

Eila Virta

Tuotantoprosessin kehittäminen mainostoimistossa

Opinnäytetyö
Syksy 2009
Tekniikan yksikkö
Tietojenkäsittely
Digitaalinen mediatuotanto



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖN TIIVISTELMÄ

Koulutusyksikkö: Tekniikan yksikkö
Koulutusohjelma: Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto: Digitaalinen mediatuotanto

Tekijä: Eila Virta

Työn nimi: Tuotantoprosessin kehittäminen mainostoimistossa

Ohjaaja: Erkki Koponen

Vuosi: 2009

Sivumäärä: 34

Liitteiden lukumäärä: 0

Mainostoimiston tuotantoprosessi hyödyntää nykyisin tietotekniikkaa. Lisäksi mainostoimiston työt on organisoitava sellaisella tavalla, että tietoteknisistä välineistä saadaan paras hyöty.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää tuotantoprosessin kehittämistä mainostoimistossa. Tutkitaan mainostoimiston tuotantoprosessin nykytilaa ja selvitetään mitä voisi olla toisin. Lisäksi perehdytään kehittämisen eri malleihin mainostoimiston tuotantoprosessissa. Tuotantoprosessia käydään läpi yleisesti katsottuna ja perehdytään ongelmiin ja niiden ratkaisuihin. Työ pohjautuu analyyseihin mainostoimiston työn osatekijöistä, niiden vuorovaikutussuhteista ja kehitystarpeista. Myös erilaisia työnjakoon ja yhteistyöhön liittyviä malleja tarvitaan.

Työn perustana on käytetty mainostoimistolta saatuja käytännön tietoja. Lisäksi on tutustuttu aiheeseen liittyviin kirjallisiin lähteisiin ja internetin www-sivuihin. Tutkimuksen tuloksena näemme niitä kehittämistarpeita, joita mainostoimiston tulisi huomioida. Kehittämistarpeiden perusteella opinnäytetyössä on tehty useita kehittämis ehdotuksia.

Asiasanat: Mainostoimiston tuotanto, kehittäminen, ylläpito

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Technology
Degree programme: Business Information Technology
Specialisation: Digital Media Production

Author: Eila Virta

Title of the thesis: Development of a production process in an advertising agency

Supervisor: Erkki Koponen

Year: 2009 Number of pages: 34 Number of appendices: 0

The production process of an advertising agency relies on information technology today. In addition, work at an advertising agency has to be organized so that the tools of information technology are used effectively.

The aim of this work is to study the development of the production process at an advertising agency. Attention is paid to the present state of the production process of the advertising agency and it is clarified what could be done differently. Also the different models of development in the production process of the advertising agency are studied. The production process is studied in general and attention is paid to the problems and their possible solutions. This work is based on the analysis of the different elements of work at the advertising agency, their interdependency and development needs. Models for the distribution of work and cooperation are needed also.

This work is based on the practical information given by the advertising agency. In addition information has been gathered from related literary sources and internet web sites. The results of the analysis revealed needs for development that the advertising agency should notice. Based on these needs, several suggestions for development have been made in this work.

Keywords: advertising agency, production, development, maintenance

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

SISÄLLYS

KUVALUETTELO

1 JOHDANTO	8
1.1 Kuvaus	8
1.2 Nykytilanne	8
1.3 Tavoite	9
2 TOTEUTTAMINEN.....	10
2.1 Mainossuunnitelma	10
2.2 Tuotanto.....	13
2.3 Tuotantoprosessin ongelmat ja niiden sijainti.....	14
2.4 Ratkaisuja ongelmiin.....	14
3 TUOTANNON KEHITTÄMINEN.....	15
3.1 Toiminnan laatu	15
3.2 Tuotteiden laatu.....	18
3.2.1 Laadun merkitys menestykselle	18
3.2.2 Laatuun liittyvän toiminnan suunnittelu ja kehittäminen	21
3.2.3 Laadun jatkuva parantaminen	23
3.2.4 Kehittämisen organisointi ja johtaminen.....	25
3.3 Kehittämisen jälkeinen toiminta	26
4 KEHITTÄMISEN ERI MALLEJA.....	28
4.1 Projektimuotoinen kehittäminen.....	28
4.2 Prosessin kehittäminen	28
4.3 Osastokohtainen kehittäminen.....	29
4.4 Koko organisaation kattava pienryhmätyöskentely	29
4.5 Tavoitejohtaminen.....	29
4.6 Mainostoimiston kehittämisestä malli.....	29
5 TUOTANNON KEHITTÄMINEN MAINOSTOIMISTOSSA.....	30
5.1 Laitteet	30
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	32

LÄHTEET 34

KUVALUETTELO

Kuva 1. Mainonnan suunnitteluprosessi	12
Kuva 2. Tarjouksen kulku.....	13
Kuva 3. Toimintaketju laadun kannalta tarkasteltuna.....	17
Kuva 4. PCDA-ympyrä.....	18
Kuva 5. Auto	20
Kuva 6. Esimerkki toimintaketjusta	22
Kuva 7. Kehittämisen jälkeinen toiminta ilman seuranta	27

1 JOHDANTO

1.1 Kuvaus

Joka yrityksellä on tuotantoprosessinsa myös mainostoimistoilla. Tuotannon kulku ja itse tuotanto on hyvin tärkeitä sekä tuotannossa apuvälineinä käytettävät tietotekniset laitteet. Suunnittelusta toteuttamiseen täytyy sujua hyvin jotta työn tekeminen olisi sujuvaa ja selvää. Ja jotta tuotanto kulkisi, tulisi sitä myös kehittää, näin työt saadaan entistä enemmän sujumaan hyvin.

Yritys on mainostoimisto, jolla on yli 20 vuoden kokemus mainonnan ja markkinointiviestinnän parissa.

Tuotteina ovat kaikki mahdolliset mainostamiseen tarkoitetut tuotteet. Niitä ovat: painotuotteet, teippaukset, valomainokset, ikkunakalvot, leimasimet, opasteet, liikennemerkkit, kaiverrustuotteet, erikoistuotteet.

Tuloksena tästä opinnäytetyöstä on saada kehittämis ehdotuksia mainostamisesta tuotantoprosessin parantamiseksi. Näitä voivat olla organisointiin ja tietoteknisten apuvälineiden käytöstä liittyvät asiat.

1.2 Nykytilanne

Työntekijöitä on kahdeksan henkeä. Omistajat ovat itsekkin henkilökuntaa, eikä erillistä työnjohtoa tai tuotannon ohjausta ole. Työntekijöille on jakaantunut omat työalueet joita he hoitavat pääsääntöisesti. Myynnissä on neljä henkeä, joista yksi hoitaa myynnin lisäksi myös tuotantoa osaltaan. Kolme henkilöä hoitaa tuotannon ja asennuksen, sekä lisäksi yksi henkilö hoitaa myös tuotantoa. Kaikilla työntekijöillä on oma työpiste käytössään. Vain kolmen työntekijän tietokoneet on liitetty tuotannon laitteisiin.

Myyntiä vastaavat henkilöt ottavat mahdollista asiakkailta tiedot ylös, niin omat tiedot kuin niiden haluaman tuotteeseen kohdistuvat tiedot.

Yritys omistaa nykyiset toimitilansa ja pyrkii kehittämään toimintaansa sen mahdollistamissa puitteissa.

Tärkeimmät asiakkaat ovat valtakunnallisesti toimivia isoja ketjuja, mutta suuri osa liiketoiminnasta tulee myös pienimuotoisista markkinointitarvikkeista, kuten tarroista, opasteista, esitteistä tms. ja pienmarkkinoinnillisista tuotteista, kuten leimasimista. Näihin pienimuotoisiin myös luetaan muut tuotteet mitä yritys tuottaa.

1.3 Tavoite

Tavoitteena on kuvata sekä analysoida mainostamista, tuotantoprosessia ja esittää kehittämisehdotuksia tuotantoprosessin parantamiseksi tietoteknisiä apuvälineitä ja organisointia hyödyntäen.

Jotta asiakkaita kyetään palvelemaan joustavasti ja laadukkaasti on tuotantoprosessin nopeutta, tekemisen laatua ja toimitusvarmuutta kehitettävä. Ja tämä toteutuu menetelmiä ja järjestelmiä kehittämällä sekä henkilöstön vastuun kasvamisella.

Työprosessin kehittäminen pohjautuu analyyseihin työn osatekijöistä, niiden vuorovaikutussuhteista ja kehitystarpeista. Myös erilaisia työnjakoon ja yhteistyöhön liittyviä malleja tarvitaan. (Pajunen, 1991)

2 TOTEUTTAMINEN

2.1 Mainossuunnitelma

Mainossuunnitelman luovat perusratkaisut ja muut sen keskeiset osatekijät kannattaa pyrkiä varmistamaan testaamalla niitä kuluttajilla jo ennen asiakaspresentaatiota tai ainakin ennen julkaisua. Presentaatiolla tarkoitetaan esitelmää ja tässä tapauksessa se on esitelmä joka on tarkoitettu asiakkaalle näytettäväksi ennen muita henkilöitä. (Turja, 1993)

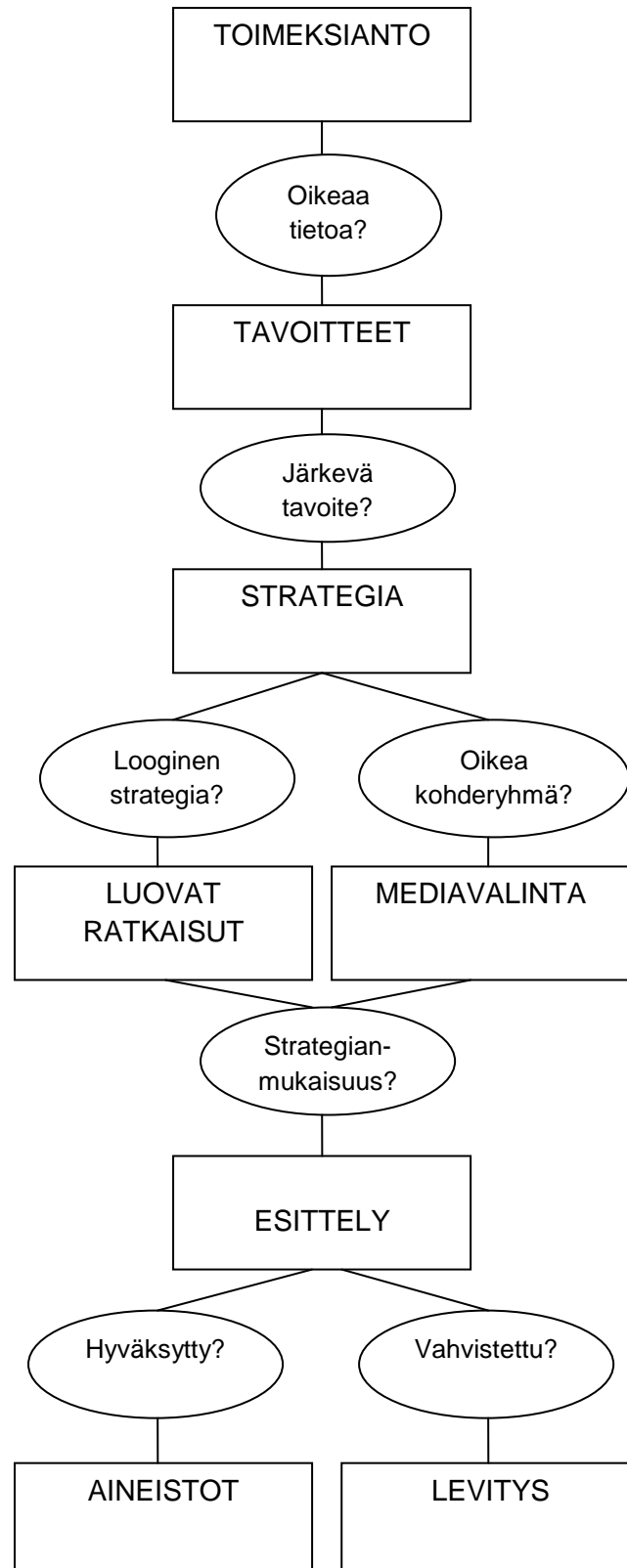
Seuraavassa kuvassa(Kuva1) on mainonnan suunnitteluprosessi vaihe vaiheelta esitettyä. Käydään kuvaa läpi vielä perusteellisesti mainostoimiston näkökulmasta. Toimeksiannossa asiakas tilaa tietyn työn joko suunnitelman kanssa tai ilman, tällöin työ on toteuttamista vailla. Tärkeää on että asiakas antaa oikeat tiedot työtä varten jo tässä vaiheessa.

Tavoitteessa haetaan mitä asiakas hakee tilaamallaan työllä, myynti ja viestintätavoitteet. Ja mitä markkinoidaan ja kuinka sekä ketkä ovat kohderyhmiä. Se onko nämä markkinoinnin ja kohderyhmien valinta osunut oikeaan, selviää järkevässä tavoitteessa kohdassa. Mietitään valintojen oikeutta ja myynnin sekä viestintätavoitteita.

Strategia tuo esille kokonaisuuden työstä ja sen miten se toteutetaan. Eli tässä kohdassa mainostoimiston henkilö laatii suunnitelman mitkä ovat materiaalit työssä ja työvälineet. Strategiassa myös tulee ilmi milloin työn tulisi olla valmis ja onko kuinka kiireellinen. Strategiasta lähtee kaksi haarautumaa: looginen strategia ja oikea kohderyhmä.

Luovat ratkaisut ovat auttavat toteuttamaan työtä ja antavat mahdollisuuden kokonaisuun uudistuksiin. Luovat ratkaisut pitävät sisällään ideat, teemat, sisältö ja muodon ja sovellutukset. Oikeasta kohderyhmästä lähtee mediavalinta. Mediavalinta on nimensä mukainen eli otetaan huomioon kustannukset ja kappalemäärä.

Esittelystä esitetään valmis työ esimerkiksi luonnoksina. Esittelyssä tulee ilmi kaikki kustannusarviot, suunnitelmat ja ne tärkeimmät: luonnokset. Mitään töitä ei mennä aloittamaan ennen kuin asiakas on saanut luonnokset, mikäli niitä on useampi, valmiista työstä ja hyväksyy useasta yhden. Esittely vaiheessa tulee ilmi se mitä ollaan tekemässä, jotta väärinkäsityksiltä vältytään. Tämä on hyvin tärkeä kohta, jotta ylimääräisiltä kustannuksilta tultaisiin väistymään. Eli asiakas päättää joko hyväksyty tai vahvistettu. Hyväksytystä tulee aineistot, jolloin originaalit ja mahdolliset alihankkijat. Vahvistetuksi tulleesta levitys, joka merkitsee julkaisumäärät.

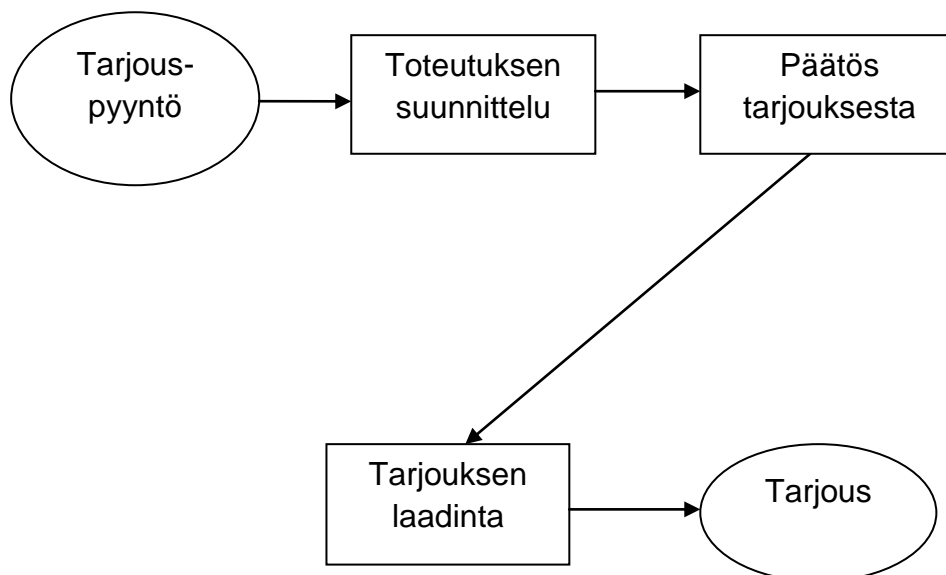


Kuva1. Mainonnan suunnitteluprosessi. (Turja,1993)

2.2 Tuotanto

Ennen kuin tarjous menee tuotantoon, on jo tarjous itse oma prosessinsa. Sen kulku voi olla ja usein myös on, monitasoinen. Ensin on tehtävänä tarjouspyyntö, josta se menee toteutuksen suunnitteluun. Toteutuksen suunnittelusta se johtaa päätökseen tarjouksesta, jonka seurauksena laaditaan tarjous. Ketju päättyy tarjoukseen.

Seuraavassa kuvassa on selvennetty kaaviona, kuinka tarjouksen kulku etenee.(kuva 2)



Kuva 2. Tarjouksen kulku

Tulkitaan kuvaa vielä tarkemmin mainostoimiston tuotantoprosessin kannalta. Tarjouspyyntö on ensimmäinen vaihe koko prosessissa. Asiakas haluaa yritykseltä tarjouspyynnön ja sellainen tehdään halutusta työstä. Tämä pitäisi kuitenkin tehdä mahdollisimman nopeasti tarjouksen pyynnöstä, ettei asia pääse unohtumaan tai sen valmistuminen pitkity liikaa. Kuitenkaan ei ole tarkoitus tehdä mitään hätiköiden. Tarjous tehdään ensin käsin mutta toteutuksen suunnittelu toteutuu tietokoneella CorelDraw 9 ohjelmalla. Toteutuksen suunnittelu on tarjouspyynnön

vastaanottamisen jälkeen. Toteutuksen suunnittelussa, mietitään millä keinoin työ toteutetaan, painotyönä vai onko kyseessä leikkaustyö, mikäli kyseessä on isompi työ. Kaikki tullaan huomioimaan tässä, materiaalit ja mitat. Materiaalin/materiaalien valinta kertoo myös laitteen/laitteet jolla työn loppujen lopuksi tehdään. Joinakin kertoina tullaan tekemään monta suunnitelmaan joista asiakas voi valita sen mieleisen. Vasta näiden jälkeen päästään varsinaisen tarjouksen laadintaan. Tarjous laaditaan aikaisempien perusteella eli kasataan kaikki yhteen ja kun tarjous katsotaan olevan kasassa, se lähetetään sähköpostiin asiakkaalle tai tavalla josta on sovittu asiakkaan kanssa. Sähköposti on kuitenkin se yleisin.

2.3 Tuotantoprosessin ongelmat ja niiden sijainti

Yrityksen ongelmana nykyorganisaatiossa on se että myynti myy, suunnittelu suunnittelee ja tuotanto toteuttaa eivätkä eri tekijöiden ajatukset kohtaa toisiaan ihan aina. Näin ollen tuloksena saattaa syntyä asiakkaan alkuperäisen, myyjältä saadun mielikuvan vastainen lopputulos. Mutta se ei ole ainoa syy.

Toisena syynä voi pitää laitteita jotka vaikeuttavat työtä ja varsinkin pitkittävät työn valmistumista. Nämä laitteet ovat heikko kohta ja vaatisivat korjausta mutta laitteiden vaihtoon ei lähdetä mikäli sitä nähdä niin kannattavana tuottoa ajatellen.

2.4 Ratkaisuja ongelmiin

Ongelmiin ratkaisuja voidaan mm. hakea soveltamalla yleisesti käytettyjä laadunhallinnan menettelytapoja eri toiminnoissa. Esimerkkinä voidaan käyttää, suunnittelun laadunohjaukseen on paljon sovellettu suunnittelukatselmuksia, hankintojen laatuongelmia voidaan myös ehkäistä toimittajien laatujärjestelmän arvioinnilla jne. (Pajunen, 1991)

Suunnittelusta valmiit työt olisi hyvä ja kannattavaa luetuttaa myös toisella henkilöllä, jolloin mahdollisten virheiden löytyminen/näkeminen on selvempää ja niiden korjaaminen onnistuu vielä ilman lisäkustannuksia.

3 TUOTANNON KEHITTÄMINEN

3.1 Toiminnan laatu

Asiakkaalle toimitetun tuotteen laatu syntyy toiminnan tuloksena. Tämä voidaan ajatella ketjuna, jonka toisessa päässä on asiakas tarpeineen, odotuksineen ja vaatimuksineen. Toisessa päässä on toimitettu ja mahdollisesti asennettu tuote. Tämä edellä mainittu toiminnan ketju on myös selvennettyä kaaviona kuva3.

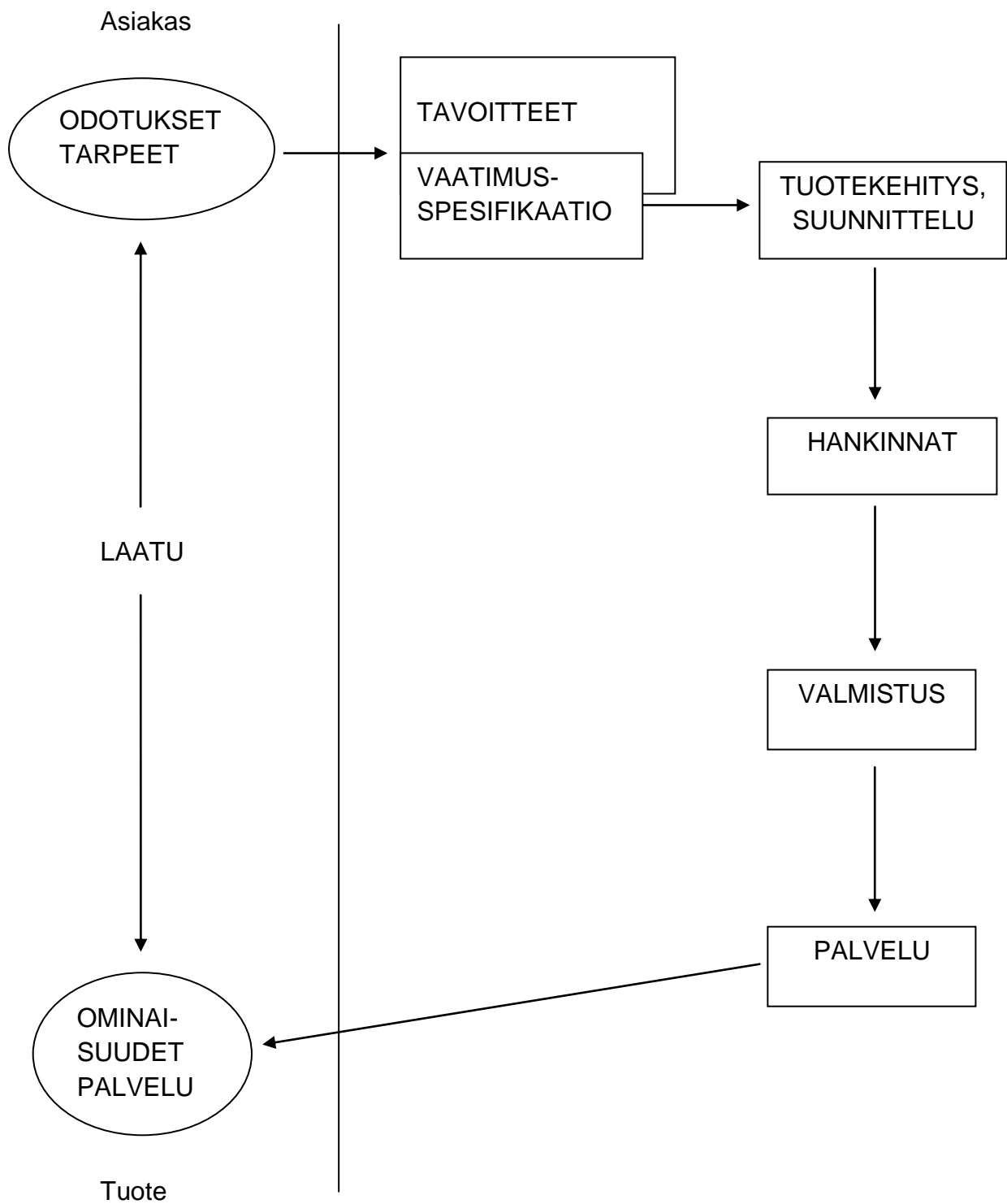
Toiminnan laatu muodostuu, kuinka hyvin ketjun asiat toimivat ja sopivat yhteen. Mikäli toiminnan laatu on hyvä, jokaisessa vaiheessa syntyvät tulokset ovat ”kerralla valmiita”, ne vastaavat sekä sisällöltään että muodoltaan lopputuloksen ja seuraavan vaiheen vaatimuksia. Näin ollen, toiminta voi seuraavissa vaiheissa edetä häiriöttömästi. Puutteet toiminnan laadusta aiheuttavat turhia, vältettävissä olevia kustannuksia, laatukustannuksia.(Pajunen, 1991)

Kustannukset muodostuvat toisaalta siitä, että lopputulos ei vastaa asetettuja tavoitteita tai vaatimuksia, osa tuotteista joudutaan korjaamaan tai hylkäämään tai hyväksyttämään asiakkaalla puutteellisina. Kun taas toisaalta pitkin toimintaketjua syntyy epäselvyyksiä, puutteita ja virheitä, jotka havaitaan yrityksen sisällä ja jotka vaativat selvittelyä, paikkaamista ja uudelleen tekemistä.

Usein virheet tullaan havaitsemaan vasta seuraavissa vaiheissa; ongelmat pyrkivät kasaantumaan viimeisiin vaiheisiin. Tuotetta ryhdyttäessä valmistamaan saatetaan huomata, että kaikki valmistamiseen tarvittavat tekijät eivät olekaan koossa. Materiaalia tai komponentteja puuttuu, ne saattavat osin olla virheellisiä, suunnitelmissa on virheitä tai puutteita, jotka vaikeuttavat valmistamista, työkaluja puuttuu, niitä ei ole huollettu tai koneet ovat epäkunnossa.

Yleensä tällaiset häiriöt johtuvat siitä, että valmistusta edeltäviä vaiheita ei puutteellisesta tiedonkulusta, toiminnan ohjauksesta tai muista syistä johtuen ole hoidettu suunnitellulla tavalla. Toiminnan ja tulosten laatu ei tällöin vastaa tavoitetta.

Valmistuksen aikanakin voi syntyä myös poikkeamia, virheitä, joita joudutaan paikkaamaan. Tällöin valmistusprosessi ei ole laadullisesti hallinnassa, sen laaduntuottokyky ei ole riittävä. (Pajunen, 1991)



Kuva3. Toimintaketju laadun kannalta tarkasteltuna. (Pajunen, 1991)

3.2 Tuotteiden laatu

Tutkitaan tuotteiden laatua ja niiden vaikutusta menestykselle. Ja tutustutaan toiminnan laadun kehittämiseen. Tuotteiden laadulla on aina merkitystä yrityksen menestymiseen. Toiminnan laatua on kehitettävä aina tietyin väliajoin.

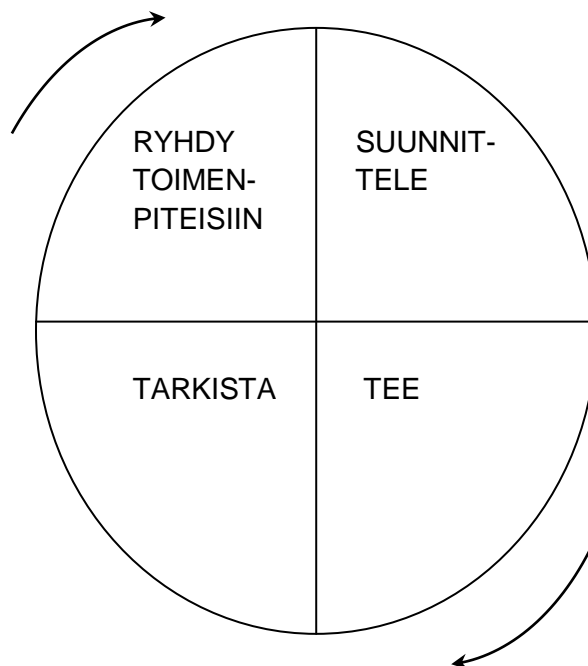
3.2.1 Laadun merkitys menestykselle

Yrityksen menestymiseen laatu vaikuttaa kahdella tavalla, asiakaslaatuun ja toiminnan laatuun. Asiakaslaatu on yksi tärkeimmistä kilpailutekijöistä ja toiminnan laatu taas vaikuttaa voimakkaasti kustannuksiin ja tuottavuuteen.

Toiminnan laadun kehittäminen häiriöttömästi on turhien kustannuksien karsimien ja laaduntuottokyvyn parantaminen. Näiden lähtökohtina ovat tavoitetaso, todetut ongelmat ja kustannukset sekä niihin vaikuttavat tekijät.

Toiminnan laadun kehittämisestä voidaan erottaa kolme päävaihetta:

1. Laadun suunnittelu
2. Laadun mittaaminen
3. Laadun parantaminen



Kuva 4. PCDA- ympyrä (plan, do, check, act) kuvaa saman asian toisessa muodossa. (Pajunen, 1991)

Suunnittelu aloittaa laadun kehittämisen. Suunnitellaan mitkä ovat kehittämisen tarpeena. Tehdään suunnittelun pohjalta kehittämisen tarpeena olevat toimet, jotta kehittäminen tullaan tekemään onnistuneesti. Kun on saatu suunnitelmat ja tekemiset selvitettyiksi, tarkistetaan niiden käyttökelpoisuus ja tämän jälkeen ryhdytään tarvittaviin toimenpiteisiin.

Laatu syntyy rationaalisesta toiminnasta.

Rationaaliseen toimintaan kuuluu neljä vaihetta (kuva4):

- Toiminnan suunnittelu
- Tekeminen
- Tuloksen tarkastaminen
- Toimintatapojen kehittäminen tai suunnittelu uudelleen tarkastusten tuloksen perusteella eli järjestelmällinen oppiminen.

Tieto liikkuu yleensä edeltävissä toiminnoissa, ja toiminnan laatu koostuu paitsi tiedon paikkansapitävyydestä ja tarkoituksenmukaisuudesta myös tiedon käsittelyyn liittyvistä asioista. Onko oikeata tietoa oikeassa paikassa oikeaan aikaan? Ei nimittäin riitä, että viimeisin versio työstä/piirustuksesta, jonka mukaan tuote on valmistettava, on olemassa, sen on myös oltava valmistuksessa silloin, kun tuotteita aikataulun mukaan ryhdytään tekemään. (Pajunen,1991)

Laadulla on merkitystä myös mainostoimistossa. Mainostoimisto saa oman mainostuksensa heillä tehdyistä töistä, esimerkkinä voi sanoa autoteippaukset, ne ovat niitä näkyvimpiä. Autot nähdessään sitä ihmiset alkavat miettiä kuka tuon on tehnyt jolloin mainostaminen on selvä. Ja kun on erikoisempia teippauksia, ottavat ihmiset selvää teippaajasta. Tällöin ne ovat laadultaan hyviä ja kiinnostusta herättäviä. Myös mainoskilvet, omalla laillaan, tuovat yrityksen laatua esille. Nämä ovat sellaisia ensimmäisellä sijalla olevia töitä joista laatu tulee parhaiten esille, kun puhutaan suurimmista töistä. Sitten on vielä nämä käyntikortit ja muut pienet mainokset ja työt joista näkyy työn laatu. Nämä ovat hyvin tärkeitä mainostoimiston mainostamisen kannalta. Koska kiinnostusta herättävät ainoastaan hyvin tehdyt ja laadultaan hyviä, olevat työt. Tämä kun ajatellaan

positiivisella tavalla. Kyllähän moni ottaa tekijästä selvää jos jälki on jotain muuta kuin katsomisen kestävä.

Laatu on siis hyvin tärkeä osa mainostoimiston toiminnassa.

Seuraavassa kuvassa nähdään laatua parhaimmillaan mainostoimiston työstä.



Kuvan 5 auto on teipattu liukuvärjättyllä teipillä, eli väri on ensin painettu teippiin jonka jälkeen on teippaus voitu toteuttaa.

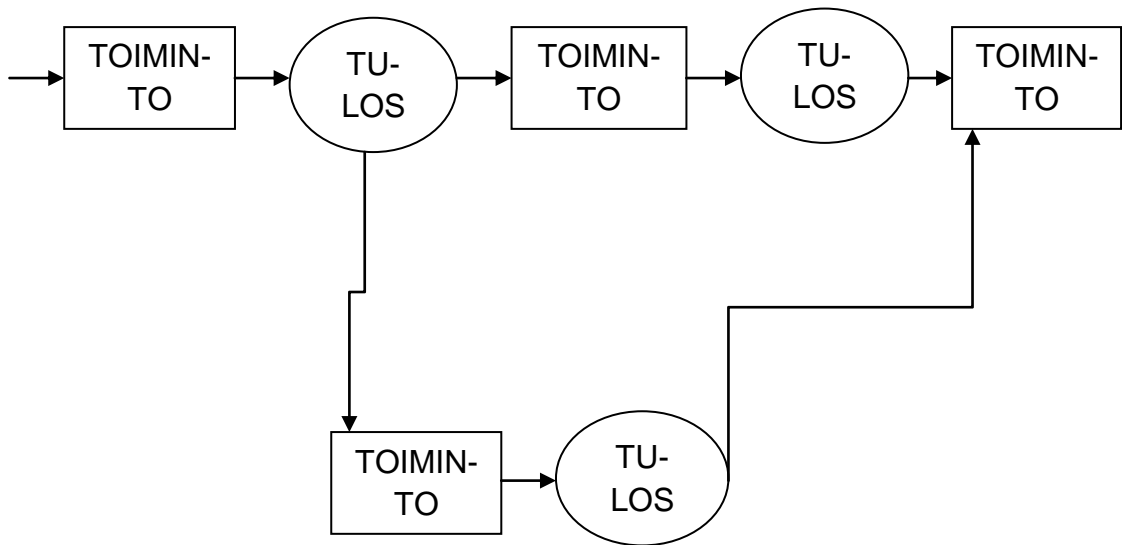
3.2.2 Laatuun liittyvän toiminnan suunnittelu ja kehittäminen

Kehittämisen ensimmäinen vaihe on suunnitella toiminta ja määrittellä laatu tai täsmentää laadun määrittely eli asettaa tavoitetaso laadulle toiminnan eri vaiheissa.

Melko suuri osa ongelmista johtuu toiminnan epämääräisyydestä. Tehtävä- ja vastuujaot samoin kuin eri tehtävien lopputulokselta edellytettävä laatukin ovat toiminnan muuttuessa ja laajetessa sekä henkilöstön vaihtuessa jääneet täsmentämättä. Vaikka eri osa-alueilla onkin vastuuhenkilöt nimetty, kokonaisuudesta ei useinkaan vastaa kukaan. Näkemykset siitä, miten asiat tulisivat hoitaa, poikkeavat eri henkilöiden ja henkilöstöryhmien kesken. Näiden seurauksena on epäselvyyksiä, puutteita ja niistä johtuvia ongelmia, jotka usein kasautuvat viimeisiin vaiheisiin. Ongelmien syykin siirretään usein viimeisille vaiheille, koska systeemi ei analysoi todellisia syitä. Samat ongelmat toistuvat ja niistä aiheutuva sekasorto nähdään osana normaalia toimintaa.

Toiminnan suunnittelulla ja sen eri vaiheisiin liittyvän laadun täsmentämisellä on yleensä saavutettavissa merkittäviä parannuksia toiminnan laadussa ja säästöjä laatukustannuksissa. Toiminnan suunnittelu luo myös pohjan toiminnan ohjaamiselle. (Pajunen, 1991)

Toimintaa voidaan kuvata vaiheittain etenevänä ketjuna (kuva 6), jonka lopputuloksena tuote ja sen laatu syntyvät. Aluksi keskitytään päävaiheisiin ja niiden tuloksiin.



Kuva6. Esimerkki toimintaketjusta. (Pajunen,1991)

Toimintaketju on soveltuva mainostoimistoon. Toiminto ja siitä tulos, kuvaa tuotantoa. Tuloksesta palataan toimintoon, mikäli on tullut painovirhe tai kirjoitusvirhe esimerkiksi käyntikortteihin tai lahjakortteihin. Yleensä virheet syntyvät siinä vaiheessa kun työtä tehdään tietokoneella. Tämä voi myös toistua jossain suuremmassa työssä, esimerkiksi painetuissa töissä. Tämä on aikaa vievää työtä muutenkin ja jos tulee virhe ja joudutaan aloittamaan alusta, tulee aloitettua uusi työ siinä ohessa, samaan aikaan kun tulostin painaa työtä uudestaan. Seurauksena tästä tulee että on monta työtä keskeneräisenä mutta yksikään ei ole valmiiksi asti tehty.

Materiaalipula valmistuksen eri vaiheissa on suurin ongelmia ja häiriöitä aiheuttava tekijä. Työt tulee keskeytettyä ja on siirryttävä valmistamaan seuraavaa työtä, jonka tekeminen täytyy keskeyttää, kun edellisen työn puuttuvat materiaalit saadaan ja se on valmistettava kiireellisesti loppuun. Töiden jatkuva keskeyttäminen ja siirtyminen työstä toiseen huonontavat tuottavuutta, laittavat tuotannon ohjauksen sekaisin, pidentävät läpäisyäikää ja sitovat vaihtomaisuutta. (Pajunen,1991)

Toiminnan kehittämisessä tarkennetaan toiminnan kulkua päävaiheittain. Toiminnan laadun kannalta katsottuna on keskeistä, että eri vaiheiden tehtävät, niiden vastuut ja tuloksille asetettavat vaatimukset selvitetään ja kuvataan.

Kuvattua toimintaketjua kehitetään myös muista näkökulmista. Tavoitteeksi voidaan asettaa toiminnan yksinkertaistaminen, virtaviivaistaminen ja ohjattavuuden parantaminen. (Pajunen, 1991)

Aikaisemmin mainittu kuva 2 kuvaa edellä mainittua toimintaa.

Toimintaketjun kehittäminen mainostoimiston näkökulmasta (kuva5). Kun aloittaa tekemään pitempikestoista työtä, tarkistetaan työ tietokoneella suunnittelussa käytetyllä ohjelmalla, CorelDraw, ennen tulostamista tai leikkaamista. CorelDrawista se viedään toiseen ohjelmaan, jossa sitten tarkistettaisiin työ vielä varsinaisella toteutus ohjelmalla, joka on Composer. Tällä ohjelma painettavat ja leikkaavat viivat erottuvat erivärisinä toisistaan. Varsinkin leikatessa on oltava tarkkana, ettei ole jäänyt mitään ylimääräisiä viivoja työhön, jotka leikkuri leikkaa myös. Composer on kaikista olennaisin ohjelma tuotannon toteutuksessa.

3.2.3 Laadun jatkuva parantaminen

Mikäli toiminnan ja laadun suunnittelulla on merkittävimmät puutteet saat ne korjattua, jatkuva parantaminen tarkoittaa tason ylläpitoa ja edelleen kehittämistä. Periaatteena on siis tarttua seurannassa esiin tuleviin ongelmiin ja hakea ratkaisuja, joilla ne voidaan eliminoida. (Pajunen, 1991)

Voidaan nähdä kaksi eri tasoa laadun ylläpitämisessä ja kehittämisessä. Erityiset tekijät, jotka aiheuttavat virheellisiä tuotteita, erotetaan tarkastusten ja valvonnan avulla. Joten näiden osalta on ryhdyttävä heti miten toimenpiteisiin syyn paikallistamiseksi ja ongelman eliminoimiseksi.

Ongelmat voivat johtua monesta eri syystä. On otettu väärää materiaalia, työkaluja ei ole muistettu huoltaa, ohjeita ei ole noudatettu, on käytetty väärä ohjeita tai ohjeissa on ollut virhe mitä ei ole huomattu suunnittelu vaiheessa.

Eriyiset tekijät jotka aiheuttavat ongelmia ovat yleensä helposti korjattavissa ja paikallistettavissa. Kaikesta huolimatta tarvitaan seurantajärjestelmä, joka varoittaa ongelmista mahdollisimman nopeasti ja varhaisessa vaiheessa.

Edellä kerrottu ja kuvattu toiminta on laadun päivittäistä ohjaamista. Tämän lisäksi tarvitaan jatkuvaa toiminnan kehittämistä. (Pajunen, 1991)

Mainostoimistossa laadun taso on hyvä mutta aina on jatkuvaa parantamisen varaa. Kun kehittäminen on saavutettu, pitäisi sitä pitää yllä seuraamalla tietyn väliajoin. Ongelmat huomattaessa, on ne otettava välittömästi työn alle ja korjata, etteivät ne pääse unohtumaan.

Kuitenkin periaatteessa laadun ylläpito ja jatkuva parantaminen tapahtuu muissa toiminnoissa samalla tavalla kuin valmistuksessa. Sen vuoksi seurannalla paikallistetaan merkittävimmät ongelmat ja kehitetään toimintatapoja siten, että ne ongelmat saadaan ehkäistyä.

Muissa toiminnoissa tuotteet ovat yleensä paperille laitettua tietoa, jossa voi olla puutteita ja virheitä, mikä aiheuttaa turhaa työtä ja sekavuutta koko organisaatiossa. Jotkin tehtävät saattavat jäädä hoitamatta, joitakin hoitaa useampi henkilö samanaikaisesti.

Se, mihin kehittäminen liittyy, on tehtävien, vastuiden, organisaation ja pelisääntöjen täsmentämiseen ja niiden parempaan noudattamiseen.

3.2.4 Kehittämisen organisointi ja johtaminen

Seuraavat päävaiheet voidaan nähdä toiminnan laadun kehittämisessä (Pajunen, 1991):

1. Laadun suunnittelu
 - toimintaketjun analysointi ja kehittäminen tiedossa olevien ongelmien pohjalta; kerralla valmis häiriötön toiminta
 - laadun suunnittelu ja standardisointi ketjun eri vaiheissa; seuraavat vaiheet ovat asiakkaita
 - pelisäännöt ja ennaltaehkäisevät toimenpiteet.

2. Laadun mittaaminen ja seuranta
 - lopputulokset ja toiminnan sujumisen kannalta kriittiset välitulokset
 - saavutetut tulokset, tärkeimmät kehittämiskohteet.

3. Laadun jatkuva parantaminen
 - jatkuvan parantamisen organisointi, ylläpitäminen ja johtaminen
 - seurannan osoittamien ongelmien poistaminen, ratkaisujen standardisoiminen ja hyödyntäminen.

Jotta laatua voidaan jatkuvasti parantaa, se ei onnistu ilman jatkuvaa seurantaa. Jo ennen ensimmäistä vaihetta on aloitettava jonkinasteinen seuranta.

Tärkeimpänä, laadun kehittämisen suhteen, pidetään henkilökunnan ymmärtämistä. Periaatteena on, että kaikki henkilökunnassa ymmärtävät mistä on kysymys, ja että puhuvat samoista asioista ja pyritään samaan suuntaan. Tiedottaminen asioista muille on hyvin olennainen seikka johon tulisi kiinnittää huomiota. Toimenpiteistä ja tuloksista on kerrottava henkilöstölle, jottei pääse syntymään käsitystä, että puheista huolimatta mitään ei tapahdukaan.

Mikäli ruvetaan tarkastelemaan tätä toiminnan laadun kehittämisen organisointia ja johtamista kokonaisuutena, olisi kannattavaa ensimmäinen ja toinen vaihe toteuttaa projektimuotoisesti.

Koska kehittämisen onnistuminen edellyttää, että sitä tullessiin joltakin tasolta johtamaan, olisi hyvä, mikäli yksikön vetäjä toimisi projektin johto – tai ohjausryhmän johtajana. Sekä kehittämisen tulosten että tulosten soveltamisen kannalta on tärkeitä, että henkilöstö kytetään kehitystyöhön mukaan mahdollisimman laajalti.

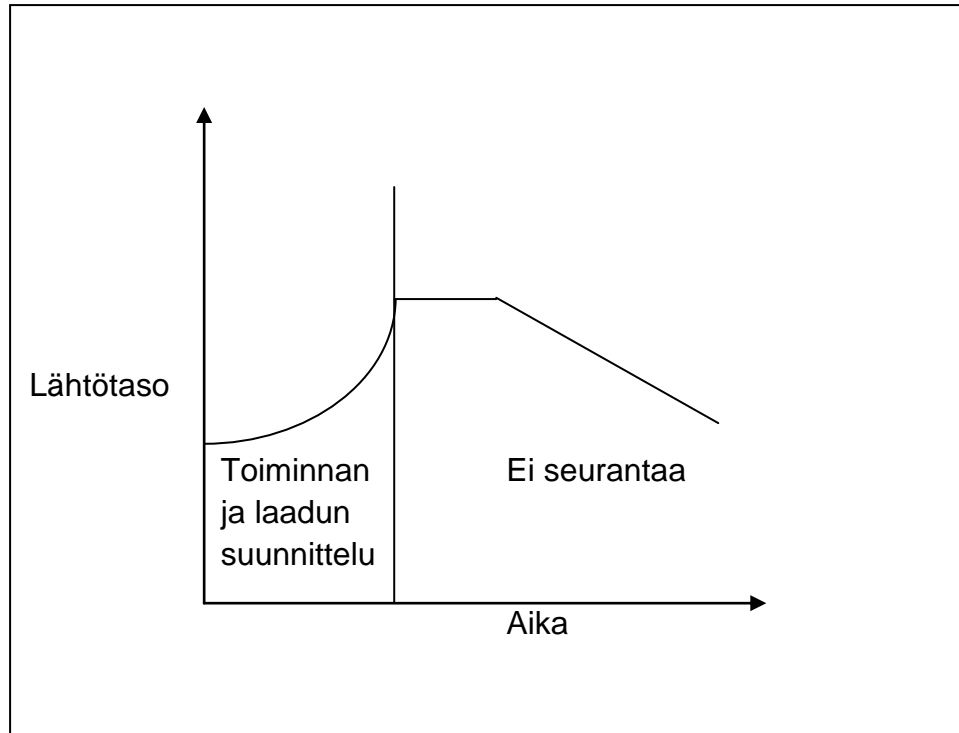
Ensimmäisen ja toisen vaiheen varsinainen suorittaminen tapahtuu työryhmissä. Tarvittaessa voidaan perustaa työryhmä kokonaisuuden tarkastelua varten sekä toimintokohtaiset ryhmät, jotka työskentelevät toiminnon vetäjän johdolla. (Pajunen, 1991)

Yrityksen kannalta katsottuna tätä asiaa, niin työryhmää vaativat tarkastelut eivät onnistu. Työntekijöillä on omat ja erilliset työt jotka hoitavat, isoimmilla asennusreissuilla on vähintään kaksi työntekijää. Kehittämisen onnistumista edellyttävä johtaminen on toteutettavissa. Yrityksen omistajat kun kuuluvat henkilökuntaan, voisi yhtä heistä ajatella johtajaksi.

3.3 Kehittämisen jälkeinen toiminta

Kun ollaan toiminnan ja laadun suunnittelu saatu kuntoon ja jotta niiden onnistumisesta voitaisiin varmistua, on tuloksia tavalla tai toisella seurattava. Seurauksen tarkoituksena ei ole pelkästään todeta laatua ja erottaa jyvät akanoista, vaan tarkoituksena on ennen kaikkea selvittää tulosten perusteella toiminnan laatu tai prosessin laaduntuottokyky. Tätä ilman on täysin mahdotonta toiminnan laadun kehittäminen ja sen parantaminen. Yleisesti taso ilman seuranta ja jatkotoimenpiteitä pyrkii hiljaksen rapistumaan. Kuva 7 kertoo miltä näyttää laadun kehittämisen ilman seuranta.

Saavutetun tason ylläpitäminenkin tuo edellytyksiä jonkin asteisiin ponnisteluihin. Tason ylläpitäminen puhumattakaan sen parantamisesta on selvästi mahdotonta ilman jonkinlaista seuranta.



Kuva 7. Kehittämisen jälkeinen toiminta ilman seurantaa (Pajunen, 1991)

Kun on saatu toiminnan ja laadun suunnittelu kehittymään on sitä seurattava jotta siitä olisi jotain hyötyä ollut. Sama koskee kun ollaan kehittämässä tietotekniikan ohjelmia. On seurattava onko ohjelmien vaihto uuteen parantanut toimintaa vai huonontanut.

4 KEHITTÄMISEN ERI MALLEJA

Kehittämisen ylläpitämiseen on useita eri malleja, jotka voisi jakaa seuraavasti (Pajunen, 1991):

- projektimuotoinen kehittäminen
- prosessin kehittäminen
- osastokohtainen kehittäminen
- koko organisaation kattava pienryhmätyöskentely
- tavoitejohtaminen.

4.1 Projektimuotoinen kehittäminen

Projektimuotoinen kehittäminen tarkoittaa, että jatketaan samaan tyyliin kuin ensimmäisissä vaiheissa. Yrityksessä on esimerkiksi laatujohtoryhmä, joka käynnistää parannusprojekteja seurannassa esille tulleiden tarpeiden mukaan. (Pajunen, 1991)

4.2 Prosessin kehittäminen

Prosessin kehittäminen tarkoittaa sitä, että prosesseille eli vertikaalisille toimintaketjuille asetetaan vastuuhenkilö, joka seuraa prosessin toiminnan laatua ja käynnistää parannusprojekteja tarpeen mukaan. Henkilö voidaan korvata myös laaturyhmällä. Oleellista mallissa on toiminnan ja kehittämistarpeiden tarkasteleminen organisaatiossa poikittain kulkevien prosessien näkökulmasta. (Pajunen, 1991)

4.3 Osastokohtainen kehittäminen

Osastokohtaisessa kehittämisessä kukin osasto veloitetaan seuraamaan osaston toiminnan laadun kehittämistarpeita ja ryhtymään tarvittaviin toimenpiteisiin. (Pajunen, 1991)

4.4 Koko organisaation kattava pienryhmätyöskentely

Tässä koko organisaation kattava pienryhmätyöskentely mallissa pyritään koulutuksella ja muulla motivoinnilla synnyttämään organisaatioon laadunparannusryhmiä, jotka seuraavat ja kehittävät toimintaa alueellaan tai tekevät kehitysehdotuksia. (Pajunen, 1991)

4.5 Tavoitejohtaminen

Tavoitejohtamisessa on tarkoitus että, asetetaan toiminnan laatuun liittyviä kehittämistarpeita, joita puretaan osasto- tai toimintotasolle ja joiden toteutumista seurataan vuosittain. (Pajunen, 1991)

4.6 Mainostoimiston kehittämisestä malli

Projektimuotoinen ja prosessin kehittäminen sopivat mainostoimistoon. Projektimuotoinen on helposti toteutettavissa tässä mainostoimistossa, koska ei haluta mitään suuria muutoksia ja laatujohtoryhmän saa tehtyä, jotka hoitavat seurannassa tulleiden tarpeiden kehittämistä.

Prosessimuotoinen kehittäminen on sopiva koska sen toteutettavissa. Voidaan asettaa vastuuhenkilö, joka seuraa toiminnan laatua ja pystyy käynnistämään parannusprojekteja sen mukaan mitä tarve tulee vaatimaan. Oleellista kuitenkin tulee olemaan että vastuuhenkilö tulee tarkastelemaan toiminnan ja kehittämistarpeita, poikittain kulkevien prosessien näkökulmasta.

5 TUOTANNON KEHITTÄMINEN MAINOSTOIMISTOSSA

Mainostoimistossa tulisi kehittää seuraavia kohteita: organisointia ja toimintaa. Laitteiden kehittämistä, uusimista, ei ole nähty järkeviksi, niin kauan kun ne eivät ole työn touhussa 24 tuntia päivässä. Tällä edellä mainitulla tarkoitan itse laitteita, en ohjelmia.

5.1 Laitteet

Toimiston laitteilta vaaditaan paljon, ovathan ne joka päivä käytössä aktiivisesti. Nämä laitteet jotka ovat kovan rasituksen alla, ovat kopiokone/tulostin, painotulostimet, erikokoiset teippileikkurit ja käyntikorttileikkuri. Sekä joka työntekijällä on omassa työpisteessä oma tietokone.

Kaikki laitteet ovat ohjattu kolmen työntekijän tietokoneisiin. Kaikkien koneilta ei kuitenkaan pääse kaikkiin leikkureihin ja tulostimiin, jolloin tekijän täytyy vaihtaa paikkaa toteutuksen ajaksi. Tietokone on tärkein apuväline mainostoimistossa. Niissä olevat ohjelmat ovat yhteyksissä laitteisiin joilla toteutus tapahtuu, teipin leikkaukset ja suuret painatustyöt. Tietyt ohjelmat ovat omiin laitteisiin.

CorelDraw 9 on käyntikorttien tekemiseen ja alustaviin töihin. CorelDrawilla tehdään työt aina joko valmiiksi asti tai viimeistelyä vaille. Hyvin oleellinen ohjelma on siis kyseessä. Vektoroinnit, piirtämiset ja tulostustyöt, esimerkiksi käyntikortit, esitteet ja lahjakortit, valmistuvat tällä. CorelDraw muistuttaa Photoshop ohjelmaa mutta on monipuolisempi. Ohjelma jolla töiden tekeminen tapahtuu pääsääntöisesti.

Photoshop on myös käytettävissä mutta erittäin vähäisessä käytössä. Sitä ei ole kuin kahden työntekijän koneelle asennettu. Sitä käytetään sille tarkoitetuissa töissä, jos valmiit kuvat tarvitsevat muokkausta.

Composer on ohjelma jolla lähinnä viedään työt laitteisiin. CorelDrawista tuodaan työ Composeriin, jossa työ katsotaan vain viivoina. Viivoina siksi, että nähdään mitkä ovat leikattavat viivat ja mitkä painettavia. Nähdään myös ettei ole ylimääräisiä viivoja. Tämä on tärkeätä varsinkin leikattavissa töissä, ettei mene

leikkaus pilalle. Composerilla on mahdollista tehdä myös hyvin yksinkertaisia töitä suoraan. Tämä ohjelma on hieman haasteellisempi käyttää. On joitain samoja asioita kuin CorelDrawissa mutta tarkoittavatkin eri asiaa. Tämä tuo sitä haastetta. Muuten on helppokäyttöinen eikä tuota ongelmia.

Tietysti jokainen tietokone on yhdistetty perus tulostimiin.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Johtopäätökset tästä työstä, eli mitä kehittämisehdotuksia yritykselle annetaan. Kehittämisehdotukset ovat toiminnassa ja organisaatiossa. Suuria kehittämisiä ei voida tehdä kerralla vaan vähän kerrallaan, niin kauan kunnes päästään saavutettuun määränpäähän.

Organisaation kehittämisellä tarkoitan henkilökunnan keskeistä työskentelyä. Yhteistyö ja kommunikoinnit sujuvat mutta työ edistyminen on eri asia. Suunnittelussa olevat työt tulisi saada samana ajatuksena kulkeutumaan tuotantoon. Tähän näkisin parannuksen saavuttamiseksi ohjelman, johon merkitään jo tarjoustä tehdessä kaikki ajatukset työstä ja muutetaan työtä sitten sellaiseksi että on valmis menemään tuotantoon. Tämä ei muuttaisi nykyistä kovin paljoa mutta toisi lisää. Tämän hetkinen tapahtuu käsin kirjoittamalla ja tuotanto tekijöillä on vaikeuksia saada välillä käsiarkistoa selvää, tämän takia joudutaan menemään kysymään suunnitelman laatijalta tarkennusta. Tämä saataisiin uuden ohjelman avulla poistettua. Ohjelma, jossa tilaus tehtäisiin ja annettaisiin tuotantoon. Mutta tarpeellisena pidetään kuitenkin käsiarkistoa johon voitaisiin lisätä työstä paperiversio. Jo käytössä olevaa ohjelmaa CorelDraw voisi ajatella tähän, silloin ei olisi tarpeellisena miettiä tulisiko suunnitelma näkymään CorelDrawissa.

Laitetaan siis heti suoraan tilaus CorelDrawille ja sellaisena tuotannon puolelle. Jäljennös tehdään paperille ja viedään se käsiarkistoon. Näin työn jatkaminen on helpompaa ja ajan myötä myös nopeuttaa.

Toiminnassa tarvitaan selkeämpää työskentelyä. Kun tilaukset on vastaanotettu ja joka viikko pidetyssä palaverissa ne on jaettu tekijöille koko viikolle, päästään toteuttamiseen. Työntekijät kirjoittavat saamansa työt kalenteriinsa, tietokoneella olevaan, koko viikolle. Täältä muutkin näkevät mikä työ kenelläkin on. Tämän jälkeen ryhdytään töitä tekemään. Listassa voi olla joitain kiireellisiä, joten niistä aloitetaan. Toiseksi aloitettaisiin tekemään painettavat työt, koska niissä menee kaikista enemmän aikaa tulostaa. Kun painettavat työt ovat työn alla, voidaan aloittaa toinen työ ja viedä se mahdollisuuksien mukaan loppuun saakka. On muistettava, ettei aloita liian montaa työtä kerralla, jolloin voi olla vaarana ettei niitä tulla tekemään heti valmiiksi asti. Ohjelmia, joita toteuttamisessa käytetään, en

lähtisi muuttamaan, koska en näe sitä tarpeellisena. Ne vastaavat sitä mitä mainostoimisto tarvitsee.

Laitteet, joita käytetään tuotannossa, kaipaisivat osa muutosta toisin sanoen että hankittaisiin uudet laitteet näiden tilalle. Mutta uusiin ei tulla vaihtamaan, jos ne eivät ole koko käytössä ja tekevät töitä vuorokautta ympäri.

Näitä ehdotuksia huomioiden ja ongelmat nähdessä olisi ,mahdollista että kehittäminen päästäisiin aloittamaan.

LÄHTEET

AdProfit: tuloksellista mainontaa 2006- 2007, Vaasa: Waasa Graphics Oy

Ahaa - Mainos Oy

Pajunen, Timo, P. 1991. Laadun kehittäminen - esimerkkejä PKT- yrityksistä, Tampere: Metalliteollisuuden Kustannus Oy

Turja, Teppo, P.1993. Copywrite- mainonnan tekstisuunnittelu, Tampere: Tampereen Offsetpalvelu Oy

Tuotantoprosessin kehittäminen. [www-julkaisu]. [Viitattu 15.6.2007]. Saatavana: http://akson.mol.fi/aksontiepa/kuvaus_T80044.html

1995/02 Työ- ja tuotantoprosessin kehittäminen. [www-julkaisu]. [Viitattu 1995]. Saatavana: <http://www.ttl.fi/Internet/Suomi/Tiedonvalitys/Verkkolehdet/Tyoterveiset/1995-02/05.htm>

Projektin loppuraportti. [www-julkaisu]. [Viitattu 31.6.2000]. Saatavana: <http://esrlomake.mol.fi/esrprojekti/loppurap/lr980790.html>

