



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Asiakasverkoston laajentaminen Case: Tank Indoor Oy

Ojakoski, Katja

2011 Hyvinkää

Laurea-ammattikorkeakoulu
Hyvinkää

Asiakasverkoston laajentaminen
Case: Tank Indoor Oy

Katja Ojakoski
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2011

Katja Ojakoski

Asiakasverkoston laajentaminen Case: Tank Indoor Oy

Vuosi 2011

Sivumäärä 68

Toiminnallisen opinnäytetyöni tavoitteena oli tehdä yhteistyöprojektille suunnitelma, joka palvelee projektia ja sen etenemistä. Lähtökohtana oli, että suunnitelma tukee yhteistyöprojektin arvoja, visiota ja missiota, mikä auttaa yritystä pääsemään asetettuihin tavoitteisiin. Projektisuunnitelmaan olen tuonut myös omia ideoita ja näkökulmia, jotka nousivat esille työtä tehdessäni.

Projektisuunnitelma on tehty huonekalualalla toimivalle yritykselle Tank Indoor Oy:lle, joka tulee tulevan vuoden aikana avaamaan omat osastonsa Isku Kodin myymälöihin. Tank Indoorille suunnatussa projektisuunnitelmassa käsittelem projektin lähtökohdat, tavoitteet, nykytilan sekä suunnitelman projektin eri vaiheista. Projektin ensisijaisena tavoitteena on asiakasverkoston laajentaminen ja tunnettuuden kasvattaminen. Suunnitelmasta olen tehnyt mahdollisimman selkeän ja pyrkinyt löytämään toimintatavat, joiden avulla projekti saadaan sujuvasti etenemään.

Projektin tulokset eivät ole tällä hetkellä mitattavissa, sillä kaikkiin myymälöihin osastoja ei ole vielä rakennettu. Käyn työssäni kuitenkin läpi menetelmiä, joilla asetettuja tavoitteita voidaan tulevaisuudessa mitata ja arvioida niiden avulla tavoitteisiin pääsyä sekä yhteistyöprojektin onnistumista. Näitä menetelmiä pystytään käyttämään projektissa ensi kesänä. Johdon ja työntekijöiden arviointia ja onnistumista sen sijaan pystytään arvioimaan jo aikaisemmin, ja niitä kannattaakin alkaa hyödyntää projektin alkuvaiheessa, jotta projektin työilmapiiri ja henkilökunnan välinen yhteistyö saadaan toimimaan ja kaikki viihtymään.

Avainsanat: toiminnan suunnittelu, projektinhallinta, projektin johtaminen, yhteistyö.

Katja Ojakoski

Amplification the customers market Case: Tank Indoor Oy

Year	2011	Pages	68
------	------	-------	----

The goal of my thesis is to create a plan for the project, which is based on the values, the vision and the mission of the project. The purpose of this work is to create a project plan that will serve the project and its progression and also help to reach the goals that have been set. I will also present my own ideas and opinions in this plan, which I got from literature related to this subject and different kinds of seminars.

Two companies operating in the furniture sector named Tank Indoor Ltd. and Isku Home Ltd. have signed a co-operation agreement at the end of the year 2010. The purpose of this co-operation is that Tank Indoor will open its own departments in each of Isku Homes' 32 stores, which helps them both to reach new customers and to receive visibility. I have made a project plan for this co-operation, which includes the starting point, targets for the project and all the different steps on the way. I have tried to make this project plan as logical and simple as possible and to find the right operation models to help the project to reach its target. I have especially highlighted the vision, the mission and the values of this project, since these three issues will move the project forward and will help me to plan the right kind of strategy for this project.

The project results cannot be indicated yet, because all the departments have not been built yet, and it will be completed in next year. Nevertheless, I will go through the indicators with which the results can be measured in the future to help to evaluate the attainment of the objectives and to answer questions: Where have we failed? Where have we succeeded?

The indicators of the projects success can be evaluated as early as next summer. Instead the success of management and employees can be evaluated a bit earlier and it's profitable to start taking advantage of these evaluations right away, so that the atmosphere of the project and co-operation between employees will function and everybody gets along and enjoys the project.

Keywords: project planning, project management, leadership of the project, co-operations.

Sisällys

1	Johdanto.....	7
1.1	Työn tavoite ja tarkoitus	7
1.2	Aiheen rajaus	8
2	Yritysesittely.....	8
2.1	Tank Indoor Oy	8
2.1.1	Organisaatorakenne	10
2.2	Tuotteet, palvelut ja osaaminen	11
2.3	Isku-Yhtymä Oy	12
3	Teoreettinen viitekehys.....	12
4	Projektin taustat	14
4.1	Lähtökohdat.....	14
4.2	Tuote	15
4.3	Projektin arvot, missio, visio ja tavoitteet	15
5	Projektin strategia	16
5.1	SWOT-analyysi	18
5.2	Kilpailija-analyysi	19
5.3	Strategian laadinta.....	21
5.4	Strategian toimeenpano	24
5.4.1	Arvojen, mission ja vision toteutuminen	26
6	Projektin johto	27
6.1	Projektijohtaja	27
6.2	Vastuujohtajat.....	29
6.3	Johdon vuosikello	30
6.4	Huomioitavat riskit	32
7	Projektin resurssit	35
7.1	Oikeat henkilöt oikeilla paikoilla.....	35
7.2	Koulutussuunnitelma	36
7.3	Tieto- ja materiaalivirtojen prosessi	39
7.3.1	Vahvuudet ja hyödyt, sekä huomioitavat haasteet	41
7.4	Palvelujensuunnittelu	42
7.5	Huomion herättäminen yrityskuvalla	42
7.6	Osastolla erottuminen.....	43
8	Projektinhallinta	44
8.1	Toiminnot tukevat toisiaan.....	45
8.2	Suunnitelma tulevalle vuodelle.....	46
8.3	Projektisopimus	49
9	Projektin arviointi	51
9.1	Strategian seuranta ja arviointi	51

9.2	Strategiatyön huomioitavat haasteet.....	54
9.3	Työntekijöiden arviointi	55
9.4	Johdon toiminnan arvioiminen.....	56
10	Kehitysehdotukset	57
10.1	Lisää luotettavuutta ja tunnettuutta	57
10.2	Ideoita innovointiin	57
10.3	Viihtyvyyttä kotisivuille	58
10.4	Kehitysehdotus kuljetuslistoihin.....	58
11	Yhteenvedot	59
11.1	Yhteistyöprojekti.....	59
11.2	Oma työskentely	61
11.2.1	Opinnäytetyön tavoitteiden onnistuminen	61
11.2.2	Yhteistyöprojektin suunnittelun onnistuminen.....	61
11.2.3	Työn hyödynnettävyys yrityksessä	62
11.2.4	Oman työskentelyn analysointi.....	62
	Lähteet	64
	Kuvat.....	66
	Kuviot.....	67
	Liitteet.....	68

1 Johdanto

Yhteistyöprojektit ovat tänä päivänä erittäin näkyvä haaste. Yritykset hakevat verkostoitumisen kautta liiketoiminnalleen parempaa tuottoa ja kilpailukykyä sekä tietysti uusia mahdollisuuksia omalle liiketoiminnalleen. Yhteistyöprojektit palvelevat kumpiakin osapuolia verkostoitumisen hyödyillä, esimerkiksi jakamalla tietotaitoa ja riskejä. Yhteistyöprojektien erilaisuudet kuitenkin muokkaavat projekteja niin, että ne eroavat huomattavasti toisistaan ja näin ollen esimerkiksi tavoitteet sekä toimintatavat voivat vaihdella suurestikin. (Valkokari, Hyötyläinen, Kulmala, Malinen, Möller & Vesalainen 2008, 9.) Työssäni käsiteltävä yhteistyö syvenyy huonekalualan yhteistyöprojektiin. Tämän yhteistyön ansiosta Tank Indoor Oy avaa ovensa uudelle markkina-alueelle ja tavoitteena on saavuttaa uutta asiakaskuntaa sekä enemmän tunnettua kuluttajapuolella. (Ojakoski 2011.)

Tank Indoor tulee rakentamaan tulevan vuoden aikana omat osastonsa jokaiseen Isku Kodin myymälään. Osastoilla pyritään tuomaan esille Tank Indoorin korkeaa laatua, monipuolisuutta, tyylikkyyttä ja tuotteiden toimivuutta. (Ojakoski 2011.) Osastojen rakentaminen ja ylipäättänsäkin uuden tuoteryhmän vieminen Isku Kotiin ja sitä kautta kuluttajien keskuuteen tulee olemaan iso ja aikaa vievä projekti. Projekti pitää sisällään eri vaiheita, joiden ennalta suunnittelu on tärkeää projektin sujuvan etenemisen ja tavoitteiden saavuttamisen kannalta. Myös muutoksiin on varauduttava, ja siksi johdolta odotetaan nopeaa reagoimista ja päätöksentekokykyä.

Yhteistyöprojekti tulee olemaan erittäin laaja, sillä Isku Kodilla on myymälöitä eripuolilla Suomea. Tämä tuo omat haasteensa projektille, jotka on huomioitava toimintatapoja ja johtamista suunniteltaessa. Yksi tärkeä huomioon otettava osa on kaikki projektissa työskentelevät henkilöt, joiden tulee olla selvillä projektin tavoitteista ja toimintatavoista, jotta projekti saadaan yhteistyöllä toimimaan ja onnistumaan. Tämä edellyttää etenkin toimivaa viestintäverkostoa, johdon läsnäoloa sekä työntekijöiden kuuntelemista ja huomioimista.

Opinnäytetyöni on luonteeltaan toiminnallinen, eli kuvaan työssäni yhteistyöprojektin toteuttamista. Yhteistyöprojektin toteuttaminen pitää sisällään projektille asetetut tavoitteet, lähtötilanteen sekä kuvauksen nykytilanteesta ja suunnitelman projektin eri vaiheista aina tulevaisuuden kehitysehdotuksiini asti.

1.1 Työn tavoite ja tarkoitus

Työni tavoitteena on löytää projektin eri vaiheille sekä toiminnoille järkevät ja toimivat ratkaisut, jotka perustuvat Tank Indoorin yhteistyöprojektin missioon, visioon ja tavoitteisiin. Näiden pohjalta olen pyrkinyt rakentamaan kokonaisuuden, jonka avulla projekti saadaan

etenemään yrityksen asettamien viitekehysten mukaisesti. Pysin myös tuomaan esille mahdollisimman paljon omia ideoita, joita olen saanut lähdemateriaalien ja seminaarien pohjalta. Tavoitteenani on siis saada aikaan selkeä ja toteutettavissa oleva projektisuunnitelma, joka tulee palvelemaan yritystä sen yhteistyöprojektissa sekä auttaa pääsemään asetettuihin tavoitteisiinsa.

1.2 Aiheen rajaus

Käsittelen työssäni yhteistyöprojektiin sisältyviä vaiheita ja toimintoja lukuun ottamatta projektinbudjetin, tuotteen hinnan muodostumisen ja mainonnan. Projektinbudjetti ja tuotteen hinnan muodostuminen ei ole julkista tietoa, joten ne on rajattu työstäni kokonaan pois. Mainontaan taas ei ole paneuduttu, koska pääosin Isku Koti hoitaa itse tuotteiden markkinoinnin valtakunnallisen mainontansa kautta. (Ojakoski 2011.)

2 Yritysesittelyt

Tässä luvussa esitellään yhteistyöprojektissa toimivat yritykset Tank Indoor Oy ja Isku Koti Oy, joka on osa Isku-Yhtymä konsernia. Tank Indoor on oletettavasti lukijoille tuntematon yritys ja koska se on yhteistyöyritykseni opinnäytetyössä, on sen toimintaa käyty läpi perusteellisemmin. Lisäksi perusteellisella yrityskertomuksella pyritään antamaan selkeä kuva yrityksen toiminnasta, koska se on vaikuttavana tekijänä yhteistyöprojektin suunnittelussa.

2.1 Tank Indoor Oy

Vuonna 2001 perustettiin Espooseen liukuovia maahantuova yritys, joka kantaa nimeä Tank Indoor Oy. Koko yrityksen toimintaidea lähti liikkeelle korkealaatuisista liukuovien ja vaatehuoneiden profiilivaatimuksista. Nämä asiat olivat nousseet esille yrityksen vuonna 2000 tehdyssä markkinatutkimuksessa, jossa kävi ilmi, että Suomessa ei vielä tuolloin ollut markkinoilla näin korkealaatuisia liukuovia, eikä vaatehuoneita myyty ollenkaan. Suomen markkinoilla oli siis nähtävissä tarvetta ja kysyntää tuotteelle, joten toimintaa lähdettiin suunnittelemaan tarkemmin. Tuotevaatimukset olivat kuitenkin jo selvillä: profiilivaatimukset ja laatu tulevat olemaan korkeat. (Ojakoski 2011.)

Tank Indoorin toimitusjohtaja Pasi Ojakoski (2011) kertoo, että vuonna 2002 yrityksen toiminta lähti käyntiin ja Espooseen perustettiin ensimmäinen toimisto, jossa hoidettiin yrityksen laskutusta ja jälleenmyynnin tukea. Tuolloin yrityksen palveluksessa toimi kaksi henkilöä. Ojakoski (2011) tarkentaa vielä yrityksen alkuvuosista kertomalla, että ensimmäisen oman myymälän he avasivat Vantaan porttikaareen vuonna 2004, jolloin myös työntekijämäärä kak-

sinkertaistui. Vuotta myöhemmin, eli vuonna 2005 yritys avasi toimiston Turkuun, jossa toimii vielä tänäkin päivänä jälleenmyyntituki ja tilauskäsittely.

Tank Indoor lähti laajentamaan valikoimaansa, kun huomasi suomalaisten arvostavan yrityksen tuotteiden korkeaa laatua ja profiilivaatimuksia. Niinpä vuonna 2004 Kotkan asuntomesuilla lanseerattiin ensimmäisen kerran pukeutumishuoneet, joilla oli sama lähtökohta kuin liukuovilla: korkeat profiilivaatimukset ja korkea laatu. Pukeutumishuoneille löytyi messujen kautta hyvin pian oma asiakaskuntansa ja myös arvostus ammattilaiskunnassa yritystä kohtaan nousi suuresti. (Ojakoski 2011.)

Yrityksen toiminta edistyi ja myynti kasvoi, joten vuonna 2007 Hyvinkäälle päätettiin perustaa oma liike ja toimisto, jossa hoidetaan edelleen yrityksen laskutusta ja kirjanpidon avustavia tehtäviä. Vuonna 2008 alettiin etsiä liiketilaa myös Helsingin keskustasta, koska siellä työskenneltiin aktiivisesti rakennusliikkeiden, arkkitehtien ja suunnittelijoiden kanssa. Lisäksi asiakaskontaktit vaikuttivat tähän, sillä pääkaupunkiseudulla kontakteja oli enemmän. (Ojakoski 2011.)

Muutama vuosi sitten Tank Indoor havaitsi markkinoilla tilaisuuden myös toimistotilojen suunnitteluun ja vuonna 2010 lanseerattiin toimistojen lasiseinät ja viilujärjestelmät. Samanaikaisesti yrityksen sisällä suunniteltiin niin sanotusti edullisempi ratkaisu rakennusliikkeille, joka tulee muodostamaan Tank Indoorin 2011 liikevaihdosta merkittävän osan. (Ojakoski 2011.)

Tänä päivänä yrityksen myynti koostuu kolmesta eri liiketoiminta-alueesta: projektimyynnistä, jälleenmyyntiverkostosta sekä omasta kuluttajamyynnistä. Liiketoiminta-alueet yritys on eritellyt omiksi yksiköiksi, koska sillä helpotetaan myynnin seurantaa. Lisäksi jaottelun avulla suunnataan oikeilla tuotteilla oikeisiin asiakasryhmiin. Tank Indoor on myös jakanut henkilökuntansa hoitamaan näitä eri yksiköitä, jotta osaaminen on oikeassa paikassa. (Ojakoski 2011.)

Projektipuolen myynnillä tarkoitetaan myyntiä, joka kohdistuu suoraan rakennusliikkeille, yrityksille ja alan ammattilaisille, eli suunnittelijoille ja arkkitehdeille. Tuoteryhmä on suunniteltu nimenomaan kyseiselle kohderyhmälle, tarjoten heille lasi-, alumiini- ja viiluseiniä. Nämä tuoteryhmät soveltuvat julkisiin tiloihin ja toimistotilojen suunnitteluun. Yrityksien kanssa yhteistyössä olevat suunnittelijat ja arkkitehdit piirtävät Tank Indoorin tuotteita jo suunnitteluvaiheessa heidän kohteisiinsa. (Ojakoski 2011.)

Tank Indoor on sopinut merkittävän yhteistyösopimuksen yhden Suomen tunnetuimman huonekaluketjun Isku Kodin kanssa. Yhteistyön merkitys tulee olemaan tärkeä Tank Indoorille, joka jo toukokuussa 2011 avasi omat osastot kolmeen pääkaupunkiseudun ja yhteen Tampe-

reen Isku Kodin myymälään. Tätä kautta yritys tulee lisäämään näkyvyyttään ja pääsee vielä paremmin yksityisten kuluttajien tietoisuuteen. Ensi vuoden puolella projekti tulee laajenemaan entisestään, jolloin muihinkin Suomen Isku Kodin myymälöihin avataan Tank Indoorin omat osastot. (Ojakoski 2011.)

Tank Indoorin tunnettuutta on pyritty vuosi vuodelta lisäämään ja yritys on tullut Suomessa tunnetuksi korkealaatuisten säilytysjärjestelmien, tilanjakajien ja pukeutumishuoneiden toimittajana. Yritys on ollut jo vuodesta 2004 asti mukana eri asunto- ja mökkimessuilla sekä Suomen suurimmissa huonekalumessuilla Habitareilla. Yrityksen vahvuudet markkinoilla ovat mittajoustavuus, laajat profiili- ja oivalikoimat, monipuoliset ovijärjestelmät sekä ennen kaikkea korkealaatuiset tuotteet. (Ojakoski 2011.)

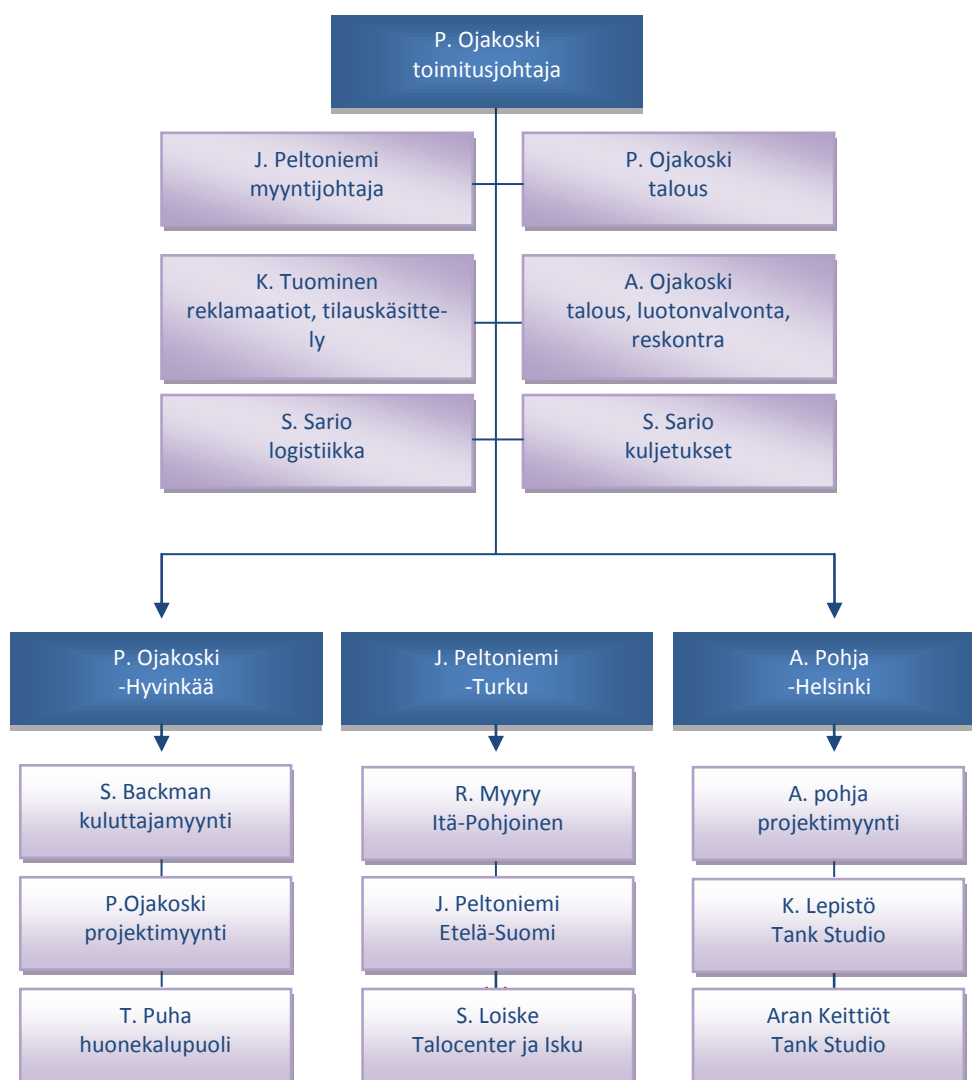
Yrityksellä on neljän oman liikkeensä lisäksi noin 100 jälleenmyyjää Suomessa, joista varmasti tunnetuimpia ovat Isku, Nelko Keittiöt, Aran, Lakkapää (joilla neljä myymälää Ruotsissa) ja Gatto Keittiöt. (Ojakoski 2011.)

Tämän koko toiminnan takana ovat olleet Pasi Ojakoski Hyvinkäältä ja Jussi Peltoniemi Turusta. He toimivat vielä tänäkin päivänä yrityksessä, Ojakoski toimitusjohtajana ja Peltoniemi myyntijohtajana. Yrityksessä työskentelee kymmenkunta työntekijää, mutta myynnin kokojen kasvaessa ja toiminnan laajetessa on tarkoitus palkata uutta henkilökuntaa. Yrityksen liikevaihto on kasvanut merkittävästi, viimeisen vuoden sisällä kasvua on tullut noin 40 %:a ja tämän vuoden arvioitu liikevaihto on noin 3 miljoonaa euroa. Ojakoski ja Peltoniemi ovat luotsanneet yritystä jo useamman vuoden ajan, ja tänä vuonna tuleekin täyteen yrityksen kymmenes toimintavuosi. (Ojakoski 2011.)

2.1.1 Organisaatiorakenne

Vastuualueita yrityksen sisällä on jaettu useammalle henkilölle mutta päävastuu yrityksen toiminnasta on tästä huolimatta toimitusjohtajalla. Toimitusjohtaja vastaa yrityksen toiminnasta ja taloudesta. Hän myös laatii yrityksen toiminnalle budjetit, joiden mukaan toimitaan. (Ojakoski 2011.)

Yrityksen toiminnan ollessa laaja-alaista on vastuita jaettu myös paikkakuntaakohtaisesti yritystoiminnan ja seurannan helpottamiseksi. Toimipistevastaavat huolehtivat oman alueensa toiminnasta ja myynnistä, josta he raportoivat yrityksen toimitusjohtajalle sovituin väliajoin. Paikkakuntaakohtaisella vastuualuejaottelulla säästetään aikaa, sillä vastuujohtajat työskentelevät aina siellä pisteessä missä he vaikuttavat. (Ojakoski 2011.)



Kuvio 1. Tank Indoor Oy:n organisaatiokaavio.

2.2 Tuotteet, palvelut ja osaaminen

Tank Indoorin tuotevalikoimaan kuuluu liukuovia, kaapistoja, säilytysjärjestelmiä, pukeutushuoneita ja tilanjakajia, joilla tarjotaan asiakaskohtaisesti räätälöityä tilankäyttöä mittojen mukaisesti. Tuotteet ovat siis suuria kokonaisuuksia, joten yritys on järjestänyt tuotteilleen kuljetuksen ulkopuoliselta palvelun tarjoajalta. Kuljetuksen lisäksi asiakas voi ostaa lisäpalveluna myös sisään kantamisen ja asennuksen. (Ojakoski 2011.)

Yrityksellä on jokaisessa omassa myymälässä ammattitaitoiset myyjät, jotka tuntevat tuotteen ja osaavat käyttää heidän suunnitteluohjelmia, joilla suunnitellaan tuotekokonaisuus 3D-kuvana asiakkaille. Lisäksi yrityksen jälleenmyyjillä on myymälässään aina vähintään yksi henkilö, joka kantaa vastuun tuotteista. Näiden lisäksi yrityksen kanssa toimii yhteistyössä alan ammattilaisia: sisustussuunnittelijoita ja arkkitehteja. (Ojakoski 2011.)

2.3 Isku-Yhtymä Oy

Isku konserni on suomalainen huonekalualan perheyrittäjä. Se on jo yli 80 vuoden ajan suunnitellut, valmistanut, markkinoinut ja toteuttanut sisustusratkaisuja koteihin ja julkisiin tiloihin. Isku konserni toimii niin Pohjoismaissa kuin Venäjällä ja viimevuosikymmenten aikana he ovat laajentaneet toimintaansa myös Baltiaan. Koko konsernin liikevaihto vuonna 2009 oli 151 miljoonaa euroa ja henkilöstöä yrityksellä oli keskimäärin noin 1 270. Perusta koko konsernin toiminnalle on laatu, muotoilu ja ympäristöystävällisyys. Yrityksen tavoitteena on asiakastyytyväisyys ja toiminnan tuloksellisuus. (Isku 2011.)

Isku konsernin emoyhtiö on Isku-Yhtymä Oy, jonka alla toimivat Isku Interior, Isku Koti, Isku Keittiöt, Isku Teollisuus ja Isku Invest. Isku Interior on erikoistunut suunnittelemaan ja toteuttamaan sisustusratkaisuja työtiloihin ja julkisiin tiloihin. Isku Koti taas tarjoaa kuluttajille huonekalu- ja sisustustavarataloketjuillaan laajan valikoiman korkealaatuisia kodinkalusteita ja sisustusratkaisuja. Keittiökäkalusteratkaisuja on saatavilla Iskun Keittiöliikkeistä, joissa on erikoistuttu suunnittelemaan ja valmistamaan nykyaikaisia kalusteita. Isku Teollisuus valmistaa ja myy niin kodin, kuin julkisten tilojen kalusteita, että sisustus ja rakennusalan komponentteja. Isku Invest Oy omistaa, vuokraa ja hallinnoi konsernin kiinteistöjä sekä toteuttaa kiinteistökehityshankkeita. (Isku 2011.)

3 Teoreettinen viitekehys

Entistä useammin yritykset lähtevät hakemaan kasvua erilaisten yhteistöiden kautta. Yrityksien puhuessa kasvusta ei yleensä sen syvällisemmin tulla ajatelleeksi, mitä sillä oikeastaan tarkoitetaan. Esimerkiksi puhuttaessa kasvusta taloudellisessa mielessä, on yrityksillä usein tavoitteena kannattava kasvu. Yleisesti ottaen kasvavat ja kehittyvät yritykset luovat kehityksellään edellytyksiä yritystoiminnan jatkamiselle. Tulee kuitenkin muistaa, ettei kasvu synny itsestään. Kasvuvaihe vaatii yritykseltä resursseja riippuen kasvumenetelmästä. Kasvuvaiheen resursseja voivat esimerkiksi olla uusien asiakkuuksien luominen ja nykyisten johtaminen sekä uusien liiketoimintamallien kehittäminen. (Storbacka 2005, 28, 115.)

Tässä opinnäytetyössä käsiteltävässä yhteistyöprojektissa haetaan muun muassa asiakasveroston kasvua. Asiakkaisiin kohdistuvassa kasvuhakuisessa toiminnassa yrityksen tulee ymmärtää asiakkaiden vaikutus yrityksen kasvuun, tulokseen ja yrityksen arvon kehittymiseen. Yrityksien tulisi siis organisoida ja määritellä toimintatapansa siten, että markkinoilla ja omassa asiakaskannassa oleva potentiaali hyödynnetään. Voidaan myös sanoa, että tänä päivänä asiakkuudet ovat yritysten keskeinen pääoma, jonka menestyksellinen johtaminen edellyttää uutta osaamista. (Storbacka 2005, 13.)

Yrityksen hakemalla kasvua yhteistyöprojektin kautta, tulee sen etenemisessä huolehtia maineen ja yrityskuvan pysymisestä, koska se on merkittävä osa liiketoiminnan menestymistä. Yrityksen maineella on monia vaikutuksia liiketoiminnalle, muun muassa luottamukseen, asiakaskokemukseen, rekrytointiin ja mediasuhteisiin. (Mediatum 2011.) Toinen merkittävä asia on onnistuminen asiakassuhteissa. Asiakassuhdetta voi pyrkiä lujittamaan esimerkiksi nopeammilla toimituksilla, luomalla asiakastilanteista persoonallisempia, tekemällä vaikutus laadukkaalla pakkausmateriaalilla ja huolellisella paketoinnilla tai henkilökohtaisella viestinnällä. (Yritys-Suomi 2011.) Asiakassuhteista ja asiakastyytyvyydestä on pidettävä yhteistyöprojektissa huolta, koska se tulee vaikuttamaan yhteistyössä toimivien yritysten yrityskuvaan.

Mitä yleisimmin projekteissa ja yhteistöissä, joissa pyritään saamaan aikaan muutoksia, tarvitaan myös uusia toimintatapoja. Nämä uudet toimintatavat vaativat työntekijöiltä muutoksia ja uusien asioiden oppimista. Työntekijät saattavat suhtautua muutostilanteisiin vastahakoisesti, joten johdon tulisi pohtia, miten muutostilanne tuodaan työntekijöille. Esimerkittä toimimista tällaisessa tilanteessa johdolta olisi rehellisyys, eli kerrotaan työntekijöille totuus tilanteesta. Muutostilanteen keskellä johdon tulisi olla alaisilleen alusta asti avoin, eikä salaila asioita tai jättää niitä kertomatta. Lisäksi työntekijöille on hyvä kertoa miksi toimintatapoja joudutaan muuttamaan. Työntekijöitä voidaan huomioida myös kuuntelemalla ja antamalla heille mahdollisuus vaikuttaa asioihin sekä tuoda esille omia ideoitaan. Jos johto omahyväisesti jättää työntekijänsä huomioimatta, tulee sillä olemaan negatiivinen vaikutus muutokseen ja työntekijöiden motivointiin. (Harvard business school press 2005, 68-73.)

Yhteistyöprojektille on järkevää suunnitella strategia, jossa kuvataan projektin toimintaan liittyviä periaatteita. Periaatteilla tarkoitetaan asioita, joiden varassa projektin on tarkoitus menestyä asiakasmarkkinoilla ja selviytyä kilpailussa. Johtaessaan toimintaa projektijohtaja toteuttaa strategiatyötä, joka pitää sisällään sekä strategian määrittelyn eli luomisen, että sen toteuttamisen. Strategian voidaan sanoa olevan yrityksen valitsema suunta, joka vaatii ympärilleen valitun suunnan mukaiset pelisäännöt, päätökset ja menettelyt. Suunnitelmallisella strategialla helpotetaan käytännön työtä ja resurssien oikein suuntaamista, kun kaikilla on tiedossa yhteiset tavoitteet ja päämäärät. (Viitala & Jylhä 2008, 69.)

Strategian keskeisiä käsitteitä ovat arvot, missio, visio ja tavoitteet, jotka ohjaavat toimintaa. Arvoilla tuodaan esille, mitkä ovat toiminnalle tärkeitä. Arvot myös luovat toiminnalle sisäisen perustan ja puitteet. Missiolla taas tarkoitetaan yrityksen perustehtävää, jolla halutaan pitää toiminnantarkoitus kirkkaana ihmisten mielissä. Missiolla voidaan esimerkiksi vastata kysymyksiin, miksi yritys on olemassa, mitä varten henkilöstö on töissä ja mikä on yrityksen päätehtävä tai ydinidea. Visio puolestaan on näkemistä eteenpäin. Visiolla voidaan kuvata millaisena halutaan näkyä tulevaisuudessa, esimerkiksi missä halutaan olla viiden vuoden päästä. Toisin sanoen visio on myös tahtotila ja tulevaisuudenkuva. Tavoitteet ovat toiminnal-

le asetettuja päämääriä, jotka ovat mitattavissa. Mitattavissa oleva tavoite voi olla esimerkiksi kilpailuedun saavuttaminen. (Viitala & Jylhä 2008, 69.)

4 Projektin taustat

4.1 Lähtökohdat

Tank Indoor Oy on toiminut jo vuodesta 2005 yhteistyössä Isku Keittiöliikkeiden kanssa. Keittiöliikkeiden suunnittelijat ovat siis myyneet Tank Indoorin tuotteita jo kuuden vuoden ajan. (Ojakoski 2011.)

Tank Indoorin toimitusjohtaja Pasi Ojakoski nosti yhteistyöajatuksen ilmoille Isku Kodin kanssa jo viime vuonna (2010). Hän oli sitä mieltä, että yhteistyö tulisi palvelemaan kumpiakin osapuolia. Isku Koti herättäisi asiakkaidensa mielenkiinnon uudella korkealaatuisella tuoteryhmällä, joka tunnetaan jo hyvin alan ammattilaisten eli suunnittelijoiden ja arkkitehtien keskuudessa. Tank Indoor taas tulisi laajentamaan asiakaskuntaansa. Lisäksi laajan Isku Koti - myymäläverkostojen ansiosta Tank Indoor kasvattaisi tuotteidensa tunnettuutta huonekalupuolella. (Ojakoski 2011.)

Isku Kodissa oltiin kiinnostuneita uudesta tuoteryhmästä ja yrityksessä arveltiin tuotteelle olevan myös kysyntää. Sen enempää Isku Kodilla kuin muillakaan huonekaluliikkeillä ei ole valikoimissaan täysin samanlaisia tuotteita. Tämä tulee siis olemaan hyvä kilpailuetu Isku Kodille niiden tuodessaan markkinoille mitoiltaan joustavat ja alan ammattilaisten suosiossa olevat korkealaatuiset tilanjakajajärjestelmät. (Ojakoski 2011.)

Yhteistyöprojektille saatiin siis heti hyvä vastaanotto Isku Kodista: yrityksessä oltiin kiinnostuneita ja siellä uskottiin tuoteryhmään. (Ojakoski 2011.) Etenkin Isku Kodin johdon usko tuotteeseen on erittäin tärkeää, sillä ilman kummankin osapuolen yhteistä uskoa ja taustatukea on vaikea lähteä rakentamaan yhteistä projektia ja ennen kaikkea saada se vielä onnistumaan ja innostaa työntekijät siihen mukaan. Onnistuneen vastaanoton jälkeen voi luottavaisena lähteä rakentamaan projektia eteenpäin. (Mäkinen 2011.)

Projektille oli tietenkin tehty suunnitelma, mutta ei niin täsmennettyä, jossa projektin vaiheita käytäisiin läpi yhtä yksityiskohtaisesti, kuin tässä työssä. Tämän vuoksi Tank Indoorilla nähtiin tarvetta tällaiselle projektisuunnitelmalle. Yrityksessä kesätöissä ollessani minulle avautui mahdollisuus päästä tekemään projektisuunnitelma, josta syntyi myös opinnäytetyöaiheeni. Projektisuunnitelmassa käsitelän projektin taustat, nykytilan, tavoitteet, toteutuksen, lopputuloksen ja katsauksen tulevaan, eli kaikki projektiin kuuluvat vaiheet tullaan käsittelemään.

Työtäni varten olen haastatellut Tank Indoor Oy:n toimitusjohtajaa, joka on heidän puoleltaan vastuussa projektista ja sen etenemisestä. Lisäksi olen käyttänyt apuna aiheeseen liittyvää kirjallisuutta, Internetiä sekä vierailut muutamissa seminaareissa. Tarkoitukseni on tehdä pohja toimintasuunnitelmalle toimitusjohtajan antamien tietojen perusteella ja lähteä viemään sitä eteenpäin. Tämän lisäksi minulta odotetaan omia ideoita ja näkemyksiä, joita voitaisiin hyödyntää projektissa ja joista saataisiin mahdollisesti uusia ideoita sekä näkökulmia.

4.2 Tuote

Tank Indoorilla on laaja materiaali- ja mallistovalikoima räätälöidysti asiakkaiden tarpeiden mukaisesti. Isku Kodille haluttiin kuitenkin suunnitella oma mallisto, joka vastaa huonekaluliikkeiden tarpeita. Eli mallisto ei sisällä kaikkia väri vaihtoehtoja ja ominaisuuksia, niin kuin Tank Indoorin mallisto normaalisti sisältää. Tämä sen takia, että Isku Kodille saadaan tuoteryhmä, jota huonekaluliikkeiden myyjien on helppo myydä. Tuoteryhmät on valmiiksi suunniteltu ja ne tarjoavat 12 erilaista valmista kokonaisuutta eri runkovihtoehtoilla, jotka joustavat aina asiakkaan mittojen mukaisesti. Erilaisilla valmiilla ratkaisuilla helpotetaan niin myyjän kuin asiakkaan näkemystä tuotekokonaisuuksista ja nopeutetaan ostotapahtumaa. Valmiilla ratkaisuilla siis vedotaan tuotteen ”helppoon myyntiin”. (Ojakoski 2011.)

Tank Indoor on vuosien varrella myyntinsä perusteella huomannut, että asiakkaat valitsevat entistä useammin rauhallisia perusvärejä sekä tyylikkyttä tuovia mustia sävyjä. Yritys onkin päättänyt ottaa nämä värit käyttöön myös Isku Koteihin, koska ne ovat heidän myydyimmät ja suosituimmat väri- ja pintamateriaalivaihtoehdot liukuovissa. (Ojakoski 2011.)

Liukuovikaapistojen runkoväri vaihtoehdot on valittu liukuovien pintamateriaaleihin ja väreihin sopiviksi. Runkovärien valinnoissa on myös otettu huomioon asiakkaiden suosiossa olevat runkoväri valinnat. Lisäksi Isku Kodin myymälöiden värimaailma on huomioitu osastojen suunnittelussa. (Väri vaihtoehdot nähtävillä liitteestä 1.) (Ojakoski 2011.)

Kaapistojen monipuolisen hyödynnettävyyden takaamiseksi on runkoihin saatavilla myös asiakkaiden tarpeiden mukaisesti koreja, laatikoita, kenkä-, housu- ja solmiotelineitä. Näiden lisävarusteiden ansiosta asiakas saa juuri omiin käyttötarpeisiinsa sopivan ja persoonallisen vaate- tai säilytyskaapiston. (Ojakoski 2011.)

4.3 Projektin arvot, missio, visio ja tavoitteet

Yhteistyöprojektin arvot ovat tuotteiden asiakaslähtöisyys, laatu ja myyjien ammattitaito. Asiakaslähtöisyys näkyy tuotteiden monipuolisena valikoimana, joustavissa mitoissa ja valmiiksi suunnitelluissa runkorakenteissa. Palvelukokonaisuuteen kuuluu myös tuotteiden asennus ja kuljetus, jotka kuuluvat asiakaslähtöiseen toimintaan. Projektissa panostetaan osavaan myyntiin ja ammattitaitoon, joilla pyritään vaikuttamaan positiivisella tavalla asiakastilanteisiin ja yrityskuvaan. Tank Indoorin tehtävänä on myös ylläpitää mainetta ja arvostusta yritystä kohtaan yllä, jotta se auttaisi positiivisella tavalla Isku Kodin myyntiin. (Ojakoski 2011.)

Projektin perustehtävänä, eli missiona on tarkoitus tuoda kuluttaja-asiakkaiden keskuuteen uusia mitoiltaan joustavia innovaatioita niin säilytykseen kuin sisustukseenkin. Lisäksi yritys pyrkii olemaan ensimmäisten joukossa tuomassa alan uusia innovaatioita Suomen markkinoille ja tätä kautta saadaan pidettyä markkina- ja kilpailuasema. Näin pidetään myös asiakkaiden kiinnostusta yritystä kohtaan yllä, eikä anneta maineen tai yrityksen arvostuksen laskea. (Ojakoski 2011.)

Projektissa Tank Indoorin visiona on pyrkiä profiloitumaan käytännöllisillä ja korkealaatuisilla tuotteilla. Näitä ominaisuuksia tuodaan esille myös osastoilla. Lisäksi halutaan erottua markkinoilla keskieuropalaisella designilla, jolla pyritään tekemään tuotteesta mielenkiintoinen niin asiakkaille kuin myyjille. Pidemmällä tähtäimellä taas olisi tarkoitus kasvattaa Tank Indoorin valikoimaa Isku Kodin myymälöissä. Tämän tulee kuitenkin aika näyttämään, sillä vaikuttavana tekijänä on Tank Indoorin liukuovien ja tilanjakajajärjestelmien tuotteiden myynnin edistyminen myymälöissä. Tarkoituksena olisi kuitenkin laajentaa valikoimaa muun muassa oviin, sängyn päätyihin, lipastoihin ja tv-tasoihin, joiden runkovärit tulisivat olemaan samanlaisia ja sitä kautta muodostuisi yhteensopivia kokonaisuuksia ja tuoteperheitä. (Ojakoski 2011.)

Yhteistyöprojektin ensisijaiseksi tavoitteeksi Tank Indoor on asettanut tunnettuuden- ja asiakasverkostonkasvu. Tunnettuuden odotetaan kasvavan Isku Kodin laajan myymäläverkoston kautta, joka kattaa koko Suomen. Isku Kodin oman valtakunnallisen suoramainonnan kautta Tank Indoor hakee myös tunnettuuden kasvua kuluttaja-asiakkaiden keskuudessa. Lisäksi perusteellisen koulutuksen, myynninseurannan ja aktiivisen kampanjoinnin uskotaan tulevaisuudessa kasvattavan liikevaihtoa. (Ojakoski 2011.)

5 Projektin strategia

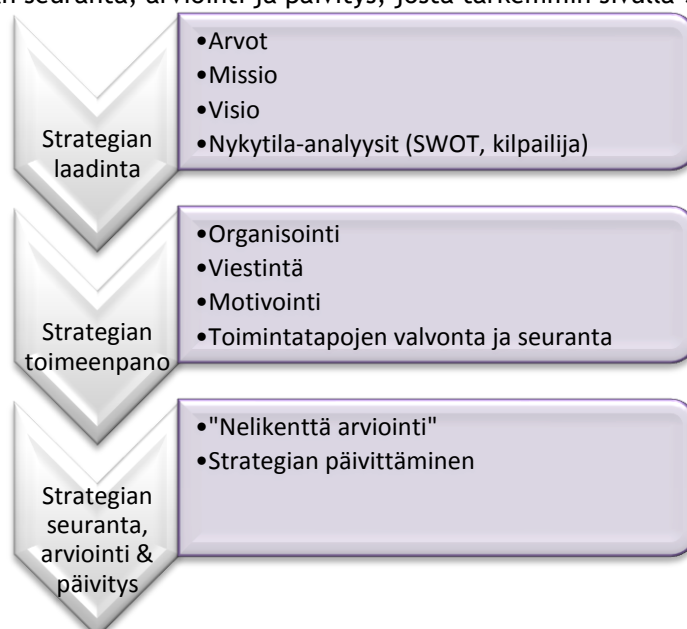
Yhteistyöprojektin laajuus tuo projektille omat haasteensa, jotka tulee jo suunnitteluvaiheessa huomioida. Lisäksi Tank Indoorin asettamat tavoitteet (asiakasverkoston- ja tunnettuuden kasvattaminen) on huomioitava, jotta toimintatavat tukevat niitä. Oikeanlaisen strategian

suunnittelussa tulee ottaa huomioon, että strategiatyö on jatkuvaa strategianmukaista etenemistä kohti yhteistä tahtotilaa. Tähän auttaa ohjaamaan yhteiset arvot ja visio, joiden on myös tarkoitus innostaa ja luoda yhteishenkeä. (Kehusmaa 2010, 17.) Yhteistyöprojektin strategia rakennetaan siis niiden tekijöiden ympärille, joiden varassa sen on tarkoitus menestyä asiakasmarkkinoilla ja selviytyä kilpailussa. Strategian luomiseen kuuluu itse strategian määrittely ja strategian toteuttaminen määrittelyn pohjalta. (Viitala & Jylhä 2008, 69.)

Strategialla luon kuvauksen siitä, millä tavoin yhteistyöprojektia voi edetä onnistuneesti. Se ei siis kuvaa suorasanaisesti yrityksen todellista yritystoimintaa. Koska strategia on myös tarkoitus tuoda esille työntekijöiden keskuudessa, olen suunnitellut sen hahmotettavaksi yhtenä kokonaisuutena. Ei siis ole tarkoitus tuoda esille kaikkea yrityksen toiminnasta, vaan luoda selkeä kokonaiskuva kohdistuen yhteistyöprojektin strategiaan. (Partus Oy 2011.)

Strategian suunnittelussa on tärkeää sen helppous ja ymmärrettävyys. Varmin tapa olisikin saada kiteytettyä strategia muutamaankin lauseeseen, joka on sekä projektiin kuuluvien henkilöiden, että asiakkaiden tiedossa. Lisäksi strategian pilkkominen mahdollisimman pieniksi ja selkeiksi paloiksi auttaa jokaista ymmärtämään omat tehtävänsä ja työnsä vaikutukset koko prosessissa. (Järvinen 2011.) Asiakkaille näkyvä, selkeä ja luotettava strategia toimii myös hyvänä niin sanottuna lisämarkkinointina, sillä tyytyväiset asiakkaat kertovat useasti positiivisista osto- ja asiakaspalvelutapahtumista eteenpäin. Strategian näkyvyyttä ulospäin ei siis tule vähätellä, vaan hyödyntää sitä osana markkinointia vaikuttamalla kuluttajien ostopäätöksiin. (Kilpinen 2008, 102.)

Strategian suunnitteluvaiheena ovat olleet strategian laadinta, toimeenpano sekä seuranta, arviointi ja päivitys. Ensimmäisenä on strategian laadinta, jossa on käytetty hyväksi nykytila-analyyseja (SWOT- ja kilpailija-analyysi), projektin visiota ja päämääriä sekä niiden pohjalta rakennettuja toimintatapoja. Seuraavassa, eli toimeenpano kohdassa määritellään organisointia, viestintää ja motivointia sekä tietysti toimintatapojen valvontaa ja seuranta. Kolmas vaihe on strategian seuranta, arviointi ja päivitys, josta tarkemmin sivulla 51.



Kuvio 2. Strategian rakentuminen.

5.1 SWOT-analyysi

Yhteistyöprojektiin on määritelty SWOT-analyysi, jonka tarkoituksena on nostaa esille projektin vahvuuksia ja heikkouksia sekä ulkoiset mahdollisuudet ja uhat. SWOT-analyysin tarkoituksena on selventää näitä sisäisiä ja ulkoisia, niin positiivisia kuin negatiivisiakin tekijöitä, ja näin pyrkiä vastaamaan niihin kääntämällä heikkoudet vahvuuksiksi, hyödyntämään mahdollisuudet ja välttämään uhat.



Kuvio 3. SWOT-analyysi.

Tank Indoorin tuotteiden vahvuus on valmiiksi suunnitellut runkokokonaisuudet, jotka ovat mitoiltaan joustavat, eli ne räätälöidään aina asiakkaan tarpeiden mukaisesti. Lisäksi tuotteet valmistetaan massiivisista runkorakenteista, joten kestävyys on myös yksi tuotteiden vahvuuksista. (Ojakoski 2011.)

Yrityksen haasteena ovat kuljetukset, joka on ulkoistettu palvelu. Kuljetusyrityksen kuljetusten laadussa on viimeaikoina ollut puutteita. Tähän asiaan kiinnitetään huomioita ja kuljetusyritys on luvannut tehdä muutoksia, jotka muuttavat kuljetusten toimivuutta parempaan suuntaan. (Ojakoski 2011.) Onnistunut kuljetus palvelee aina kaikkia osapuolia ja vaikuttaa positiivisesti yrityksen yrityskuvaan.

Tank Indoor on pyrkinyt suunnittelemaan Isku Kodille tuotekokonaisuuksia, joita huonekaluliikkeen myyjien olisi helppo myydä. Suunnittelussa on siis otettu huomioon myynnin helppous, myyntitapahtuman nopeuttaminen (valmiit runkoratkaisut) ja osaston suunnittelu, joilla on pyritty rakentamaan myyjille sekä asiakkaille kokonaisuus, mikä palvelee myyntitapahtu-

maa mahdollisimman hyvin. Aika tulee kuitenkin näyttämään miten tässä on onnistuttu ja pitävätkö myyjät tuotteen myyntiä helppona. Tällä hetkellä toimitusjohtaja siis lukee tämän yhdeksi mahdolliseksi uhaksi ja kertoo tulevaisuuden näyttävän, miten suunnittelussa on onnistuttu. (Ojakoski 2011.)

Tank Indoorilla nähdään projektissa useita hyviä mahdollisuuksia, joten ne on tärkeää osata hyödyntää, jotta ne kääntyvät tulevaisuudessa sekä projektin edetessä yrityksen vahvuuksiksi. Ensinäkin jo oman osaston saaminen tunnettuun suomalaiseen huonekaluketjuun, jolla on toimintaa ympäri Suomea. Tämä tuo Tank Indoorille paljon näkyvyyttä huonekalumaailman puolella. Se vaatii tietenkin sen, että markkinointia sekä myyjien ammattitaitoa pitää pystyä hyödyntämään ja ennen kaikkea saada myyjät innostumaan uudesta tuotteesta. (Katso tarkemmin koulutussuunnitelma sivulta 36.) Onnistuneella markkinoinnilla saataisiin lisää asiakaskontakteja ja kun myöhemmin onnistuttaisiin vielä asiakaskohtaamisissa ammattitaitoisesti, edistäisi tämä omalta osaltaan tuotteiden myyntiä.

Yrityksen heikkoutena on yksi tuotantotehdas. Tuotantotehtaalle käydessä jotain, esimerkiksi tulipalo, aiheuttaisi tämä pitkän toimintahäiriön ja suuria taloudellisia menetyksiä. (Ojakoski 2011.) Jos toiminnan kannalta ei ole kustannustehokasta olla toista tuotantotehdasta, tulee tällöin panostaa ainoan tuotantotehtaan turvallisuuteen ja huomioida sen riskejä vahinkojen välttämiseksi.

5.2 Kilpailija-analyysi

Projektijohtaja (2011) kertoo, että tänä päivänä kilpailu huonekalualalla on kovaa, minkä takia markkinoita tuleekin seurata mukana koko ajan. Hänen mukaansa liukuoville ja tilanjakajille on myös löydetty uusia toimintatarkoituksia, jotka ovat nousemassa esimerkiksi mahdollisten väliseinien tilalle.

Kilpailija-analyysissä tarkastellaan Tank Indoorin ja sen kilpailijan eroavaisuuksia tuotteiden ja myynnin osalta. Kilpailija on yksi yrityksen ehkä suurimmista kilpailijoista ja se on nimetty taulukkoon ”kilpailija X:nä”.

YRITYS	TANK INDOOR OY	KILPAILIJA X
MALLISTO	Monipuolisesti tuotteita erilaisiin tarpeisiin, niin kuluttajille kuin julkisiin tiloihin. Tuoteryhmä myös toimistojen ja työhuoneiden suunnitteluun ja tiloihin.	Monipuolinen valikoima tuotteita kuluttajille.

LAATU	Laatu on korkeatasoista (massiiviset runkorakenteet) ja tuotteilla on 10 vuoden takuu.	Laatu on keskitasoa, kapeat runkorakenteet ja peltiovet.
HINNAT	Hinnat keskitasoa korkeammat, mutta vastaa laatua.	Hinnat edullisemmän edullisemmat.
SAATAVUUS	Kattava jälleenmyyntiverkosto ympäri Suomea (n. 100 jälleenmyyjää), lisäksi neljä jälleenmyyjää Ruotsissa ja neljä omaa liikettä Suomessa.	Laaja jälleenmyyntiverkosto ympäri Suomea, jonka lisäksi Baltiassa ja Ruotsissa jälleenmyyjä.
KULJETUKSET	Logistiikka on ulkoistettu.	Hoitaa logistiikan osittain itse.
TOIMITUSAIKA	Toimitusaika n. 3-5 viikkoa.	Toimitusaika n. 3 viikkoa.
TEHDAS	Oma valmistustehdas Tallinnassa.	Oma valmistustehdas Suomessa.
KOTISIVUT	Selkeät kotisivut ja paljon kuvia, joilla luodaan ideoita. Oma suunnitteluohjelma ammattilaisille.	Selkeät kotisivut ja paljon kuvia, joilla luodaan ideoita. Oma suunnitteluohjelma ammattilaisille.
ASIAKASKUNTA	Yksityiset kuluttajat, yritykset ja julkiset tilat.	Yksityiset kuluttajat ja yritykset.
TUNNETTUUS	Tunnettu hyvin alan ammattilaisten; arkkitehtien ja sisustussuunnittelijoiden keskuudessa, alalla 10 vuotta.	Tunnettu hyvin alalla kuluttajien keskuudessa, toiminut yli 20 vuotta.

Kuvio 4. Kilpailija-analyysi.

Kilpailija-analyysin perusteella yritysten suurin ero on tuotteiden laadussa ja monipuolisuudessa. Toinen eroavaisuus on tuotteiden toimitusaika. Kilpailijan hyödyksi heillä on viikkoa lyhyempi toimitusaika, johon suurin vaikuttava tekijä on heidän Suomessa sijaitseva valmistustehtaansa ja oma kuljetusliikkeensä. Tank Indoor taas on ulkoistanut kuljetuksen, eli ostaa palvelun ulkopuolelta, koska tämä menettely on yritykselle kustannustehokkaampaa. Näkyvyys kummallakin yrityksellä on erinomainen laajojen jälleenmyyntiverkostojen kautta, jotka kattavat koko Suomen. Tämän lisäksi Tank Indoorilla on neljä jälleenmyyjää myös Ruotsissa. Kilpailija on toiminut alalla reilut 20 vuotta, mikä antaa pienen etulyöntiaseman. Tank Indoor on kuitenkin kymmenen toimintavuotensa aikana saanut hyvin näkyvyyttä ja on päässyt alan

ammattilaisten suosioon, jonka kautta yritys on saanut nostettua luotettavuutta ja suosiota alalla. Asiakassegmentti Tank Indoorilla on kilpailijaansa verrattuna laajempi, sillä yritys on erikoistunut myös julkisten tilojen suunnitteluun.

5.3 Strategian laadinta

Nykytila-analyysissä SWOTin kohdalla nostin esille niin positiivisia kuin negatiivisiakin asioita, joita tulee nyt strategian laadinnassa käyttää hyväksi. Vahvuuksiksi nousivat tuotteiden mitta-
joustavuus, tunnettuus alan ammattilaisten keskuudessa ja valmiiksi suunnitellut runkoratkai-
sut. Näitä vahvuuksia tulisi mielestäni hyödyntää mainonnassa ja osaston ominaisuuksissa. Lisäksi myyjien tulisi korostaa vahvuuksia asiakkaille ja omalla ammattitaidollaan luoda yri-
tyksestä hyvää kuvaa.

SWOTissa lueteltuja mahdollisuuksia pystyttäisiin kääntämään vahvuuksiksi muun muassa huomioimalla työntekijöiden työhyvinvointi. Työhyvinvoinnilla luodaan paremmat edellytykset työnteolle, joka edesauttaa työntekijöitä toimimaan yhteisen hyvän eteen. Lisäksi työnteki-
jöiden halu myydä tuotetta ja heidän asenteensa tulevat olemaan merkittävässä roolissa myynnin edistämiseksi, joten työhyvinvointiin panostaminen ei ole turhaa. Mahdollisuuksia voidaan tukea myös tekemällä tuotteesta mielenkiintoisempi esimerkiksi mainonnan avulla. Myös SWOTin tuomat negatiiviset asiat on huomioitava ja pyrittävä kääntämään ne mahdolli-
suuksien kautta vahvuuksiksi. Heikkouksissa oli logistiikka, joka on tällä hetkellä haasteellista. Tähän voisi saada muutosta aikaan hankkimalla asiantuntijan apua tai parantamalla pakkaus-
ten laatua ja uusia kuljetusjärjestelyjä. Uhkana on ostovoiman riittävyys ja mainoskampan-
joiden onnistuminen. Tuotteiden menekkiin pystytään vaikuttamaan mainonnalla, innovaati-
oilla, osaavalla ja ammattitaitoisella palvelulla, referensseillä ja yrityskuvalla. Edellä mainit-
tuja asioita olisi mielestäni hyvä tuoda esille, sillä uskon niiden vaikuttavan positiivisella ta-
valla tuotteiden myyntiin.

Kilpailija-analyysissä nousi vahvasti esille kaksi eroavaisuutta, jotka olivat laatu ja toimitusai-
ka. Tank Indoorin vahvuutena kilpailijoita nähden on korkea laatu ja mitoiltaan joustavat tuo-
tekokonaisuudet, joita mielestäni kannattaa korostaa, koska ne erottavat yrityksen tuotteet
kilpailijoista. Viikkoa pidempi toimitusaika taas oli kilpailijan vahvuus. Tässä kohtaan Tank
Indoorin tulisi pohtia, mitä lisäarvoa voivat asiakkaalle antaa, joka ikään kuin kompensoisi
viikkoa pidemmän toimitusajan. Voisiko se näkyä esimerkiksi asiakaslähtöisempänä viestintä-
nä, persoonallisempana asiakaskohtamisena, asiakasuskollisuutena tai kilpailijoita toimivam-
pana käyttäjäkokemuksena, joka ilahduttaa asiakkaan?

Työn alussa kappaleessa lähtökohdat käytiin läpi projektin tavoitteita, jotka on myös otettava
huomioon strategian suunnittelussa, jotta päästään asetettuihin päämääriin. Yhteistyöprojek-

tin tavoitteista käy ilmi, että ne painottuvat suurimmilta osin kasvuhakuisuuteen, joka myös tarkoittaa suurempia riskejä. Verkostoituminen, eli tässä tapauksessa yhteistyö on hyvä pohja kasvuhakuiselle toiminnalle. Kasvuhakuisuuteen pyrittäessä ja vielä asiakaskohtaisessa mielessä kehottaisin panostamaan innovatiivisuuteen, asiakasuskollisuuteen ja mainontaan. Esimerkiksi juuri uusiutuminen tuo yrityksen toiminnalle jatkuvuutta ja pitkän aikavälin kannattavuutta. (Talouselämä 2010.) Kasvuhakuisuuteen voidaan myös pyrkiä kehittämällä ja parantamalla palvelukokonaisuutta. Tärkeää kuitenkin on, että huomio kiinnitetään niin uusiin kuin ”vanhoihin” asiakkaisiin.

Kilpinen (2008, 102.) huomauttaa ihmisen aktiivisen työmuistin olevan 8-10 sanaa ja tätä pidempien alkavan jo elää omaa elämäänsä. Tehokkain tapa olisikin kiteyttää strategia muuttamalla selkeällä lauseella, josta henkilökunta ymmärtää, mitä projektissa ollaan tekemässä eli minkälaista strategiaa tullaan toteuttamaan. Kun strategia saadaan kiteytettyä helposti muistettavaan muotoon, tulee se palvelemaan projektia sen toteutusvaiheessakin. (Kvist, Heimonen, Lillkäll, Masalin, Kalin, Niutanen & Valpola 2010, 24.)

Strategian kiteyttämisessä tulee ottaa huomioon yhteistyöprojektin tavoitteet ja sen mitä he haluavat asiakkailleen tuoda esille ja millä he haluavat erottua markkinoilla sekä kilpailussa. Projektin strategian tulee myös innostaa työntekijöitä, jotta työntekijät viihtyvät, haluavat panostaa työhönsä parhaimman tuloksen saavuttamiseksi ja etenkin viihtyvät työnsä parissa. Järvinen (2011) kertoo heidän tutkineensa työntekijöidensä hyvinvointia ja innostusta työtään kohtaan. Hän kertoo, että grafiikan avulla nähtiin parhaimpien tulosten saavutettavan, kun työntekijät voivat hyvin ja ovat työstään innostuneita, sillä tällöin myös asiakkaat kokevat ostotapahtumansa onnistuneeksi ja ovat tyytyväisiä saamaansa palveluun. Tutkimuksen mukaan nämä tekijät kulkevat siis käsi kädessä.

Tässä yhteistyöprojektissa työntekijät ovat merkittävässä roolissa, sillä he tulevat olemaan tekemisissä asiakkaan kanssa ja vaikuttavat osaltaan myös yrityksestä syntyvään mielikuvaan. Tämän takia on tärkeää, että työntekijät huomioidaan oikein ja vaalitaan heidän työhyvinvointiaan. Työntekijöiden hyvinvointia voidaan tukea ja edistää seuraavilla tekijöillä: uskottavuus, kunnioitus, oikeudenmukaisuus ja yhteishenki. Uskottavuudella pyritään johdon ja työntekijöiden väliseen viestintään säännöllisin väliajoin muun muassa tavoitteista ja tulevaisuudennäkymistä. Uskottavuuden perusta on, että jokainen työntekijä tietää hänen työnsä liitokista yhteistyöprojektiin, eli resursseja ja ihmisiä pyritään johtamaan tehokkaasti. Johdon on siis toimittava uskottavasti ja rehellisesti, jolloin puheet ja teot vastaavat toisiaan. Kunnioitusta työntekijöitä kohtaan toteutetaan tarjoamalla laadukasta koulutusta, tarvittavat työvälineet ja tilat sekä arvostusta työntekijöiden vaivannäöstä. Lisäksi työntekijöiden kunnioitusta edistää toimintaan osallistaminen, yhteishengen rakentaminen sekä turvallisen ja terveen työympäristö rakentaminen.

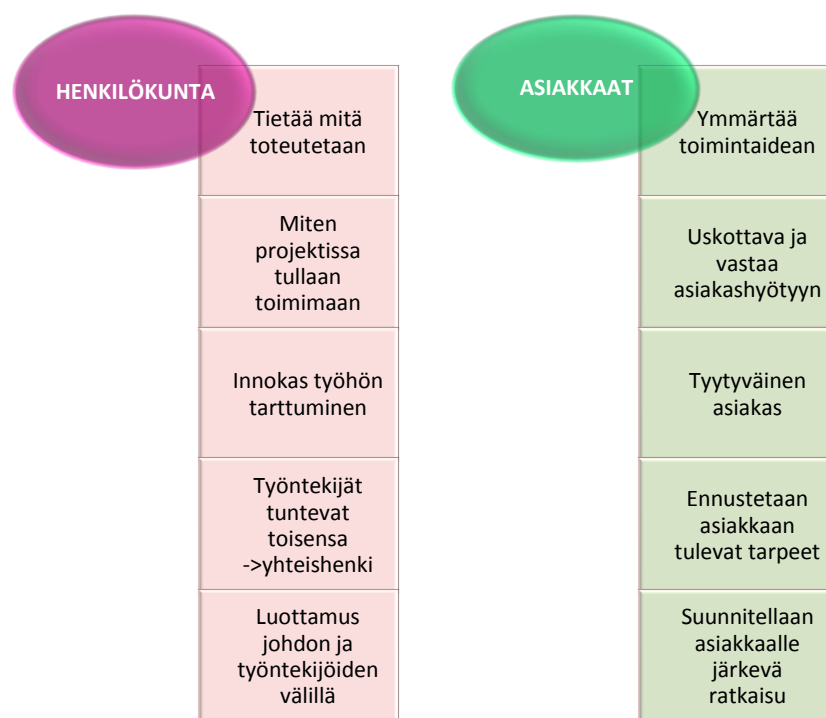
Menestyvässä projektissa oikeudenmukaisuus huokuu, kun menestymisestä jaetaan jokaiselle oikeudenmukainen osuus ja palkkaus- sekä ylennyspäätökset toteutuvat puolueettomasti. Syrjintää ei siis tule hyväksyä. Kunnioitus ja oikeudenmukaisuus heijastuvat työntekijöiden väliin yhteishenkeen ja vaikuttaa työntekijöiden keskinäisiin suhteisiin, joten niiden toteutuminen työn ja johdon välillä on vaikuttava tekijä ilmapiirin luomisessa. (Great place to work 2011.) Yhteishenkeen vaikuttaa myös, että työntekijät tuntevat toisensa. Tämän takia olisi järkevää järjestää yhteistä aikaa, jotta työntekijät tulevat toisilleen tutuiksi ja se helpottaisi heidän kommunikointia yrityksen välillä. Yrityksien välisen kommunikoinnin helpottamiseksi on organisaatorakenteesta pyritty rakentamaan mahdollisimman selkeää. Tank Indoor on myös nimennyt niin sanotut yhteyshenkilöt Isku Kodille, joihin he ovat ensisijaisesti yhteydessä. Nämä henkilöt ovat projektin vastuujohtajia. (Ojakoski 2011.)

Työntekijän on miellyttävä ja hyvä työskennellä, kun johdon ja työntekijän välillä ei ole kulkua ja työpaikka tuntuu yhteisöltä, jossa arvostetaan niin omaa kuin muidenkin työpanosta yhteisten tavoitteiden eteen. Kun työntekijä tuntee voivansa olla työpaikalla oma itsensä, iloitaa työkavereiden onnistumisesta ja toimia yhteistyössä, vaikuttaa se myös positiivisella tavalla haluun työskennellä yrityksessä jatkossakin ja edetä siellä urallaan. (Great place to work 2011.)

Strategian suunnittelussa on huomioitu myös asiakas, koska keskeisenä ideana on asiakasveroston laajentaminen ja ostava asiakas. Strategian ollessa lyhyt ja ytimekäs kertoo se selkeästi asiakkaalle, mitä yritys haluaa heille tarjota. Täytyy siis rakentaa toimintatavat strategiaa tukien ja asiakasta ajatellen. Tähän Tank Indoor onkin pyrkinyt mittajoustavuudella, jolloin tuote tuotetaan mahdollisimman asiakaslähtöisesti. Tuotekehityksessä yritys pyrkii ennustamaan asiakkaiden tulevia tarpeita ja huomioimaan niitä. Tuotekehitykseen saadaan myös ammattitaitoista näkökulmaa suunnittelijoilta ja arkkitehdeiltä, jotka tuovat yritykselle myös omia näkemyksiään ja kehitysideoitaan. (Ojakoski 2011.) Yritys voisi pyrkiä vielä paremmin tuomaan uudet innovaatiot ja ratkaisunsa esille mediassa, jotta ne huomioitaisiin paremmin. On tärkeää, että strategia on kaikkien tiedossa, jotta sen toteutus näkyy ulospäin ja asiakkaat kokevat sen. Lisäksi sen tulee vastata asiakashyötyyn, eikä luoda asiakkaille turhia odotuksia.

Yhteistyöprojektin strategian suunnittelussa on myös otettu huomioon Isku Keittiöliikkeiden toimintatavat ja siellä myytävän Tank Indoorin tuote. Ei siis ole tarkoitus, että tuotteet tulevat kilpailemaan markkinoilla toistensa kanssa, joten on lähdetty rakentamaan aivan erilainen strategia Isku Kodille. (Ojakoski 2011.)

Kuviossa 5 on selkeästi määritelty, miten yhteistyöprojektin strategialla pyritään vaikuttamaan projektiin kuuluviin työntekijöihin ja asiakkaisiin. Tässä on otettu myös projektin arvot, visio ja missio huomioon.



Kuvio 5. Strategian vaikutukset.

5.4 Strategian toimeenpano

Strategian toimeenpano on johdolle haastava tehtävä. Haasteeksi muodostuu suunnitellun strategian tuominen työntekijöiden keskuuteen ja sen toteuttaminen sekä onnistuminen käytännössä. Strategian toimeenpanoa tukee onnistunut organisointi, viestintä, valvonta ja motiivointi. Organisoinnilla tarkoitan selkeää työ- ja vastuujakoa työntekijöiden keskuudessa. Lisäksi työnjako on suunniteltava niin, että osaaminen on oikeassa paikassa oikeilla tekijöillä, jotta resurssit hyödynnetään. (Katso tarkemmin sivulta 35.) Onnistuneen ja oikeanlaisen viestinnän johdosta työntekijät taas ymmärtävät strategiset toimintatavat. Lisäksi johdon tulee rehellisellä ajantasaisella viestinnällä luoda työntekijöihin luottamusta ja avoimuutta. Strategian toimeenpano vaiheessa on myös tärkeää saada työntekijät motivoituneiksi. Strategiaa ja sen toimimista tulee seurata ja arvioida säännöllisin väliajoin, jotta sitä voidaan päivittää ajanhermoille. (Katso tarkemmin strategian seuranta ja arviointi sivulla 51.)

Kuviossa 6 on havainnollistettu strategian pohjautuminen arvoista, visiosta ja missiosta, jolloin saadaan rakennettua projektille oikeanlainen strategia toteutettavaksi, joka myös noudattaa projektin peruseriaatteita. (Viitala & Jylhä 2008, 69.) Projektille on siis määritelty aivan omat suuntaviivat, jotka poikkeavat yrityksen normaalista liiketoiminnallisesta strategiasta siinä mielessä, että kyseessä on projekti, jolla haetaan hieman erilaista näkyvyyttä ja

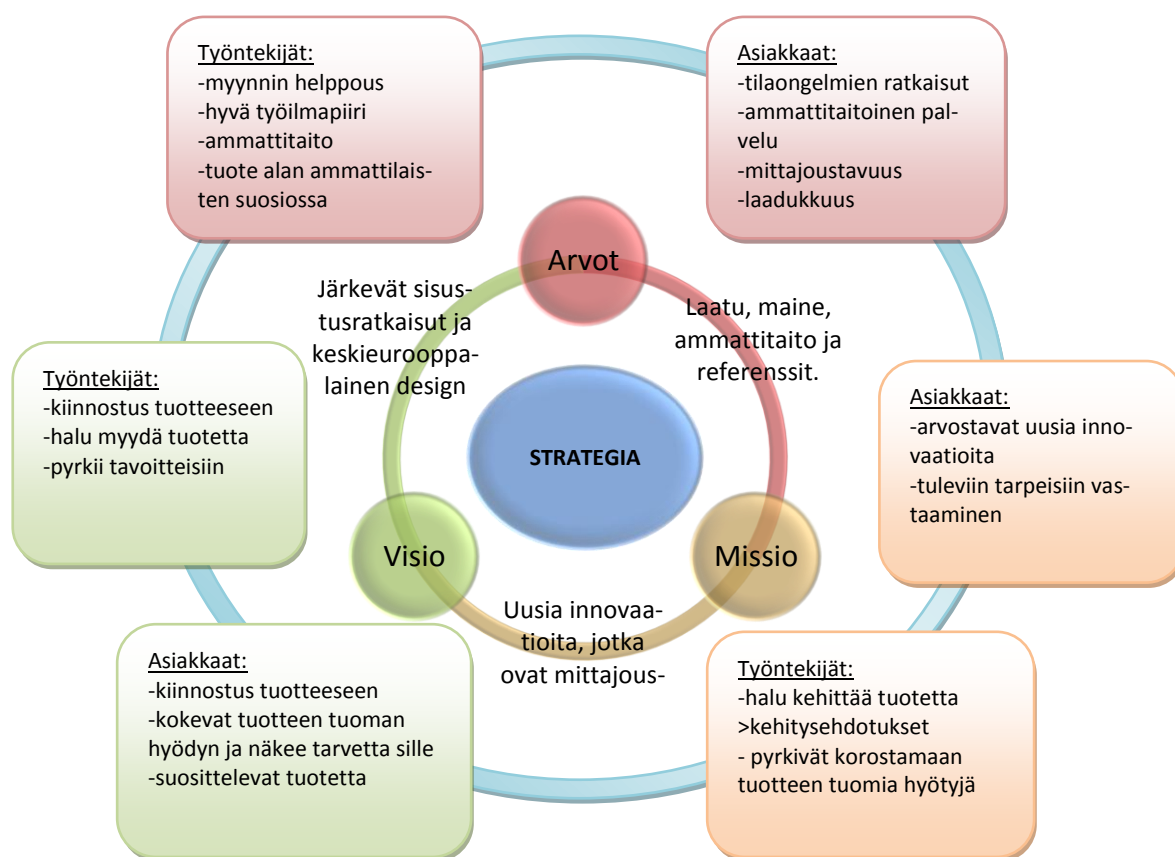
tavoitellaan erilaisia asioita. On siis huomioitu, ettei tuoteryhmä tule kilpailemaan jo markkinoilla olevien Tank Indoorin tuotteiden kanssa. (Ojakoski 2011.)



Kuvio 6. Strategian rakentuminen.

On järkevää huomioida ja tuoda esille arvot, missio ja visio, jotta ne toteutuvat eivätkä jää vain johdon keskuuteen. Antti Järvinen (2011) kertoi Markkinointiviestinnän viikolla esityksessään huomaavansa monen yrityksen kertovan Internet-sivuillaan hienoja lausahduksia ja loruja arvoistaan, mutta käytännössä nämä eivät kuitenkaan näy mitenkään, eli ne olivat vain pelkkää ilmaa ja puhetta. Lisäksi Järvinen (2011) oli hämillään siitä, etteivät yrityksessä työskentelevät henkilöt aina edes osaa kertoa yrityksen olemassaolon syytä (missio), arvoja tai tulevaisuuden tavoitteita. Tähän minä tartuin ja olenkin pyrkinyt rakentamaan yhteistyöprojektin strategian tavalla, josta arvojen, vision ja mission merkitys nousisi esille. Näin varmistetaan myös, että näissä kolmessa määritellyt asiat näkyvät käytännössä yrityksen toiminnassa, eivätkä jää vain pelkiksi lauseiksi paperille.

Olen pyrkinyt rakentamaan mahdollisimman selkeän kuvion, jonka kautta työntekijöille jäisi helpommin mieleen projektin arvot, visio ja missio ja niiden näkyminen käytännössä. Sillä työntekijöiden hahmottaessa selkeästi yhteiset tavoitteet ja oikeat toimintatavat, on huomattavasti helpompi toimia ja kommunikoida yhdessä. Myös haasteiden voittaminen ”joukkueena” käy mutkattomammin, kun kaikilla on selvillä yhteinen tavoite. (Pervaiz & Rafiq 2002, 99.)



Kuvio 7. Strategian toteutuminen.

5.4.1 Arvojen, mission ja vision toteutuminen

Edellä mainitut yhteistyöprojektin arvot on otettu huomioon työntekijöiden näkökulmasta suunnitteleamalla Isku Kodille mallisto, joka palvelee huonekalualalla. Tällä tavoin pyritään helpottamaan myyjien työtä valmiiksi suunnitelluilla runkoratkaisuilla, joita pystytään kuitenkin aina räätälöimään asiakkaan tarpeiden ja mittojen mukaisesti. Lisäksi Tank Indoorin osasto on suunniteltu niin, että se tulee mahdollisimman hyvin palvelemaan niin asiakasta kuin myyjääkin. (Katso tarkemmin osastonsuunnittelu sivulta 43.)

Tank Indoor pyrkii antamaan Isku Kodin henkilökunnalle mahdollisimman hyvät lähtökohdat tuotteen myyntiin ammattitaitoisella koulutuksella, jonka myös odotetaan näkyvän asiakas-kohtauksissa. (Katso tarkemmin koulutussuunnitelma sivulta 36) Työntekijöiden välistä yhteistyöhenkeä voidaan pitää yllä erilaisilla yhteisillä tapahtumilla. Lisäksi asettamalla tavoitteet pienemmiksi palasiksi ja juhlistamalla yhdessä välitavoitteiden saavuttamista syömisen, kunnianosoitusten, pienin lahjoin tai lasillisella kuohuviiniä luodaan myös yhteistyöhenkeä ja saadaan työntekijät innostumaan saavutuksista. (Järvinen 2011.) Näiden edellä mainittujen perusteella pyrittäisiin kannustamaan työntekijöitä yhteisen hyvän tekemiseen. Merkittävim-

pien saavutuksien muistamisessa olisi hyvä ottaa huomioon asiakkaatkin (esimerkiksi tarjoamalla asiakkaille etuja), jotta korostettaisiin myös heidän tärkeyttään.

Ammattitaitoisen myyjän tulee osata ratkaista asiakkaan tilaongelma tarjoamalla siihen oikeanlaista ratkaisua sekä korostaa asiakkaalle tuotteen ominaisuuksia. Lisäksi ammattitaitoinen myyjä osaa korostaa asiakkaalle tuotteen tuomat hyödyt ja tätä kautta asiakas kokee tuotteen tarpeelliseksi.

Projektin vision saavuttamiseksi pyritään innostamaan työntekijät koulutuksessa tuotteen monipuolisuudella, tunnetuilla kohteilla, ammattilaisten suosimana ja laadukkuudella, jotta herätetään heille kiinnostus tuotetta kohtaan ja halu myydä sitä.

Niin kuin arvoissa tuli ilmi, pyritään tavoitteita pilkkomaan niin sanottuihin välietappeihin. Tämä tehdään sen takia, että työntekijät tulisivat useammin kokemaan saavutuksen ilot ja saisivat niistä lisää tahtoa ja tekemisen iloa tulevien tavoitteiden saavuttamiseen.

Jotta myynnin kasvuun päästään, tulee tuotteelle tehdä oikeanlaista tunnettua markkinoinnin ja asiakaspalvelun kautta. Näin saadaan asiakkaat huomioimaan uusi tuote ja herätetään heidän kiinnostusta Tank Indoorin tuotevalikoimaa kohtaan. Visiossa myös ammattitaitoinen myynti tuottaa tulosta, sillä sen avulla saadaan asiakkaat kokemaan palvelu- ja ostotahtuma miellyttäväksi ja onnistuneeksi. Tätä kautta voidaan myös saada asiakas suosittamaan tuotetta eteenpäin.

Tank Indoorin tarkoituksena on tuoda asiakkaille uusia innovaatioita kodin säilytykseen ja tila-ratkaisuihin. Tämän takia onkin tärkeää, että strategia tukee innovointia ja antaa siihen mahdollisuuden. (Solatie 2011.) Kehitysideoissa täytyy kuunnella työntekijöitä, asiakkaita ja ammattilaisia, vaikka niitä haetaan muualtakin (messut, kilpailijat). On hyvin mahdollista, että kehitysidea voi tulla työntekijältä tai vaikkapa asiakkaalta, joka on kokenut arjessa pulman, johon haluaa ratkaisun. Kehitysideoiden eteenpäin viemistä voitaisiin tukea kehittämällä tapaa, jolla työntekijä saa arvostusta työstään.

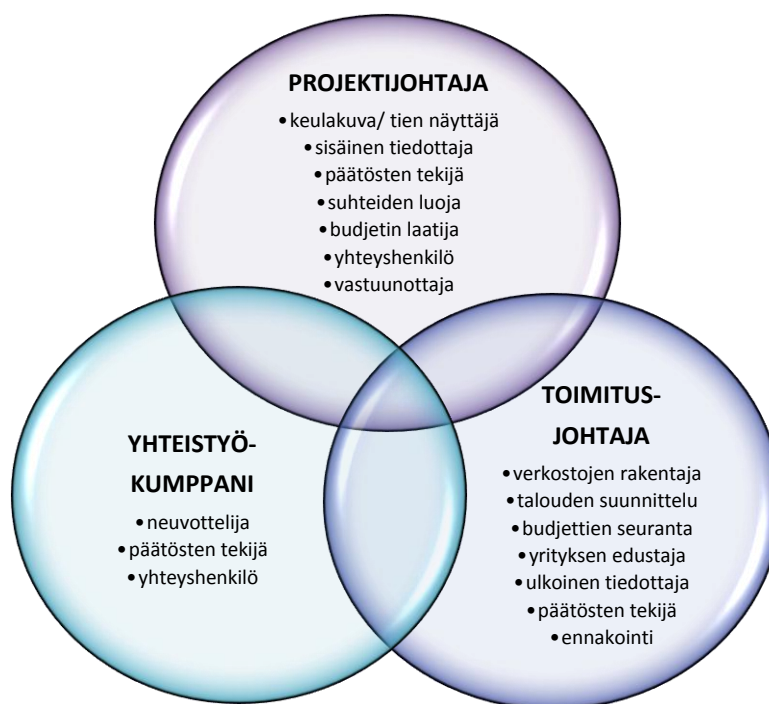
6 Projektin johto

6.1 Projektijohtaja

Projektijohtajan roolin suunnittelussa on ensimmäiseksi pohdittu johtajan resursseja, eli hänen ajankäyttöä, työmäärää ja roolia projektissa. Resurssien pohjalta on lähdetty rakentamaan projektijohtajan roolia huomioon ottaen projektin strategian. Mielestäni tässä projektissa on kyse tuottavasta ja tuloksellisesta ihmisten johtamisesta, kun ottaa huomioon projek-

tin tavoitteet, ominaisuudet ja luonteen. Tuottavassa ja tuloksellisessa ihmisten johtamisessa johdolta odotetaan kykyä sosiaalisessa vuorovaikutuksessa sekä taitoja tehdä vaikeita ja hyvin perusteltuja päätöksiä. Tuottavassa ja tuloksellisessa ihmisten johtamisessa hyviä ominaisuuksia, joita projektinjohdon tulee muistaa, ovat tukeminen, auttaminen, läsnäolo, suunnitelmallisuus, ennakointi, palautteen anto, hyvä itsekontrolli, henkilöstön kuunteleminen päätöksenteossa, työyhteisön tilanteen tunteminen, motivointitaito, innostaminen ja jämäkästi asioihin tarttuminen. (Työturva 2011.)

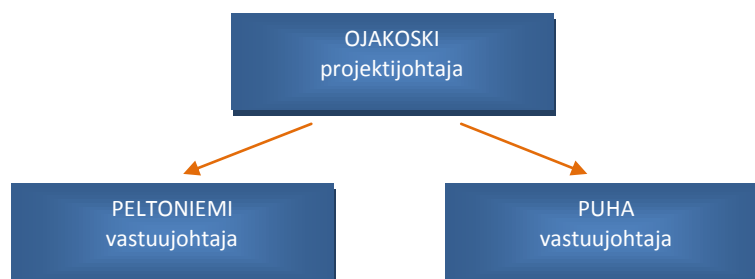
Yhteistyöprojektin toteuttamisesta Tank Indoor Oy:n puolella vastaa yrityksen toimitusjohtaja, joka toimii projektijohtajana. Projektijohtajalle kuuluu useampi eri rooli: hän toimii esimiehenä työntekijöilleen, yhteistyökumppanina Isku Kodille ja Tank Indoorin toimitusjohtajana. Onnistuneeseen projektiin vaaditaan, että esimies pystyy hoitamaan roolinsa ja luomaan sitä kautta toimivan yhteistyöprosessin Isku Kodin kanssa. Projektijohtajan toimikuva on siis hyvin laaja, jonka takia vastuita on jaettu myös vastuujohtajille. Jakamalla vastuita ja tehtäviä on saatu helpotettua yhden ihmisen työtaakkaa ja näin edesautetaan projektinhallintaa, niin toiminnallisesti kuin ajallisestikin. Vaikka vastuita on jaettu projektijohtajan ja vastuujohtajien kesken, tulee päävastuu ja suurin päätösvalta pysymään projektijohtajalla. Projektijohtaja laatii tavoitteet ja seuraa tavoitteiden onnistumista sekä koko projektin toiminnan kulkua. Projektijohtaja ei siis seuraa projektin kulkua päivittäin vaan vastuujohtajat raportoi- vat hänelle projektista tietyin väliajoin heidän oman vastuualueensa mukaisesti.



Kuvio 8. Projektijohtajan roolit.

6.2 Vastuujohtajat

Projektin laajuuden huomioonottaen on muistettava, että Tank Indoorilla on muitakin projekteja ja toimintaa, joten on tärkeää suunnitella toimitusjohtajan ajankäyttöä järkevästi. (Järvinen 2011.) Ottaen huomioon Tank Indoorin yritystoiminnan laajuuden, on projektille määrätty projektijohtajan lisäksi kaksi vastuujohtajaa, jotka tulevat toimimaan ikään kuin lähempänä projektia ja raportoimaan projektin toiminnasta tietyin väliajoin projektijohtajalle. (Ojakoski 2011.)



Kuvio 9. Projektin johto.

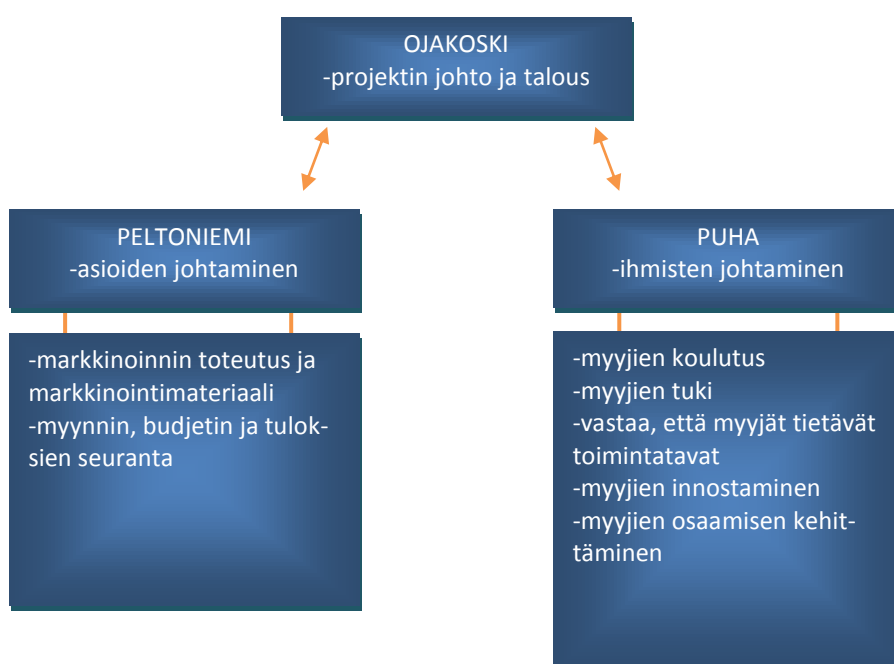
Kahden eri yrityksen kuuluessa projektiin, vastaa johtajat tietysti omista alaisistaan ja heidän toiminnastaan. Yrityksiin on nimetty vastuuhenkilöt, joihin ollaan aina ensimmäisenä yhteydessä projektiin liittyvissä asioissa ja näin hoidetaan viestintää heidän kauttaan, jotta vältetään sekaannuksilta. Vastuuhenkilöt Tank Indoorin puolelta ovat ensisijaisesti vastuujohtajat, mutta kiireellisimmissä tai merkittävimmissä asioissa Iskun Kodin johto voi olla myös suoraan yhteydessä projektijohtajaan. (Ojakoski 2011.)

Asioiden ja toiminnan selkeyttämiseksi jakaisin vastuujohtajien rooleista toisen asioiden johtamiseen ja toisen ihmisten johtamiseen. Jakamalla johtamisen asioiden ja ihmisten johtamiseen pysyisivät vastualueet selkeästi erillään, joka myös helpottaisi muidenkin käsitystä heidän rooleistaan. Eli tiedettäisiin kuka vastaa mistäkin ja keneen olla yhteydessä missäkin asioissa. Vastualueiden jaottelulla helpotetaan yhden ihmisen työtaakkaa. Lisäksi tämä on järkevää siinä mielessä, että jonkun heistä esimerkiksi sairastuessa, ollessa lomalla tai jouduttaessa vaikkapa tapaturmaan tietävät toisetkin projektinjohdossa olevat henkilöt asioista ja niiden kulusta. Kuviossa 10 on selkeytetty vastuujohtajien vastuujakamaa, jos vastuut jaoteltaisiin asioiden ja ihmisten johtamiseen.

Peltoniemen vastuulle hänen toimenkuvansa huomioiden tulisi asioiden johtaminen. Asioiden johtaminen käsittäisi yhteistyöprojektin toiminnan ja niiden hallinnan. Peltoniemen tulee seurata myyjien myyntiä, myynnin tuloksia ja tavoitteissa pysymistä. Toiminnan johtamiseen kuuluu myös markkinointimateriaalien hallinta, eli niiden saatavuus ja ajankohtaisuus. Markkinointimateriaalien (esitteet, panderollit, mallikappaleet, tuotteen tekniset tiedot) ohessa

tulee huolehtia myös Tank Indoorin mainonnasta, eli miten tuotteiden mainostus näkyy Isku Kodin valtakunnallisessa mainonnassa.

Puhan vastuulla taas olisi ihmisten johtaminen. Ihmisten johtamisessa keskeisenä asiana on myyjien ammattitaito ja osaaminen sekä niiden kehittäminen. Hänen tulisi jo koulutusvaiheesta lähtien innostaa myyjiä uuteen tuotteeseen ja sen myymiseen. Hän vastaa koulutuksen osalta siitä, että työntekijät tietävät oikeat toimintatavat sekä yhteiset tavoitteet ja toimivat niiden mukaisesti. Hän on myös myyjien niin sanottu taustatuki ja hänen tulee olla aina myyjien tavoitettavissa. Puhan vastuulla olisi myös myyjien myyntimateriaaleista huolehtiminen ja niiden ajan tasalla pitäminen.



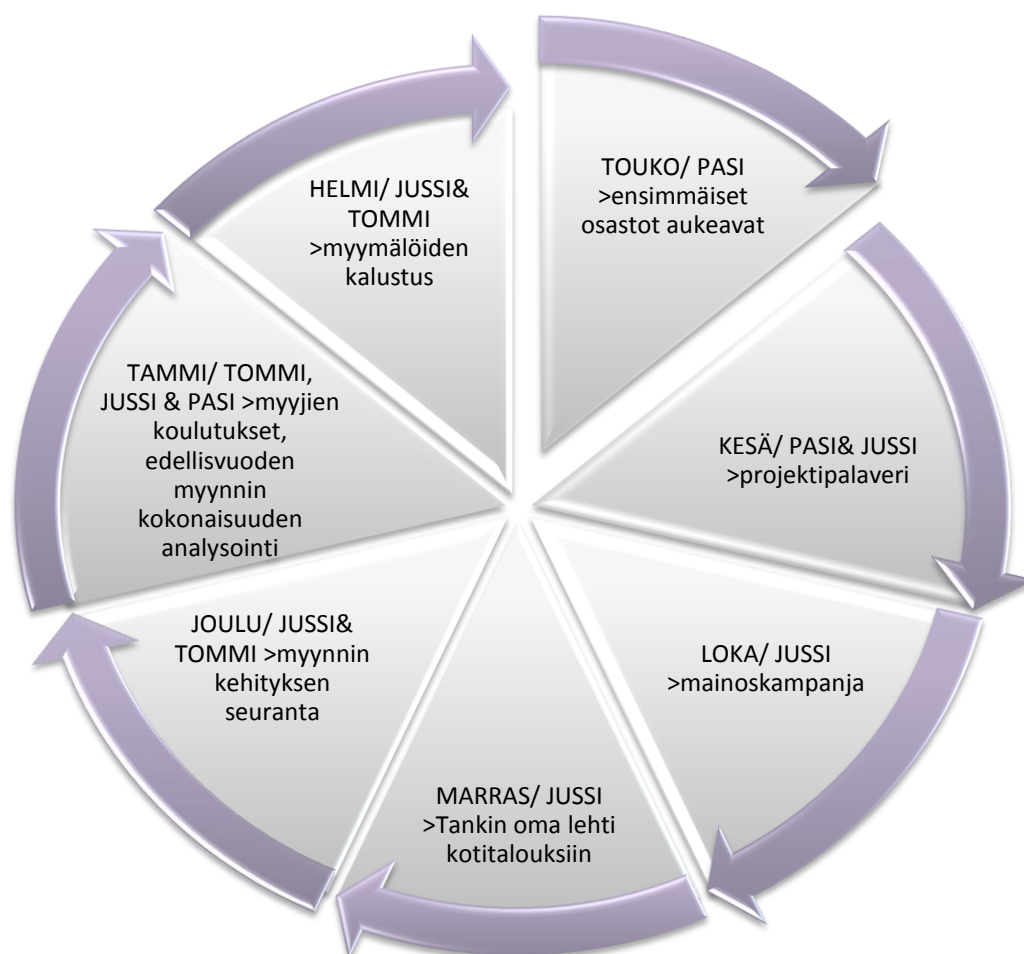
Kuvio 10. Vastuujohtajien roolit.

6.3 Johdon vuosikello

Asioiden selkeyttämiseksi olen asettanut projektin eri vaiheita vuosikelloon. Vuosikello on tehty kuukausinäkyssä, joten se auttaa näkemään kuukausittaiset tehtävät ja tavoitteet, joihin pyritään. Kuukausinäkyksen avulla olen pyrkinyt selkeyttämään vuoden sisällä saavutettavat "välietapit". Lisäksi vuosikellosta voi vaivatta havaita tehtävien ja tavoitteiden vastuhenkilöt. Vuosikellosta on tarkoitus käydä ilmi päätehtävät, jotka vievät projektia kuukausi kuukaudelta eteenpäin.

Vuosikelloon asetetut välietapit kuukausitasolla tulevat myös osaltaan auttamaan tehtävien ajan tasalla pysymiseen. Eli selkeiden tavoitteiden ja toimintatapojen asettaminen antaa kaikille projektiin kuuluville yhteisen tavan toimia, jolla edesautetaan yhteisten tavoitteiden

saavuttamista. Lisäksi yhteisten tavoitteiden saavuttaminen voitaisiin palkita ja näiden onnistumisten kautta saataisiin motivaatiota uusien tavoitteiden saavuttamiseen.



Kuvio 11. Johdon vuosikello.

Vuosikello alkoi tämän vuoden (2011) toukokuussa, jolloin tavoitteena oli avata ensimmäiset neljä Tank Indoorin osastoa. Seuraavassa kuussa Ojakoskella ja Peltoniemellä oli tehtävänä käydä läpi loppuvuoden mainoskampanjoita ja myyntitavoitteita. Lokakuussa taas oli tarkoitus käynnistää ensimmäinen Isku Kodin mainoskampanja pääkaupunkiseudulla ja Tampereella, jossa Tank Indoor on näkyvästi mukana. Tämä mainoskampanja tulisi olemaan näkyvillä pääkaupunkiseudun paikallislehdessä Helsingin Sanomissa sekä valtakunnallisissa sisustuslehdissä. Kampanjan tavoitteena on saada näkyvyyttä ja huomiota Tank Indoorin tuotteille. Seuraava tavoite oli marraskuussa, jolloin oli tarkoitus lähettää asiakkaille postitse Tank Indoorin oma jakelulehti. Joulukuussa projektin koulutus- ja markkinointivastaavan, tehtävänä on seurata kuukauden myynnin kehitystä ja raportoida siitä projektijohtajalle. Tammikuussa 2012 on määrä aloittaa koulutukset Isku Kodin myyjille, sillä helmikuun aikana tullaan rakentamaan loput osastot. Lisäksi tammikuussa projektin johto tulee analysoimaan edellisvuoden myynnin ja koko toiminnan kehitystä. (Ojakoski 2011.)

6.4 Huomioitavat riskit

Projektinjohdon roolin suunnittelussa on huomioitu mahdolliset riskitekijät. Asiat, jotka mielestäni vaikuttavat johtamiseen, ovat projektin laajuus, projektin muutosvoimaisuus, projektin tulevaisuuden näkymät ja projektissa työskentelevät henkilöt. Ottamalla huomioon näitä projektille ominaisia tekijöitä sekä vaikutuksia ja niiden pohjalta rakennettu johtamistapa tulee varmasti palvelemaan yhteistyöprojektia parhaalla mahdollisella tavalla. Projektijohdon tulee etukäteen huomioida projektiin vaikuttavat tekijät ja rakentaa projektin johtaminen niihin perustuviin toimintatapoihin, jotka palvelevat projektia ja sen etenemistä. Ei siis tule sokeasti seurata jotain tiettyä johtamiskaavaa, vaan soveltaa sitä projektikohtaisesti. (Kilpinen 2008, 121.)

Kuviossa 12 käydään läpi, mitkä olen ottanut huomioon vaikuttavina tekijöinä ja miten näiden pohjalta on rakennettu johtajille oikea rooli, joka palvelee projektin etenemistä parhaalla mahdollisella tavalla ja edesauttaa asetettuihin tavoitteisiin pääsemistä.

Projektin laajuus

- kommunikointi ja viestintä,
- kaikkien huomioonottaminen,
- budjetissa pysyminen.

Projektin muutosvoimaisuus

- tulevan ennakointi,
- varautuminen tuleviin haasteisiin,
- alan tunteminen.

Projektin tulevaisuuden näkymät

- ennakointi,
- uusiutuminen,
- alan tunteminen.

Projektissa työskentelevät henkilöt

- suhteiden luonti,
 - tuki,
 - ammattitaidon edistäminen (jatkuva koulutus),
 - työn tukeminen,
 - asetetut tavoitteet.
-

Kuvio 12. Riskien tunnistaminen.

Laajuus tuo haasteensa yritysten väliseen viestintään. Tämän helpottamiseksi on kummastakin yrityksestä nimetty henkilöt, joihin ollaan yhteydessä ja joiden kautta asioita hoidetaan. Vastuuhenkilöt pitävät huolen siitä, että tullut viesti tavoittaa yrityksessä kaikki asianomaiset henkilöt. Tank Indoorissa viesti kulkee yleisimmin sähköpostin välityksellä, kun taas suuremmista muutoksista kerrotaan työntekijöille henkilöstökokouksissa. Tärkeimmissä asioissa, joissa halutaan herättää työntekijöiden huomio, lähettää Tank Indoorin johto työntekijöilleen sähköisen uutiskirjeen asiasta. Uutiskirje toimii ikään kuin ”mainoksena”, joka kiinnittää huomion sähköpostien seasta. (Ojakoski 2011.) Ajantasaisella viestinnällä ja yleensäkin asioista tiedottamalla pyritään kertomaan henkilöstön tärkeydestä ja arvostuksesta sekä lisäämään sen avulla yhteenkuuluvuuden tunnetta koko yrityksessä. Oikealla viestinnällä myös pidetään huolta, ettei yrityksen sisälle pääse muodostumaan vääränlaisia käsityksiä asioista.

Tank Indoor voisi harkita työntekijöille kotiin postitse lähetettävää yrityksen omaa sisäistä lehteä, joka voisi kantaa esimerkiksi nimeä Tank Indoor News. Lehti voisi ilmestyä vaikka kaksi kertaa vuodessa. Lehden idea olisi, että se sisältäisi kaiken sen tiedon, mitä halutaan henkilökunnalle kertoa. Esimerkiksi vuoden alussa voidaan lähettää Tank Indoorin lehti, jossa käydään läpi, mitkä ovat tulevan vuoden tavoitteet, mitä tulevalta vuodelta odotetaan ja kertoa yleensäkin yrityksen suunnitellusta toiminnasta tulevalla vuodella. Toinen lehti taas voitaisiin lähettää työntekijöille loppuvuodesta. Tässä lehdessä kerrottaisiin yrityksen asettamien tavoitteiden saavuttamisesta ja niiden onnistumisesta. Lisäksi siinä voitaisiin ilmoittaa muitakin vuoden sisällä tapahtuneita asioita, esimerkiksi uusien työntekijöiden esittelyt, arviointia tapahtuneista kehityksistä, esimiehen terveiset ja muuta tiedotettavaa. Lehden tulisi olla elävöitetty kuvilla ja väreillä, jotta se olisi mielenkiintoinen ja työntekijät olisivat kiinnostuneita sitä lukemaan.

Isku Kodin kanssa toteutettava yhteistyöprojekti, niin kuin kaikki projektit yleensäkin, ovat erittäin alttiita muutoksille. Matkan varrella asioita saatetaan joutua muuttamaan hyvinkin nopealla tahdilla. (Valpola 2010, 55.) Tämä vaatii projektijohtajalta taitoa kyetä tekemään nopeasti oikeita ratkaisuja. Oikeisiin ratkaisuihin pääsemiseen auttaa, että johtaja tuntee alansa. (Järvinen 2011.) Ojakosken tulee siis tuntea huonekaluala ja alalla tapahtuvat muutokset ja heilahdukset sekä sitä kautta arvioida, mihin mahdollisesti ollaan menossa ja mitä muutokset tuovat tullessaan. Lisäksi kilpailijoiden seuranta on tärkeää, joten heidän toimiaan tuleekin pitää suurennuslasin alla. Johtajan tulee myös seurata maailman markkinoita, koska niiden vaikutukset ulottuvat myös Suomeen. Alan tunteminen tuo siis apua tulevien haasteiden ennalta arviointiin sekä niiden ennalta varautumiseen.

Alalla tapahtuvia ajankohtaisia ja tulevia muutoksia pystyy seuraamaan alan lehdistä sekä Internet-sivuilta. Lisäksi ulkomailla alalla toimivien yritysten seurannasta voi hyvinkin päätellä mihin ollaan menossa.

Projektin laajuuden lisäksi myös muutosvoimaisuus nostaa sisäisen viestinnän erittäin tärkeään rooliin. Projektijohtajan ja vastuujohtajien tulee siis huolehtia viestin kulkemisesta yrityksien välillä niin, että viestit tulevat tavoittamaan kaikki ajoissa, jotta niistä ollaan tietoisia. Ajallaan olevalla viestinnällä pidetään henkilöstö ajan tasalla ja huolehditaan, että kaikki ovat asioista tietoisia. (Valpola 2010, 55.) Viestintä yhteistyöprojektissa on rakennettu niin, että muutoksien ja muiden tärkeiden tietojen tullessa projektinjohto tiedottaa niistä alaisilleen. Vastuujohtajat taas tiedottavat asiat eteenpäin Isku Kotien johdolle, jotka raportoivat asioista myymälöissä. (Ojakoski 2011.)

Johdon ennalta asettamat tavoitteet ja toimintatavat projektille palvelevat sen etenemistä ja auttavat pääsemään haluttuun pisteeseen. Nämä kaikki tulee tietenkin olla työntekijöiden tiedossa ja siksi onkin tärkeää, että projektin johto vie nämä asiat työntekijöille asti. Näin kaikki tietävät miten toimitaan, mitkä ovat tavoitteet ja osataan myös toimia niin, että tullaan tulevaisuudessa saavuttamaan kyseiset päämäärät. Nämä asiat on otettu huomioon projektin strategian suunnittelussa, joten johdon oikein toimiminen saattaa nämä tekijät myös työntekijöiden keskuuteen.

Tulevaisuuden näkymien kannalta ennakkoinnin ja alan tuntemisen lisäksi myös uudistuminen on tärkeää. Tulee siis hakea innovaatioita ja pyrkiä tuomaan niitä ensimmäisten joukossa markkinoille. Ideoita haetaan alan messuilta ja kilpailijoita silmällä pitäen. Lisää niitä voisi hakea myös eurooppalaisista vaateliikkeistä, joista voisi saada kehitysehdotuksia vaatehuoneiden suunnitteluun. (Katso tarkemmin kehitysehdotukset sivulta 57.) Innovaatioiden kannalta on tärkeää, että johto seuraa alan hallitsevia kansainvälisiä kilpailijoita ja pyrkii kokoajan kehittämään parempia ja toimivampia ratkaisuja huomioimalla kuluttajia. Pyritään siis vastaamaan ennalta heidän tarpeisiinsa hakemalla inspiraatioita ja ideoita arkipäivän tilanteista sekä juuri vaateliikkeistä ja muista tiloista.

Työntekijät ovat yksi projektin tärkein voimavara, sillä työskenteleväthän he lähimpänä asiakkaita. Työntekijöiden motivaatio ja ammattitaito edesauttavat tuotteiden myyntiä ja vaikuttavat yrityksestä muodostuvaan yrityskuvaan. Projektijohtajan on yhdessä Isku Kodin johdon kanssa tultava rakentamaan työntekijöille oikeat ja palvelevat puitteet työntekoon, jotta työntekijät ovat valmiita ottamaan tekemisistään vastuuta. Lisäksi puitteiden ollessa oikeat, edesauttaa se alaisten toimimista oikeiden toimintatapojen mukaisesti ja pääsemään kohti asetettuja tavoitteita. (Pervaiz & Rafiq 2002, 99.) Tällä tavalla johto soveltaa työntekijöilleen sopivat reitit heidän saavuttaakseen omat tavoitteensa ja sitä kautta myös koko projektin tavoitteet. Johtajan tavoitteena on siis saada alaiset parantamaan suoritus- ja työkykyään paneutumalla työntekijöiden motivointiin ja työhyvinvointiin. (Northouse 2007, 127-128.) Niin kuin edellä jo mainittiin, on tavoitteet pyritty pilkkomaan pienemmiksi osiksi, jotta työntekijät kokisivat useammin saavutettujen tavoitteiden tuoman ilon. Saavutettuja tavoitteita voi-

taisiin työntekijöiden keskuudessa juhlistaa esimerkiksi yhteisellä ruokailulla, arvostuksen tuomalla kiitospuheella, pienellä lahjalla tai yllätyksellisellä virkistyksellä (esim. lasinpuhailus-illalla, stand-up-illalla, lahjakortilla) ja mahdollisuuksien mukaan voisi harkita työntekijän vastualueen lisäämistä tai vaikka ylennystä, jotka varmasti tuovat lisämotivaatiota ja arvostusta työntekijöille.

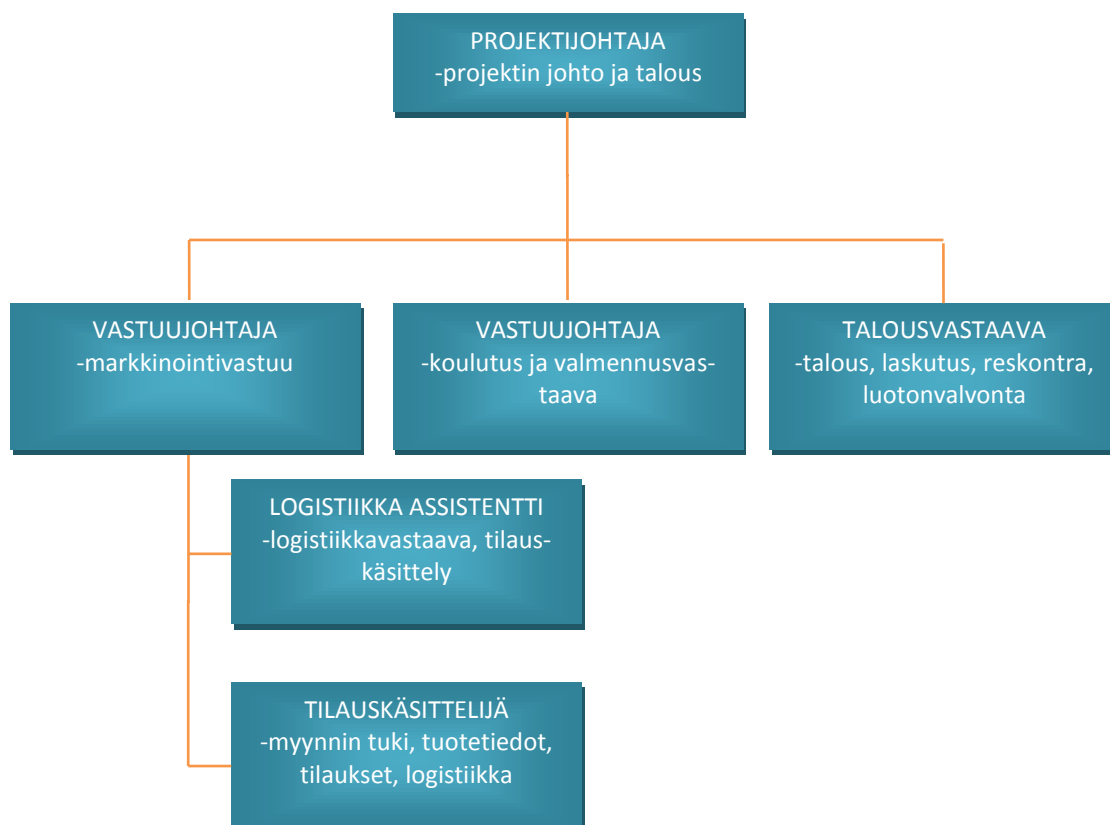
Projektin johto on myös tärkeässä roolissa siinä mielessä, että heidän tulee heti saada kaikki alusta alkaen innostuneesti mukaan yhteistyöprojektiin. Tällä edesauttaa, että projekti saadaan etenemään halutulla tavalla ja työntekijöiden panostavan ja uskovan siihen. Innostuneisuutta luodaankin työntekijöihin jo heti koulutusseminaareissa. Haluttuun päämäärään pääsemistä taas edesautetaan tiedottamalla kaikille projektiin kuuluville henkilöille projektin päämäärät sekä tavoitteet selkeästi ja hyvissä ajoin, koska silloin työntekijät tietävät miten toimia ja mitä heiltä odotetaan. Näiden lisäksi työntekijät on myös otettu huomioon Tank Indoorin osaston suunnittelussa, sillä se tulee palvelemaan niin myyjää kuin asiakastakin ostopahtuman yhteydessä.

7 Projektin resurssit

7.1 Oikeat henkilöt oikeilla paikoilla

Projektin laajuus näkyy omalta osaltaan organisaatorakenteessa, sillä vastuualueita on jaettu useammalle henkilölle projektin toimivuuden onnistumiseksi ja sen helpottamiseksi. Henkilöstö- ja vastuualuesuunnittelussa on otettu huomioon työntekijöiden osaaminen ja aikaisempi työkokemus, jotta varmistutaan oikeiden henkilöiden olevan oikeilla paikoilla. Projektin henkilöstö- ja vastuualuesuunnittelussa on otettu huomioon nykytilan lisäksi myös katsaus tulevaan. Sen avulla pystytään vaikuttamaan siihen, minkälaiseksi projekti on kokonaisuudessaan muodostumassa. Arvioimalla tulevaa pystytään myös suunnittelemaan organisaatiokaavio järkevästi, jotta tarvittaessa henkilöille voidaan esimerkiksi lisätä vastuualueita. (Työturvallisuuskeskus 2011.) Tämä on tärkeä seikka, koska projekti on vielä niin alkutekijöissään, että eteenpäin suuntautuneisuudella saadaan muokattua sitä haluttuun lopputulokseen.

Projektin tiimin rakenteessa on nimettynä ne henkilöt, jotka Tank Indoorin puolelta ovat mukana projektissa. Toimitusjohtajan lisäksi viisi henkilöä yrityksestä työskentelee osallisena yhteistyöprojektia. Työntekijöiden vastualueet projektissa perustuu heidän toimenkuvaansa yrityksessä, eli jokainen hoitaa projektia niissä vaiheissa, missä hänellä on jo osaamista ja tietotaitoa. Ketään työntekijää Tank Indoorin puolelta ei siis ole tarvinnut erikseen kouluttaa, vaan johto pystyy luottamaan alaisiinsa ja heidän vankkaan osaamiseensa.



Kuvio 13. Projektin henkilöstörakenne.

Projektin johdolle suosittelin käytettäväksi vuosikelloa, jossa jokaisen kuukauden asiat selkeytetään ja tehdään tavoitteet tuleville kuukausille. Henkilöstölle vuosikelloa en kuitenkaan suosittelisi, koska projektin ollessa niin muutosvoimainen näen parhaimmaksi johdon viestiä alaisilleen tulevasta, jotteivät asiat mene ristiin ja pysytään ajantasalla.

7.2 Koulutussuunnitelma

Mielikuvat muodostuvat suurimmissa osin asiakkaan omista kokemuksista yrityksiä kohtaan. Henkilöstön koulutukseen ja osaamiseen tulee antaa arvoa, sillä se on niin sanotusti asiakkaan kokemaa todellisuutta. Se tulee vaikuttamaan merkittävästi Tank Indoorin tuotteiden menestymiseen uusilla markkinoilla. (Kinnunen 2004, 8.) Projekti vaatii henkilöstön sisäistä koulutusta, jotta myyjät tulevat sisäistämään uuden tuotevalikoiman ja palvelumallin. Myyjiltä vaaditaan myös oman roolin ja toiminnan ymmärtämistä, sekä niiden vaikutusta yhteistyöprojektiin. Koulutusseminaareissa yksi tärkeimmistä tavoitteista on saada myyjät lähtemään innostuneina mukaan ja uskomaan projektin menestykseen. (Kinnunen 2004, 8.)

Myyjien koulutus on tärkeää hoitaa jo hyvissä ajoin ennen kuin tuote lanseerataan myymälöihin, jotta heti alusta alkaen tullaan antamaan hyvää kuvaa palvelutietoisuuden kautta. Tämän takia myyjien koulutukset olisi hyvä aloittaa jo kuukautta aiemmin ennen osaston valmis-

tumista. Koulutuksen tärkeimmät tavoitteet ovat, että myyjät oppivat tuntemaan tuotteen ja herättävät innostusta uutta tuoteryhmää kohtaan.

Asiakaspalvelu vastaa Tank Indoorin raameja, kun se on:

- Asiantuntevaa
 - Tunnetaan tuotevalikoima ja tekniset tiedot,
 - Tunnetaan yritys.
- Oikeudenmukaista
 - Kohdellaan kaikkia asiakkaita tasavertaisesti.
- Ammattitaitoista
 - Suunnittelu- ja sisustusalan ollessa tuttu, osataan antaa asiakkaalle erilaisia vaihtoehtoja heidän tarpeidensa mukaan.
 - Tietoisuus värimaailmasta ja niiden vaikutuksista tilaan.

Kinnunen (2004, 8.) kertoo, että laadukkaita palveluita tuottavan henkilöstön on oltava lojaali yritystään kohtaan, halukas noudattamaan palvelun tuottamisen sääntöjä sekä aloitteellinen toiminnassa esiintyvien puutteiden korjaamiseksi. Tämän aikaansaaminen tulee vaatimaan Tank Indoorin johdolta ja koulutusseminaarien pitäjältä paljon.

Olen suunnitellut järjestettäväksi kaksi koulutuspäivää Isku Kodin myyjille, jotka olisivat kestoltaan noin neljän tunnin mittaisia. Koulutuspäivillä tullaan kiinnittämään huomiota siihen, että myyjät saadaan innostumaan uudesta tuoteryhmästä, koska innostuksen myötä oppimis- ja kiinnostus tuotetta kohtaan kasvaa. Tank Indoorin koulutuspäivän aikana kouluttaja pyrkii ensisijaisesti ”tartuttamaan” innostusta kuuntelijoihin. Kouluttajan on siksi tärkeää itse olla innostunut tuotteesta, jotta saa tunteen välittymään myös kuuntelijoille. Innostuksen nostattajana tullaan käyttämään luotettavuutta, tunnettavuutta, uusia mahdollisuuksia ja uutuuksia. (Kvist ym. 2010, 122.)

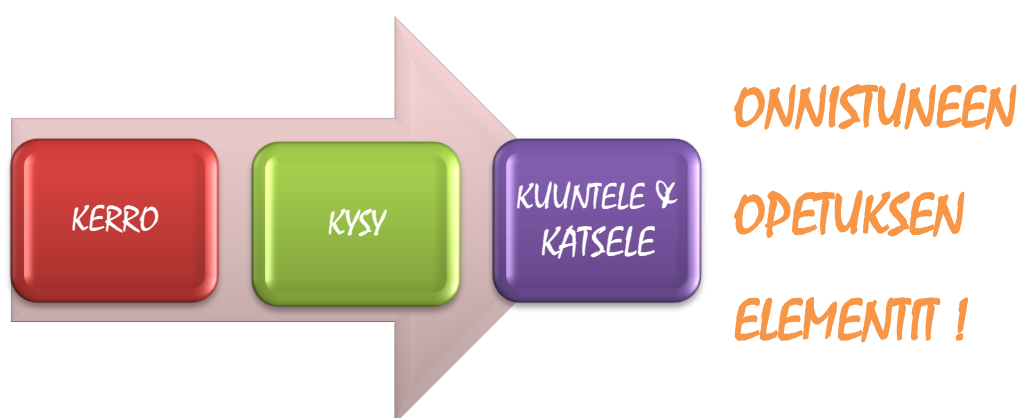
Jotta saadaan rakennettua myyjille luottamusta heidän omaan osaamiseensa, tulee Tank Indoorin kouluttajan korostaa heidän vahvuuksiaan myyjänä tuntemalla tuotteen vahvuudet ja erikoisuudet. Osana myyjien omaa luottamusta on myös tärkeätä tuoda esiin onnistumisia. Onnistumista kouluttaja tulee luomaan käymällä läpi asiakastilanteita ja kertomalla kokemuksia kyseisistä tilanteista. Luottamusta myyjän taitoihin tullaan luomaan kertomalla ongelmatapauksiin jo löydettyjä ratkaisuja, eli tilanteita joita asiakastilanteissa on kohdattu ja niihin löytyneitä ratkaisuja. Tällä tavalla tuodaan varmuutta myyjän osaamiselle ja luodaan luotettavuus siihen, että hän osaa myydä tuotetta.

Myyjille tulee kertoa miten Tank Indoor markkinoilla nähdään ja tunnetaan, minkälaista yhteistyötä yritys on tehnyt sekä miten suurien ja tunnettujen yrityksien kanssa he ovat toimineet. Lisäksi käydään läpi miten yritystä on markkinoitu, eli on ollut mukana lukuisilla mes-

suilla ja mainostaa suomen suosituimmissa huonekalu- ja sisustuslehdissä. Näillä seikoilla uskoin innostuksentason tuotetta ja yritystä kohtaan nousevan.

Tank Indoorin tuoteryhmän ominaisuuksilla erotetaan se jo Isku Keittiöissä myynnissä olevista tuotteista. Ominaisuuksilla pyritään korostamaan tuotteen erilaisia käyttötarkoituksia ja mahdollisuuksia. (Ojakoski 2011.) Kouluttajan tulee korostaa yrityksen tuotteiden uusia ulottuvuuksia niiden hyödynnettävyyden ja käytännöllisyyden kannalta, jotta saadaan myyjät vakuuttuneiksi tuotteen tarpeellisuudesta.

Näiden lisäksi on muistettava, että pelkkä luennoiminen, eli niin sanottu yksisuuntainen viestintä, ei tule riittämään. Se ei takaa, että Iskun myyjät innostuvat projektista ja uskovat sen onnistumiseen. Kuuntelijoille tulee antaa mahdollisuus osallistua, esittää omia näkemyksiään ja kysymyksiä. Osallistumisen mahdollisuus lisää kuuntelijoiden halua ymmärtää ja toimia annettujen tavoitteiden mukaisesti. Kouluttajan tulisi luennoida tuotteesta ja yrityksen toiminnasta sekä esittää samalla kysymyksiä. Hänen täytyy antaa kuuntelijoille mahdollisuuksia kysyä heitä askarruttavista asioista sekä tuoda esille omia mielipiteitään. Lisäksi mahdolliset myynnin kehittämiseen vaikuttavat ideat tulee kuunnella. Näin siis otetaan myyjät huomioon, kuunnellaan heitä ja saadaan heidät osaksi projektia, jossa he myös voivat itse vaikuttaa. (Kvist ym. 2010, 122.)



Kuvio 14. Onnistuneen opetuksen elementit.

Koulutus voitaisiin järjestää esimerkiksi niin, että Tank Indoorin puolelta tulee myyjiä pitämään koulutusseminaareja, joissa luennoidaan tuotteesta ja palvelusta. Koulutuksissa tullaan myös jakamaan jokaiselle myyjälle Tank Indoorin ”opasmappi”, joka sisältää myyjien toiminnassa tarvittavat tiedot. Näin tullaan antamaan jokaiselle myyjälle kuukausi aikaa tutustua rauhassa tuotteeseen ja sen valikoimaan.

Seuraavassa on suunniteltu, miltä koulutusaikataulu tammikuussa voisi näyttää:

Tammikuu:

- 2.1.2012 Ensimmäinen koulutuspäivä Tampereella.
 - Seminaaripäivä alkaa aamulla kello 9.00 ja päättyy iltapäivällä kello 13.00.
 - Koulutuksessa käydään läpi tuote ja sen ominaisuudet.
 - Jokainen myyjä saa koulutuksessa oman Tank Indoorin tietopaketin.

Tässä välissä myyjillä on kaksi viikkoa aikaa tutustua Tank Indoorin tietopakettiin.

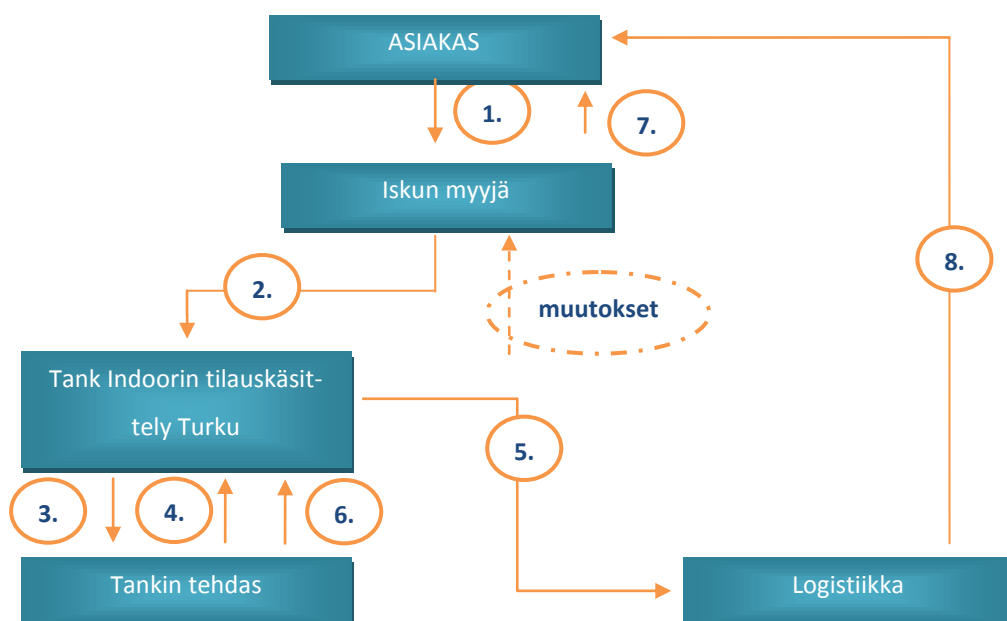
- 23.1.2012 Toinen koulutuspäivä Tampereella
 - Seminaaripäivä alkaa aamulla kello 9.00 ja päättyy kello 12.00.
 - Käydään läpi esille nousseita kysymyksiä.
 - Annetaan vielä vinkkejä myyntitilanteisiin.
- 1.2 - 1.3. 2012 Aloitetaan Isku Koti - myymälöiden kalustus.
- 8.2.2012 Tarvittaessa kolmas seminaaripäivä, jossa käydään läpi vielä mahdollisesti ilmaantuneita ongelmia ja kysymyksiä.

7.3 Tieto- ja materiaalivirtojen prosessi

Toiminnassa, jossa tuotetaan hyödykkeitä asiakkaille, on logistiikka tärkeässä roolissa. (Viitala & Jylhä 2008 163.) Logistiikka tulee yhteistyöprojektissa vaikuttamaan omalta osaltaan tuotteiden menestykseen ja Tank Indoorin yrityskuvaan, koska se on osana asiakkaan kokemaa palvelua ja hyötyä. Tämän takia logistiikka on suunniteltava niin, että se tulee muodostamaan joustavan ja yhteneväisen kokonaisuuden, joka tulee palvelemaan osapuolia parhaalla mahdollisella tavalla. Tuotteiden tieto- ja materiaalivirtojen prosessissa logistiikan ohella on myös huomioitava viestinnän ja tietotekniikan mahdollisuudet ja pyrittävä hyödyntämään niitä logistiikassa parhaimman tuloksen saavuttamiseksi. (Haapanen, Vepsäläinen & Lindeman 2005, 123.)

Ojakoski (2011) kertoo yrityksen ulkoistaneen kuljetuksensa. Isku Kodista ostettavat Tank Indoorin tuotteet kulkevat siis ulkoistetun logistiikkapalvelun kautta, joten yritys tulee kantamaan vastuuta logistiikkaprosessista.

Kuviossa 15 on kuvattu Tank Indoorin tuotteiden tilaus- ja toimitusprosessi aina asiakkaan tilauksesta tuotteen saapumiseen asti.



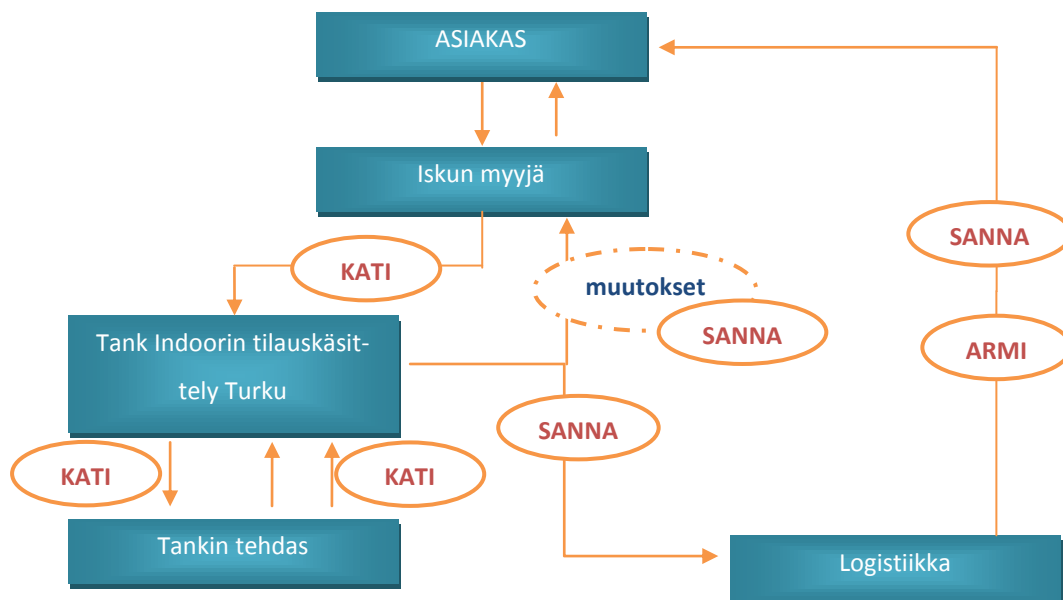
Kuvio 15. Tilaus- ja toimitusprosessi.

Asiakkaan tilatessa Tank Indoorin tuotteita Isku Kodista, kirjaa myyjä tilauksen sähköisesti koneelle heidän tietokantaansa. Tietokannassa myyjä saa valmistettua tilauksen ja hän lisää siihen oman työnumeronsa, jotta myynnit kirjautuvat oikein. Lisäksi myyjä ilmoittaa asiakkaalle heti tuotteen arvioidun saapumisviikon. (Kohta 1.) Saatuaan tilauksen valmiiksi, Iskun myyjä lähettää sen sähköisesti Tank Indoorin tilauskäsittelyyn Turkuun. Turusta Iskun myyjä saa tuotteelle tarkan toimitusviikon ja tilausnumeron. (Kohta 2.) Turussa tilaus viedään Tank Indoorin tilauskäsittelyohjelmaan, josta se lähetetään eteenpäin yrityksen tehtaalle Tallinaan. (Kohta 3.)

Tehdas käsittelee tilauksen ja tekee siitä työlehdän, jossa näkyy tuotetiedot. Tehdään siis tilaukseen tilausvahvistus, joka lähetetään takaisin Turkuun. (Kohta 4.) Turusta tilausvahvistus laitetaan Iskuun, josta se saavuttaa asiakkaan. Tämän jälkeen asiakkaalla on kolme päivää aikaa tehdä muutoksia tai havaita virheitä tilausvahvistuksessa. Jos tilausvahvistukseen ei reagoita kolmen päivän sisällä, lähetetään se takaisin tilaukseen tehtaalle, jonka jälkeen tilausta aletaan valmistaa. (Kohta 5.) Tehdas ilmoittaa tilatun tuotteen valmistuksesta viikkoa aikaisemmin Turkuun, jossa tehdään kuljetusliikkeelle ajojärjestys, jonka he saavat viikkoa tai kahta aikaisemmin. (Kohta 6.) Iskun myyjä ilmoittaa asiakkaalle, mikä viikko hänen tilauksensa saapuu. (Kohta 7.) Kuljetusliikkeen vastuulla on ilmoittaa kaksi päivää aikaisemmin tarkka ajankohta, jolloin tuote viedään asiakkaalle. (Kohta 8.) (Ojakoski 2011.)

Tank Indoorilla minulle korostettiin projektisuunnitelman selkeyttä ja etenkin sitä, että työntekijät tulisivat ymmärtämään koko prosessin kulun. Olen kuvion avulla selkeyttänyt mihin

kunkin henkilön työ sijoittuu edellä kuvatun organisaatiokaavion perusteella. Koko tieto- ja materiaalivirtojen prosessia kuvaavassa kuviossa näkyy työntekijöiden sijoittuminen prosessissa. Kuvioista työntekijät voivat myös helposti nähdä, mitkä ovat heidän työnsä vaikutukset koko prosessissa ja mihin heidän työnsä etenee. Tämä on työntekijöille tärkeää, jotta he hahmottavat projektin kokonaisuudessaan ja siihen kuuluvat vaiheet.



Kuvio 16. Työntekijöiden sijoittuminen prosessissa.

7.3.1 Vahvuudet ja hyödyt, sekä huomioitavat haasteet

Ulkoistettu kuljetuspalvelu on Tank Indoorille kustannustehokkaampaa. Esimerkiksi jollain viikolla voi tulla vain muutamia kuljetuksia pohjoiseen, jolloin ei ole kustannuksien kannalta järkevää lähteä ajamaan matkaa omilla autoilla, vaan ostetaan kuljetuspalvelulta suunta-kuorma. Suuntakuormalla tarkoitetaan, että kaikki toimitukset viedään logistiikkakeskukseen, josta ne toimitetaan eripuolille Suomea suuntakuormina. (Ojakoski 2011.)

Tank Indoorilla on laskutusohjelmassaan CRM - järjestelmä, eli asiakashallintajärjestelmä, jolla helpotetaan asiakastilausten hallintaa ja seurantaa. Tämä myös nopeuttaa työntekijöiden toimia, koska tarvittaessa he saavat tiedot vaivatta ja kätevästi asiakashallintajärjestelmästä. Asiakashallintajärjestelmä tuo apua myös jälleenmyyjien tavoittamiseen ja viestintään. (Ojakoski 2011.)

Yhteistyössä toteutettava logistiikkamenetelmä on uusi tapa Isku Kodille, mutta Tank Indoorilla se on ollut toimiva jo monta vuotta. Haasteena kuitenkin on, että tuotteet viedään aina asiakkaan kotiovelle asti. Tämä vaatii kuljetusliikkeeltä korkealaatuista palvelua ja tiedottamista. Tank Indoor tulee laatimaan uudet pakkaukset, jotka kestävät paremmin terminaalikäsitteilyä. Tällä pyritään parempaan toimintavarmuuteen. (Ojakoski 2011.)

”Tällä hetkellä tilaukset kulkevat paperilla, mikä osaltaan hidastaa tilauskäsittelyprosessia” (2011) kertoo Ojakoski. Hän sanoo heidän pyrkivän kehittämään tilausten käsittelyohjelmaansa, jonka avulla he saisivat koko prosessista sähköisen, mikä nopeuttaisi tilausten käsittelyä.

7.4 Palvelujensuunnittelu

Isku Kodin niin sanottu ydinpalvelu yhteistyöprojektissa on liukuovet ja tilanjakajat, eli ne ovat tavoitellun kohderyhmän keskeinen tarve. Ydinpalvelusta on tehty kokonainen täydentämällä sitä erilaisilla lisä- ja tukipalveluilla, joilla täytetään asiakkaan tarpeet. Liukuovien ja tilanjakajien runkoon on mahdollista saada lankakoreja, laatikoita, kenkä-, housu- ja solmiotelineitä asiakkaan tarpeiden mukaisesti. Tukipalveluilla taas pyritään tuomaan asiakkaalle ammattitaitoista apua, jotta ostotapahtumasta tulisi mahdollisimman miellyttävä kokemus asiakkaalle. Tätä kautta pyritään myös saamaan asiakas asioimaan heillä uudestaan ja suosittelemaan yrityksen palveluja muille. Tank Indoorin palvelua täydennetään vielä kuljetuspalvelulla, joka tuo asiakkaan tilaaman tuotteen suoraan hänen kotiovelleen ja tarvittaessa se kannetaan sisään asti. (Kinnunen 2004, 10.)



Kuvio 17. Palvelukokonaisuus.

7.5 Huomion herättäminen yrityskuvalla

Yritys myy palveluitaan kuluttajille, joten yrityskuvasta syntyvät mielikuvat vaikuttavat ratkaisevasti palveluiden kiinnostavuuteen sekä jatkossa myös siihen, halutaanko samaa palvelua käyttää uudestaan. (R. Kinnunen 2004, 8.) Tämän takia projektissa tulisi panostaa Tank Indoorista syntyvään yrityskuvaan Isku Kodeissa olevien osastojen kautta, myyjien ammattitaidolla ja toimituksen kulussa. Yrityksen tulee siis luoda asiakkaalle ostoprosessista mahdollisimman

miellyttävä kokemus, jotta asiakkaalle jää yrityksestä ja sen tuotteesta hyvä kuva. Miellyttävän ostoprosessin kokenut asiakas tulee myös tarpeen vaatiessa asioimaan uudestaan ja voi suositella tuotetta ja palvelua eteenpäin.

7.6 Osastolla erottuminen

Erityisen tärkeää Tank Indoorille toiminnassaan on tuotteiden korkea laatu, joka on myös yksi yrityksen vahvimista kilpailuvalteista. Korkealaatuisuus tulee ehdottomasti ottaa huomioon tärkeänä seikkana Tank Indoorin osastoa suunniteltaessa, jotta saadaan heti alusta alkaen välitettyä oikeaa kuvaa tuotteista.

Yrityskuvalla pyritään luomaan asiakkaalle oikeanlaisia mielikuvia yrityksestä ja sen tuotteista sekä palveluista. (Kinnunen 2004, 8.) On tärkeää, että Tank Indoorin osastoa uudistetaan tietyn väliajoin, jotta se erottuu joukosta. Tämä on merkittävää myös kovassa kilpailutilanteessa, jotta saadaan edistettyä tuotteiden myyntiä. Tuoteryhmät ovat kuitenkin niin isoja, että osastoa on vaikea uudistaa tiheään tahtiin, kuten esimerkiksi kerran kuussa. Lisäksi se ei olisi taloudellisesti kovin kannattavaa. Yrityksen tuotteet huomioiden hyvä vaihtoaika voisi olla yhdestä kahteen vuoteen, riippuen tietenkin mallistouudistuksista. (Ojakoski 2011.)

Tank Indoor tavoittelee Isku Kodin kautta yksityisiä kuluttajia, jotka arvostavat tuotteiden laadukkuutta ja näyttävää lopputulosta. Oikea kohderyhmä uskotaan tavoitettavan osastolla, joka on oikein suunniteltu ja rakennettu. (Ojakoski 2011.)

Tank Indoorin osasto sijoitetaan jokaisessa Isku Kodin myymälässä mahdollisimman lähelle sänkyosastoa, koska tuotteet ovat suunniteltu ensisijaisesti makuuhuoneisiin. Tank Indoorin osaston pohjaratkaisu on rakennettu niin, että se sisältää kolme sisään- ja uloskäyntiä. Tällä ratkaisulla luodaan avaruutta 20m²:n tilaan, jotta osasto ei vaikuta pieneltä ja ahtaalta. Tällä tavalla asiakkaille luodaan samalla vaivaton ympäristö liikkua ja löytää Tank Indoorin osasto. (Ojakoski 2011.)

Osastolle johtavien sisäänkäyntien ansiosta pystytään myös ”ohjailemaan” asiakas osastolle tutustumaan tuotteeseen. Osaston keskelle tullaan jokaisessa myymälässä sijoittamaan pöytä ja neljä tuolia, jota pystytään käyttämään hyväksi asiakastilanteissa, kun aletaan suunnitella tuotetta asiakkaalle. Tällä ratkaisulla pyritään luomaan asiakkaalle mukavuutta, eli ei tarvitse lähteä kassalle asti hakemaan kansiota tai esitteitä, vaan asiakkaan kanssa voi suoraan istua alas tuotteiden läheisyyteen ja tilavalla pöydällä esitellä vaihtoehtoja sekä suunnitella oikeanlaista tuotetta ja ratkaisua. (Lohikari 2010.)

Tank Indoorin osastolla on esillä kolme eri tuotekokonaisuutta, joista jokainen kokonaisuus on viimeistelty eri ovilla. Ensimmäiseen kokonaisuuteen on käytetty mustaa, maalattua lasia. Mustalla lasilla, joka kuitenkin hieman peilaa, tuodaan osastolle tyyliä ja modernia sekä herätetään huomiota ja kiinnostusta. Toisella kokonaisuudella, jossa on käytetty maalattua valkoista lasia, tuodaan esille trendikkyyttä. Kolmas kokonaisuus on asetettu niin sanotusti taustalle tuomaan valoa ja tilavuutta, tämä saadaan aikaiseksi kirkkaalla peililasilla. Jokaisen kokonaisuuden ovien taakse kätkeytyvät jämät runkorakenteet, jotka tarjoavat eri vaihtoehtoja asiakkaille nähtäviksi. (Ojakoski 2011.)

Ovet on kiinnitetty sekä ylhäältä että alhaalta, joka takaa niiden sulavan liikkuvuuden kiskoilla. (Ojakoski 2011.) Näillä tuotteiden laadullisilla seikoilla vaikutetaan omalta osaltaan siihen, että asiakas kokee tuotekohtaamisen miellyttäväksi, mikä vaikuttaa positiivisella tavalla ostopäätökseen. Osaston niin sanotun pääsisäänkäynnin kummallekin puolelle on sijoitettu panderoilit, joista on saatavilla Tank Indoorin kuvastoja.

Osasto on helppo ja toimiva tila myös myyjälle, koska se sisältää kolme eri tuotekokonaisuutta, joita pystyy asiakastilanteissa hyödyntämään. Lisäksi esitteet, runko- ja materiaalivaihtoehtot on sijoitettu osastolle, joten ne ovat aina lähettyvillä. Osaston valosuunnitelman Isku Koti on toteuttanut itse. Valaistuksella on pyritty korostamaan tuotteita sekä valkoista kiiltävää lattiaa. (Ojakoski 2011.)

8 Projektinhallinta

Projektinhallinta käsittää projektin resurssien (esim. työvoima, budjetti) organisointia ja niiden hallintaa. Hallinnan tarkoituksena on, että projekti tulee etenemään suunniteltujen toimintatapojen perusteella, sille asetetun aikataulun ja budjetin mukaisesti. (Virtanen 2000, 31.) Tank Indoorilta projektijohto tulee vastaamaan projektinhallinnasta, joten aivan ensimmäiseksi heidän on sisäistettävä projektin tarkoitus ja sen eteneminen. Toisin sanoen heidän on siis ymmärrettävä projektin strategia täysin, jotta he voivat hallita projektin resursseja. Projektin resurssien hallinnassa johdon on nimittäin otettava huomioon projektin toimintatavat, tavoitteet ja määritelty aikataulusuunnitelma. (Gregory 2011, 7.) Projektin hallintaan tulee siis suuresti vaikuttamaan johdon strategiatyö, jolla tarkoitetaan juuri strategiaa ja siihen liittyviä vaiheita. Strategiatyötä ei tule missään nimessä vähätellä, sillä sitä noudattamalla saadaan projekti etenemään sujuvammin ja laadukkaammin. (Prego 2010.)

Yhteistyöprojektiin on järkevää suunnitella hallinta etukäteen, koska projektissa tulee työskentelemään paljon työntekijöitä kahdesta eri yrityksestä. Projektisuunnitelmalla siis pyritään helpottamaan kaikkien näkemystä projektinkokonaisuudesta ja selkeyttämään yhteistyöprojektin eri vaiheita.

Projektisuunnitelma tulee myös tukemaan johdon työtä suunnittelemalla heille oikeanlaiset johtamistavat, jotka tulevat tukemaan projektia parhaalla mahdollisella tavalla. Lisäksi etukäteen suunnittelulla edesautetaan projektin tavoitteiden saavuttamista ja varmistetaan, että toimitaan oikeiden periaatteiden mukaisesti.

Yleisesti ottaen suurena haasteena johdolle pidetään strategian tuomista työntekijöiden keskuuteen. Isku projektissa tämä nousee myös merkittäväksi haasteeksi, sillä projektiin kuuluvien henkilöiden on ensimmäiseksi ymmärrettävä projektin strategia, jotta he pystyvät toimimaan sen mukaisesti ja pääsisivät asetettuihin tavoitteisiin. (Niemelä, Pirker & Westerlund 2008, 12.) Yhteistyöprojekti ei tuo juurikaan muutoksia Tank Indoorin työntekijöiden keskuuteen, sillä tilaus- ja toimitusprosessi toteutetaan muiden prosessien kaltaisesti. (Ojakoski 2011.)

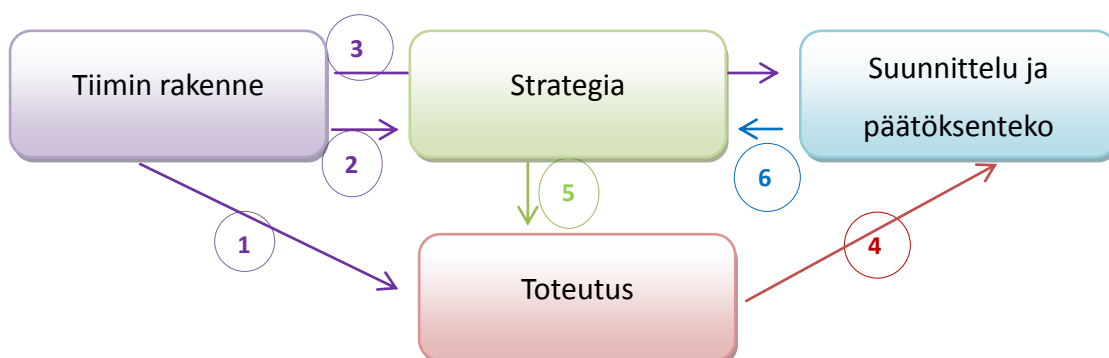
Projektin hallinnan suunnittelussa on siis otettu huomioon projektille ominaiset vaiheet, jotka ovat alku, suunnittelu, toteutus, hallinta ja seuranta. Näiden lisäksi on huomioitava myös projektille räätälöity strategia, joka kertoo miten toimitaan, jotta päästään asetettuihin tavoitteisiin. (Gregory 2011, 9.)

8.1 Toiminnot tukevat toisiaan

Olen jakanut yhteistyöprojektin vaiheet viiteen osaan, jotka ovat kaikille projekteille tyypilliset. Nämä viisi eri osa-aluetta projektissa ovat:

- strategia (toiminnan suunnittelu)
- organisaatorakenne
- suunnittelu ja päätöksenteko
- toteutus
- seuranta. (Virtanen 2000, 31.)

Nämä edellä mainitut viisi eri osa-aluetta muodostavat pääpiirteittäin projektin kokonaisuuden. Projektin onnistumisen kannalta onkin tärkeää, että nämä vaiheet tukevat toinen toisiaan, jotta projekti saadaan etenemään halutulla tavalla. Kuviossa 18 olen kuvannut, miten olen nämä vaiheet rakentanut, jotta ne tulevat tukemaan toisiaan.



Kuvio 18. Toiminnot tukevat toisiaan.

Projektin tiimin rakenteella tuetaan toteutusta niin, että toteutusvaiheessa jokainen on selvillä mistä kukin henkilö on vastuussa ja kenellä on päätösvalta. Tämä edesauttaa sitä, että asiat sujuvat nopeammin ja mutkattomammin. (Kohta 1.) Tiimin rakenteen tulee myös tukea strategiaa, koska selkeän strategian avulla jokainen tietää, mitä keneltäkin odotetaan ja mitkä ovat henkilöiden työpanokset projektissa. (Kohta 2.) Suunnittelun ja päätöksenteon tukena tiimin rakenteella on myös merkitystä, sillä sitä tukien asiat saadaan ripeästi hoidettua siellä missä on osaamista ja tietoa tilanteesta. (Kohta 3.) Etukäteen tarkasti harkitulla suunnittelulla ja päätöksenteolla viedään toteutus haluttuun tulokseen suunnitelmien mukaisesti. (Kohta 4.) Suunnittelulla ja ytimekkäällä strategialla on annettu suuntaviivat siihen miten toimitaan ja tämän avulla taas tuetaan omalta osaltaan suunnittelua ja päätöksentekoa. (Kohta 5.) Toteutusvaiheessa jokaisen projektiin kuuluvan henkilön tulee tietää, mitä hänen toiminnaltaan odotetaan. Hänen tulee siis tietää töidensä vaikutukset, eli mihin hänen työpanoksensa vaikuttavat ja miten tai minne hänen työnsä etenee. (Kohta 6.)

8.2 Suunnitelma tulevalle vuodelle

Tulevalle vuodelle suosittelisin tekemään selkeitä suunnitelmia yhteistyöprojektia ajatellen. Yrityksen tulisi siis miettiä, mitä se tulevalta vuodelta tavoittelee, mikä on tulevan vuoden visio ja miten nämä asiat pyritään saavuttamaan. Etukäteen tehdyt ja tarkkaan pohditut suunnitelmat tulevat helpottamaan vuoden kulkua. Lisäksi etukäteen pohtiminen, alan vankka tuntemus ja tulevan vuoden ennusteet voivat tuoda huomattavaa helpotusta, kun markkinoilla koetaan nopeita käännteitä tai muutoksia. Maailmanmarkkinat vaikuttavat näkyvästi myös Suomen markkinoilla ja niistä koituvien muutoksien seurauksena voi johto joutua tekemään hyvin nopeita ratkaisuja lyhyessä ajassa. Esimerkiksi tällöin on apua mainitsemastani alan ja markkinoiden tuntemuksesta.

Niin kuin aiemmin on jo tullut esille, tavoittelee Tank Indoor yhteistyöprojektin kautta tunnettuuden kasvua, uutta asiakaskuntaa ja myynnin kasvua. Näitä tavoitteita pohtiessani ja peilatesani niitä tulevalle vuodelle, suunnittelin seuraavanlaisia toimenpiteitä ensi vuodelle:

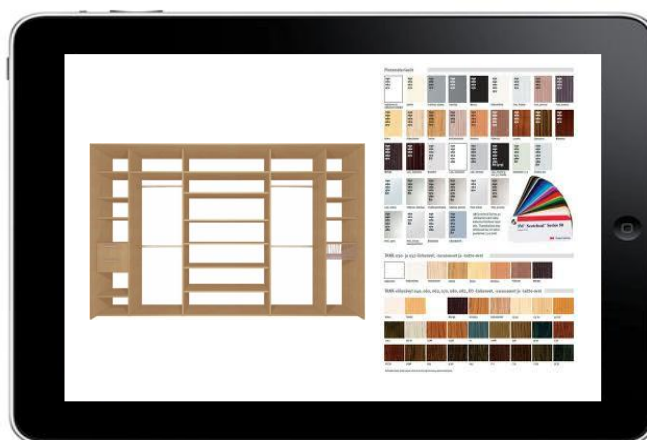
- asiakasillat kohdistuen kuluttaja-asiakkaisiin,
- myyjien aktiivisuus ja myynnin kehittäminen,
- tulevien trendien tiedostus,
- myyntikampanjoinnin suunnittelua,
- vuoden 2012 messuille osallistuminen yhdessä Isku Kodin kanssa,
- suoramarkkinoinnin trendit vuonna 2012,
- logistiikka-alan ammattilainen.

Tank Indoor on järjestänyt asiakasiltoja, mutta niitä ei ole kohdistettu kuluttaja-asiakkaisiin. Ehdottaisinkin, että yhteistyöprojektin kautta yritys järjestäisi yhdessä Isku Kodin kanssa

asiakasiltoja kohdistuen kuluttaja-asiakkaisiin. Asiakasilta voisi pitää sisällään esimerkiksi tulevan vuoden sisustustrendien ja Tank Indoorin tuotevalikoiman esittelyä. Lisäksi illan tarkoituksena olisi esitellä yrityksen järkeviä ja monipuolisia tilanhallintaratkaisuja esimerkiksi kuvien kautta, joilla myös pystyttäisiin luomaan asiakkaille ideoita ja mielikuvia. Asiakasilta olisi mielestäni järkevintä suunnitella alkuvuoden puolelle, koska silloin saataisiin heti asiakkaat hereille uudesta tuotteesta ja näin olisi hyvät mahdollisuudet herättää heidän mielenkiinnonsa tuotetta kohtaan. Asiakasillan sijoittaminen alkuvuodelle olisi hyvä myös siinä mielessä, että tuotteen ollessa hieman tuntemattomampi huonekalupuolella ja kuluttaja-asiakkaiden keskuudessa, saataisiin sen tunnettuutta heti hieman nostettua ja näin myyntiä syntymään. Asiakasillan teemaan sopisi hyvin myös esimerkiksi uuden tuotteen tai innovaation esittely, ennen tuotteen tuomista markkinoille. Eli jos vuoden sisällä ollaan tuomassa markkinoille uusia innovaatioita, voisi siihen liittyen järjestää oman asiakasillan.

Myyjien aktiivisuutta tuotteen myymiseen tulee pitää yllä, jotta myyntiä saadaan kasvatettua. Hyvä keino aktivoida myyjiä on järjestää esimerkiksi myyntikilpailuja eri ajankohtina, joista parhaiten menestynyt Isku Kodin myymälä palkitaan. Tulee kuitenkin muistaa, että palkinnon on oltava tavoittelemisen arvoinen. Esimerkiksi iPad, taulutelevisio tai matkalahjakortti olisi mielestäni hyviä vaihtoehtoja.

Tank Indoor voisi myös harkita suunnittelevansa yhdessä Isku Kodin kanssa myyjien käyttöön viimeisintä teknologiaa mukailevan suunnitteluohjelman, jolla voi vaivatta suunnitella ja piirtää kokonaisuuksia Tank Indoorin tuotteista. Suunnitteluohjelma voisi toimia esimerkiksi kätevästi kosketusnäytöllä 3D kuvana toteutettuna, jota voi ruudulla pyöritellä ja katsoa eri kulmista. Tällaisen suunnitteluohjelman uskoisin myös nostavan myyjien mielenkiinnon tuotteen myymistä kohtaan. Se voisi myös hiukan helpottaa myyntiprosessia, sillä sen avulla myyjä voisi nopeasti tehdä luonnoksen asiakkaan tilaamasta tuotekokonaisuudesta ja värimaailmasta. Tällöin asiakas näkee kokonaisuuden heti ja pystyy halutessaan muuttamaan sitä.



Kuva 1. Kosketusnäytöllä toimiva suunnitteluohjelma.

Suosittelisin huomioimaan myös vuoden 2012 sisustustrendit. Tiedostamalla sisustustrendit vuodelle 2012 pystytään esimerkiksi mainonnan kautta vaikuttamaan kuluttajiin oikeilla väreillä ja pinnoilla. Lisäksi sisustustrendien esilletuonti mainonnassa kertoo kuluttajille, että yritys on sisustuksessa ja trendeissä ajan tasalla. Tulevan vuoden sisustustrendejä ovat esimerkiksi kiiltävät pinnat. (Sisustusblogi Ikea 2011.) Väreissä taas tullaan näkemään klassisia murrettuja sävyjä, iloisia ja kirkkaita sävyjä sekä paljon kuvioita ja raitaa. (Sisustusblogi home kevät 2011.)

Tuotteiden tullessa Isku Koteihin myyntiin, voisi asiakkaille tarjota esimerkiksi kuukauden sisällä ostetuista tuotteista prosentuaalista alennusta tai ilmaista sisään kantoa, asennusta tai rahtia. Heinä- ja elokuussa voitaisiin kohdistaa markkinointia kouluikäisten lapsiperheisiin tarjoamalla esimerkiksi järkeviä ja toimivia säilytysratkaisuja lastenhuoneisiin.

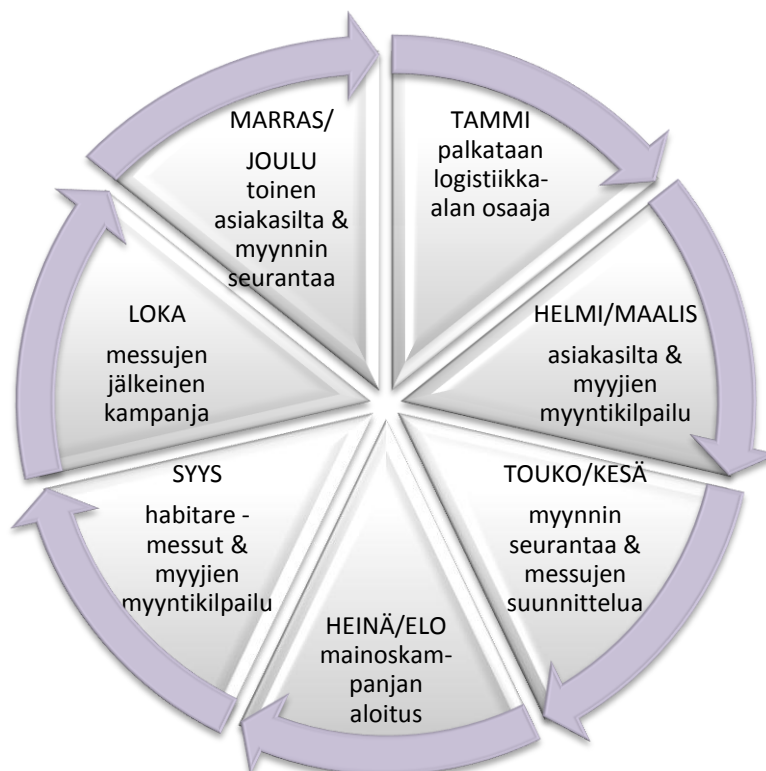
Yritys voisi myös harkita yhdessä Isku Kodin kanssa osallistumista vuoden 2012 messuille. Tulevana vuonna järjestetään esimerkiksi Helsingin messukeskuksessa 29.3 - 1.4.2012 Sisusta! -messut. Messuille odotetaan 60 000 kävijää, jotka hakevat messuilta tietoa laadukkaista sisustustuotteista sekä ideoita kodin sisustukseen ja viimeistelyyn. (Sisusta! 2011.)

Lisäksi ensivuonna järjestetään tutut Habitare messut Helsingin messukeskuksessa 12. - 16.9.2012. Habitare -messut ovat suomen suurimmat huonekalualan, sisustuksen ja designin messut.

Messujen ohella muita tapahtumia on Helsingissä 31.1.2012 järjestettävä seminaari liittyen suoramarkkinoinnin trendeihin vuonna 2012. Seminaarissa käydään läpi, miten erottua massasta ja saavuttaa suoramarkkinoinnilla parempia tuloksia. (Talentumevents 2011.)

Niin kuin edellä kävi ilmi, on syksy 2011 ollut Tank Indoorille haastava logistisista syistä. Siksi ehdottaisin, että jos yritys palkkaisi tulevana vuonna logistiikka-alan ammattilaisen, jotta logistiikka saataisiin parempaan suuntaan. Sillä tällä hetkellä yrityksessä työskentelevillä ei kenelläkään ole aikaa hoitaa logistiikkapuolta kokopäiväisesti, joten ehdottaisin siihen alan ammattilaisen palkkausta. Yksi apu tähän pulmaan olisi myös kuljetuspakkausten uudistaminen, kuljetusjärjestelmän laadun parantaminen yhdessä kuljetusliikkeen kanssa näitä pitkin koko logistiikkatason nostaminen.

Kaavioon 19 olen kuvannut esimerkin näiden edellä mainitsemieni toimenpiteiden sijoittumisen tulevalle vuodelle kuukausitasolla. Kaaviosta käy ilmi, miten edellä mainitut toimenpiteet sijoittuisivat tulevalle vuodelle kuukausitasolla. Suunnitelmien ja tavoitteiden kirjaaminen alla olevan vuosikellon tapaiseen kaavioon auttaa hahmottamaan vuoden kokonaisuudessaan. Lisäksi siitä voi havaita jokaiselle kuukaudelle asetetut suunnitelmat ja tavoitteet. Vuosikello on kaavio, joka kertoo jokaiselle missä mennään ja antaa yleisnäkymän tulevasta vuodesta.



Kuvio 19. Suunnitelma tulevalle vuodelle.

8.3 Projektisopimus

Projektissa on osallisena kaksi yritystä, joten siihen kohdistuen hyvä tehdä projektisopimus. Yhteistyöprojektia solmiessa on hyvä laatia kirjallinen projektisopimus, vaikka suullinenkin on yhtä pätevä. Sopimuksessa on hyvä määrittellä projektille tärkeät asiat ja ehdot. Projektisopimukseen on myös hyväksi liittää projektin runko, jossa määritellään projektin kulkua ja sille tärkeitä vaiheita. Projektisopimuksella suojataan kumpaakin osapuolta ja sen rikkomisesta voi seurata sanktio. Projektisopimuksessa tulee myös määrittellä salassapitovelvollisuudet, joita osapuolien tulee luottamuksellisesti noudattaa. (Gregory 2011, 28.) Kyseessä ollessa tuote tai palvelu, tulee aina sopimukseen määrittellä myös immateriaalioikeuksista, joka kattaa aineettoman oikeuden. Aineettomalla oikeudella voidaan tarkoittaa esimerkiksi malli- tai tekijänoikeutta. (Yritys-Suomi 2011.) Immateriaalioikeuden avulla voidaan siis turvata, etteivät Tank Indoorin tuotteet loukkaa kolmansien tahojen immateriaalioikeuksia.

Yhteistyöprojektin sopimus voi sisältää esimerkiksi seuraavia kohtia:

- projektin osapuolet, y-tunnukset ja yhteystiedot,
- projektin tarkoitus,
- projektin nimi ja päivämäärä,
- projektin voimassaoloaika,
- projektin vastuu- ja yhteishenkilöt sekä heidän roolinsa,

- tuote ja tuotetakuu,
- hinnoittelu (kampanjahinnoittelu ja erikoistuotteet),
- toimitus- ja maksuehdot,
- takuu ja tuotevastuu,
- myyntialueen määrittely,
- markkinointi,
- projektin kustannukset,
- sopimukseen kohdistuvat muutokset,
- projektisopimuksen purkaminen ja irtisanominen,
- erimielisyyksien ratkaisutilanteet,
- korvausvelvollisuus,
- immateriaalioikeudet ja
- allekirjoitukset.

Niin kuin edellä mainittiin, tulee sopimukseen liittää osaksi myös projektin runko. Projektin rungon avulla pystyttäisiin todistamaan eri vaiheita ohjaavat tekijät, jotka on jo etukäteen sovittu toteutettaviksi. Lisäksi se toimisi kuvauksena projektin kulusta. (Gregory 2011, 29.) Seuraavassa on määritelty, minkälaiseksi yhteistyöprojektin runko voisi muodostua. Projektin rungon viimeisinä kohtina ovat yhteistyösopimuksen ehdot, arvioidut kustannukset ja tuotot kuukausitasolla. Kohdissa ei kuitenkaan ole määritelty sisältöä, koska se ei ole julkaistavissa.

Projektin taustat

- Yhteistyösopimus on solmittu vuoden 2010 joulukuussa.
- Kuuden vuoden ajan Tank Indoorilla on ollut tuotteita myynnissä Isku Keittiö - liikkeissä ja nyt vuonna 2011 on laajennettu myös Isku Kodin - liikkeisiin.

Projektin tavoitteet

- Tank Indoorin tunnettuuden lisääminen ja myynnin kasvattaminen.
- Isku Kotiin uusi mallisto, jolla tavoitellaan uutta asiakaskuntaa ja lisätään ostovoimaa.

Projektin kulku

- Projekti alkoi toukokuussa 2011.
- Kesällä 2011 Isku Kodin myyjien koulutukset sekä pääkaupunkiseudun ja Tampereen myymälän kalustukset.
- Kesän jälkeen mainoskampanja Tank Indoorin tuotteista ja ilmaisjakelulehtiä postitetaan suoraan kotitalouksiin.
- Alkuvuodesta 2012 alkaa uusien myymälöiden kalustaminen ja myyjien koulutukset.

Tuote- ja palvelut

- Tank Indoor on suunnitellut Isku Kodille oman malliston, joka on rakennettu huonekalualalle sopivaksi.
- Isku Kodista lähetetään asiakkaalta saatu tilaus Tank Indoorin Turun toimipisteeseen,

josta tilaus etenee tehtaalle tilattavaksi.

- Tank Indoor tarjoaa asiakkaalle lisäkustannusta vastaan asennuksen ja sisään kannon, rahtimaksu on yleensä vakio.

Projektin arviointi

- Projektia arvioidaan myynnin ja tunnettuuden kasvun perusteella.
- Johdon ja työntekijöiden onnistumisten arviointi.

Projektin resurssit

- Jokaisessa Isku Kodin liikkeessä tulee olemaan vähintään yksi henkilö, joka on koulutettu myymään Tank Indoorin tuotteita.
- Projektijohtaja määrittelee tavoitteet, joiden mukaan toimitaan.
- Tank Indoor tarjoaa Isku Kodin myyjille koulutuksen tuotteiden myyntiin, sekä myynnin ja teknisen tuen apua.

Yhteistyösopimuksen ehdot

Projektin arvioidut kustannukset ja tuotot kuukausitasolla

Kuvio 20. Projektin runko.

9 Projektin arviointi

9.1 Strategian seuranta ja arviointi

Tämä yhteistyöprojekti on Tank Indoorille erittäin tärkeä, joten projektin seurannasta ja arvioinnista on syytä huolehtia. Oikeanlaisella seurannalla ja arvioinnilla pystytään näkemään mihin suuntaan projekti on etenemässä ja tarvittaessa ryhtyä korjaaviin toimenpiteisiin. Tank Indoorin tulee siis jatkuvasti arvioida strategiansa tuloksia sekä pyrkiä ideoimaan ja kehittämään uusia tapoja sen parantamiseksi. (Kehusmaa 2010, 179.)

Strategian ja yleensäkin projektin onnistumista kehottaisin arvioimaan useammasta kuin yhdestä näkökulmasta, koska silloin saadaan laajempaa kokonaiskuvaa koko projektin eri näkökulmista. Kehusmaa kehottaa (2010, 180.) käyttämään neljää erilaista näkökulmaa strategia-työn arviointiin. Nämä neljä näkökulmaa ovat strategiakaavio ja sen menetelmät, organisaation ja johtamisen arviointi, strategian sisällön arviointi ja strategiatyöllä saavutettujen tulosten arviointi. Näiden neljän eri näkökulman käyttöä suosittelisin myös Tank Indooria käyttämään, sillä huomioimalla nämä kaikki pystytään varmimmin tunnistamaan yhteistyöprojektin vahvuudet ja heikkoudet. Kuviossa 21 on selkeästi esitetty nämä strategian arvioinnin neljä eri näkökulmaa.



Kuvio 21. Strategian arviointi.

Kuviossa 7 strategian toteutuminen suunniteltiin Tank Indoorille heidän yhteistyöprojektiin toimintatavat, jotka pohjautuivat arvojen, vision ja mission pohjalta. Projektin edetessä yrityksen tulisi tarkkailla kaaviossa olevien toimien onnistumista ja miettiä ovatko ne tuoneet projektin toimintaan vahvuuksia ja mitä mahdollisia puutteita siitä on käynyt ilmi. (Kehusmaa 2010, 181.) Kaavion tuomia vahvuuksia ja puutteita saadaan esille seuraamalla työntekijöiden toimintaa ja pitämällä heidän kanssaan kehityskeskusteluita. Asiakkaiden näkökulmasta strategiatoiminnan onnistumista voidaan seurata heidän ostokäyttäytymisestään ja asiakaspalautteen avulla. Asiakaspalautetta Tank Indoor voisi kerätä kotisivujen kautta suunnittelemalla sivuille kysely, jossa asiakas voisi käydä jättämässä heille palautteensa (= asiakastyytyväisyyslomake). Asiakkaalla voisi myös olla halutessaan mahdollisuus täyttää palautekysely Isku Kodissa tapahtuvan oston yhteydessä koskien koko ostoprosessia ja sen sujuvuutta. Lisäksi Isku Kodille voitaisiin teettää oma kysely, miten heidän mielestään yhteistyö yhdessä Tank Indoorin kanssa on onnistunut ja ovatko he tyytyväisiä saamaansa opastukseen ja koulutukseen.

On myös tärkeää arvioida miten johto on onnistunut. Eli onko johto tuonut strategian työntekijöiden ulottuville ja ovatko kaikki tosiaan tietoisia strategiasta, jotta sitä pystytään yhdessä toteuttamaan ja viemään eteenpäin kohti asetettuja tavoitteita. (Kehusmaa 2010, 181.)

Kokonaisuudessaan strategiaa voi arvioida sen sisällön perusteella. Arviointinäkökulmia tähän on paljon, joten yhteistyöprojekti tulee ottaa huomioon omana kokonaisuutenaan ja lähteä

sen perusteella arvioimaan strategian sisältöä. Lisäksi on tärkeää tarkastella, että projekti on jatkuva ja uudistuva toimintamalli, koska tässä ei ole kyseessä vain vuoden mittainen toteutettava yhteistyöprojekti. (Kehusmaa 2010, 187.)

Mainitsin äsken, että strategian sisältöä voidaan arvioida useista eri näkökulmista. Yhteistyöprojektissa huomioitavia näkökulmia voisi olla esimerkiksi seuraavat:

- Strategian selkeys ja ymmärrettävyys, niin työntekijöiden kuin asiakkaiden osalta.
- Käyvätkö tavoitteet selkeästi esille?
- Selkeyttävätkö kuviot ja grafiikat asioita tai auttavatko ne ymmärtämään asiat paremmin?
- Onko strategia tarpeeksi kannustava?
- Sisältyykö strategiaan riittävästi välitavoitteita?
- Tukeeko strategia tarpeeksi työntekijöiden toimia, johtamista ja innovaatioita?

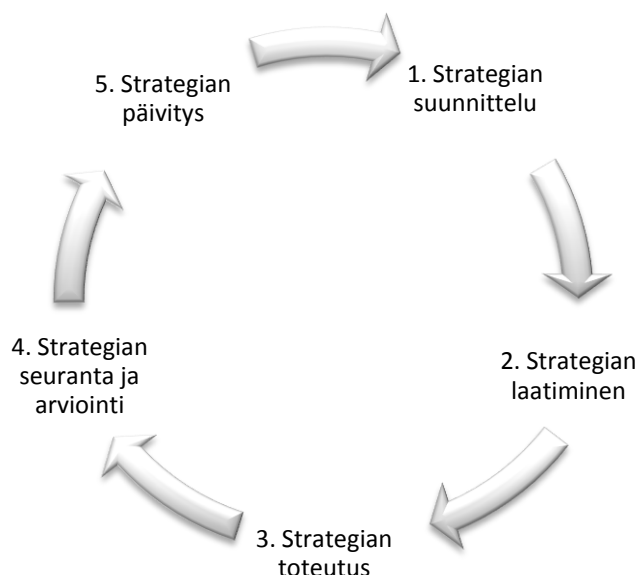
Projektin tavoitteita pystytään arvioimaan erilaisilla mittareilla, joiden perusteella pystytään sanomaan onko asetettuihin tavoitteisiin päästy. Tällaisia mittareita ovat esimerkiksi liikevaihdon, myynnin ja tilausten kehityksien seuranta.

Myynnin kehitystä ja sen muutoksia yritys seuraa kuukausitasolla. Seuraamalla myyntiä kuukausitasolla pystytään helpommin arvioimaan sen kehitystä ja siihen vaikuttaneita tekijöitä, kuten markkinoinnin vaikutuksia. Lisäksi lyhyen aikavälin seurannalla johto pystyy nopeammin tarttumaan kiinni myynnin heilahduksiin ja ryhtyä nopealla tahdilla korjaaviin toimiin. Tank Indoorin tarjouskannan kehittyminen ja kysynnän määrittely myymälöissä kertoo myös omalta osaltaan yritykselle heidän myynnin ja tunnettuuden kehityksestä. (P. Ojakoski 2011.)

Tunnettuuden kasvua pystytään myös osittain arvioimaan myynnin perusteella. Myynnin seurannan lisäksi yritys seuraa tunnettuuden kasvua kotisivuilla kävijöiden perusteella. Tank Indoorilla on käytössään Google-hakukone, jonka avulla pystytään seuraamaan kävijämäärää, joka tulee hakukoneen kautta. Google-hakukone kertoo myös, millä hakukriteereillä yritystä on haettu ja löydetty, kuinka kauan kävijä on sivuilla viihtynyt ja mitä hän on sivuilta hakenut. Myynnin kasvu ja kotisivuilla kävijöiden nousu kertoo yritykselle heidän onnistuneen markkinoinnissaan. (Ojakoski 2011)

Kaikki kuluttajat eivät kuitenkaan tule Google-hakukoneen kautta, joten suosittelisin Tank Indooria tekemään kyselyn kotisivuilleen, johon kävijä voisi vastata kertomalla, minkä median kautta hän on yritykseen tutustunut tai mistä hän on saanut vinkin yrityksen kotisivuille. Kyselyn vastikkeena kuluttajille voisi olla esimerkiksi arvonta, jonka avulla houkutellessaan kävijöitä vastaamaan kyselyyn. Arvonnan palkintona voisi olla esimerkiksi ilmainen kohteen suunnittelu tai alennus tilatusta tuotekokonaisuudesta.

Edellisessä kohdassa eli tulosten arvioinnissa esiin tulevat kehitys- ja parannusehdotukset päivitetään strategiaan, jota lähdetään taas uudestaan toteuttamaan. Strategiatyön tulee siis kehittyä ja uudistua koko ajan. Työtä voidaan siis kuvailla jatkuvana prosessina, jonka tarkoituksena on, että organisaatio oppii kokoajan ja kehittää sitä mukaan toimintaansa. (Kehusmaa 2010, 16.)



Kuvio 22. Strategian päivitys.

9.2 Strategiatyön huomioitavat haasteet

Työtä tehdessäni olen huomionnut muutamia kohtia, jotka voivat muodostua projektille kompastuskiveksi, jos niihin ei jo etukäteen varauduta. Projektin kulussa nostaisin esille tavan jolla yrityksen tuotteet viedään Isku Koteihin, strategian selkeyden ja sen miten se esitellään työntekijöille sekä johdon käyttäytymisen. Näitä asioita korostaisin johtoa pohtimaan, jotta niistä ei muodostuisi ongelmia.

Ensimmäiseksi yrityksen tulisi pohtia ajallisesti, milloin tuotteet olisi hyvä viedä Isku Koteihin esille. Ajankohta on erittäin tärkeässä roolissa, koska oikealla ajankohdalla saadaan ihmiset kiinnostumaan ja herätetään heidän huomionsa, että tuotetta on myynnissä Isku Kodeissa. (Esimerkiksi alkuvuoden Sisusta! messuilla tuotteen esittely, jonka jälkeen se tulee myyntiin muihinkin Isku Kodin liikkeisiin.) Lisäksi markkinointi, joka on Isku Kodin vastuulla, näyttölee erittäin tärkeää roolia tässä kohdassa.

Strategiasta on pyritty rakentamaan mahdollisimman selkeä ja helposti ymmärrettävä. Tähän kuitenkin vaikuttaa myös se, miten johto sen tuo esille työntekijöiden keskuudessa. Johdon tulee siis tuoda strategia esille mahdollisimman helposti, jotta työntekijät ymmärtävät sen. Ei siis kannata käyttää liian monimutkaisia kaavoja tai hienoja sanoja, vaan esittää asiat niin,

että kaikki sen ymmärtävät, sillä se tulee palvelemaan projektin etenemistä. Tämä edellyttää myös sen, että johto on ensimmäiseksi itsekin sisäistänyt strategian ja sen merkityksen projektissa.

Johdon käyttäytyminen projektissa vaikuttaa merkittävästi työntekijöihin ja sitä kautta koko projektin kulkuun. On siis tärkeää, että johto saa työntekijät jo heti alusta alkaen innostumaan projektista. Tähän auttaa myös johdon tuki ja kannustus työntekijöitä kohtaan. Innovaatioita tukemalla voidaan myös osaltaan tukea työntekijöitä ja nostetaan heidän arvostustaan.

Johdon tulee seurata ja arvioida projektia ja sen etenemistä sekä tehdä katsauksia tulevaan, jotta siinä pysytään ajan tasalla ja haasteisiin päästään kiinni ajoissa, jotta niihin pystytään vaikuttamaan ennen kuin on liian myöhäistä.

9.3 Työntekijöiden arviointi

Työntekijät ovat tärkeä voimavara projektissa. Onnistuneen projektin kulun kannalta on tärkeää, että työntekijät viihtyvät, ovat motivoituneita ja heillä on tahto päästä asetettuihin tavoitteisiin. Sujuvaan ja onnistuneeseen projektin kulkuun vaadintaan, että johto kuuntelee työntekijöitään ja osoittaa näin heille arvostusta. (Rees & Porter 2008, 327.)

Työntekijöiden huomiointiin ja kuunteluun on monenlaisia tapoja. Esimerkiksi kehityskeskustelut, palaute-, työtyytyväisyys- ja työilmapiirikyselyt ovat hyviä tapoja työntekijöiden kuunteluun sekä antaa heille mahdollisuuden tuoda asioita esille. Kehityskeskusteluita voidaan pitää tarpeen mukaan projektin vaiheista riippuen. Kehityskeskusteluissa työntekijöillä on mahdollisuus kertoa johdolle mielipiteitään, kehitysideoita ja tuoda esille eriytyviä mielipiteitä. Palautekyselyissä työntekijät voisivat antaa palautetta nimettömänä, jos johdon kanssa käydyssä kehityskeskustelussa niitä ei ole rohkeutta tuoda esille. Työtyytyväisyys- ja työilmapiirikyselyt voidaan myös toteuttaa sähköisesti nimettömänä, jotta jokainen rohkenee tuoda omat mielipiteensä esille ja näin tuloksista saadaan mahdollisimman realistiset.

Jokainen työntekijä voisi tehdä myös itselleen oman henkilökohtaisen SWOT - analyysin. Analyysin avulla työntekijät toisivat esille heidän omia heikkouksia, vahvuuksia, mahdollisuuksia ja uhkia. Tekemällä henkilökohtaiset SWOT - analyysit, myös johto voisi löytää alaisistaan esimerkiksi uusia mahdollisuuksia, joista he eivät ole olleet tietoisia. Lisäksi tuomalla esiin omat heikkoutensa, voitaisiin niihin yhdessä johdon kanssa suunnitella parannuskeinoja, esimerkiksi lisäkoulutautumisen avulla. Tämä palvelisi kumpaakin osapuolta. SWOT - analyysin lisäksi voisi jokaiselle työntekijälle asettaa henkilökohtaiset tavoitteet, joiden avulla selkey-

tetään työntekijälle, mitä häneltä odotetaan. Uskon, että henkilökohtaisten tavoitteiden avulla työntekijät ymmärtäisivät paremmin, mitä heiltä odotetaan.

9.4 Johdon toiminnan arvioiminen

Edellä on korostettu paljon työntekijöiden huomioimista ja heidän tyytyväisyyttä työskentelelyyn, johon projektin johdolla ja toiminnalla on suuri vaikutus. Siksi onkin tärkeää pohtia miten johtamisen onnistumista voitaisiin arvioida. Otan asian esille, koska uskon, että yleisesti ottaen yrityksissä johto varmasti harvoin pohtii omaa toimintaansa ja sen vaikutuksia koko työympäristöön. Usein pohditaan vain, mikä työntekijöissä on vikana, jos he tekevät jotain väärin tai eivät toimi niin kuin pitäisi. Tähän perustuen suosittelisin yritystä kokeilemaan 360° -asteen arviointia.

Suosittelisin projektiin käytettäväksi johdon 360°-asteen arviointia, koska sen avulla myös johto itse näkee laajemmassa mittakaavassa onnistumisensa ja sen, mitä mieltä alaiset ja yhteistyökumppanit heidän johtamistavoistaan ovat. Alaisten lisäksi arviointi voidaan toteuttaa myös Isku Kodin työntekijöille, jotka työskentelevät yhteistyössä Tank Indoorin johdon kanssa. Lisäksi Isku Kodin toimitusjohtaja ja myyntijohtajat, jotka toimivat yhteishenkilöinä Tank Indoorille voisivat osallistua arviointiin. 360°-asteen arvioinnin ideana on, että muiden arvioijien lisäksi johtajat arvioivat myös itseään ja näin näkemyksiä voidaan verrata toisiinsa. (Rees & Porter 2008, 243.)

360° -asteen arviointi kertoo johdolle heidän onnistumisensa usealta eri taholta ja niin ikään myös monesta eri näkökulmasta. Tulosten avulla johto näkisi toimintansa myös muiden näkökulmasta ja tätä kautta päästäisiin tarvittaessa käsiksi kehityskohtiin, joita voidaan lähteä muuttamaan parempaan. Lisäksi arviointi voisi tuoda esille myös sellaisia toimintoja tai tekonoja, joiden vaikutuksia johto ei ole edes itse pohtinut. (Rees & Porter 2008, 243.)

Jotta vastauksista saadaan mahdollisimman kattavat, tulisivat kysymykset harkita tarkkaan. Kysymyksiä olisi myös hyvä suunnata tulevaan. Arvioinnin kysymykset voisivat liittyä esimerkiksi:

- innostamiseen,
- tukemiseen,
- kuuntelemiseen,
- asiantuntijuuteen,
- ohjaukseen,
- yhteistyöhön.

Johdon arviointia tulee toteuttaa sopivin väliajoin, jotta pystytään näkemään tapahtuuko johdon toiminnassa kehitystä, näkykö vaikutuksia ja kokevatko työntekijät muutoksien menevän oikeaan suuntaan. Arvioinnin suorittamiseen tulisi löytää oikea ajankohta, jolloin se olisi toiminnan kannalta järkevää.

10 Kehitysehdotukset

10.1 Lisää luotettavuutta ja tunnettuutta

Tank Indoor on projektimyynnin kautta saanut asiakkaikeeseen Suomessa tunnettuja ja merkittäviä toimijoita. Yritys on toteuttanut heille mittavia projekteja ja suuria toimituksia onnistuneesti ja saanut näiden kautta suosituksilla myös lisää samankaltaisia projekteja. Näitä yrityksen kannattaisi ehdottomasti jatkossa hyödyntää kehittäessään yrityskuvaansa. Tunnetun yrityksen kanssa tehdyt merkittävät toimitukset ja projektit tulisivat nostamaan yrityksen arvoa suuresti sillä se osoittaa, että Tank Indoorilla on kyky toteuttaa suurienkin tarjousten mukainen palvelu sovitusti ja onnistuneesti. Tällaiset asiat kertovat myös osaltaan henkilökunnan kokemuksista vastaavista tehtävistä ja heidän ammattitaidostaan.

Näitä asioita kannattaisi nostaa esille esimerkiksi markkinoinnissa. Eli jos vain on mahdollista, niin valmiista kohteista otettaisiin kuvat, joita hyödynnettäisiin esimerkiksi yrityksen kuvastoissa, kotisivuilla sekä muussa mainosmateriaalissa.

10.2 Ideoita innovointiin

Yrityksen toimitusjohtaja ja markkinointijohtaja vierailevat kansainvälisillä messuilla. Tällaisia ovat muun muassa Italian kalustealanmessut, joista haetaan ideoita ja uusia innovaatioita. Toimitusjohtaja kertoo, että Keski-Euroopassa ollaan hieman edellä alan innovaatioissa, nämä rantautuvat Suomeen tai pohjoismaihin yleensä noin vuoden tai kahden jäljessä. Tank Indoorin tavoitteena on olla aina markkinoilla ensimmäisten joukossa tuomassa näitä uusia innovaatioita.

Messujen lisäksi suosittelisin vielä vierailemaan Eurooppalaisissa vaateliikkeissä ja kauppakesuksissa. Vaateliikkeistä voisi hakea uusia innovaatioita liittyen vaatehuoneisiin sekä tilanjakajiin. Kauppakesuksista ja vaateliikkeistä voi myös pyrkiä etsimään kehityskohteita ja ideoimaan niihin uusia ratkaisuja.

Tällaisiin kehityksiin luomalla uusia ratkaisuja voidaan myös pyrkiä saamaan tuotteita uusille markkinoille, eli tarjoamalla toimivimpia ja näyttävämpiä ratkaisuja esimerkiksi vaateliikkeille ja kauppakeskuksiin. Lisäksi yrityksen kautta voidaan tarjota ammattisuunnittelijoiden

apua tilaratkaisuihin ja he voivat rakentaa tilaan juuri oikeanlaisen ja järkevän kokonaisuuden.

Ensi vuoden helmikuussa järjestetään Tukholmassa viisi päivää kestävä huonekalumessut. Huonekalumessuilla esitellään tulevaa sisustus- ja huonekaludesignia. Ruotsin huonekalumessut ovat kansainväliset ja siellä on lukuisia ulkomaisia näytteilleasettajia. Messut järjestetään 7.-11.2.2012.

10.3 Viihtyvyyttä kotisivuille

Vieraillessani markkinointiviestinnän viikoilla minulle korostettiin, että tänä päivänä on tärkeää saada kävijät viihtymään kotisivuilla. Siitä sain idean, että yritys voisi rakentaa suunniteluohjelman heidän kotisivuilleen. Sivulla kävijät voisivat suunnitella ja hahmotella haluamansa kokonaisuuden ja nähdä miltä se näyttää heidän haluamillaan väreillä ja runkoratkaisuilla. Ohjelmalla kuluttajat pystyisivät suunnittelemaan niin vaatehuoneita kuin liukuovi- ja tilanjakajajärjestelmien kokonaisuuksia. Myös yrityksille tarjottaisiin mahdollisuus tätä kautta suunnitella erilaisia kokonaisuuksia toimistoihin ja julkisiin tiloihin. Ohjelman tulisi rakentaa kokonaisuudet mittojen mukaan sekä tuottaa värillisiä kuvia, jotka voidaan viedä suoraan liikkeeseen, jossa myyjä pystyy laskemaan asiakkaan suunnittelema kokonaisuudelle tarjouksen.

Tällaisia palveluita kotisivuille yrityskohtaisesti räätälöiden tuottaa Sanoma Games, joka rakentaa asiakkaan toiveiden mukaisesti eri ratkaisuja viestintä- ja markkinointitarkoituksiin. (Sanoma Games 2011.)

10.4 Kehitysehdotus kuljetuslistoihin

Jotta Tank Indoorin ja kuljetusliikkeen tiedot saataisiin nopeammin ja sujuvammin kulkemaan yritysten välillä, suosittelisin reaaliaikaisia kuljetuslistoja. Nämä reaaliaikaiset kuljetuslistat näkyisivät Internetissä, joihin vain asianomaisilla tulisi olemaan pääsy. Ohjelmassa kuljetuslistat näkyisi samanlaisina tarvittavine tietoineen, josta sen voisi myös tulostaa. Ratkaisuna siis olisi ajantasaisuus. Esimerkiksi kuljetusliikkeen saadessa tiedon tavarankuljetuksesta, he kirjaisivat sen heti Internetissä näkyvään listaan, johon se päivittyy välittömästi ja näin ollen jokainen tulisi olemaan ajan tasalla kuljetuksista. Ohjelmaan olisi jokaisella asianosaisella omat tunnukset. Kirjaututtua ohjelmaan se voisi vielä ilmoittaa erivärisellä pohjalla muuttuneet aikataulut ja kuljetukset, jotka ovat tapahtuneet aina henkilön viimeisen uloskirjautumisen jälkeen, joka helpottaisi muutosten huomaamista. Ohjelmassa voisi lisäksi olla toisella välilehdellä sivu johon jokainen pystyisi tarvittaessa kirjoittamaan omia huomioitaan. Tämän ohjelman avulla jokainen pääsisi itse katsomaan kuljetuslistoja ajansäästämiseksi.

Kuljetuslistoista siis selviää milloin tavara on menossa asiakkaalle ja minä päivänä asiakas vastaanottaa tuotteen. Näin lasku osataan kohdistaa ajallisesti oikein asiakkaalle. Kuljetuslistat ovat erittäin muutosalttiita, eli ajankohdat sekä vientijärjestys saattavat usein muuttua, joten kannattaisiin Internetissä ylläpidettävää reaaliaikaista näkymää kuljetuslistoista.

11 Yhteenvedot

11.1 Yhteistyöprojekti

Projektin tarkoitus

- Tarkoituksena on tuoda laadukkaita ja mittajoustavia tilanjakajavaihtoehtoja sekä säilytysjärjestelmiä kuluttajien keskuuteen, jotka ovat myös osana sisustusta näyttävillä ratkaisuillaan ja väreillä.

Projektin johto

- Tank Indoor Oy:n puolelta projektin johdossa on Pasi Ojakoski ja vastuujohtajina toimivat Tommi Puha sekä Jussi Peltoniemi.

Projektin alku ja lähtökohta

- Yhteistyösopimus solmittiin vuoden 2010 joulukuussa, mutta toukokuussa 2011 ensimmäisiin neljään Isku Kodin liikkeisiin valmistui Tank Indoorin osastot. Ensi vuoden aikana osastot valmistuvat kaikkiin Isku Kodin liikkeisiin.

Projektin vaiheet

- Joulukuussa 2010 käytiin yhteistyöprojektin sopimus- ja ehtoneuvottelut.
- Ensimmäisten Isku Kodin liikkeiden kalustus aloitettiin toukokuussa.
- Kesällä 2011 suunniteltiin loppuvuoden toimintaa ja markkinointia.
- Lokakuun lopulla toteutuu Isku Kodin valtakunnallinen markkinointi, jossa myös Tank Indoorin tuotteet ovat selvästi näkyvissä. Lokakuussa Isku postittaa myös Tank Indoorin oman jakelulehden asiakkailleen.
- Joulukuussa seurataan Tank Indoorin tuotteiden myynnin kehitystä, joiden perusteella suunnitellaan ensi vuotta ja ensi vuoden toimintaa.
- Tammikuussa aloitetaan Isku Kodin myyjien koulutukset.
- Helmikuun aikana sisustetaan loput Isku Kodin liikkeet.

Projektin loppu, arviointi ja mittaaminen

- Tulosten mittaaminen ja arviointi
- Myynnin seuranta kuukausitasolla
- Kotisivuilla kävijöiden seuranta

- Google -hakukoneen kautta seuranta

Projektin asiakas

- Isku Kodissa myytävä Tank Indoorin tuoteryhmä on suunniteltu kuluttaja-asiakkaille ja kodin tarpeisiin sopivaksi.
- Kuluttaja-asiakas voi olla esimerkiksi taloa rakentava, remonttia tekevä sekä uusia ratkaisuja sisustamiseen, tilanhallintaan tai säilytykseen hakeva kuluttaja.

Projektin asiakastarpeet ja vaatimukset

- Tank Indoorin tuoteryhmällä vastataan asiakkaan tila- ja säilytysongelmiin sekä luodaan niihin ratkaisuja erilaisilla tuotekokonaisuuksilla.
- Tänä päivänä asiakkaat arvostavat tuotteiden pitkäikäisyyttä ja kestävyyttä ja Tank Indoorin tuotteet ovatkin rakennettu massiivisista runkoratkaisuista, joten ne ovat kestävä ja niillä on 10 vuoden takuu.

Projektin menestystekijät

- Isku Kodissa ei ole myynnissä samanlaisia tuotteita, joten liikkeen sisällä ei ole kilpailua.
- Tank Indoor on tunnettu ja arvostettu suunnittelijoiden ja arkkitehtien keskuudessa, joten uskon tämän tuovan niin yritykselle kuin sen tuotteillekin lisäarvoa.
- Tuoteryhmät ovat myös mittajoustavia, eli ne räätälöidään aina asiakkaiden tarpeiden mukaisesti.
- Tank Indoorin tuotevalikoima tulee laajenemaan Isku Kodeissa tulevaisuudessa, joten niistä voidaan rakentaa yhteneväisiä sisustuselementtejä ja tuotekokonaisuuksia. (Esimerkiksi senkki, hyllystö, tv -taso ja vaatehuone.)

Projektin keskeiset resurssit

- Isku Kodeilla tulee jokaisessa myymälässä olemaan vähintään yksi henkilö, joka koulutetaan tuntemaan tuote läpikotaisin.
- Projektille on rakennettu oma budjetti. Myyjille on myös määritelty omat tavoite-myyntit.
- Projektin kehittämismenetelmät.
- Lisää tunnettuutta ja luottamusta.
- Ideoita innovointiin.
- Oman työskentelyn yhteenveto ja johtopäätökset

11.2 Oma työskentely

11.2.1 Opinnäytetyön tavoitteiden onnistuminen

Opinnäytetyöni tavoitteeksi Tank Indoor antoi minulle valmistaa mahdollisimman selkeän suunnitelma koskien heidän yhteistyöprojektiaan, jolla he tavoittelevat lisää tunnettuutta ja asiakasverkoston laajentamista. Tarkoituksena oli siis saada aikaan suunnitelma, joka pohjautuu yrityksen yhteistyöprojektin antamien normien pohjalta. Työn alussa kävin läpi projektin lähtökohdat, joiden kautta lähdin pohjustamaan työtäni ja etenin arvojen, mission ja vision mukaisesti suunnittelemalla toimintaa sekä sen etenemistä. Näiden pohjalta sain rakennettua yhteistyöprojektille suunnitelman, joka noudattaa projektin arvoja sekä etenee niin, että se mahdollistaa vision saavuttamisen ottaen kuitenkin samalla huomioon projektin perusajatuksen, eli mission. Olen siis pyrkinyt rakentamaan työni järkevästi ja etenemään johdonmukaisesti. Oma tavoite oli pyrkiä katsomaan yhteistyöprojektia useammasta näkökulmasta, jotta saisin rakennettua yrityksen haluaman yhteistyöprojektisuunnitelman, joka samalla noudattaa kaikkia heidän asettamiaan normeja.

Työhöni minulta toivottiin myös omia ideoita ja näkökulmia projektin kulkuun nähden sekä kehitysehdotuksia, joita voitaisiin tulevaisuudessa hyödyntää. Näitä ideoita, näkökulmia ja kehitysehdotuksia oivalsin työtä kirjoittaessani. Ideat ja näkökulmat syntyivät, kun suunnittelin yhteistyöprojektin etenemistä ja eri vaiheita. Eri vaiheiden suunnittelusta ja etenemisestä nousi myös esiin kehitysehdotuksia, jotka olen työhöni koonnut ja suosittelisin yrityksen hyödyntävän toiminnassaan.

Koen, että olen saavuttanut tavoitteet, jotka yritys on minulle asettanut ja myös ne tavoitteet, jotka minä olen itselleni asettanut. Tämän perustan sille, että katsoin työtäni useammasta eri näkökulmasta, jotta sain valmistettua Tank Indoorin yhteistyöprojektille suunnitelman, joka noudattaa kaikkia heidän asettamiaan normeja projektille. Tavoitteena oli myös saada työstäni aikaan mahdollisimman selkeä, jota olen luonut kuvien ja kaavioiden avulla. Näiden tarkoituksena on avata tekstiä lukijalle ja luoda siitä kokonaiskäsitys. Lisäksi opinnäytetyöni on työelämälähtöinen ja yhteistyöyritykseni kannalta erittäin ajankohtainen.

11.2.2 Yhteistyöprojektin suunnittelun onnistuminen

Lähtiessäni tekemään suunnitelmaa projektille, pyrin katsomaan sitä useammasta eri näkökulmasta, jotta pystyin saamaan aikaan suunnitelman, joka noudattaa projektin viitekehyksiä ja auttaa pääsemään asetettuihin tavoitteisiin. Tarkastelin muun muassa projektin lähtökoh-
tia, arvoja ja sille asetettuja päämääriä, joiden pohjalta lähdin rakentamaan oikeanlaista

suunnitelmaa projektille. Koen, että toin työssäni ”projektinsuunnitteluvaihe” -kohdassa esille myös sellaisia vaihteita ja näkökulmia, joita he eivät olleet vielä pohtineet. Näin projektin suunnitteluun paljon vaivaa ja koen antaneeni myös paljon näkökulmia projektille, jotka auttavat sen etenemistä ja saa heidät miettimään projektia ehkä uudelta kantilta.

11.2.3 Työn hyödynnettävyys yrityksessä

Toivon, että olen pystynyt työni kautta tuomaan esille asioita tai uusia näkökulmia, joita yrityksen johto ei välttämättä pitänyt niin merkittävässä roolissa tai jota he eivät vielä olisi hyödyntäneet (esim. johdon arviointi ja uusia ideoita kansainvälisistä vaateliikkeistä ja kaupakeskuksista.).

Uskon työn olevan yritykselle hyödyksi siinä mielessä, että työ muistuttaa aina kaikkia siitä mistä on lähdetty liikkeelle, mitkä ovat yhteistyöprojektin tavoitteet ja mitkä ovat arvot, jotka ohjaavat heidän toimintaansa. Toivon myös työni selkeyttävän projektin kulkua ja avaavan toimintaa työntekijöille, sekä mahdollisesti myös uusille henkilöille, jotka projektiin tulevat osallistumaan.

Pasi Ojakoski kommentoi työn hyödynnettävyyttä seuraavasti: ”projekti on ollut mielenkiintoinen sillä se on herättänyt uusia ajatuksia, jonka kautta on tullut esille monta uutta asiaa, joita on ryhdytty pohtimaan uudestaan. Lisäksi ulkopuolelta tulleet näkemykset ja ideat ovat olleet erittäin tervetulleita ja auttaneet meitä näkemään asioita eritavoin” (2011).

11.2.4 Oman työskentelyn analysointi

Olen tyytyväinen siihen, että pystyin käyttämään työssäni hyväksi erilaisia tietolähteitä: kirjallisuus, haastattelu, Internet ja seminaarit. Näistä tietolähteistä olen saanut monipuolisesti erilaista tietoa, joita olen pystynyt hyödyntämään työssäni. Nämä tietolähteet ovat työni aiheen huomioiden oleellisia ja ajankohtaisia. Lisäksi aikaisempi työkokemus Tank Indoorilta on ollut eduksi. Se on tuonut helpotusta työn tekemiseen, koska yrityksen toiminta ja toimintatavat ovat jo ennestään tulleet tutuiksi. Kyseisessä yhteistyöprojektissa en kuitenkaan ole henkilökohtaisesti työskennellyt, joten katsoin projektia niin sanotusti ulkopuolisin silmin ja uskon, että tästä on varmasti ollut apua työn tekemisessä sekä kehitysehdotuksien ja uusien ideoiden luonnissa.

Tiesin jo lähtiessäni tekemään työtä, että se tulee olemaan laaja. Tästä huolimatta onnistuin kuitenkin pitämään työni koossa niin, ettei se lähtenyt laajentumaan. Työni loppuun olen koonnut oman kappaleen liittäen kehitysehdotuksiin, jotka minulle nousivat esiin työtä teh-

dessäni sekä vieraillessani erilaisissa seminaareissa. Kehitysehdotuksia sain koottua työhöni enemmän kuin olin odottanut, joten koen onnistuneeni näiden uusien ideoiden luonnissa.

Työssäni olen tuonut paljon esille myös omia ajatuksiani, jotka kehitysehdotuksien lisäksi ilmenevät tekstissä. Esimerkiksi projektin suunnitteluosiossa olen kertonut omia ajatuksiani, jotka mielestäni olisivat hyväksi projektille ja asioita, joita projektissa ei vielä ollut hyödynnetty. Tuomalla työhöni kehitysehdotuksia ja omia ajatuksia koen, että olen tuonut projektin johdolle uutta tietoa ja tätä kautta mahdollisesti myös muutoksia projektin toiminnan parantamiseksi.

Opinnäytetyötä tehdessäni opin eri vaiheet, joista projektit yleisesti ottaen koostuvat ja sen miten tärkeää on suunnitella projektia huolellisesti jo etukäteen. Lisäksi opin miten tärkeää on miettiä projektiin vaikuttavia tekijöitä ja huomioida ne myös projektin eri vaiheissa. Suurin osa projekteista on erittäin muutosherkkiä, joten on myös osattava varautua muutoksiin ja niiden keskellä on kyettävä tekemään nopeita päätöksiä, jotka johtavat oikeisiin lopputuloksiin.

Opinnäytetyöni oli työelämälähtöinen ja toimin projektijohtajan kanssa yhteistyössä. Häneltä sain työhöni tarvittavat tiedot. Pääsin myös projektinjohtajan mukana vierailemaan muutamassa pääkaupunkiseudulla sijaitsevassa Isku Kodin liikkeessä ja tutustumaan jo valmiina olleisiin osastoihin. Opinnäytetyöni lopputulokseen olen tyytyväinen ja odotan innolla, että pääsen tulevana vuonna seuraamaan yhteistyöprojektin etenemistä.

Haluan kiittää Tank Indoor Oy:tä opinnäytetyön mahdollistajana ja projektijohtajaa, jonka kanssa olen toiminut yhteistyössä projektisuunnitelmaa tehdessä. Suurkiitos myös ohjaavalle opettajalleni Pirjo Lappalaiselle, joka on tukenut ja kannustanut minua eteenpäin työssäni.

Lähteet

Kirjalliset

Gregory, H. 2011. Project management fundamentals. Yhdysvallat: Management concepts.

Haapanen, M., Vepsäläinen, A. & Lindeman, T. 2005. Logistiikka osana strategista johtamista. Helsinki: WSOY.

Havard Business School Press. Työntekijöiden motivoiminen. Helsinki: Art-Print Oy.

Kehusmaa, K. 2010. Strategiatyö -organisaation voimanlähde. Helsinki: Edita.

Kinnunen, R. 2004. Palvelujen suunnittelu. Helsinki: WSOY.

Kilpinen, P. 2008. Liekeissä! Miten johtaja inspiroi ihmiset syttymään muutokselle. Jyväskylä: Gummerus.

Kvist, H., Heimonen, J., Lillkäll, L., Masalin, L., Kalin, R., Niutanen, K., & Valpola, A. 2010. Strategia toimeksi. Helsinki: Prima Oy.

Niemelä, M., Pirker, A. & Westerlund, J. 2008. Strategiasta tuloksiin. Helsinki: WSOY.

Northouse, P. 2007. Leadership: theory and practice. Lontoo: Sage Publications.

Pervaiz, K. & Rafiq, M. 2002. Internal marketing. Oxford: Elsevier.

Rees, D. & Porter, C. 2008. Skills of management. London: Cengage Learning EMEA.

Storbacka, K. 2005. Kannattava kasvu strategia. Helsinki: WSOY.

Valkokari, K., Hyötyläinen, R., Kulmala, H., Malinen, P., Möller, K. & Vesalainen, J. 2008. Verkostot liiketoiminnan kehittämisessä. Helsinki: VTT & WSOY.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2008. Liiketoimintaosaaminen. Helsinki: Edita.

Virtanen, P. 2000. Projektityö. Helsinki WSOY.

Sähköiset

Great place to work. 2011. Viitattu 19.12.2011.

<http://www.greatplacetowork.fi/great/osatekijat.php>

Isku Oy. 2011. Viitattu 23.10.2011.

<http://www.isku.fi/IskuASP/Iskukonswww.nsf/sivut/plain?OpenDocument&cid=index>

Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Projektinhallinnan perusteet. Viitattu 14.12.2012.

http://homes.jamk.fi/~huojo/opetus/IIZT4010/IIZT4010_2.pdf

Kamensky. 2010. Viitattu 17.10.2011.

<http://www.kamensky.fi/attachments/File/kamenskyesite202008.pdf>

Lohikari. 2010. Viitattu 13.7.2011.

<http://www.lohikari.fi/content.php?path=myymalasuunnittelu>

Mediatum Oy. 2011. Viitattu 19.12.2011.

<http://www.mediatum.fi/fi/mainetutkimus/?id=58>

Partus Oy -liikkeenjohdon koulutus- ja konsultaatiopalvelu. 2011. Viitattu 19.12.2011.

<http://partus.fi/partus-oy/pk-yrityksen-strategiatyo-%E2%80%94menestystekijoina-tieto-luovuus-ja-oppiminen>

Prego. 2010. Viitattu 5.11.2011. <http://www.prego.fi/palvelut/strategia-ja-liiketoiminnan-valinnat>

Sisusta! Forma Messut Oy -esite. 2011. Viitattu 8.12.2011.
http://www.formamessut.fi/messut/documents/Sisusta_12_esite.pdf

Sisustusblogi. 2011. Viitattu 8.12.2011. <http://www.sisustusblogi.fi/ikea-2012/>

Sisustusblogi. 2011. Viitattu 8.12.2011 <http://www.sisustusblogi.fi/hm-home-kevat-2012/>

Talentumevents. 2011. Viitattu 8.12.2011.
<http://www.talentumevents.fi/tapahtumat/businessexchange/suoramarkkinoinnin+trendit+2012/a30959>

Talouselämä. 2010. Viitattu 19.12.2011.
<http://www.talouselama.fi/kommentointi/?action=comment&posting=488485>

Tank Indoor. 2011. Viitattu 28.6.2011.
<http://www.tankindoor.com/index.php?section=1>

Työturva. 2011. Viitattu 19.12.2011.
http://www.tyoturva.fi/tyoelaman_kehittaminen/tyoyhteisotaidoilla_tulosta/johtaminen

Työturvallisuuskeskus. 2011. Viitattu 19.7.2011.
http://www.tyoturva.fi/tyoelaman_kehittaminen/tyoyhteisotaidoilla_tulosta/johtaminen

YLE. Projektinhallinta. 2011. Viitattu 14.12.2012.
<http://oppiminen.yle.fi/projektinhallinta>

Yritys-Suomi. 2011. Viitattu 8.12.2012
<http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/idean-tuotteistaminen>

Yritys-Suomi. 2011. Viitattu 19.12.2012
<http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/myynnin-kehittaminen>

Julkaisemattomat

Järvinen, A. 2011. Puheenvuoro markkinointiviestinnän viikolla. 29.9.2011. Helsinki.

Mäkinen, M. 2011. Puheenvuoro Hyvinkään Yrittäjien RY:n 85-vuotisjuhlaseminaarissa. 16.9.2011 Hyvinkäänsalissa.

Ojakoski, P. Toimitusjohtajan haastattelu. 30.5.2011. Hyvinkää.

Ojakoski, P. Toimitusjohtajan haastattelu 5.12.2011. Hyvinkää.

Solatie, J. 2011. Puheenvuoro markkinointiviestinnän viikolla. 29.9.2011. Helsinki.

Vuorenmaa, A. 2011. Tulostettu tiivistelmä esitelmästä markkinointiviestinnän viikoilta. 29.9.2011. Helsinki.

Kuvat

Kuva 1. Kosketusnäytöllä toimiva suunnitteluohjelma.	47
---	----

Kuviot

Kuvio 1. Tank Indoor Oy:n organisaatiokaavio.	11
Kuvio 2. Strategian rakentuminen.	17
Kuvio 3. SWOT-analyysi.	18
Kuvio 4. Kilpailija-analyysi.	20
Kuvio 5. Strategian vaikutukset.	24
Kuvio 6. Strategian rakentuminen.	25
Kuvio 7. Strategian toteutuminen.	26
Kuvio 8. Projektijohtajan roolit.	28
Kuvio 9. Projektin johto.	29
Kuvio 10. Vastuujohtajien roolit.	30
Kuvio 11. Johdon vuosikello.	31
Kuvio 12. Riskien tunnistaminen.	32
Kuvio 13. Projektin henkilöstörakenne.	36
Kuvio 14. Onnistuneen opetuksen elementit.	38
Kuvio 15. Tilaus- ja toimitusprosessi.	40
Kuvio 16. Työntekijöiden sijoittuminen prosessissa.	41
Kuvio 17. Palvelukokonaisuus.	42
Kuvio 18. Toiminnot tukevat toisiaan.	45
Kuvio 19. Suunnitelma tulevalle vuodelle.	49
Kuvio 20. Projektin runko.	51
Kuvio 21. Strategian arviointi.	52
Kuvio 22. Strategian päivitys.	54

Liitteet

Liite 1. Isku Kodeissa myynnissä olevaa Tank Indoorin tuotevalikoimaa 68



Kuva Isku Kodista Tank Indoorin osastolta.



Saatavilla olevat väri- ja materiaalivaihtoehdot.



Tank Indoor Oy:n logo.

