelligence Systems. Westport: Greenwood Press.
- Tekes - Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus 2001. Uuden tietotekniikan vaikutukset liiketoimintaan. Osoitteessa http://www.tekes.fi/fi/document/43382/uuden_tietotekniikan_pdf 14.9.2010
- Tiirikainen, V. 2010. IT ja parempi bisnes, Helsinki: Talentum.
- Tuominen, J. 2006. Digitaalinen viestintä – seminaari. Osoitteessa www.cs.helsinki.fi/u/jwtuomin/digitaalinen_viestinta/crm_esitelma.pdf 16.9.2011
- Yritys-Suomi 2011. Asiakkuudenhallinta. Osoitteessa <http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/asiakkuuden-hallinta> 15.9.2011