

Satakunnan ammattikorkeakoulu

Marika Finnström

ASIAKKUUDENHALLINTAJÄRJESTELMÄN VALINTA JA  
KÄYTTÖÖNOTTO PK-YRITYKSESSÄ

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

2007

# ASIAKKUUDENHALLINTAJÄRJESTELMÄN VALINTA JA KÄYTTÖÖNOTTO PK-YRITYKSESSÄ

Finnström, Marika Susanna  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma  
Maaliskuu 2007  
Nieminen, Hans  
UDK: 004.65, 658.89  
Sivumäärä: 34

Asiasanat: asiakassuhde, tietojärjestelmän hankinta

---

Tämä opinnäytetyö kuvaa asiakkuudenhallintajärjestelmän valintaa ja käyttöönottoa pk-yrityksessä. Opinnäytetyö on tehty Satakunnan Puhelin Oy:lle.

Opinnäytetyön alussa olen kertonut lyhyesti Satakunnan Puhelin Oy:stä. Yritysesittelyn jälkeen teoriaa käsittelevässä luvussa on selvitetty asiakkuudenhallinnan määrittelmä ja asiakkuudenhallintajärjestelmän hyötyjä yritykselle.

Yleisen teorian jälkeen olen käsitellyt tulevan asiakkuudenhallintajärjestelmän toimintatavoitteita ja järjestelmän määrittelyä. Olen myös kertonut hieman valmisohjelmien ja räätälöityjen ohjelmien eroista. Tämän jälkeen on kerrottu markkinoilla olevista asiakkuudenhallintajärjestelmistä. Näistä järjestelmistä Satakunnan Puhelin Oy:n on valinnut sopivimman järjestelmän yritykselle. Seuraavaksi yrityksen valitsemasta järjestelmästä on kerrottu hieman yksityiskohtaisemmin.

Kappaleessa 6 olen selvittänyt, mitä toimintoja uudessa järjestelmässä tulee olemaan. Siitä löytyy myös uuden järjestelmän laitevaatimukset. Viimeisessä kappaleessa olen kertonut asiakkuudenhallintajärjestelmän käyttöönotosta Satakunnan Puhelin Oy:ssä.

# CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEMS CHOISE AND IMPLEMENTATION IN SMALL AND MIDSIZE ORGANIZATION

Finnström, Marika Susanna  
Satakunta University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Information Systems  
March 2007  
Nieminen, Hans  
UDK: 004.65, 658.89  
Number of pages: 34

Key words: customer relation, acquisition of information technology system

---

This thesis describes a choice and implementation of a customer relationship management system in SME enterprise (small and medium sized enterprise). Thesis was created to Satakunnan Puhelin Oy.

First in my thesis I have introduced shortly Satakunnan Puhelin Oy. After company presentation in theory part I have sort out a definition of customer relationship management and what benefits does the system gives to the company.

After general theory I have explained purposes and goals of customer relationship management system. I have also explained the differences between customised system and system that is ready to function. Then I have compared systems that are available in the market. After this comparison Satakunnan Puhelin Oy has chosen a system that suits to the company. Then I have related more accurate on the system that Satakunnan Puhelin Oy has chosen.

In chapter 6 I have explained what functions the system will contain. There is also sort out device requirements for the system. In last chapter I have clarified implementation and planning of a customer relationship management system in Satakunnan Puhelin Oy.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
2	SATAKUNNAN PUHELIN OY .....	6
3	ASIAKKUUDENHALLINTA .....	7
3.1	Asiakkuudenhallintajärjestelmä lyhyesti .....	8
3.2	Asiakkuudenhallintajärjestelmän hyötyjä yritykselle .....	10
4	OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT .....	11
4.1	Asiakkuudenhallintajärjestelmän tavoitteet .....	11
4.2	Järjestelmän määrittely.....	12
5	VERTAILTAVAT JÄRJESTELMÄT .....	13
5.1	Valmisohjelma vs. räätälöity ohjelma.....	14
5.2	Kokemuksia asiakkuudenhallintajärjestelmästä .....	16
5.3	Vertailtavat järjestelmät .....	16
5.3.1	SuperOfficeCRM .....	17
5.3.2	Microsoft CRM .....	17
5.3.3	AboveTARGET .....	18
5.3.4	PROSPEKTI .....	19
5.4	Valittu järjestelmä .....	20
6	MICROSOFT CRM.....	20
6.1	Asiakastiedot.....	21
6.2	Henkilö-/päämiestiedot .....	25
6.3	Microsoft CRM:n laitteistovaatimukset.....	29
7	ASIAKKUUDENHALLINTAJÄRJESTELMÄN KÄYTTÖÖNOTTO SATAKUNNAN PUHELIN OY:SSÄ .....	30
8	YHTEENVETO .....	32
	LÄHTEET.....	34
	LIITTEET	

# 1 JOHDANTO

Tietojärjestelmän hankinta ja käyttöönotto on arkipäivää jokaiselle tämän päivän yritykselle. Ohjelmistotuottajilta tulee markkinoille jatkuvasti uusia ohjelmistoja, jotka helpottavat ja selkiyttävät yrityksen toimintaa. Tietojärjestelmän hankinta on vaativa ja kallis investointi, minkä takia hankinta on suunniteltava hyvin ja omaa taloa palvelevaksi.

Aiheen opinnäytetyöhöni sain Satakunnan Puhelin Oy:ssä töissä olevalta tietohallintopäälliköltä ollessani tekemässä siellä kuusi kuukautta kestänyttä työharjoitteluani. Hän kuuluu työryhmään, jonka tehtäväksi on annettu hankkia uusi, kaiken kattava asiakkuudenhallintajärjestelmä (Customer Relationship Management System, CRM) vanhan järjestelmän tilalle.

Työssäni kerron myös erään yrityksen kokemuksia asiakkuudenhallintajärjestelmästä. Kappaleessa kerrotaan, mitä hyötyjä järjestelmä on tuonut yritykselle ja mitä toimintoja siitä löytyy.

Tavoitteenani on kuvata asiakkuudenhallintajärjestelmän valinta ja käyttöönotto Satakunnan Puhelin Oy:ssä. Opinnäytetyön lähtökohdissa selvitän, mitkä ovat asiakkuudenhallintajärjestelmän toimintatavoitteet ja määrittelyt. Tavoitteenani on myös ymmärtää, minkälainen prosessi asiakkuudenhallintajärjestelmän valinta ja käyttöönotto on pk-yrityksessä. Työssäni pohdin myös asiakkuudenhallintajärjestelmän taustaa ja hyötyjä.

Haluan pitää opinnäytetyöni käytännön läheisenä, vaikka jotain teoriaosuuksia työn alussa joudunkin käsittelemään. Kirjoitan siitä, mitä yrityksen täytyy ottaa huomioon asiakkuudenhallintajärjestelmää hankkiessa sekä siitä, minkälainen asiakkuudenhallintajärjestelmästä loppujen lopuksi tulee.

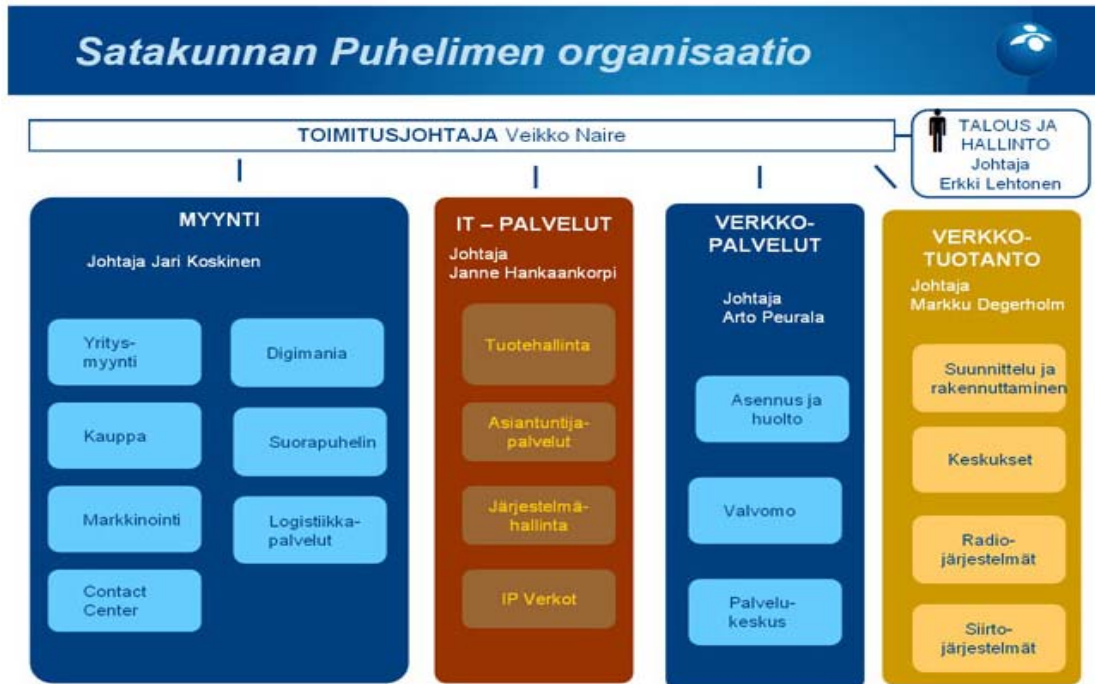
## 2 SATAKUNNAN PUHELIN OY

Satakunnan Puhelin Oy pyrkii tarjoamaan paikalliset palvelut itsenäisesti ja tehokkaasti. Satakunnan Puhelin tuottaa valtakunnalliset ja globaalit palvelut tiiviissä yhteistyössä muun Finnet-ryhmän kanssa. (Satakunnan Puhelin Oy 2004 [viitattu 9.1.2007].)

Satakunnan Puhelin pyrkii tukemaan kumppanina ja sijoittajana tarkasti valittujen innovatiivisten tietoliikennealan yritysten kannattavaa kasvua, sekä kasvattamaan satakuntalaista osaamispääomaa ja tuottamaan omistajien sijoituksille kilpailukykyisen tuoton. Yrityksen periaatteisiin kuuluu myös antaa henkilöstölle mahdollisuus kehittyä yksilöinä. (Satakunnan Puhelin Oy 2004 [viitattu 9.1.2007].)

Yksityishenkilöille Satakunnan Puhelin Oy tarjoaa mm. internetyhteyksiä, puhelinliittymiä, kännykkäliittymiä ja kaapeli-tv-palveluita. Yrityksille tarjottavia palveluita ovat mm. puhepalvelut, datapalvelut ja neuvottelupalvelut. (Satakunnan Puhelin Oy 2004 [viitattu 9.1.2007].)

Satakunnan Puhelin Oy:ssä työskentelee n. 223 työntekijää (vuonna 2005). Konserniin kuuluu Satakunnan Puhelin Oy:n lisäksi Porin Multimedia Oy, Porin Puhelinpiste Oy, Xenex Telecom Oy ja Teljän Mediat Oy. Satakunnan Puhelimen liikevaihto on 34,8 miljoonaa euroa (vuonna 2005). Alla olevassa kuvassa näkyy Satakunnan Puhelimen organisaatorakenne (Kuva 1). (Satakunnan Puhelin Oy 2004 [viitattu 9.1.2007].)



Kuva 1. Satakunnan Puhelin Oy:n organisaatorakenne (Satakunnan Puhelin Oy 2004)

### 3 ASIAKKUUDENHALLINTA

Asiakkuudenhallinta on asiakaslähtöisen liiketoiminnan strateginen toimintatapa. Sen tavoitteena on kannattavan ja vuorovaikutteisen asiakassuhteen luominen. (Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu 2004 [viitattu 20.4.2006].)

Asiakkuudenhallinnan periaate on asiakastietojen kuten yhteystietojen ja yhteyshenkilötietojen kerääminen sähköiseen tietokantaan tai asiakkuudenhallintajärjestelmään. Tällöin jokaisella järjestelmää käyttävällä yrityksen työntekijällä on mahdollisuus saada asiakasta koskevat tiedot tietokoneen ja verkkoyhteyden avulla. (Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu 2004 [viitattu 20.4.2006]).

Asiakkaat ovat yrityksen keskeinen resurssi, joten ilman asiakaskantaa yritys ei voi käytännössä toimia. Asiakkuudenhallinta on luonteeltaan jatkuva oppimisprosessi,

jonka keskeisenä tavoitteena on lisätä yrityksen tietämystä asiakkuuksistaan. (Mäntyneva 2001, 9).

Asiakkuudenhallinnalla tarkoitetaan tiettyä rajattua aluetta yrityksen toiminnassa. Asiakkuudenhallinnan osa-alueina voidaan nähdä asiakaskannan hallinta, asiakkuuksien hallinta ja asiakaskohtaamisen hallinta. Asiakkuudenhallintajärjestelmien tarkoitus on tukea näitä toimintoja. Asiakkuudenhallinta ei koske vain myyntiä ja markkinointia, vaan kaikkia henkilöitä, jotka ovat jollain tapaa yhteydessä asiakkaaseen. (Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu 2004 [viitattu 20.4.2006].)

### 3.1 Asiakkuudenhallintajärjestelmä lyhyesti

Asiakkuudenhallintajärjestelmän perusajatus on yrityksen asiakassuhteiden kokonaisvaltainen hallinta. Asiakassuhteiden hallinta tarkoittaa tarpeellisten asiakastietojen keräämistä sekä niiden analysointia. Kerätyn tiedon perusteella pyritään mm. tunnistamaan yritykselle parhaat asiakkaat, ohjaamaan myyntiä, markkinointia ja palvelua siten, että asiakkaat kyettäisiin pitämään pitkään.

Asiakkuudenhallintajärjestelmän tärkeinä osa-alueina voidaan pitää yrityksen ja asiakkaan välisen vuorovaikutuksen tarkkaa dokumentointia, sekä ajantasaisen tietojen ylläpitoa asiakkaasta. Nämä seikat muodostavat toimivan järjestelmän perustan. Asiakkuudenhallintajärjestelmän tarkoitus on tuoda asiakastiedot saataville kaikille niille henkilöille, jotka niitä organisaatiossa tarvitsevat. Esimerkiksi markkinoinnille on tärkeää tietää mitä tuotteita asiakkaalle on tarjottu tai mitä heillä on jo käytössä. Myyntiä puolestaan auttaa tieto asiakkaan palveluhistoriasta, jotta se voi ehdottaa asiakkaalle uusia sopivia ratkaisuja. Asiakkuudenhallintajärjestelmää voidaankin pitää tukijärjestelmänä, jonka tarkoituksena on varmistaa, että kaikilla asiakaskohtaamisiin osallistuvilla henkilöillä on kaikki tarpeelliset tiedot käytössään asiakkuudesta ja asiakkuuden tavoitteista. (TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry 2004 [viitattu 20.4.2006]).



Asiakkuudenhallintajärjestelmä oikein käytettynä parantaa yrityksen sisäistä tiedonkulkua eri asiakkuuksista ja niiden kanssa sovitusta kokonaisuuksista. Järjestelmän suurimpia etuja ovat kyky hallita tehokkaasti asiakkaaseen liittyvää informaatiota sekä tunnistaa jokaisen asiakkaan yksilölliset ominaispiirteet.

Yksinkertaisesti kuvattuna asiakkuudenhallintajärjestelmää voidaan pitää tietovarastona, johon on tallennettu kaikki asiakkaaseen kohdistuva tieto. Tehokas asiakkuudenhallintajärjestelmä mahdollistaa tämän suuren tietomäärän tehokkaan ylläpidon, hallinnan ja analysoinnin. Järjestelmän myötä asiakaskohtaamisten laatu nousee ja eripituisten ja erilaisten prosessien hallinta asiakkaan kanssa helpottuu. Lisäksi järjestelmä on ajasta ja paikasta riippumaton, joten se antaa työntekijöille suuremman liikkumavaran. (Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu 2004 [viitattu 20.4.2006].)

Alla oleva kuva havainnollistaa, että kaikki asiakastieto on yhdessä ja samassa järjestelmässä järkevällä tavalla linkitettyä. Näin tietoa voidaan tehokkaasti etsiä ja käyttää hyväksi päivittäisessä työssä (Kuva 2).



Kuva 2. Asiakkuudenhallinnan näkökulma

### 3.2 Asiakkuudenhallintajärjestelmän hyötyjä yritykselle

Strategiset hyödyt syntyvät siitä, että liiketoiminnalle on mahdollisuus valita parhaiten toimiva strategia ilman järjestelmän aiheuttamia rajoitteita. Tavat, joilla kukin asiakas kohdataan, voidaan suunnitella ja tehokkaasti toteuttaa. (Business DataBases Oy [viitattu 15.6.2006].)

Operatiiviset hyödyt syntyvät päivittäisten toimintojen toteutumisena, virheiden vähenemisenä ja siinä, että kaikki tarvittavat tiedot löytyvät nopeasti. Raportit ja dokumentit syntyvät helposti ja kaikista asiakaskohtaamisista jää jälki asiakkuudenhallintajärjestelmään. Järjestelmän avulla yritys voi tehostaa toimintaansa, vähentää kustannuksia ja tehdä enemmän voittoa. (Business DataBases Oy [viitattu 15.6.2006]).

Työmotivaatioon liittyvät hyödyt syntyvät siitä, että henkilöstöllä on hyvä välineistö työnsä suorittamiseen. Asiakkuudenhallintajärjestelmällä pyritään siihen, että tarvittava tieto kirjataan järjestelmään kerran. Tämän jälkeen tieto on kaikkien työntekijöiden saatavilla. Tarpeettomien rutiinitehtävien määrä vähenee, ja työntekijä voi keskittyä työhönsä täydellä ammattitaidollaan, kokemuksellaan ja luovuudellaan. (Business DataBases Oy [viitattu 15.6.2006].)

Johtamiseen liittyvien hyötyjen tulisi olla yrityksen menestystekijä. Asiakkuudenhallintajärjestelmän käyttö antaa johdolle hyvän näkymän yrityksen toiminnan ohjaukseen ja seurantaan. Hyväksi voidaan käyttää tietokantaan kerättyä tietoa kuten raportteja, ennusteita ja analyysseja. (Business DataBases Oy [viitattu 15.6.2006].)

## 4 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT

Asiakkuudenhallintajärjestelmä hankitaan tukemaan ja parantamaan yrityksen toimintaa. Järjestelmän avulla hallitaan asiakkaisiin liittyvää tietoa sekä myynnin raportointia ja seurantatietoa.

Lähtökohtana uuden järjestelmän hankkimisessa on se, että yrityksellä on tietty tarve uudelle järjestelmälle. Asiakkuudenhallintajärjestelmäprojekti aloitetaan nykyisen toiminnan kartoittamisella, strategian kriittisellä tarkastelulla sekä vaatimusmäärittelyjen tekemisellä. Kaikki yrityksen toiminnot otetaan tarkasteluun yksityiskohtaisesti. Näitä toimintoja voivat olla esimerkiksi markkinointi, myynti, laskutus, palautteiden vastaanotto ja hyväksikäyttö, reklamaatioiden käsittely jne. Järjestelmän määrittelystä kerrotaan enemmän luvussa 4.2. (Business DataBases Oy [viitattu 15.6.2006].)

### 4.1 Asiakkuudenhallintajärjestelmän tavoitteet

Asiakkuudenhallintajärjestelmän tavoitteena on parantaa asiakkaisiin liittyvän tiedon hallintaa sekä tehostaa ja tarkentaa myynnin seurantaa. Järjestelmän avulla myynnin johdon on helpompi seurata yksittäisten myyjien aktiivisuutta ja tehokkuutta. (Kettunen 2002, 21.)

Yksi asiakkuudenhallintajärjestelmän toimintatavoitteista on käytettävyys. Yleisesti määriteltynä se tarkoittaa sitä, kuinka hyvin jonkin järjestelmän toimintoja voidaan käyttää haluttuun tarkoitukseen. Järjestelmän käyttökelpoisuus muodostuu toimintojen hyödyllisyydestä sekä käytön sujuvuudesta. Käytettävydestä kirjoittanut Nielsen on kehittänyt mittarit, jotka ovat opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheettömyys ja miellyttävyys. (Taideteollisen korkeakoulun julkaisu [viitattu 23.1.2007].)

Opittavuudella tarkoitetaan sitä, että käyttäjä osaa ensimmäisellä kerralla tehdä perusasiat järjestelmässä. Tehokkuutta mitataan sillä, kuinka nopeasti käyttäjät pystyvät

tekemään opitut asiat. Muistettavuutta mitataan siten, kuinka hyvin järjestelmää jonkin aikaa käyttämättä olleet henkilöt pystyvät säilyttämään järjestelmän käyttötaidon. Virheettömyys on tavoite, johon pyritään. Kuinka paljon käyttäjät tekevät virheitä ja kuinka helposti he toipuvat niistä. Miellyttävyys kuvaa sitä, kuinka miellyttävää järjestelmää on käyttää. (Taideteollisen korkeakoulun julkaisu [viitattu 23.1.2007].)

Asiakkuudenhallintajärjestelmän tavoitteena on myös helpottaa asiakastietojen syöttämistä järjestelmään sekä tiedon etsimistä järjestelmästä. Tietotekniikka on työn apuväline, mutta ei voida olettaa kaikkien olevan tietotekniikan asiantuntijoita. Järjestelmän täytyy olla helppolukuinen eli tietojen täytyy löytyä helposti ja loogisesti oikeista paikoista. Järjestelmän myötä asiakkaiden tiedot ja historia löytyvät kaikki samasta järjestelmästä.

#### 4.2 Järjestelmän määrittely

Uuden järjestelmän vaatimusmäärittelyn laatiminen on onnistuneen lopputuloksen takaamiseksi kaikista tärkein vaihe. Vanhan järjestelmän avulla mietitään, mitä toimintoja uuteen järjestelmään täytyy saada. Esimerkiksi tehdäänkö järjestelmässä turhaa työtä ja toistoja, ovatko jotkut toiminnot tehottomia, onko tarpeellisen tiedon löytyminen työlästä jne. Kun asiaan perehdytään kunnolla, niin parannettavaa löytyy yleensä odotettua enemmän. Seuraavissa kappaleissa tarkastellaan asioita, jotka määrittävät, minkälainen asiakkuudenhallintajärjestelmä tulee olemaan. (Business DataBases Oy [viitattu 15.6.2006]).

Satakunnan Puhelimella on käytössään asiakastietokanta TTM, jossa on henkilöasiakkaiden ja yritysasiakkaiden kaikki perustiedot. Tämä tietokanta tullaan säilyttämään kokonaisuudessaan. TTM:stä ja vanhasta asiakkuudenhallintajärjestelmästä (Commence) olisi tarkoitus tuoda/viedä uuteen järjestelmään seuraavia tietoja: nimet, asiakastunnukset, asiakkaalla voimassa olevat sopimukset, asiakkaalla olevat tuotteet, avoinna olevat työtilaukset sekä asiakkaan kokonaislaskutus. Tietojen vieminen uuteen järjestelmään helpottaa järjestelmän käyttöönottamista. Tällä tavoin tietoja ei tarvitse naputtaa koneelle yksi kerrallaan.

Asiakkuudenhallintajärjestelmän parametroinnissa määritellään järjestelmän toiminnot, ominaisuudet, vaatimukset ja rajoitukset. Nämä edellä mainitut asiat täytyy määritellä, jotta ohjelmasta tulisi toimiva ja ettei turhia toistoja tapahtuisi.

Parametroinnissa täytyy myös ottaa huomioon järjestelmän näkyvä, esimerkiksi olisiko selvempi kirjoittaa asiakastiedot isoilla vai pienillä kirjaimilla. Täytyy selvittää, mitkä tulevat olemaan eri käyttäjäluokkien oikeudet. Kaikkien käyttäjien ei tarvitse nähdä kaikkea, jos se ei ole tarpeellista työn puolesta. Muita järjestelmän ominaisuuksia tulisi olemaan mm. reklamaatioiden käsittelymahdollisuus sekä tieto laskutuksesta automaattisesti asiakastietokannan (TTM) kautta järjestelmään.

Yksi järjestelmän toiminnoista tulisi olemaan sellainen, että asiakkaan soittaessa Satakunnan Puhelin Oy:n yritysmyyntiin tulee asiakkaan kokonaiskuva heti työntekijän päätteelle näkyviin. Tällä tavoin aikaa ei mene asiakkaan tietojen etsimiseen, vaan tiedot tulevat heti näkyville ilman, että asiakas joutuu odottelemaan puhelimesta. Vanhassa järjestelmässä ko. tilanteessa aikaa menee siihen, että työntekijä saa asiakkaan kokonaiskuvan päätteelle.

Järjestelmässä tulisi myös näkyä asiakkaalla olevat nykyiset ja entiset palvelut tai sopimukset, asiakkaalla olevat tämänhetkiset tarjoukset sekä yritysmyyjillä menossa olevat aktiviteetit. Järjestelmän ominaisuuksiin tulisi myös kuulumaan asiakkaan kokonaiskuvan helppo ja nopea saatavuus, postituslistojen helppo vieminen Excel-tilukseen ja järjestelmässä tehtyjen muutosten välitön näkyminen muille järjestelmää käyttäville työntekijöille.

## 5 VERTAILTAVAT JÄRJESTELMÄT

Asiakkuudenhallintajärjestelmän valinta, hankinta ja käyttöönotto ovat yritykselle aikaa vievä prosessi joka maksaa paljon. Valintaa tulevasta järjestelmästä ei tämän takia

kannata tehdä liian kevyin perustein. Yrityksen täytyy miettiä tarkasti, minkälainen järjestelmä sopii juuri tämän tyyppiselle yritykselle.

Uuden järjestelmän hankinnassa vaatimusmäärittelyt kannattaa tehdä huolellisesti ennen kilpailuttamista. Tällöin saatavat tarjoukset ovat sisällöltään tarkkoja sekä vertailua helpottavia. (Kettunen 2002, 65.)

Kun tarpeet on määritelty, tulisi markkinoilta pyrkiä etsimään mahdollisimman monia vaihtoehtoisia yrityksiä toimittajakandidaateiksi. Tällä tavoin on olemassa riittävä määrä kandidaatteja, joista voidaan valikoida varsinaiset toimittajaehdokkaat. Toimittajaehdokkaita kannattaa myös kutsua esittelemään omaa asiakkuudenhallintajärjestelmäänsä, jotta järjestelmästä pystytään kyselemään tarkempia tietoja. Kun toimittajakandidaatit on valittu, voi yritys alkaa lähettää tarjouspyyntöjä asiakkuudenhallintajärjestelmästä. Näiden esitysten perusteella on hyvä tehdä tarjous tulevasta järjestelmästä. (Kettunen 2002, 109-111.)

Kaikkien tarjousten saavuttua on vuorossa tarjousten vertailu sekä arviointi. Arvioinnin täytyy perustua tarjouspyynnöissä mainittuihin tarjousten arviointikriteereihin. Arviointikriteereitä ovat mm. tarjouspyynnön ja asiakkaan ongelman ymmärtäminen, laatujärjestelmä, osaaminen vaaditulta alueelta jne. Toimittajan valinnan jälkeen tulee kilpailusta karsiutuneille ilmoittaa, miksi heitä ei ole valittu jatkoon. (Kettunen 2002, 113, 125.)

## 5.1 Valmisohjelma vs. räätälöity ohjelma

Nykyään markkinoilla on olemassa valtava tarjonta erilaisia valmisohjelmia sekä räätälöityjä ohjelmia asiakkuudenhallinnan toteuttamiseen. Rajaa valmiin ohjelmiston ja räätälöidyn ohjelmiston välille on vaikea vetää, sillä valmiiden ohjelmistojenkin toteutus vaatii toimittajalta työtä ohjelmiston räätälöimiseksi ja asentamiseksi käyttöympäristöön. Lisäksi nykyisin räätälöity ohjelmisto pohjautuu yhä enemmän valmiiden ohjelmistokomponenttien käyttöön. Näiden komponenttien avulla voidaan rakentaa asiakkaan tarpeiden mukaan räätälöity järjestelmä. Tässä tapauksessa kaikkea

ei kuitenkaan tarvitse rakentaa alusta asti, vaan perustana toimivat valmiit ohjelmistokomponentit. Alla olevassa kuvassa tarkastellaan valmisohjelmien etuja ja heikkouksia verrattuna räätälöityyn ohjelmaan (Kuva 3). (Kettunen 2002, 37,38.)

	<b>Valmisohjelma</b>	<b>Räätälöity ohjelma</b>
<b>Edut</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Testattu ohjelmisto, vähemmän virheitä</li> <li>- Olemassa olevat referenssit</li> <li>- Toimivat tukipalvelut</li> <li>- Valmiit rajapinnat toisiin ohjelmistoihin; voi mahdollistaa helpomman integroinnin</li> <li>- Hyvä dokumentointi</li> <li>- Jatkuva tuotekehitys</li> <li>- Projektin ja käyttöönoton nopeus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Joustava ja täsmälleen yrityksen tarpeisiin soveltuva</li> <li>- Yksilöllinen ja vaikea kopioida</li> <li>- Uusien toimintamallien ja -prosessien mahdollistaja</li> </ul>
<b>Haitat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jäykkä muutoksille</li> <li>- Voi johtaa yrityksen sopeutumiseen järjestelmään eikä päinvastoin</li> <li>- Räätälöinti voi olla osittain mahdotonta</li> <li>- Kustannukset</li> <li>- Tukipalvelujen jatkuvuus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Onko saatavilla riittävät tukipalvelut?</li> <li>- Hidas rakentaa</li> <li>- Integroiminen muihin järjestelmiin voi olla vaikeaa</li> <li>- Testauksen laadusta ja syvyydestä ei voi olla varma</li> <li>- Dokumentoinnin taso voi olla puutteellinen</li> <li>- Jatkokehitystyö on kohtuullisen kallista</li> </ul>

Kuva 3. Valmisohjelman edut ja haitat verrattuna räätälöityyn ohjelmaan (Kettunen 2002, 38.)

Valmisohjelman ja räätälöidyn ohjelman välinen valinta riippuu useimmiten niiden kustannuksista, projektien läpivientiajasta sekä räätälöitävyydestä asiakkaan toivomusten mukaisesti. Jos ohjelma tulee käytettäväksi toiminnoissa, jotka ovat hyvin standardeja eri yritysten välillä, kannattaa valita valmisohjelma. Kokonaan asiakkaan tarpeista lähtevä ohjelmistokehitys kannattaa valita silloin, kun se ratkaisee jonkun tietyn, yrityksen oman ongelman. (Kettunen 2002, 38-39.)

## 5.2 Kokemuksia asiakkuudenhallintajärjestelmästä

Eräs vakuutusyhtiö on päätenyt ostamaan asiakkuudenhallintajärjestelmän yhdenmukaistaakseen yrityksen toimintatapoja sekä kehittääkseen palveluja nykyistä asiakaslähtöisemmiksi. Yrityksen valitsemasta järjestelmästä löytyy työkalut myynnin, markkinoinnin ja asiakaspalvelun tarpeisiin. Järjestelmässä on myös käytetty teknologiaa, joka mahdollistaa asiakaspalveluprosessin, jota voidaan jatkossakin kehittää. (Microsoft Corporation 2007 [viitattu 9.1.2007].)

Asiakkuudenhallinnan avulla yritys pystyy parantamaan toiminnan kokonaislaatua. Käytännössä se tarkoittaa toimintamallien eriyttämistä ja segmentointia, sisäisten prosessien läpinäkyvyyden lisäämistä sekä yrityksen oman markkinoinnin ja myynnin tehostumista. (Microsoft Corporation 2007 [viitattu 9.1.2007].)

Järjestelmän myötä asiakaspalveluhenkilökunnalla on perustiedot jokaisesta asiakkaasta ja hänen palveluistaan käden ulottuvilla. Asiakkaan ottaessa yhteyttä, aktivoituvat kyseisen asiakkaan tiedot välittömästi näyttöruudulle. Tämä toiminto lisää joustavuutta, nopeutta ja laatua asiakaspalveluun. (Microsoft Corporation 2007 [viitattu 9.1.2007].)

Järjestelmän avulla yritys voi analysoida eri asiakaskohderyhmien tarpeita ja hyödyntää tätä tietoa palveluja uudistettaessa. Järjestelmän tarjoama asiakasinformaatio mahdollistaa myös aiempaa suuremman ja aktiivisemmän yhteydenpidon asiakkaaseen. (Microsoft Corporation 2007 [viitattu 9.1.2007].)

## 5.3 Vertailtavat järjestelmät

Seuraavissa kappaleissa käyn läpi neljä eri asiakkuudenhallintajärjestelmää. Valitsin nämä järjestelmät, koska ne ovat omiaan toimimaan pk-yrityksessä.



### 5.3.1 SuperOfficeCRM

SuperOfficeCRM on ollut markkinoilla vuodesta 1990. Tänä päivänä SuperOffice on Pohjoismaiden ja Euroopan selvä markkinajohtaja asiakkuudenhallintajärjestelmien toimittajana. Asiakkaita on tällä hetkellä yhteensä noin 11 500 ja toimitettuja lisenssejä yli 150 000 kpl. (DB-Manager Oy [viitattu 10.10.2006].)

SuperOfficeCRM:n ominaisuuksiin kuuluu mm. yksinkertaisuus, nopea käyttöönotto, hyvät mobiiliyhteydet, integroitavuus muihin järjestelmiin ja kalenteri. Järjestelmän yksinkertaisuuden myötä ohjelmaa oppii nopeasti käyttämään. Käyttöönoton SuperOffice takaa tapahtuvan nopeasti, jolloin järjestelmä on asiakasyrityksessä käytössä alle kuukaudessa asennuksen jälkeen. Mobiiliyhteyksien ansiosta yrityksen yhteinen tietokanta on aina käytettävissä joko paikan päällä tai työmatkoilla.

Aikaisemmin mainittujen ominaisuuksien lisäksi järjestelmässä pystyy myös lähettämään kokouskutsuja työkavereille. Järjestelmässä on käytössä myös yrityksen yhteisten resurssien kalenteri. Kalenteriominaisuuteen ansiosta kalenterista voi tarvittaessa katsoa oman ja työkavereiden tehtävät päivä-, viikko- ja kuukausikohtaisesti. Ominaisuuksiin kuuluu myös sähköposti, jossa voi lähtevät ja saapuvat sähköpostit tallentaa liitteineen SuperOfficen tietokantaan. Tällä tavoin kaiken kommunikoinnin saa talletettua yhteen tietokantaan. SuperOfficesta on saatavilla myös sekä client-/server-ratkaisu että web-versio. Järjestelmä tukee Microsoft SQL Server-, MS Database Engine-, Oracle-, Sybase- ja IBM DB2-tietokantoja. Hinta on n. 600 euroa/käyttäjää + alv. (DB-Manager Oy [viitattu 10.10.2006].)

### 5.3.2 Microsoft CRM

Microsoft CRM on järjestelmä, joka on kehitetty kasvaville ja keskisuurille yrityksille sekä suurten yritysten tytäryhtiöille ja liiketoimintayksiköille. Ratkaisut on suunnattu taloushallinnon sekä asiakkuuden- ja toimitusketjun hallintaan. Järjestelmä ohjaa ja automatisoi myynti-, markkinointi- ja asiakaspalveluprosesseja, jotta ne olisivat tuottavampia, laadukkaampia ja jotta asiakkaat olisivat tyytyväisempiä. Keskitetty

asiakasinformaatio on aina oikeassa paikassa oikeaan aikaan. Ohjelmisto mukautuu joustavasti asiakkaan muuttuviin liiketoimintaprosesseihin, niitä tukien ja tehostaen. (Microsoft Corporation [viitattu 25.9.2006].)

Microsoft CRM for Microsoft Office Outlook® mahdollistaa sähköpostiviestien lähettämisen ja hallinnan, yhteystietojen tallentamisen sekä kalenterin hallinnan ilman sovelluksesta toiseen siirtymistä. Järjestelmällä on erinomainen sovitettavuus ja käytettävyys sekä ylivoimainen yhteensopivuus muihin Microsoft-ohjelmistoihin, mm. Outlook-sähköpostiin. Microsoft CRM tuo asiakkuudenhallinnan tutulle ja helppokäyttöiselle työpöydälle. Se sulautuu täysin Microsoft Outlook -sähköpostiin, -kalenteriin ja -tehtävienhallintaan. (Microsoft Corporation [viitattu 25.9.2006].)

Ohjelmistoa ei tarvitse käyttää erillään, vaan asiakastiedot, kontaktit, liidit, myyntiprojektit, tuotteet, dokumentit ja raportit ovat välittömästi käsillä käyttäjän kirjauduttua sähköpostiohjelmaan. Järjestelmää voidaan käyttää myös offline-tilassa. Synkronoinnin kautta esimerkiksi asiakkaan luona päivitettyt tiedot voidaan siirtää vaivatta yhteiseen asiakkuudenhallintajärjestelmään. Asiakastapaamisiin valmistautuminen on helppoa, sillä kampanjatarjoukset, asiakaspalveluhistoria ja tiedot myyntimahdollisuuksista ovat käytettävissä suoraan tapaamismerkinnästä. (Microsoft Corporation [viitattu 25.9.2006].)

### 5.3.3 AboveTARGET

ADSOTECHin kehittämä AboveTARGET CRM-järjestelmä soveltuu yrityksille, jotka myyvät tuotteita tai palveluja joissa myyntiprosessi on monivaiheinen ja johon sisältyy useita kontakteja tulevan asiakkaan kanssa. AboveTARGET on suunniteltu erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille sekä suuryrityksiin osastokohtaiseksi järjestelmäksi. (Adsotech Finland Oy [viitattu 9.1.2007].)

AboveTARGET CRM:n ominaisuuksia ovat mm. helppokäyttöisyys, järjestelmän nopea toteuttaminen ja tehokkuus, jotka nopeuttavat työskentelyä. Järjestelmä hyödyntää mobiiliteknologiaa eli sitä on mahdollista käyttää missä ja milloin vain. Järjestelmä tukee useita kieliä ja se on prosessorientoitunut, eli järjestelmä on joustava

ja se mukautuu nykyisiin ja tuleviin työprosesseihin. Järjestelmällä voidaan hallita asiakkuuksia sekä kontakteja ja ylittää tavoitteet perinteisessä ja mobiilissa maailmassa työpaikalla, asiakkaan luona, matkalla tai missä tahansa maailmassa. (Adsotech Finland Oy [viitattu 9.1.2007].)

Tietoa ylläpidetään meneillään olevista myynticaseista, solmituista sopimuksista, ongelmista ja kaikista niihin liittyvistä kontakteista sekä niihin kytketyistä dokumenteista. Yritysjohto ja myynti saavat automaattisesti erilaisia myyntiennusteita järjestelmästä. Jokainen käyttäjä hallitsee omaa työtään, kalenteriaan ja työryhmiensä tehtäviä ohjelmiston avulla. Hinta: 39 euroa/käyttäjä/kalenterikuukausi. (Adsotech Finland Oy [viitattu 9.1.2007].)

#### 5.3.4 PROSPEKTI

PROSPEKTI palvelee organisaatiota monella tasolla. Myyntitehtävissä ja asiakasrajapinnassa toimivat näkevät asiakkuuden kokonaiskuvan ja voivat suunnitella omaa asiakastyötään PROSPEKTI:n avulla. Johtotehtävissä olevat näkevät myyntitoiminnan kokonaisaktiviteetit ja voivat tarvittaessa porautua niin yksityiskohtaiselle tasolle kuin haluavat. (Software Innovation [viitattu 10.10.2006].)

Asiakas- ja yhteyshenkilörekisteri on järjestelmän perusta, jonka päälle kaikki muut toiminnot on rakennettu. Rekisterissä on asiakasorganisaation ja yhteyshenkilöiden yhteystiedot ja muut tärkeimmät perustiedot. Perustietosivulta on myös näkymät muihin PROSPEKTI:n osioihin. Järjestelmän ominaisuuksiin kuuluu myös asiakasvastuu. Se tarkoittaa sitä, että asiakkuudet ovat tiettyjen henkilöiden vastuulla. Tällöin sitä voidaan kuvastaa vastuuhenkilömerkinnöillä. Merkintöjen avulla omien asiakkaiden ja yhteyshenkilöiden etsiminen tietokannasta on erittäin helppoa. (Software Innovation [viitattu 10.10.2006].)

Järjestelmässä olevan organisaatiohierarkian avulla voidaan hahmottaa suuret asiakasorganisaatiot kokonaisuutena. Yksittäistä tytäryhtiötä tai toimipistettä pystyy tarkastelemaan asiakkaana erikseen, mutta kun se on liitetty osaksi organisaationsa

kokonaisuutta, päästään näkemään oleellista informaatiota (asiakashistoria, segmentoinnit, tarjoukset, myyntitieto jne.) koko asiakasorganisaation tasolla.

Asiakashistoria ja asiakashoitosuunnitelmat PROSPEKTissa toteutetaan kontaktien kirjaamisen ja kontaktikalenterin avulla. Tämä osio on myös tärkeä asiakastiedon jakamisen kanava ja mahdollistaa hyvän asiakaspalvelun silloinkin, kun asiakasvastaava itse ei ole paikalla. Asiakashistoriaa voidaan tarkastella kokonaisuutena tai sitä voidaan monipuolisesti suodattaa lukuisilla eri tavoilla. Tulevaisuuden asiakashoitosuunnitelmat näkyvät vastuuhenkilöidensä kalenterissa kunnes ne on hoidettu ja muuttuvat siten osaksi asiakashistoriaa. (Software Innovation [viitattu 10.10.2006].)

Asiakkaiden segmentointi voidaan tehdä juuri niillä periaatteilla kuin organisaatioissa halutaan. Toimivan ja ylläpidettävän segmentoinnin määrittely onkin asiakaskohtaisen toimintamallin suunnittelun keskeisimpiä yksityiskohtia. (Software Innovation [viitattu 10.10.2006].)

#### 5.4 Valittu järjestelmä

Työssäni vertailussa olleista asiakkuudenhallintajärjestelmistä Satakunnan Puhelin Oy päätyi Microsoft CRM:ään. Yritys vakuuttui järjestelmän joustavuudesta, integroitavuudesta, käytettävyydestä sekä yhteensopivuudesta muihin Microsoft-ohjelmistoihin. Seuraavassa luvussa käyn läpi Microsoft CRM-järjestelmää ja sen tulevaa sisältöä.

## 6 MICROSOFT CRM

Microsoft on kehittänyt organisaatioille kokonaan uudentasoista asiakastietoa käyttävän Microsoft CRM -järjestelmän. Se on uusi asiakkuudenhallintajärjestelmä (CRM), joka antaa asiakkaiden kanssa työskenteleville tarvittavan tietotason. (Microsoft Corporation [viitattu 29.10.2006].)

Microsoft CRM-järjestelmän avulla on mahdollista keskittää asiakastietojen hallinta Microsoft Office- ja Microsoft Office Outlook -sovelluksia hyväksikäyttäen. Outlook-käyttöliittymästä päästään käsiksi CRM:n myyntiin, markkinointiin ja asiakaspalveluun, jotta voidaan tehdä myyntipäätöksiä, markkinoida tuotteita, ratkaista ongelmia ja saada strateginen näkymä yrityksen toimintaan. Microsoft toimii käyttäjälle tutulla tavalla, se mukautuu täysin yrityksen omaan toimintatapaan ja toimii niin kuin teknologian pitäisi aina toimia. Seuraavissa kappaleissa on selvitetty mitä tietoja löytyy Microsoft CRM-järjestelmästä. (Microsoft Corporation [viitattu 29.10.2006].)

## 6.1 Asiakastiedot

Asiakastiedoista löytyy 5 välilehteä joihin merkitään asiakkaan perustiedot. Nämä välilehdet ovat Yleiset, Tiedot, Tekniset tiedot, Hallinto ja Muistiinpanot.

Asiakastietojen Yleiset- ja Tiedot-välilehdelle merkitään asiakkaan tiedot perusteellisesti. Näitä tietoja ovat mm. asiakkaan nimi (yrityksen tai henkilön) kokonaisuudessaan, asiakkaan Y-tunnus tai henkilö-tunnus, asiakkaan kaikki osoitetiedot sekä TTM:ssä oleva asiakastunnus. Esivalintataulukosta valitaan asiakastyyppeiksi eli onko asiakkaana yritys, kotitalous tms. Jos esivalintataulukosta valitaan yritys, tulee järjestelmään merkitä yrityksessä töissä olevat henkilöt, asiakkaan käytössä olevat puhelinnumerot, sähköpostiosoitteet, fax-numerot ja kotisivut.

Satakunnan Puhelimella työskentelevä asiakasyrityksen yhteyshenkilö kannattaa lisätä järjestelmään, kuten myös asiakkaalla olevat tarjoukset ja se, onko asiakas mukana kampanjassa. Asiakkaan luokitus, esim. VIP-merkinnällä, voimassa olevat sopimukset sekä yritysasiakkaan toimiala on hyvä olla tiedossa. Sisäverkon tiedot sekä puhelinvaihteen tiedot merkitään myös järjestelmään (Kuva 4, Kuva 5).

The screenshot shows the 'Yleiset' (General) tab of the customer information system. The left sidebar contains a navigation menu with categories: Tiedot (Information), Myynti (Sales), Palvelu (Service), and Markkinointi (Marketing). The main content area is divided into several sections:

- Asiakkuuden nimi:** Betoni Bergman Ab
- Nimen jatke:** (empty)
- Asiakkuuden numero:** (empty)
- Pääasiakkuus:** (empty)
- Ensisijainen yhteyshenkilö:** Sylvia Bergman
- Asiakastyyppi:** Yritys
- Liiketoimintasuhte:** Asiakas
- Postiosoite / Käyntiosoite:**
  - Lähiosoite/Postilokero: Sementtipolku 2
  - Postinumero: 34560
  - Postitoimipalkkia: RAPALA
  - Lähiosoite: (empty)
  - Postinumero: (empty)
  - Postitoimipalkkia: (empty)
- Ensisijainen puhelin:** (empty)
- Muu puhelin:** (empty)
- Faksi:** (empty)
- Web-sivusto:** (empty)
- Sähköposti:** (empty)
- Sähköpostiosoite 2:** (empty)

The status at the bottom is 'Tila: Aktiivinen'.

Kuva 4. Asiakastietojen Yleiset -välilehti

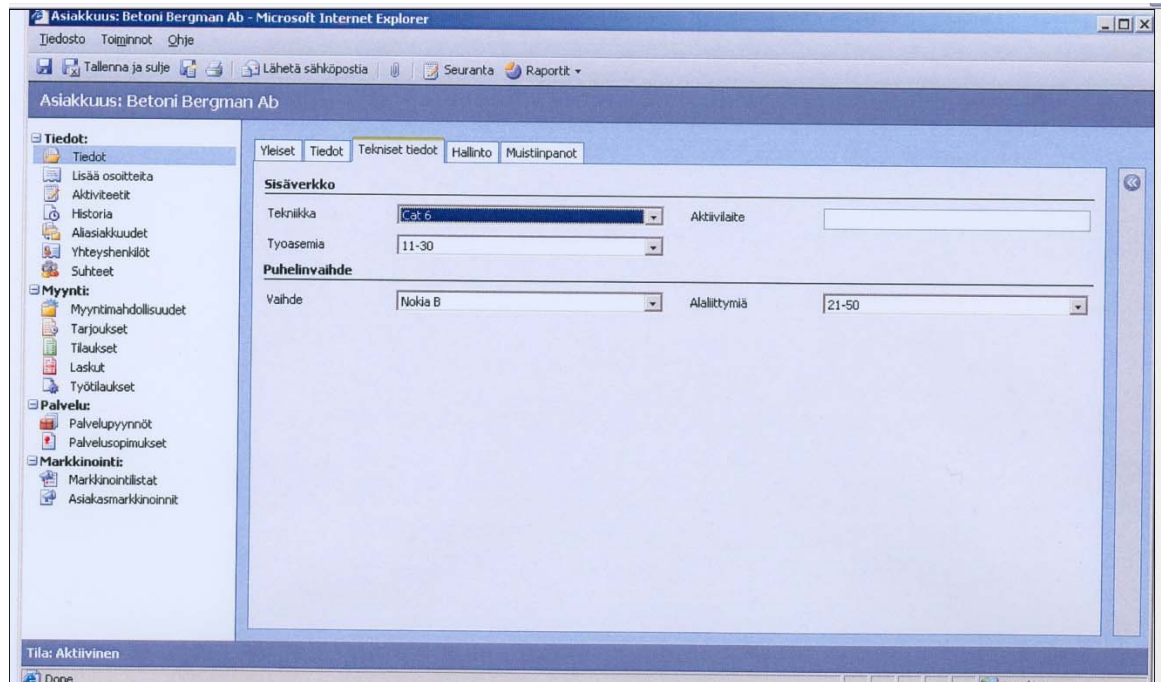
The screenshot shows the 'Tiedot' (Details) tab of the customer information system. The left sidebar is the same as in the previous image. The main content area is divided into several sections:

- Satakunnan Puhelimen yhteyshenkilöt:**
  - Data: (empty)
  - Internet: (empty)
  - Puhelin: (empty)
- Liiketoimintatiedot:**
  - Alue: (empty)
  - Luokka: Normaal
  - Y- / Henkötunnus: (empty)
- Yrityksen tiedot:**
  - VIP:  Kyllä  Ei
  - Omistus: Yksityinen
  - Toimiala: VIP
  - Lähevähto (€): (empty)
  - Työntekijöiden määrä: (empty)
- Kuvaus:** (empty text area)

The status at the bottom is 'Tila: Aktiivinen'.

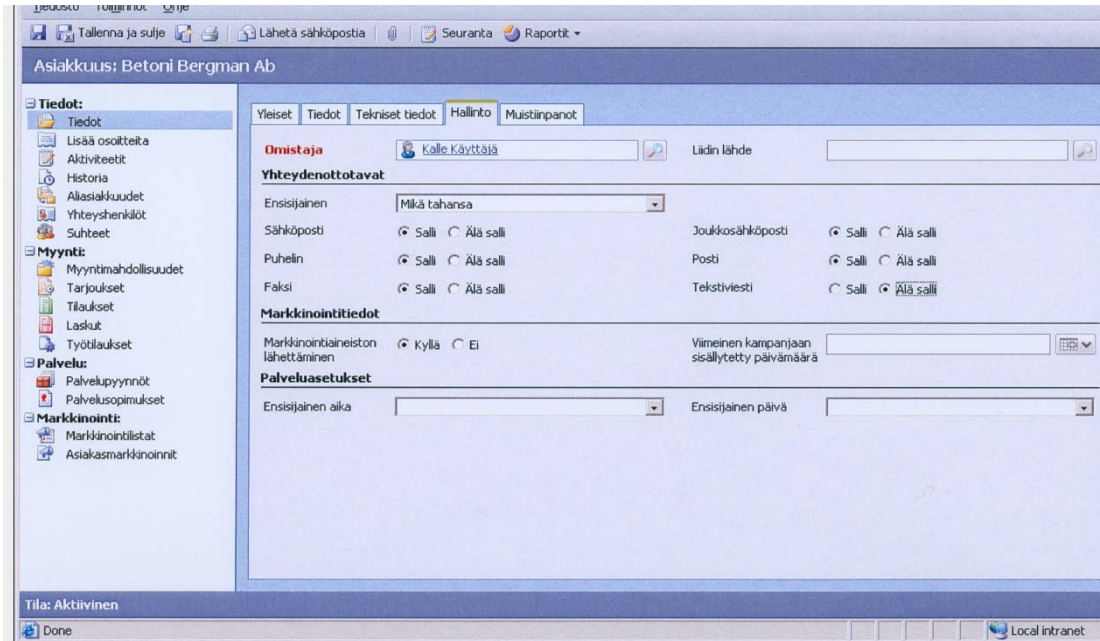
Kuva 5. Asiakastietojen Tiedot -välilehti

Asiakastietojen Tekniset tiedot -välilehdellä on tietoja asiakasyrityksellä olevista laitteista ja tekniikoista (Kuva 6). Asiakastietojen Hallinto -välilehdeltä löytyy tietoa



Kuva 6. Asiakastietojen Tekniset tiedot -välilehti

siitä, mitä yhteydenottotapoja asiakas haluaa käytettävän. Siinä merkitään, sallitaanko yhteydenottotavaksi esimerkiksi sähköposti, puhelin, faksi jne. Markkinointitietoihin taas merkitään, haluaako asiakas että heille lähetettäisiin markkinointiaineistoa (Kuva 7).



Kuva 7. Asiakastietojen Hallinto -välilehti

Laskutus-, alennus- ja tuotteet -välilehdelle merkitään tietoja laskutuksesta, alennuksista ja tuotteista. Laskutuksesta täytyy olla tiedossa edellisen kuukauden laskutus päämyyntiluokittain, kumulatiivinen laskutus 12 kuukauden ajalta päämyyntiluokittain sekä edelliset vuodet päämyyntiluokittain. Sopimusalennukset mm. paikallispuhelumaksuista, kaukopuhelumaksuista ja lankapuhelumaksuista ovat järjestelmässä näkyvillä.

Erityisen tärkeää on se, että järjestelmässä on asiakkaalla olevat tuotteet. Tuotteita voivat olla esim. peruspalvelupaketti, IP-etäliittymät ja Dna-laajakaista tai yritys-laajakaista. Viimeksi mainitusta tiedossa olisi hyvä olla kappalemäärä, tekniikka, nopeus ja lista tuotenumeroista, jotka ovat asiakastietokanta TTM:ssä.



## 6.2 Henkilö-/päämiestiedot

Tämä välilehti tulee olemaan pelkästään yritysmyyntin käytössä. Kentät, joita tällä välilehdellä tulee näkymään, ovat mm. nimi, titteli, katu- ja postiosoite, postinumero, postitoimipaikka, puhelinnumero, fax, matkapuhelinnumero, yrityksen vaihteen kutsu, sähköposti ja lisätietokenttä.

Tällä välilehdellä on myös huom- ja lisätietoja -kentät, jotka molemmat ovat vapaita tekstikenttiä. Välilehdeltä löytyviä tekstikenttiä ovat myös tarjoukset, tehtävät, kalenteri- ja kontakti-kenttä, kutsuttu asiakastilaisuuteen -kenttä sekä osallistunut asiakastilaisuuteen -kenttä. Rastitettavia kenttiä ovat puhelinyhdyshenkilö, datayhteyshenkilö, laskutuksen yhteyshenkilö, yrityksen omistaja sekä konsultti/asiantuntija. Näiden perässä on vapaa tekstikenttä.

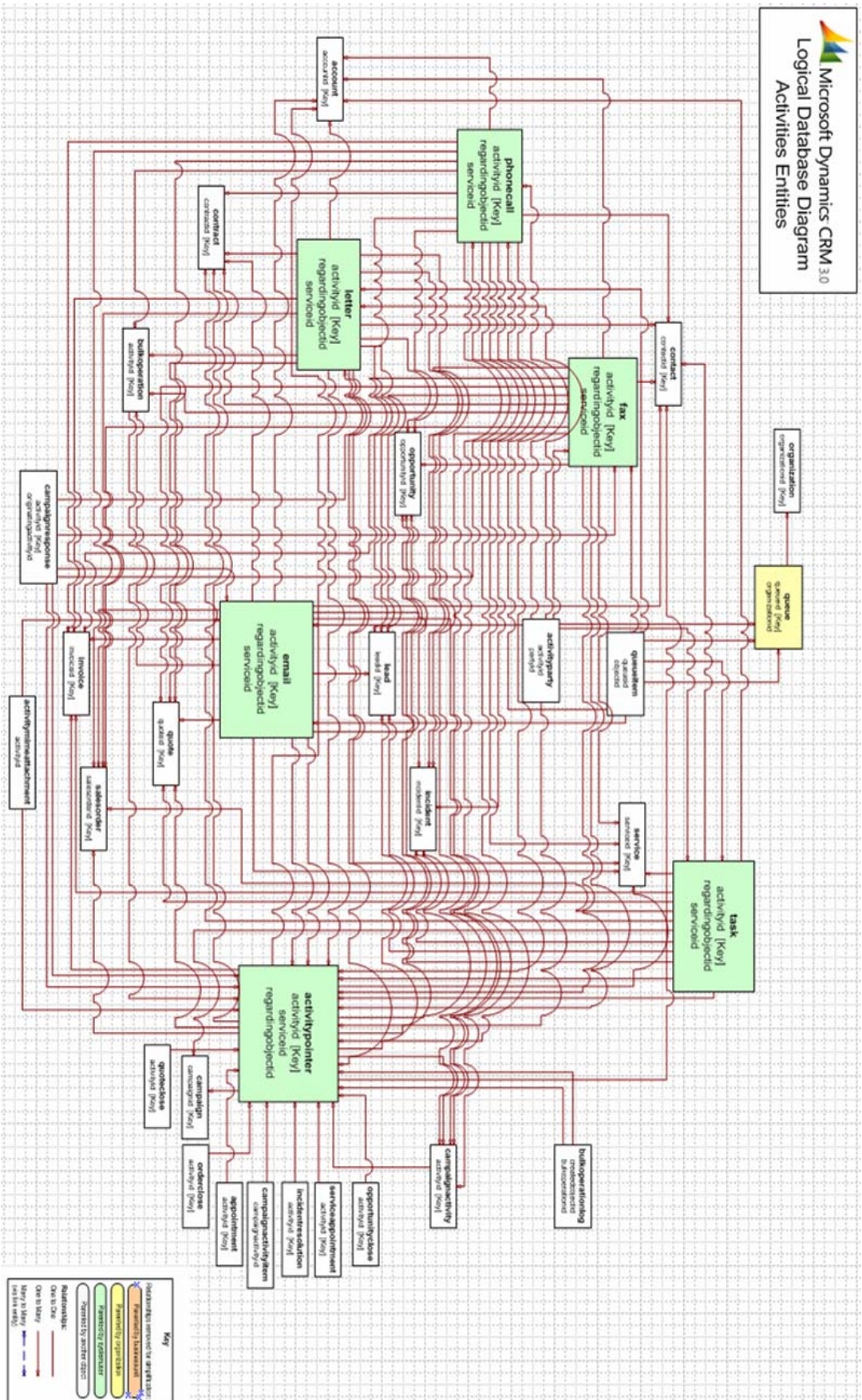
Asiakastilaisuudet löytyvät omalta tehtävälehdeltä. Sieltä löytyvät mm. tilaisuuden nimi, tilaisuuden pvm, kutsuttu henkilö, osallistunut henkilö, kutsutut kpl, osallistuvat kpl, lisätiedot, kutsujen lähetyspäivämäärä, viimeinen ilmoittautumispäivämäärä, tilaisuuden vastuuhenkilö, paikkakunta ja osoite, jossa tilaisuus järjestetään. Tehtävälehdellä mainitaan myös mahdollisen ulkopuolisen järjestäjän yhteystiedot ja tilaisuuden kustannukset.

Asiakkaan puheluhistoria merkitään järjestelmään, koska on tärkeää tietää mitä ja milloin asiakkaan kanssa on keskusteltu. Sivulle merkitään puhelun aihe, linkit asiakkaan yhteyshenkilön ja Satakunnan Puhelimen yhteyshenkilön välillä, päivämäärä sekä muistio.

Tarjousista täytyy olla näkyvillä kaikki tieto mikä mahdollista. Järjestelmään merkitään vapaamuotoinen tarjouksen kuvaus, esivalinnalla näkyviin saatavat tuotteet, asiakkaan yhteyshenkilö tai tarjouksen vastaanottaja, Satakunnan Puhelimesta oleva yhteyshenkilö, asiakkaan mahdollinen yritys ja tarjouksen tila. Viimeksi mainittuun sisältyy tarjouspyyntö, tarjous sekä sopimus tai tilaus. Tarjouspyynnöstä merkitään päivämäärä, jolloin tarjous on jätetty, tarjouksen viimeinen voimassaolopäivä sekä tarjouksen seurantaan liittyvä ota yhteyttä -päivämäärä. Järjestelmään merkitään myös,

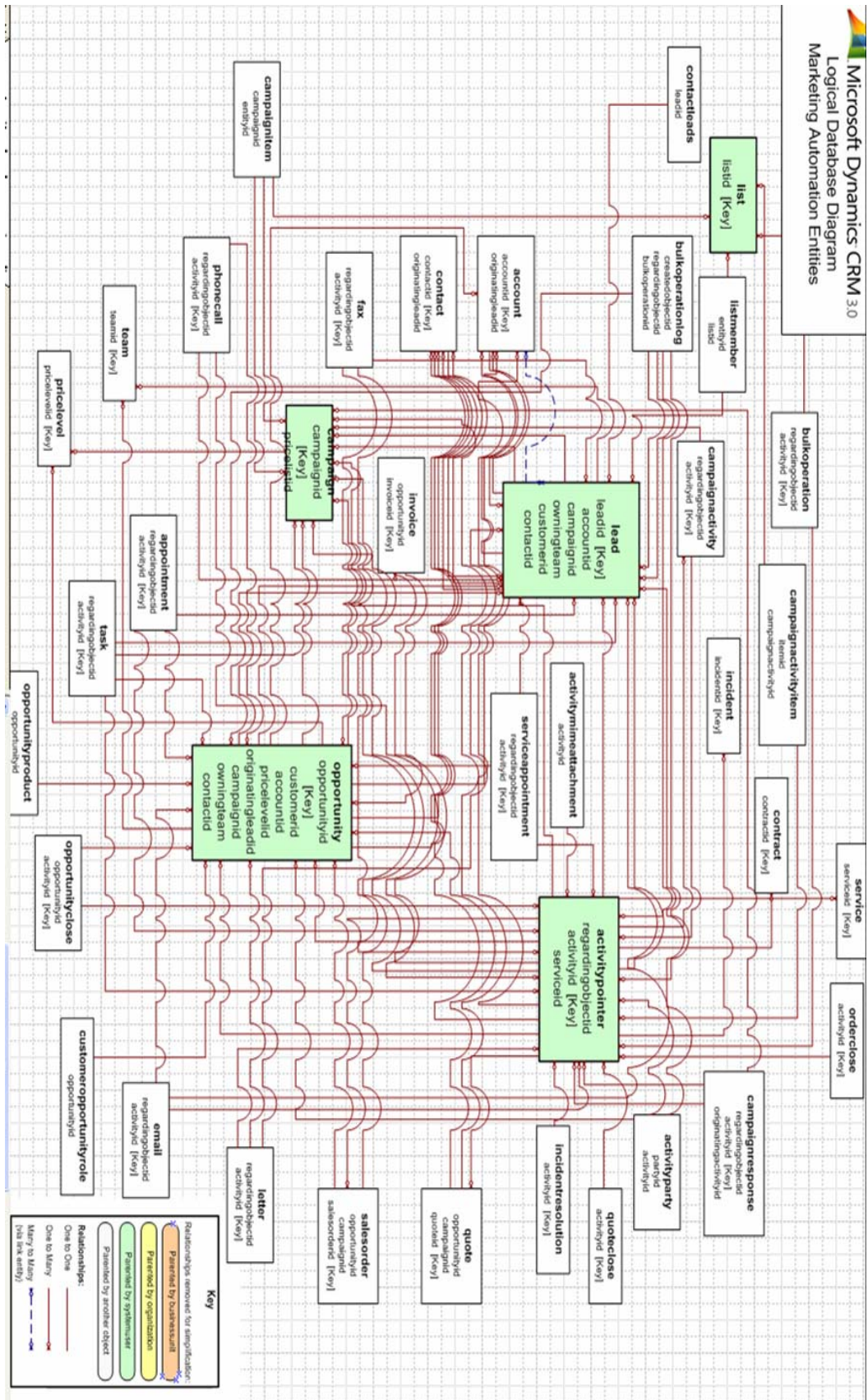
onko tarjous hyväksytty tai hylätty ja sen päivämäärä, tarjouksen loppusumma, jossa on kaikki tuotteet lajiteltuna sekä katetieto.

Alla olevissa kuvissa on kuvattuna kaksi pientä asiakkuudenhallintajärjestelmän osaluetta. Toimintokokonaisuuden käsitelmallista näkyy miten toiminnot kuten puhelinsoitto, faksi, sähköposti, jne. on linkitettyä toisiinsa (Kuva 8). Markkinoinnin automatisoinnin käsitelmallista näkyy eri tehtäväkokonaisuuksien yhteydet (Kuva 9). Näistä kuvista saa jonkinlaisen kuvan siitä, kuinka iso asiakkuudenhallintajärjestelmä kokonaisuudessaan on.



Kuva 8. Toimintokokonaisuuden käsitelmä





Kuva 9. Markkinoinnin automatisoinnin käsitelmä on yksi osakokonaisuus järjestelmässä

### 6.3 Microsoft CRM:n laitteistovaatimukset

Jotta asiakkuudenhallintajärjestelmä saataisiin toimimaan parhaalla mahdollisella teholla, täytyy yrityksen hankkia laitteet, joilla järjestelmä toimii tehokkaasti ongelmitta. Microsoft CRM -palvelimen käyttö edellyttää seuraavassa taulukossa olevia vähimmäislaitteistovaatimuksia (Taulukko 1).

TAULUKKO 1. Microsoftin määrittelemät laitteistovaatimukset

Tietokone/suoritin	Kaksi 700 megahertsin tai nopeampaa Intel Pentium (Xeon PIII) -suoritinta tai vastaava suoritin. Suositus: kaksi 1,8 gigahertsin Pentium (Xeon P4) -suoritinta
Muisti	512 megatavua RAM-muistia
Kiintolevy	SCSI ja laitteisto-RAID 5
Verkkokortti	10/100 megabittiä

Palvelimen asentaa Mepco Oy. He ovat kertoneet laitevaatimukset, jotka on oltava, jotta asiakkuudenhallintajärjestelmä toimisi virheettömästi. Alempana löytyy taulukko laitteista, jotka Satakunnan Puhelin on ostanut uutta järjestelmää varten (Taulukko 2). Tarkemmat tiedot laitteista löytyy liitteistä (Liite 1).

TAULUKKO 2. Satakunnan Puhelin Oy:n laitehankinnat

Kehikkopalvelin	IBM EXPRESS X346 3.0GHZ/2MB/1GB/U320
Palvelin	XSERIES 226 -TORNIMALLI
Muisti	IBM XSERIES 1GB/PC3200(2X512MB)DDR2 NONC
Kiintolevy	IBM EXPRESS 73.4GB 10K HS (90P1305)
Kiintolevyohjain	IBM EXPRESS SERVERAID 7K ADAPTER OPTION (71P8642)

## 7 ASIAKKUUDENHALLINTAJÄRJESTELMÄN KÄYTTÖÖNOTTO SATAKUNNAN PUHELIN OY:SSÄ

Järjestelmän käyttöönottoon kuuluu aivan ensimmäisenä ja tärkeimpänä itse asiakkuudenhallintajärjestelmän suunnittelu ja tekeminen. Laitteiston hankkiminen sekä asennukset tulevat järjestyksessä seuraavana. Näitä seuraavat järjestelmien väliset tiedonsiirrot, koekäyttö, koulutus. Viimeisenä tulee järjestelmän ylläpito.

Käyttöönotto voidaan jakaa karkeasti

1. Ohjelmistolisenssien ja palvelimen hankinta
2. Prototyypisovelluksen tekeminen
3. Palvelimen ja ohjelman asennus
4. Tietojen siirtäminen vanhasta järjestelmästä uuteen
5. Koekäyttö
6. Koulutus
7. Järjestelmän ylläpito

Ensimmäinen vaihe toteutetaan siten, että Satakunnan Puhelin hankkii rajatun määrän Microsoft CRM-lisenssejä, jotka asennetaan laiteympäristöön, jonka Satakunnan Puhelin on hankkinut. Tähän tarkoitukseen täytyy myös löytää paras mahdollinen palvelin.

Toisessa vaiheessa prototyypisovellus toteutetaan räätälöimällä mallisovellus määrittelyn mukaisilla muutoksilla Satakunnan Puhelimen tarpeisiin soveltuvaksi. Prototyypivaihtoehdon hyvänä puolena on se, että käyttäjällä on mahdollisuus päästä käyttämään tehtyä sovellusta aidossa ympäristössä. Tällöin järjestelmän toimivuus tai soveltuvuus on helppo todeta.

Kun sovelluksen toimivuus ja käytännöllisyys on todettu, niin Mepco Oy:ltä tulee henkilö asentamaan sen palvelimelle. Hän tarkistaa että sovellus toimii odotetulla tavalla ympäristössä, jossa sitä tullaan käyttämään. Loput työasemat asennetaan talon mikrotuen toimesta.

Neljännessä vaiheessa Satakunnan Puhelin Oy:n työryhmä tekee vanhasta järjestelmästä Excel-tiedoston, jossa on asiakkaan yritystiedot osoitteineen, Y-tunnuksineen ja yhteyspuhelinnumeroineen. Tämän Excel-tiedoston viennin uuteen järjestelmään hoitaa Mepcon väki.

Viidennessä vaiheessa tulee koekäyttö, jonka suorittavat useat eri henkilöt. Jos vanhasta järjestelmästä viedyt tiedot näyttävät olevan oikein, voidaan tuotantokäyttö aloittaa varsin nopeastikin. Tietoja voidaan ja tullaan täydentämään myöhemmin. Tässä kohdassa myös huomioidaan asioita, jotka mahdollisesti puuttuvat ohjelmistosta.

Koulutusvaiheessa Mepco Oy:ltä tulee henkilö kertomaan järjestelmän toiminnoista Satakunnan Puhelimeen. Tämä henkilö pitää koulutustilaisuuden, jossa opetetaan tuleville järjestelmän käyttäjille ohjelman toimintaa.

Seitsemännessä vaiheessa tulee järjestelmän ylläpito. Siinä tehdään liittymäajot myynti- ja laskutusjärjestelmästä. Noin kerran kuussa viedään asiakkaiden laskutussummat ja asiakkaalla käytössä olevien tuotteiden tiedot järjestelmään. Avoimet työt siirretään joka ilta. Näin yritysmyynti näkee, mitä asiakkaalla on menossa lähiaikoina.

## 8 YHTEENVETO

Yrityksen menestyminen vaatii omien prosessien parempaa hallintaa sekä kykyä hallita suhteitaan toimittajiin, kilpailijoihin ja asiakkaisiin. Asiakkaat tulevat osaksi organisaatiota ja heidänkin prosessejaan tulee johtaa. Tämä kehitys tulee laajentamaan tietojärjestelmien kenttää entisestään.

Opinnäytetyöni keskeisenä käsitteenä oli asiakkuudenhallinta, jota voidaan pitää eräänlaisena organisaation toimintamallina. Asiakkuudenhallinnan avulla kyetään hallitsemaan tehokkaasti erilaisia asiakassuhteita. Sen keskeisenä apua tuottavana työkaluna toimii asiakkuudenhallintajärjestelmä, joka mahdollistaa asiakastietojen ylläpidon sähköisesti.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia markkinoilla olevia asiakkuudenhallintajärjestelmiä Satakunnan Puhelimelle. Näistä opinnäytetyössä esiteltävistä järjestelmistä yritys valitsi sen järjestelmän, joka sopi juuri heidän tarpeisiinsa. Tavoitteenani oli myös kuvata asiakkuudenhallintajärjestelmän käyttöönotto yrityksessä.

Opinnäytetyössäni ensimmäisenä otin selvää, mistä asiakkuudenhallinnassa on kyse. Tästä osa-alueesta löytyi paljon materiaalia niin internetistä kuin kirjastoistakin. Ainoa hankaluus oli valita lähteet, joita käytin. Tämän jälkeen olin yhteydessä Satakunnan Puhelimeen, josta sain tulevan järjestelmän määrittelyyn liittyviä tietoja. Järjestelmän määrittely ei ollut kovin vaikeaa, sillä Satakunnan Puhelin tiesi tarkalleen mitä järjestelmä tulisi pitämään sisällään. Määrittelyn jälkeen aloin hakea tietoja erilaisista asiakkuudenhallintajärjestelmistä. Aikomuksenani oli soittaa yrityksille, jotka tarjoavat järjestelmäratkaisuja. Tämä osoittautui hankalaksi, sillä yritykset joihin soitin, eivät halunneet antaa yksityiskohtaisia tietoja omista järjestelmistään. Tämä johtui siitä, että yrityksessä vastanneet henkilöt eivät tieneet kenelle järjestelmä oli menossa. Lopulta päädyin hakemaan tietoja yritysten internet-sivuilta.

Opinnäytetyön tekeminen sujui aika kivuttomasti. Ongelmia ei oikeastaan tullut vastaan muita kuin aikaisemmin kertomani tapaus. Kaiken kaikkiaan opinnäytetyöni oli antoisa tapaus. Opin paljon uutta asiakkuudenhallintajärjestelmistä kuten myös itsestäni.



Sitkeyttä ja työtä on tarvittu että tämä opinnäytetyö on saatu valmiiksi. Oma näkemykseni on, että saavutin tavoitteeni.

## LÄHTEET

Adsotech Finland Oy. AboveTARGET Brochure [FIN] [verkkodokumentti]. Espoo. [Viitattu 9.1.2007]. Saatavissa <http://www.abovetarget.com/fi/>.

Business DataBases Oy. PK-yrityksen CRM-järjestelmän hankinta ja toteutus [verkkodokumentti]. Espoo. [Viitattu 15.6.2006]. Saatavissa: [http://www.bdb.fi/data/esitteet/CRM\\_hankinta\\_opas.pdf](http://www.bdb.fi/data/esitteet/CRM_hankinta_opas.pdf).

DB-Manager Oy [verkkodokumentti]. Tampere. [Viitattu 10.10.2006]. Saatavissa: <http://www.dbmanager.fi/superoffice/ominaisuudet.htm>

Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu. 2004. Asiakkuudenhallintajärjestelmän suunnittelu ja toteutus Java 2 Platform Enterprise Edition – ympäristössä [verkkodokumentti]. [Viitattu 20.4.2006] Saatavissa: <http://tapio.savokoweb.com/doc/LOKnetCRM2004.pdf>

Kettunen, S. 2002. Tietojärjestelmän ostaminen – käytännön opas yrityksille. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Microsoft Corporation. 2007. [verkkodokumentti]. Espoo. [Viitattu 29.10.2006]. Saatavissa: <http://www.microsoft.com/finland/dynamics/aboutdynamics/default.mspix>

Microsoft Corporation. 2007. [verkkodokumentti]. Espoo. [Viitattu 9.1.2007]. Saatavissa: <http://www.microsoft.com/finland/dynamics/crm/product/systemrequirements.mspix>

Microsoft Corporation. 2007. Microsoft CRM [verkkodokumentti]. Espoo.. [Viitattu 25.9.2006]. Saatavissa: [http://80.81.172.37/microsoft/CRM\\_brochure.pdf](http://80.81.172.37/microsoft/CRM_brochure.pdf).

Mäntyneva, M. 2001. Asiakkuudenhallinta. Vantaa: TummaVuoren Kirjapaino Oy.

Satakunnan Puhelin Oy. 2004. [verkkodokumentti]. Pori. [Viitattu 9.1.2007]. Saatavissa: <http://www.satakunnanpuhelin.fi/2004/article.php?id=64>.

Software Innovation [verkkodokumentti]. Turku. [Viitattu 10.10.2006]. Saatavissa: <http://www.software-innovation.fi/ncms.aspx?id=25482b6e-fd5e-46d6-9466-d1b6a03864ef>.

Taideteollisen korkeakoulun julkaisu. 1998. Vuorovaikutteisen tuotteen käytettävyys [verkkodokumentti]. Helsinki. [Viitattu 23.1.2007]. Saatavissa: <http://www2.uiah.fi/projekti/metodi/058.htm>

TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry. 2005. Asiakkuudenhallinta ja sen merkitys [verkkodokumentti]. Helsinki. [Viitattu 20.4.2006]. Saatavissa [http://www.tieke.fi/verkkokaveri/teemat/asiakkuuden\\_hallinta/asiakkuudenhallinta\\_ja\\_s en\\_merki/](http://www.tieke.fi/verkkokaveri/teemat/asiakkuuden_hallinta/asiakkuudenhallinta_ja_s en_merki/)

## IBM EXPRESS X346 3.0GHZ/2MB/1GB/U320

3.5" -PAIKAT	7
5.25" -PAIKAT	1
FRONT SIDE BUS	800 MHz
KELLOTAAJUUS	3000 MHz
KESKUSMUISTI	1024 MB
KOKO ( K x L x S cm)	8.5 x 44.4 x 69.8
KOTELO	Räkkimalli
L2 VÄLIMUISTI	2 MB
LAAJENNUSPORTIT	Serial, PS/2, RJ-45, VGA-out, USB 2.0
LEVYKEASEMA	1.44 MB Levykeasema
LEVYOHJAIN	Integroitu 2-kanavainen Ultra320 SCSI adapter
MUISTIN MÄÄRÄ MAX (MB)	16384
MUISTIN VÄYLÄNOPEUS	DDR2-400
NETTOPAINO (kg)	29
NÄYTÖNOHJAIN	ATI RADEON 7000M
NÄYTÖNOHJAINMUISTI	16 MB
PCI-PAIKAT	4
PROSESSOREIDEN MÄÄRÄ MAX	2
PROSESSORI	Intel Xeon EM64T
RAID-OHJAIN	Raid 0, 1
SARJAPORTIT	1
USB-PORTIT	3
VAPAAT MUISTIPAIKAT	6
VERKKOKORTTI	2 * 10/100/1000 RJ-45
Hinta	1 904,33

## XSERIES 226 -TORNIMALLI

Intel Xeon EM64T 3.0GHz/800 2MB L2 Cache
1 GB ECC DDR2 (2*512MB)
Hot Swap U320 SCSI, Open Bay
Gigabit Internet
2x514W Hot Swap PowerSupply
Hinta: 1.534 sis.alv*

IBM XSERIES 1GB/PC3200(2X512MB)DDR2 NONC

KAPASITEETTI	1024 MB
LISÄOMINAISUUDET	CL 3, ECC
MODUULITYYPPI	DIMM
MUISTITEKNOLOGIA	DDR-2
PINNIMÄÄRÄ	240
VÄYLÄNOPEUS	400 MHz
Hinta	412,98

IBM EXPRESS 73.4GB 10K HS (90P1305)

KAPASITEETTI (GB)	73.4 GB
PYÖRIMISNOPEUS	10000 rp
Hinta	262,91

IBM EXPRESS SERVERAID 7K ADAPTER OPTION (71P8642)

VALMISTAJA	IBM
VÄYLÄ	64-bit PCI-X
SIIRTONOPEUS	320 Mbits/s
KANAVAMÄÄRÄ	2
HINTA	372.00