

Minna Hinkkanen

**DATALLA JOHTAMINEN LINDSTRÖM OY:N JOHTAMISJÄRJESTELMÄN MU-
KAAN POHJOIS-SUOMEN TULOYKSIKÖSSÄ**

**DATALLA JOHTAMINEN LINDSTRÖM OY:N JOHTAMISJÄRJESTELMÄN MU-
KAAN POHJOIS-SUOMEN TULOYKSIKÖSSÄ**

Minna Hinkkanen
Opinnäytetyö
Kevät 2021
Tietotekniikan tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Tietotekniikan tutkinto-ohjelma, Ohjelmistokehityksen suuntautumisvaihtoehto

Tekijä(t): Minna Hinkkanen

Opinnäytetyön nimi: Datalla johtaminen Lindström Oy:n johtamisjärjestelmän mukaan Pohjois-Suomen tuloyksikössä

Työn ohjaaja(t): Jukka Jauhiainen

Työn valmistuslukuksi ja -vuosi: Kevät 2021

Sivumäärä: 25

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Lindström Oy Pohjois-Suomen tuloyksikkö. Tavoitteena oli selvittää, mitä pitäisi kehittää, jotta saataisiin asiakasrajapinnasta laadukasta dataa, jonka perusteella voidaan tehdä liiketoiminnallisia päätöksiä tuloyksikössä. Lähtöaineistoksi sain tuloyksiköstä diaesityksen Myynnin johtamismalli 2021. Saatu aineisto tuo esiin myynnin johtamismallin avainasiat, tavoitteet, johtamisstandardit 2021 sekä palaverikäytännöt. Myynnin johtamismalli 2021 luo kehityksen asiakasrajapinnan tekemiseen ja tavoitteiden seurantaan.

Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehityksessä tarkastellaan, mikä on johtamisjärjestelmä ja mitä on datalla johtaminen. Teoria koostuu sähköisistä kanavista haetuista lähteistä koronarajoituksista johtuen. Opinnäytetyön empiirinen osuus koostuu myyntityötä tekeville henkilöille osoitetusta haastattelusta, joka toimeksiantajan ehdotuksen mukaan päätettiin toteuttaa vapaamuotoisesti keskustellen. Kyselyssä kartoitettiin sitä, onko havaittavissa jotain syynä siihen, ettei data ole ajan tasalla. Näkeekö henkilöstö työssään jotain sellaista, ettei hänellä ole mahdollisuutta onnistua. Löytyykö vika osaamisesta, ymmärtämisestä tai koulutuksen puutteesta.

Keskusteluissa selvisi, että tarvetta koulutukselle on, mutta ihan tarkkaan ei osattu kertoa, mihin heillä tarve tarkalleen kohdistuu. Asiakashallintajärjestelmän käyttö ja mentorointityyppinen oppiminen nousivat keskusteluissa esiin, etenkin niiden joukossa, joilla on tuorein työsuhte. Kaivattiin tietoa siitä, mitkä olisivat parhaat käytännöt järjestelmien käytössä. Aikataulujen hallinta nousi myös keskusteluissa esiin. Asiakasvastaavat kokivat, että yksi yhteydenotto aamulla voi aiheuttaa sen, että suunniteltu työ joudutaan aikatauluttamaan uudelleen. Kaikilla työn liikkuvuus aiheuttaa haasteita suunnitelmallisuuteen. Henkilöt kokivat, että tieto on eri paikoissa hajallaan ja tarvitsemaansa voi olla vaikea löytää.

Koulutuksia tulisi pystyä tarjoamaan mahdollisimman pian siitä, kun henkilöt itse tunnistavat kouluttamistarpeen, ongelmia osaamisessa havaitaan, tai jokin järjestelmä muuttuu. Myynnillistä työtä tekevät eivät aina ole tietokoneensa tai työpöytänsä ääressä, joten koulutusten aikataulutus voi osoittautua haasteelliseksi. Tulisi pystyä tarjoamaan tietyn aihealueen tai prosessin koulutusta niin usein, että kaikki halukkaat ja koulutusta tarvitsevat voisivat osallistua. Järjestelmien julkaisut tuovat uusia toimintoja järjestelmiin ja nämä tulisi käydä läpi niin, että niistä tulisi tuttuja prosessin osia koulutettaville ja ne otettaisiin heti käyttöön.

Asiasanat: johtamisjärjestelmä, datalla johtaminen, datan laatu

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Information Technology, Option of Software Development

Author(s): Minna Hinkkanen

Title of thesis: Data management according to the Lindström Management Model in the sales in the Pohjois-Suomi business unit.

Supervisor(s): Jukka Jauhiainen

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2021

Number of pages: 25

The goal of this thesis was to find out what should be developed to obtain high-quality data from the customer interface. It is important that business decisions based on data can be made by the management of business unit.

The theoretical reference development of the thesis examines research concept of management system and data management. The theory mainly consists of sources obtained from electronic channels due to corona constraints. The empirical part of the thesis consists of an interview addressed to sales staff, which was conducted in a free-form discussion. In the survey was mapped out if there was any noticeable reason why the data was out of date. Whether the fault was found in knowledge, understanding or lack of training.

During the discussions, it became clear that there is a need for training, but it was not possible to say exactly what the need is for. The use of a customer management system and mentoring-type learning highlighted in the discussions, especially among those with the most recent employment. Information was needed on what would be the best practices in the use of the systems. Schedule management also came up in the discussions. Account representatives felt that one contact in the morning could cause the planned work to have to be rescheduled. Job movement poses planning challenges for everyone. Individuals felt that the information is scattered in different places and needed information can be difficult to find.

Training should be provided as soon as possible after individuals has identify the need for training, problems with skills have been identified, or if any part of system changes. Scheduling training can prove challenging. It should be possible to provide training in a specific topic or process so often that anyone interested and in need of training could participate. The releases of the systems bring new functions to the systems. New functionalities should be reviewed so that they become familiar part of the processes for trainees and are introduced immediately

Keywords: Management system, Data Management, Data quality.

SISÄLLYS

| | | |
|---|---|----|
| 1 | JOHDANTO | 6 |
| 2 | JOHTAMISJÄRJESTELMÄ | 7 |
| 3 | DATALLA JOHTAMINEN | 8 |
| | 3.1. Datan ja tiedon määritelmä..... | 8 |
| | 3.2. Datan laatu | 9 |
| | 3.3. Datan puutteet..... | 9 |
| 4 | LINDSTRÖM OY:N ESITTELY | 10 |
| 5 | MYYNNIN JOHTAMISMALLI 2021 | 11 |
| | 5.1 Myyntipäällikön tavoitteet 2021 | 11 |
| | 5.2 Johtamisstandardit 2021 | 11 |
| | 5.3 Palaverikäytännöt 2021 | 12 |
| 6 | KYSYMYKSET JA TULOKSET | 13 |
| 7 | HAASTATTELUTULOSTEN POHDINTA JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET..... | 18 |
| 8 | POHDINTA | 22 |
| | LÄHTEET..... | 24 |

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Lindström Oy:n Pohjois-Suomen tulosityksikkö. Tulosityksikön tavoitteena on kehittää toimintaansa niin, että se pystyisi entistä paremmin tekemään liiketoiminnallisia päätöksiä dataan perustuen johtamisjärjestelmän mukaan. Lindström Groupin johtamisjärjestelmä on sertifioitu ISO 9001:2015- ja ISO 12001:2015 -standardien mukaisesti.

Opinnäytetyössä tavoitteena on selvittää, miten saadaan data siihen kuntoon, että sen perusteella voidaan johtaa ja tehdä tulosityksikössä liiketoiminnallisia päätöksiä. Tarkastelun kohteena on se, miten resursseja johdetaan ja mikä on henkilöstön osaamistaso ja kehittämistarpeet. Opinnäytetyössä selvitetään, mitä datalla johtamiseen myynnin näkökulmasta kuuluu. Mikä on syynä siihen, että data ei ole ajan tasalla vaan sitä päivitetään jälkikäteen. Tutkitaan asiakasrajapinnan osaamistasoa ja kehittämistarpeita ja tarvittaessa tehdään suunnitelma osaamisen kehittämiseen. Mikä on henkilöstön mielipide asiaan. Ellei data ole kunnossa, ei siihen perustuen myöskään voida johtaa.

Pohja-aineistona opinnäytetyölle on 14.1. tulosityksiköstä saatu Myynnin johtamismalli 2021 -diaesitys. Opinnäytetyön teoriaosuudessa selvitetään, mikä on johtamisjärjestelmä ja mitä on datalla johtaminen. Osaamistasoa ja kehittämistarpeita selvitetään laadullisen tutkimuksen menetelmin vapaamuotoisesti keskustellen myyjien ja asiakasvastaavien kanssa. Keskustelussa kartoitetaan pohja-aineistoon perustuen henkilöiden itsensä näkemystä sekä kartoitetaan, löytyykö koulutustarpeita tai jotain sellaista, joka auttaisi siihen, että työntekijä voisi pitää datan ajan tasalla.

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä sopii hyvin tällaisen opinnäytetyön tekemiseen jossa, tutkimus perustuu empiiriseen aineistoon. Aineistonkeruumenetelmänä on haastattelu, havainnointi ja haastateltavien näkökulmien huomioiminen. Hyvän tutkimuskäytännön mukaan haastateltaville kerrottiin haastattelun tarkoitus ja lähetettiin kysymykset haastattelukutsun mukana. Haastattelu toteutettiin Teams-kokoussovelluksen kautta.

2 JOHTAMISJÄRJESTELMÄ

Johtamisjärjestelmä on työväline, jonka avulla suunnitellaan, kehitetään ja ohjataan organisaation toimintaa pohjanaan yrityksen strategia. Johtamisjärjestelmä on dokumentti, jossa käsitellään toiminnan kehityssuuntaa, tavoitteita ja toimintatapoja. Johtamisjärjestelmän avulla huomio kiinnittyy olennaisiin asioihin ja tavoitteet saavutetaan yhtenäisin toimintatavoin. Johtamisjärjestelmä on organisaatiokohtainen, eikä sen laatimiseen ole yhtä oikeaa tapaa. Johtamisjärjestelmää rakennettaessa hyödynnetään usein johtamisen standardeja, jotka ovat jakautuneet useille eri aihealueille kuten, esimerkiksi ISO 9000 laadunhallinta, ISO 14001 ympäristöjohtaminen tai ISO 45001 työturvallisuus- ja työterveysasioiden johtaminen. (SFS 2021.)

Johtamisjärjestelmä voidaan sertifioida. Sertifioitu johtamisjärjestelmä edellyttää aina auditointia, jolla seurataan johtamisjärjestelmän toimivuutta ja hyödyllisyyttä. Auditoinnin voi toteuttaa organisaatio itse tai sen voi teettää ulkoisella osapuolella. Johtamisjärjestelmän auditointiohjeet on esitetty standardissa ISO 19011:2018. (SFS 2021b.)

3 DATALLA JOHTAMINEN

Datalla johtaminen tarkoittaa tietoon perustuvaa päätöksentekoa. Tietoa kerätään, sitä analysoidaan ja sitä ymmärretään. Dataa analysoitaessa tarkastellaan historiatietoa, joka on opettanut, mitä kannattaa tehdä. Jos esimerkiksi myynnissä keskitytään siihen, mitä myytiin juuri nyt, eikä ennusteta tulevaa menekkiä, niin voi olla, että myytävä loppuu nopeasti. Datalla johtamisessa pitää siis katsoa tulevaisuuteen historiatietoa hyödyntäen. (Advian 2021.)

3.1. Datan ja tiedon määritelmä

Käsitteet data ja tieto sekoittuvat usein arkikielessä. Tästä syystä on aihetta tutustua tarkemmin käsitteiden kuvauksiin.

Data on tietoa, jolla itsessään ei ole välttämättä semanttista merkitystä tai informatiivista järjestystä. Datasta voi löytyä järjestystä ja siten informaatiota, tai se voi olla järjestymättömää kohinaa. Jos informaatiolle edelleen voidaan antaa semanttinen merkitys, on se myös tietoa.

Dataa ovat esimerkiksi yksittäiset

- äänneet puheessa
- kirjaimet painetussa tekstissä
- bitit tietokoneessa
- emäsparit DNA:ssa eli biologinen data.

Datan ja informaation ero on suhteellinen. Datan käsittely tapahtuu monesti useassa vaiheessa, ja yhden vaiheen käsitelty data saattaa olla "raakaa" dataa seuraavalle vaiheelle. (Wikipedia 2020.)

Tieto on filosofian tietoteorian perinteisen määritelmän mukaan hyvin perusteltu tosi uskomus. Tämä tiedon määritelmä on peräisin Platonin Theaitetos-dialogista. Niin kutsutun heikon määritelmän mukaan väittäminen (propositio) on tietoa, jos se on tosi. (Wikipedia 2020.) Platonin esittämä perinteinen tiedon määritelmä kuuluu "hyvin perusteltu tosi käsitys". Jotta siis esitetty väite olisi tietoa, sen on täytettävä kolme kriteeriä: 1) hyvin perusteltu, 2) tosi ja 3) uskomus. Platonin näkemys tiedosta oli metafyyminen. Kaikki tieto on hänen mukaansa olemassa ideoiden eli yleisten ominaisuuksien todellisuudessa, ja todellista tietoa voidaan luonnollisessa todellisuudessa johtaa vain pääättelemällä. (Wikipedia 2020.)

Kielikellon artikkelissa teoreettisen filosofian professori Ilkka Niiniluoto kirjoittaa, että sanaa tieto käytetään nykysuomessa käännöksenä sanalle data, kun hän pohtii, mitä tieto oikeastaan on. (Niiniluoto 1994.)

3.2. Datan laatu

Tiedolla johtaminen edellyttää laadukasta dataa. Asiakastietojärjestelmä CRM (Customer Relationship Management), voi muodostua haasteeksi, ellei dataa ylläpidetä organisaatiossa sovitulla tavalla tai ellei löydy osaamista datan ajan tasalla pitämiseen tai päivitykset tehdään myöhässä. Mikko Varila tuo esiin muutamia esimerkkejä, joita datalla johtamisessa voi tehdä. Näitä ovat myynnin ennustaminen, häiriöiden tai vikojen ennakointi, asiakasanalytiikka, joka kehittää asiakaskokemusta, myyntiä sekä markkinointia. Kannattavuuslaskennalla saadaan analysoitua kokonaisymmärrystä kustannuksista, tuotoista, tuotteista ja asiakkaista. (Varila 2020.)

3.3. Datan puutteet

Tieto on pirstaleina eri alustoilla ja järjestelmissä. Sen ylläpitäminen koetaan työlääksi. Ajantasaisen tiedon tärkeyttä ei ymmärretä tai koeta, että sen päivittäminen kuuluu jokaisen vastuulle. Kokonaiskuvan muodostaminen koetaan vaikeaksi tiedon pirstaleisuuden vuoksi. Tietoa ei osata tulkita tai sitä ei osata jalostaa liiketoiminnan tarpeisiin. Tieto voi jäädä paperin kulmiin tai yksittäisille kovalevyille. Organisaatiokulttuuri tai johtaminen ei tue ajatusta, että data on organisaation kulu-
tustavaraa ja tarkoitettu jaettavaksi. (Sundström 2021.)

Nykyään usein liike-elämän käytäväkeskusteluissa ja muun muassa liike-elämää käsittelevissä artikkeleissa sekä blogeissa mainitaan käsite ad hoc. Wikipedian määritelmän mukaan termiä käytetään liike-elämän slangissa yksittäisen kiireellisen tapauksen synonyymina ja tätä datalla johtaminen ei ole. (Wikipedia 2021.)

4 LINDSTRÖM OY:N ESITTELY

Lindström Oy:n liikevaihto on 408 milj. €, henkilöstön lukumäärä yrityksellä on 4 600, se toimii 24 maassa ja toimipisteitä on 80. Palveluvalikoimaan kuuluvat hotellitekstiili-, hygienia-, matto-, ravintolatekstiili-, teollisuuspyyhe- ja työvaatepalvelut sekä panttikassit. Suomessa Lindström Oy:llä on 10 työvaatepesulaa, seitsemän mattopesulaa, neljä WC-tilapesulaa, yksi teollisuuspyyhepesula, yksi ravintolatekstiilipesula ja yksi puhdistilapesula sekä kolme myyntipistettä. (Lindström 2021.)

Lindström Group kuvaa kotisivuillaan tiivistii yrityksen rakennetta, tehtävää sekä tavoitteita.

Lindström – yli 170-vuotias perheyritys

Olemme yksi Euroopan johtavista tekstiilipalveluyrityksistä, jolla on yli 170-vuotinen kokemus tekstiilialalta. Tarjoamme ratkaisuja toimitilojen siisteyteen ja sisustamiseen, työpukeutumiseen ja suojautumiseen sekä tytäryhtiömme Comfortan kautta hotellien ja terveydenhuollon tekstiilipalveluita. Toimimme 24 maassa, Euroopassa ja Aasiassa.

Tehtävämme on vahvistaa asiakkaidemme yrityskuvaa ja helpottaa palveluidemme avulla asiakkaidemme arkea. Tekstiilipalvelu on kustannustehokas ja ympäristömyönteinen tapa hoitaa yrityksen tekstiilitarpeet.

Olemme perheyritys, ja voimakkaasti kasvava kansainvälinen yhtiö. Tavoitteenamme on laajentua maantieteellisesti ja kasvattaa markkinaosuuttamme pitkäjänteisesti. Menestyksemme taustalla on vahvasti konseptiohjattu toiminta, joka varmistaa toiminnan laadun, yhdenmukaisen palvelun ja vastuullisuuden kaikissa toimintamaissamme. (Lindström Group 2021.)

5 MYYNNIN JOHTAMISMALLI 2021

Avainasioita myynnin johtamismallissa 2021 ovat CRM-datan laatu, aktiivisuus, kannattavuus ja tehokkuus, eLindströmin käyttö, uudet tarjoukset sekä koko Suomen asiakasrajapinnan oikeudenmukainen ja tasapuolinen johtaminen. Avainasioista seurataan raportoinnin kautta sekä viikoittaisissa Suomen johtotiimin palaverissa. Myyntipäällikön tavoitteiden lisäksi johtamismalli sisältää johtamisstandardit ja palaverikäytännöt.

5.1 Myyntipäällikön tavoitteet 2021

Tunnusluvut antavat nopean käsityksen datasta. Alla on listattu toimeksiantajalta saadusta lähtöaineistosta Myynnin johtamismalli 2021 -diaesitykseen kirjatut myyntipäällikön tavoitteet sekä mitarit:

- liikevaihdon prosentuaalisen kasvu
- myynnin sekä poistumien euromääräinen kasvu
- myynnin ja asiakasrajapinnan prosentuaalinen tehokkuus
- tiimin myyntisuppilo (määrän ja laadun)
- asiakaskohtaamisten kappalemäärän per vuosi
- etäkohtaamisten prosentuaalinen osuus
- CX-Index ja NPS-luvut (CX= Customer Experience)
- innovaatiopajojen kappalemäärä vuositasolla
- eLindströmin käyttöaste työvaatelistilauksissa prosentuaalisesti

5.2 Johtamisstandardit 2021

Seurannan kohteita johtamisstandardeissa ovat eurotasoinen myynti sekä asiakaskohtaamisten määrää. Myynnin johtamisjärjestelmä sisältää raamit tekemisen johtamiselle. Tekemisen johtamiseen sisältyy 1-to-1-palautekeskustelu, myynnin viikkopalaveri, myynnin toimintasuunnitelma, kehityskeskustelut, tiimikokous, myyntipäällikkökokous, yhteiskäynnit ja palaute mallin mukaisesti sekä tarjoustyöskentelyn kehittäminen.

5.3 Palaverikäytännöt 2021

Palaverikäytäntöjen taustalla on ajatus siitä, mitä asioita henkilöiden tulee tietää ja millä frekvenssillä. Tulosityksiköissä voidaan miettiä, miten nämä toteutetaan. Palaverikäytäntöihin on kirjattu digitaalinen tiimipalaveri vähintään kerran viikossa, johon osallistuu koko tiimi, ei vain myyjät. Toisena viikkopalaverina on mainittu perjantai iltapäivän palaveri, jossa käsitellään CRM sekä viikon yhteenveto ja palaute, miten viikko on sujunut. Kuukausipalaveri, jonka tavoitteena on kehittää toimintaa, hyödyntää joukkoälyä, kehittää tiimin yhteistyötä ja tiimitaitoja, esitellä uutuuksia, toimialakohtaiset katsaukset, onnistumiset ja esimerkkicaset, katsaus tulosityksikön ja Suomen tilanteeseen ja katsoa, miten nämä linkittyvät tavoitteeseen. Palaverikäytännöissä on myös mainittu kahdenkeskeiset keskustelut eli One to Onet ja kehityskeskustelut. Myynnin ja asiakasvastaavien kanssa laaditaan vuosisuunnittelu 1–2 krt vuodessa. Edellä mainittujen lisäksi järjestetään roolikohtaisia tapaamisia ja järjestetään salkkupäiviä tarpeen mukaan.

6 KYSYMYKSET JA TULOKSET

Toimeksiantajan määrittelemältä ryhmältä varattiin puoli tuntia per henkilö haastattelu-aikaa. Haastateltavana oli 14 henkilöä. Haastattelu tehtiin vapaamuotoisesti keskustellen, mutta saatuun lähtöaineistoon perustuen. Jokaiselle henkilölle soitettiin ja sovittiin haastattelu-aika, pohjustettiin haastattelun tarkoitusta sekä kysyttiin lupa haastattelun nauhoittamiseen. Nauhoitusta käytettiin apuna haastattelun purkuun. Nauhoituksia ei kirjoiteta puhtaaksi, eikä niitä säilytetä. Henkilöille lähetettiin Teams-kokouskutsu, joka sisälsi saatesanat sekä kysymykset. Haastattelun alussa käytiin läpi nämä samat asiat.

Mitkä ovat tavoitteet työssäsi Lindström Oy:lle?

Tähän kysymykseen tavoitteena oli selvittää, että henkilö itse tiedostaa tavoitteensa ja voi toimia tavoitteellisesti sekä tehdä toimintoja järjestelmissä niin, että tulosityksikön johto saa dataa. Suurin osa haastateltavista oli käynyt esimiehensä kanssa läpi Score Cardinsa, joten tavoitteet olivat hyvin selvillä. Keskusteluissa selvisi, että henkilöillä oli myös omia tavoitteita työnsä suhteen sekä hoidettavanaan tehtäviä, joita ei tunnustettu kuuluvan työnkuvaan.

Kun puhutaan tiedon laadusta, mitä se mielestäsi on?

Keskustelussa esiin tuli käsitteet tieto ja data, joten nämä käsitteet otettiin tarkasteluun teoriaosuudessa. Ilkka Niiniluoto mainitsi artikkelissaan, että sanaa tieto käytetään nyky Suomessa käännöksenä sanalle data ja tämä ilmeni myös keskusteluissa. Käsitteisiin ei keskustelussa takerrettu sen tarkemmin, vaan kunkin kanssa keskusteltiin sillä käsitteellä, joka hänelle on tutumpi. Tarkoituksena oli selvittää, miten henkilöt itse asian kokevat. Vastauksissa ilmeni, että kaikkien mielestä tiedon pitää olla ajantasaisista, paikkansapitävää, oikeaa, tarpeellista, hyödyllistä, käyttökelpoista, avointa, selkeää, tarkkaa, faktaa, asiapitoista, relevanttia, helposti ymmärrettävää ja johdonmukaista.

Kukin tuottaa, käyttää ja hakee tallennettua tietoa oman työnsä tarpeisiin. Tietoa löytyy useista eri järjestelmistä ja koettiin, että se on hajallaan eri paikoissa ja toisinaan tarvittua tietoa on jopa vaikeaa löytää. Minkä laatuinen tallennettu tieto on laadukasta, on kunkin henkilökohtainen asia eli tiedon tallentajasta ja käyttäjästä kiinni. Tallennettua tietoa löytyy paljon, ja siitä on pystyttävä erottamaan viimeisin. Tiedot asiakashallinnan kannalta pitäisi olla siinä muodossa, että viimeisimpänäkin taloon tullut henkilö saa käsityksen siitä, mitä on tehty tai tapahtunut.

Miten huolehdit CRM-datan laadusta?

Yrityksellä on käytössä asiakashallintajärjestelmänä Microsoft Dynamics CRM, joka datan keräämisen ja asiakashallinnan lisäksi ohjaa toimintaa, kuten esimerkiksi tarjousprosessia tai suunnitelmallista myyntityötä. CRM on yritykselle kustomoitu ja siihen liittyy useita integraatioita. CRM-dataan perustuen johdon pitää pystyä tekemään liiketoiminnallisia päätöksiä, perustuen nykyiseen ja tulevaan näkymään. Tarkoituksena oli selvittää, mitä henkilöt itse kokevat ja käsittävät tämän asian ja miten he huolehtivat siitä, että heidän tallentamansa tiedon perusteella sitä voidaan käyttää päätöksenteossa.

Henkilöt kirjaavat tapahtumia asiakashallintajärjestelmään sitä mukaa, kun on tapahtumia. CRM:ään kirjataan asiakaskäynnit ja se, mitä asiakkaan kanssa on sovittu. Dashboardit joita voisi kutsua koontinäytöiksi eivät ole kaikille tuttuja työkaluja. Datan tilannetta seurataan lähinnä järjestelmän tietuetyypeistä eli entiteeteistä käsin. Datan ajantasaisuutta seurataan Tableaun raporteista, jonne on tehty CRM Check-näkymä. Raportti kertoo, mitä myyntimahdollisuuksia tai tarjouksia henkilö on tehnyt ja onko niissä jotain, joka vaatisi päivittämistä heti esimerkiksi tarjouksen päivämäärien tai tuotemäärien osalta. Keskusteluissa selvisi, että henkilöt aikatauluttavat itselleen tarkastuspisteitä, jolloin käytettävä aika tietojen päivittämiseen on heidän kalenterissaan varattu. Näin datan ajan tasalla pitäminen ei kaadu aikatauluongelmiin.

Myyntityötä tekevien työn luonne on liikkuvaa, eli aina ei olla tietokoneen tai internetyhteyksien äärellä. Henkilöt kirjaavat kiireellisimmät asiat vihkoon ja viimeistään seuraavana päivänä järjestelmiin. Asiakas voi tehdä palvelupyynnön ja laittaa viestejä sähköisen työkalun eli epalvelun kautta, mutta keskusteluita ei kuitenkaan käydä sitä kautta, vaan ne tulevat asiakkuudesta vastaavan sähköpostiin, jossa keskustelu jatkuu. Näin keskustelut eivät jää datana epalveluun näkyviin, eikä yhteyshenkilötietojen päivityksiä välttämättä tehdä.

Epäkuranttia dataa ja haasteita datan ylläpitoon tuo se, että eri tapahtumia voi vastuuttaa muille henkilöille tai dataa voidaan muuttaa. Jos uudelleenvastuuttamisesta tai datan muutoksista ei kerrota, data jää helposti epähuomiossa päivittämättä, koska sitä ei ole itse tehty eikä asia ole vastaanottavalle henkilölle tuttu. Vaatii aikaa tutustua asiakkuuteen, dataan ja sen historiaan, jotta päivitetty tieto olisi mahdollisimman oikeaa.

Mitä olemassa olevaa dataa sinä käytät, kun valmistaudut asiakaskontaktiin?

Tässä oli tarkoituksena selvittää, millaista dataa ja mistä lähteistä henkilöt käyttävät. Kukin ottaa olemassa olevista datalähteistä tarvitsemansa tiedon sillä lähtökodalla, mikä on heidän työnku- vansa. Henkilöt käyttävät useita järjestelmiä ja tietokanavia tutustuessaan asiakkaisiin ja valmis- tautuessaan asiakaskontaktiin.

Asiakasvastaavat, joiden vastuualueena on olemassa olevien asiakkaiden hoito, käyttävät pää- sääntöisesti asiakashallintajärjestelmää ja eLindströmiä työssään. Asiakashallintajärjestelmään kirjataan ennakkoon suunnitellut kontaktoinnit asiakkaisiin ja tapahtuman jälkeen aktiviteettiin täy- dennetään, ketä oli läsnä ja mistä keskusteltiin. Aktiviteetit pyritään sulkemaan heti tietojen päivi- tyksen jälkeen. Asiakashallintajärjestelmään kirjataan myyntimahdollisuudet, tarjoukset, uhat, asia- kaspalautteet ja kontaktoinnit sekä pidetään yllä ja päivitetään asiakasdataa.

Myyntityötä tekevät käyttävät työssään asiakashallintajärjestelmää myyntimahdollisuuksien, tar- jouksien ja tapaamisten kirjaamiseen sekä päivittämiseen. Asiakashallintajärjestelmästä katsotaan myös asiakkuuden historiatietoja, kuten esimerkiksi olemassa olevia palveluita ja yhteydenottoja. eLindströmistä selviää olemassa oleviin palveluihin liittyvät tiedot. Myynti tutkii asiakkuuksien koti- sivuja tutustuakseen siihen, mitä asiakas arvostaa ja tekee ja mikä heille on tärkeää. Myynnillä on käytössään myös Vainu, johon on koottu useista lähteistä yritystietoa. Yrityksen perustietojen li- säksi Vainun kautta voi muun muassa tarkastella henkilöstömäärää ja taloustietoja. Vainuun voi tehdä erilaisia näkymiä ja seurata yrityksissä tapahtuvia muutoksia sekä ohjata sähköpostiin ilmoi- tuksia, jos jotain kiinnostavaa tapahtuu.

Mitä järjestelmiä työssäsi käytät? Mihin käytät VPN-yhteyttä? Löydätkö tarvitsemasi tiedon helposti?

Tarkoituksena oli selvittää, onko kaikki tieto CRM-datassa, eli asiakashallintajärjestelmässä ja onko se myynnillisessä mielessä hyödynnettävää. VPN-käyttöä selvitettiin siitä syystä, että sen käyttö on ohjeistuksella opastettu asiakaspalvelun käyttöön koronan myötä ja muut käyttävät VPN-yh- teyttä vain, jos se on välttämätöntä. VPN-yhteys saatetaan ottaa heti aamulla ymmärtämättä, onko yhteys edes tarpeen järjestelmien käytössä. Haastateltavien käyttämistä järjestelmistä keskustelun yhteydessä tuli esiin CRM, hinnasto, eLindström (vanha), eLindström (uusi), Vainu, YTJ, yritysten kotisivut, BO, Tableau, RiTil, Lindströmin sisäinen intra Linet sekä LiveDesign, TCS, ABSOLUTE, Pricing tool, O365, laskuarkisto, eSupport, HR, MyStudyPoint, Mepco, Voice of Customer

(WheelQ), Travel expense, CWT Portal, LSC – Lindström Sales commissions, eSupport ja materiaali-pankki. Keskusteluissa tuli esille miltei kaikki järjestelmät, joista yrityksen sisäisessä intrassa on pikalinkki.

Hieman ennen haastatteluiden aloitusta yrityksen sisäisestä intrasta julkaistiin uusi versio, joten siellä olevat tiedot olivat vielä hieman vaikeasti löydettävissä eivätkä kaikki pikalinkit toimineet. Jotkut kokivat, että tarvittu tieto on löydettävissä helposti, ja jotkut haastateltavista olivat sitä mieltä, että tieto on hajallaan useissa paikoissa ja että tietojen tallennuspaikat muuttuvat. Tarvitsemansa tiedon löysivät helpommin henkilöt, jotka olivat olleet kauemmin aikaa työsuhteessa, kuin ne, joilla työsuhte oli tuoreempi. Koettiin, että asiakkuuteen ja asiakkaaseen liittyvä tieto pitäisi löytyä asiakashallintajärjestelmästä niin, ettei useampaa järjestelmää tarvittaisi. Ohjeistuksista oli myös vaikea löytää tai löydettävissä oli versioita, joita ei ollut päivitetty ohjelman versiopäivitysten myötä.

Palavereita on useita. Mitä lisäarvoa tai apua ne tuovat työhösi ja siihen, että pystyt pitämään datan ajan tasalla? Onko jotain liikaa tai liian vähän? Mitä tähän kohtaan tarvitsisi ja miksi?

Ennen keskustelukierroksen alkua kaksi viikkopalaveria oli muutettu yhdeksi ja kokoonpano muutettu niin, että asiakasvastaavilla ja myyjillä oli oma palaverinsa. Uudistus koettiin hyödylliseksi, pienen ryhmän etu korostuu ja asiat ovat enemmän omaa työtä koskevia. Viikkopalaverin sisältö keskittyy suurelta osin dataan ja sen laatuun, mutta ainoastaan dataan keskittyminen viikoittain koetaan aika ajoitin raskaaksi. Kaksi viikkopalaveria koettiin liian raskaaksi, työtä kontrolloiviksi sekä aikaa vieväksi. Sisällöllisesti osa haluaisi keskittyä myynnin kehittämiseen tai suuremman kuvan tarkasteluun kuin yksityiskohtaisen datan tarkasteluun näin tiheällä syklillä tai niin, että henkilösidonnaisia palveluita myyvät olisivat omassa palaverissaan ja toimitilasidonnaisia palveluita myyvät omassaan. Eri näkökulmia, eli vaihtelevuutta sisältöön kaivattiin, ettei viikosta toiseen olisi samankaltainen asialista. Osa kokisi hyödylliseksi oman myyntiputken läpikäynnin. Viikkopalaverissa on myös ollut mukana diaesitys graafeineen, joiden sisältö ei nopeasti selviä, ellei niitä selitetä auki.

Kuukausipalaveria ei lähtöaineistossa olevalla sisältökuvauksella tunnistettu. Tulosityksikössä on säännöllisesti tulosityksikköinfoja, joissa luodaan katsaus tulosityksikön tilanteeseen ja peilataan sitä tavoitteeseen sekä Suomen tilanteeseen. Organisaatio järjestää myös koulutushetkiä kerran kuukaudessa ja niiden sisältöön voi toivoa asioita aina tarpeen mukaan. Lähtöaineistossa kuvattu kuukausipalaveri koettaisiin hyödylliseksi, mutta sisältö pitäisi olla selkeää ja tiheys harvemmin kuin

kerran kuukaudessa olisi parempi. Tiimipäivillä on ollut mukana kuukausipalaverin sisältöön liittyviä asioita.

Keskusteluissa kävi ilmi, että palavereiden määrä ei niinkään häiritse. Vaatimuksena kuitenkin pitäisi olla, että palaveri olisi tiivis, sillä olisi asialista ja ennakkomateriaali toimitettu ajoissa, jotta pystyy valmistautumaan eikä aikaa menisi hukkaan. Enemmänkin voisi olla työstöpalavereita, joissa asialista keskittyy jonkin tietyn osa-alueen ympärille. Osallistujalistaan tulisi myös kiinnittää huomiota niin, että mukana olisivat kaikki, jotka tiedon tarvitsevat. Keskusteluissa nousi esiin väistämättä nykyiset etätyösuositukset ja se, että olisi tarve yhteiselle ajalle periaatteella ihmisistä saa voimaa. Asioita pitäisi pystyä pallotelemaan yhdessä, kehittää myyntiä ja jakaa tietoa.

Tunnetko tarvitsevasi koulutusta jossain asiassa esim. prosessit, myynti, järjestelmät, datan ylläpito?

Koulutustarpeet ovat erilaisia riippuen siitä, mitä henkilö tekee työkseen tai kuinka kauan hän on ollut työsuhteessa. Mentorointityyppistä oppimista, jossa kokenut opastaa kokemattomampaa niin tiedon kuin osaamisenkin suhteen, kaivattiin. Mentorointityyppisessä oppimisessä olisi hyödyllinen näköalapaikka siihen, miten joku toinen saman työn tekisi, ja saisi imettyä myös hiljaista tietoa mentorilta ja hänen kontakteiltaan. Myynnillinen koulutus inspiroi, sparraa sekä innostaa ja tuottaa näkökulmaa. Trendeistä, toimialoista, tuotteista ja eri konsepteista läpikäyvä koulutus olisi myyntiä tukevaa ja edistävää. Myynti kaipaa tukea siihen, että tehdään oikeita asioita. Datan ylläpitoon ja tiedonhakuun kaivattaisiin koulutusta. Jos jokin osa-alue poikkeaa normaalista prosessista, on vaikeaa tietää, kuka voisi opastaa. Kyselyiden hetkellä saimme tiedon, että raportointijärjestelmä vaihtuu, joten uuden raportointijärjestelmän sisäistämiseen kaivataan koulutusta. Järjestelmien keskinäiset yhteydet pitäisi tuoda esiin eli mitä tietoa siirtyy mihinkin ja millaisella viiveellä. Järjestelmiin aivan kuten myyntiinkin kohdistuva koulutus koettiin tervetulleeksi, uusien asioiden kouluttaminen mukaan lukien.

7 HAASTATELUTULOSTEN POHDINTA JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Jo sinä aikana, kun opinnäytetyötä työstettiin, on tulosityksikössä käynnistymässä ja jo tapahtunutkin kehittäviä toimenpiteitä datan laadun parantamiseen. Viikkopalaveriteita oli aiemmin kaksi, maanantaisin ja perjantaisin. Mukana olivat kaikki asiakasrajapinnassa työskentelevät sekä tulosityksikön johtoryhmä. Viikkopalaverit muutettiin kerran viikossa tapahtuviksi. Uudistuksen jälkeen myyjillä ja asiakasvastaavilla on omat viikkopalaverinsa. Näin pystytään keskittymään paremmin itseä koskeviin, seurattaviin ja kehittäviin asioihin. Asialistasta ei tule liian laava vaan sitä pystytään kohdistamaan. On aistittavissa, että tulosityksikön johtoryhmä on kiinnostunut henkilöstön tavoitteellisesta tekemisestä ja heitä kuunnellen laittaa käytäntöön kehittäviä toimenpiteitä.

Haastattelun tuloksia käsiteltäessä tulosityksikön johtajalta tuli viesti, että asiakasrajapinta tuntee tarvetta käydä läpi oikeaoppista CRM-käyttöä asiakasvastaavan ja myynnin näkökulmasta, kestoltaan maksimissaan 90 minuuttia ennen kesälomien alkua. Varmaankin haastatteluiden seurauksena tarve heräsi. Tällä hetkellä laaditaan asiakashallintajärjestelmän koulutussuunnitelmaa tulosityksikön CRM-pääkäyttäjien kanssa.

Haastatteluissa selvisi, että asiakasrajapinta käyttää CRM-järjestelmää eri tasoisesti ja eri lähtökohdista. Sitä opetellaan pienin palasin, työnkuvan ja tarpeen mukaan. Kauemmin työsuhteessa olleet käyttävät asiakashallintajärjestelmää laaja-alaisemmin kuin viimeisimmäksi työsuhteen aloittaneet henkilöt. Lindströmin käyttämä asiakashallintajärjestelmä on erittäin laaja ja siihen on tehty muutoksia yrityksen tarpeisiin sekä useita integraatioita eri järjestelmiin.

Myyjä, joka myy uusia palveluita, käyttää asiakashallintajärjestelmästä eri tietueita kun asiakasvastaava, joka hoitaa olemassa olevia asiakkuuksia. Koulutuksia tulisi järjestää roolipohjaisesti. Myynti kirjaa järjestelmään myyntimahdollisuuden, jolloin tulosityksikön johto näkee myynnin kirjaamasta datasta mille asiakkuudelle, milloin, mitä ja minkä verran on tehty toimenpiteitä. Asiakasvastaava suunnittelee asiakkaalle tuotevaihtoa, jolloin tulosityksikön johto näkee asiakasvastaavan kirjaamasta datasta, mille asiakkuudelle, milloin, mitä, minkä verran, mikä lähtee pois, mitä tulee tilalle ja onko sillä liikevaihtovaikutusta.

Lähtöaineiston kohdasta Palaverikäytännöt 2021 ei tunnistettu kuukausipalaveria sellaisella sisällöllä, joka oli aineistossa kuvattu. Sisällössä oli mainittu kehittävä rooli, joukkoälyn hyödyntäminen,

tiimin yhteistyön ja tiimitaitojen kehittäminen, vierailevat tähdet sparrailemassa, uutuuksien esittelyä, toimialakohtaisia katsauksia, onnistumisia ja esimerkkicaseja. Keskusteluissa esiintyi tarve tällaisiin asioihin keskittymiseen. Koettiin, että dataa seurantaan ja sitä tarkastellaan niin menneisyyteen kuin tulevaisuuteenkin peilaten jatkuvasti, mutta kehittämis- ja kehittymisnäkökulma on jäänyt syrjään. Osaltaan arveltiin, että syynä voisi olla koronapandemian mukaan tuomat etätyösäännökset. Edellä mainitut asiat kaipaavat keskustelua ja tapaamista, eikä tuollaisia vapaamuotoista keskustelua ole kovinkaan helppoa ylläpitää Teamsin välityksellä tai muissa etäkohtaamisissa.

Asiakashallintajärjestelmää koulutettaessa tulisi huomioida sitä käyttävien henkilöiden eri lähtötaso ja pystyä kohdistamaan koulutus tarpeeseen. Oman haasteensa asiakasrajapinnan koulutuksiin luo heidän työnsä liikkuvuus. Kun koulutusta tarjotaan, ei henkilö välttämättä pysty juuri silloin osallistumaan, kun sitä on tarjolla. Tämän epäkohdan voisi taklata niin, että samoja asioita tarjotaan useina eri ajankohtina ja tarpeen mukaan. Tosin tällainen vaatii kouluttavalta sitä, että hän on käytettävissä kouluttamaan aina kun on tarve. Kyselyssä ei selkeästi tullut ilmi mitään yhtä koulutettavaa asiaa asiakashallintajärjestelmästä. Jotkut eivät tarvitse mitään ja jotkut haluavat kaikkea. On vaikeaa saada ihmisistä irti sitä mitä todella kaivataan. Tosin sitä ei voi pyytää mitä ei tiedä olevan olemassa.

Myyntin johtamismallissa 2021 myyntiprosessin kehitettäviin asioihin oli kirjattu prospektointi ja kontaktointi, valmistautuminen tapaamiseen, näkemyksellinen tapaaminen, voittava tarjoustyökentely, taitava välipeli ja klousaaminen ja asiakkuuden hoito. Myyntisuppilon mukaan seuranta-kohteina ovat tunnistetut myyntimahdollisuudet, kontaktoinnit ja tapaamiset, tarjoukset ja kaupat. Osa myyjistä kaipasi sparraavaa ja innostavaa myynnillistä koulutusta, joka toisi heille tietoa tuotteista, trendeistä ja prosesseista sekä myymisestä itsestään eli myyntitekniikasta. Seuranta perustuu tunnuslukuihin, montako tapaamista joku tekee, montako potentiaalista asiakkuutta on tunnistettu, mitä heille on suunniteltu tarjota ja montako tarjousta järjestelmästä löytyy, onko myyntisuppilo sen muotoinen, kuin yrityksessä on määritetty. Tästä syntyy data, eli voidaan esimerkiksi kappalemääräisesti tai euromääräisesti tarkistaa järjestelmästä, mikä on euro- tai kappalemääräinen tarjouskanta.

Kouluttamiseen voidaan ottaa useita näkökulmia. Datan ja sen seuranta-kohteiden näkökulmasta koulutuksen voi kohdistaa aktiviteettien kirjaamiseen ja niiden ajan tasalla pitämiseen, myyntimahdollisuuksien ja tarjouksien kirjaamiseen ja niiden ajan tasalla pitämiseen. Koulutuksen voi kohdistaa myös myyntiputken hallinointiin eli myyntimahdollisuuksien ja tarjouksien ajalliseen hallintaan,

sekä siihen, onko tieto oikeassa paikassa oikeaan aikaan, mistä näkökulmasta näitä hallinnoidaan ja miten niitä päivitetään. Koulutuksissa on hyvä tuoda myös esiin se, mihin vaikuttaa, kun dataa tallennetaan, mihin ja miksi dataa tarvitaan ja käytetään. Asiakashallintajärjestelmä toimii myös ennusteena. Myynti tallentaa järjestelmään tarjouksen ja sen datan perusteella organisaation osto tietää, mitä tuotteita tarvitaan ja milloin ne pitäisi olla asiakkaalla. Kun myyjä tutustuu asiakkaaseen, hän katsoo asiakashallintajärjestelmään tallennetusta historiadatasta, onko asiakkaalle aikaisemmin tarjottu jotain, tai onko asiakkaan kanssa keskusteltu.

Jos data on pielessä, pitäisi pystyä analysoimaan, miksi se on pielessä, ennen kuin sitä voidaan parantaa. Jos on suunniteltu asiakastapaaminen, se kirjataan ennakkoon järjestelmään. Käydään tapaamassa asiakasta, mutta sen tulokset ja itse kirjaus suljetaan vasta muutaman päivän kuluttua eikä reaaliaikaisesti, johtaa siihen, että data on pielessä niin kauan kunnes se päivitetään ajan tasalle. Tässä välissä joku tietoa tarvitseva katsoo, että asiakasta on suunniteltu tavattavan eilen, mutta ei ole tietoa siitä, onko suunnitelma toteutunut, koska kirjauksesta ei löydy mitään lisätietoja eikä sitä ole merkitty tapahtuneeksi.

Asiakaskontakteihin valmistautuessa asiakashallintajärjestelmästä voidaan tutkia asiakaspalautteita, historiadataa, eli milloin on viimeksi tavattu ja kenen kanssa, mistä on keskusteltu tai onko tarjottu jotain. Se, mitä aktiviteettiä tai vaikkapa asiakaspalautteeseen kirjataan, on kirjaajasta kiinni. Jos löytyy epäselkeää viestintää, niin koulutus pitäisi kohdistaa ohjeistukseen tai ilmaisuun. Jotta pystyy jättämään jälkeensä laadukasta dataa, on tiedettävä, mitä dataa yritys kerää ja miten tai millaisilla tunnusluvuilla sitä seurataan. Esimerkiksi jos kerätään kappalemääriä, on osattava tallentaa kappalemäärät sellaiseen paikkaan tietueessa, josta sitä tietoa tarkastellaan.

Henkilöt käyttivät työssään useita järjestelmiä ja tulisi miettiä, onko niiden kaikkien käyttö tarpeellista siihen nähden, että työ tulee tehtyä laadukkaasti. Tarvittavien tietojen löydettävyyteen voisi miettiä esimerkiksi yhtä tallennuspaikkaa, johon voisi koota linkkejä tiedon alkuperäiseen sijaintiin. Esimerkiksi organisaation toimintaohjeita tallennetaan vain yhteen sijaintiin, eikä niitä ehkä kannata omalle koneelle tallentaa, koska silloin päivitetty tieto voi jäädä huomaamatta. Näin ei tarvitsisi muistaa, mistä mikäkin tieto löytyy, vaan tarvittu tieto löytyisi vaikkapa tulosityksikön tiimisivustosta.

Asiakasvastaavilla oli tavoitteena eLindströmin käyttöasteen lisääminen. Asiakkaita kontaktoidessaan he olivat usein törmänneet tilanteeseen, että asiakkaiden yhteyshenkilötiedot eivät ole ajan

tasalla. Tähän nähtiin kehitysideana, että kun asiakas kirjautuu järjestelmään, ensimmäisenä pyydetään päivittämään yhteystiedot, jolloin asiakasrajapinnan käytettävissä olisi aina tuorein data. Jos päivitetty tieto tuotaisiin asiakashallintajärjestelmään, sitä ei tarvitsisi erikseen käydä eLindströmistä hakemassa ja päivittämässä asiakashallintajärjestelmään. eLindström toimii niin, että kun asiakas jättää sinne viestin, se tulee asiakasvastaavan sähköpostiin ja keskustelu jatkuu sähköpostitse käydyin keskusteluin, eikä tallennu eLindströmiin.

Tällä hetkellä toimin tulosityksikön ostajana ja työhistoriaani organisaatiossa on kuulunut muun muassa asiakashallintajärjestelmän kouluttaminen. Työssäni käytän paljon tallennettua dataa, josta seuraan, millaisia tuotteita pitäisi olla, milloin ja kuinka paljon. Yksinkertaistettuna tarvitsen tiedon mikä tuote, päivämäärä ja kappalemäärä, jolloin nämä pitää olla käytettävissä. Tulosityksikön johto käyttää myös muun muassa asiakashallintajärjestelmän dataa omista lähtökohdistaan. Tapahtumia seurataan tunnusluvuin, jotka antavat nopean näkymän siitä, mikä on nykyinen tilanne ja mihin ollaan menossa, mitä puuttuu tai mitä pitäisi kehittää ja tulisiko nopeasti reagoida johonkin kohtaan. Jos datasta ei selviä esimerkiksi jonkin suuren projektin kotiutuminen, niin ei pystytä ennakkoon varautumaan tai resursoimaan ja varmistamaan projektin toteutumista.

8 POHDINTA

Lindström Oy:n Pohjois-Suomen tulosityksikön johtoryhmä seuraa aktiivisesti datan laatua ja he seuraavat raporteista onko se ajan tasaista. Raportit ja tunnusluvut antavat selkeän ja nopean kuvan datan tilanteesta. Vaikka henkilöstö kirjaa tapahtumia asiakashallintajärjestelmään ja päivittää dataa sinne, ei kuitenkaan data ole aina ajan tasaista vaan siinä on puutteita. Datan laadusta keskustellaan tulosityksikössä jatkuvasti ja sen päivittämiseen on tulosityksikön johtoryhmä suunnitellut kehittäviä toimenpiteitä datan ajan tasalle saattamiseksi. Työntekijät saavat tulosityksikössä opastusta siitä, mikä on vialla ja miten data pitäisi korjata. Tästä lähti idea opinnäytetyöhöni, eli päätettiin, että kysytään suoraan tekijöiltä, tulisiko heiltä esiin jotain, johon tulisi kiinnittää huomiota. Löytötyydytys juurisyy virheelliseen dataan osaamisesta. Keskusteluissa saattaisi selvitä jotain sellaista, jota kaivataan työn sujumiseksi.

Aiheeseen tutustuessani ilmoittauduin Efima Oy:n järjestämään App in a Day -tapahtumaan. Lindström Oy:ssä on laajasti käytössä Office 365. Tarkoituksena oli tutkia, voisiko Power Apps olla apuna siihen, että sillä voisi tehdä sovelluksen, joka toisi apua datan ajan tasaiseen ylläpitoon. Tapahtuma tuotiin esiin niin, että ei tarvitse olla koodaaja, jotta sovelluksen voi tehdä. Tapahtuman markkinoinnissa tuotiin esille myös se, että sovelluksia voi luoda suoraan Dynamics 365:ssä ilman integrointia. Jatkokehityksenä tulisi määrittellä tarkoin, olisiko jostain sovelluksesta apua siihen, että data olisi ajan tasaista ja luotettavaa. Tarkoitus ei kuitenkaan ole investoida uusiin järjestelmiin.

Teoreettisen viitekehyksen tutkiminen määrittyi opinnäytetyön aiheeseen ja siksi siinä on tutkittu johtamisjärjestelmää sekä datalla johtamista. Toimeksiantajalta saatu lähtöaineisto on vahvasti liiketoimintaan perustuvaa, mutta liiketoimintapäätökset vaativat taustakseen dataa. Seuranta ja päätöksenteko pohjautuu kappale- ja euromääräisen data lisäksi aikajaksoihin, eli esimerkiksi siihen, minkä kuukauden aikana suunniteltu kauppa kotiutuu. Jatkotutkimuksessa voisi keskittyä johdon näkökulmaan ja tutkia sitä, mikä heidän mielestään tarkalleen ottaen datassa on pielessä. Tuloksen perusteella voisit analysoida, onko henkilöstön ja johdon välillä eroja, miten dataa käytetään, hyödynnetään ja tutkitaan.

Opinnäytetyön toiminnallinen osuus toteutettiin vapaamuotoisesti keskustellen, joka oli todella hyvä päätös. Kukin haastateltava oli oman alansa asiantuntija. Heiltä löytyi kehitysideoita siihen, että heidän itsensä käyttämä asiakasdata saataisiin ajan tasalle. Asiakkaan yhteyshenkilötietoja voisi

kysyä eLindströmissä, asiakkaat päivittäisivät itse yhteystietonsa ja nämä integroituisivat suoraan asiakashallintajärjestelmään. Samoin koettiin, että asiakkaan jättämä kontaktipyyntö ja siihen liittyvät keskustelut tallentuisivat eLindströmiin, eivätkä jäisi vain sähköposteihin. Keskusteluissa kävi ilmi myynnillistä työtä tekevien tarvitseman tiedon hajanaisuus. Tarvittua tietoa on tallennettu moneen paikkaan, eikä tarvitsemaansa aina ole vaivatonta löytää. Kehitysideana voisi suunnitella, miten Teams-sivustoja voisi yhdistää ja koota usein tarvittua tietoa samaan paikkaan.

Prosessina kokonaisuudessaan opinnäytetyön tekeminen on erittäin antoisaa ja opettavaa. Asioihin pystyy keskittymään ja aihepiiriä saa tutkia laaja-alaisesti. Tutkiminen tuo uusia näkökulmia niin johtajan, esimiehen ja kollegankin työstä. Toimeksiantajan puolelta yhteyshenkilöinä ovat tulosityksikön johtaja ja myyntipäällikkö. Tulosityksikön johtaja on ennen nykyistä työtään luonut uraa myös tietotekniikan alalla. Hänellä on erittäin innostavaa ja asiantuntevaa näkemystä ja tietoa tietoteknisistä ratkaisuista liiketoiminnallisen näkemyksensä lisäksi. Esimieheni on luonut pitkän uran myynnin parissa. Tällainen yhdistelmä toimeksiantajana on ollut todella innostava ja aihepiiriä tukeva. Aloituskeskustelusta lähtien sain heiltä niin liiketoimintavaatimuksiin kuin dataankin perustuvaa tietoa.

LÄHTEET

Advian 2021. Mitä on tiedolla johtaminen? Hakupäivä 2.3.2021. <https://www.advian.fi/mita-on-tiedolla-johtaminen>.

Lindström Oy 2021. Vastuuraportti 2019. Hakupäivä 15.2.2021. https://lindstromgroup.com/wp-content/uploads/sites/4/2020/06/Lindstrom_Vastuuraportti_2019_preview.pdf.

Lindström Group 2021. Lindström – yli 170-vuotias perheyrittäjä. Hakupäivä 14.3.2021. <https://lindstromgroup.com/fi/yritys/>.

Niiniluoto, Ilkka 1994. Tieto, tieteen kieli ja oppikirjat. Kielikello 1/1994. Hakupäivä 9.4.2021. <https://www.kielikello.fi/-/tieto-tieteen-kieli-ja-oppikirjat>.

SFS 2021a. ISO 19011 Johtamisjärjestelmän auditointi. Hakupäivä 14.3.2021. <https://sfs.fi/standardeista/tutustu-standardeihin/suositut-standardit/iso-19011-johtamisjarjestelman-auditointi/>.

SFS 2021b. Johtaminen. Hakupäivä 14.3.2021. <https://sfs.fi/osallistu-ja-vaikuta/aihealueet/johtaminen/>.

Sundström, Tanja 2021. Anna datan ohjata oikealle polulle – kohti dataohjattua liiketoimintaa. Esri Finland. Hakupäivä 3.3.2021. <https://www.esri.fi/fi-fi/blogi/anna-datan-ohjata-oikealle-polulle-kohti-dataohjattua-liiketoimintaa>.

Varila, Mikko 2020. Johdatko tiedolla vai tunteella? Näin muutat datan liiketoimintaa tukeviksi päätöksiksi. Kauppalehti. Hakupäivä 2.3.2021. <https://blog.kauppalehti.fi/digiarjessa/liiketoimintalusta-antaa-dataa-nain-kaytat-sita-tiedolla-johtamiseen>.

Wikipedia 2020a. Data. Hakupäivä 9.4.2021. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Data>.

Wikipedia 2020b. Tieto. Hakupäivä 9.4.2021. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Tieto>.

Wikipedia 2021. Ad hoc. Hakupäivä 2.3.2021. https://fi.wikipedia.org/wiki/Ad_hoc#:~:text=Ad%20hoc%20on%20latinaa%20ja,kumoamiselta%2C%20ilman%20mit%C3%A4%C3%A4n%20itsen%C3%A4ist%C3%A4%20perustetta.