

Lauri Leppänen

**”KAIKKI TÄYTTÄÄ,  
KÄYTÄNTÖ KÄYTTÖÖN!”  
CRM-JÄRJESTELMÄ VASTAAMAAN  
XAMKIN KOULUTUSJOHTAJIEN JA  
OPETUSHENKILÖSTÖN TARPEITA**

Opinnäytetyö

Liiketoiminnan ammattikorkeakoulututkinto

Data-analytiikan koulutus

2023



**Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Tradenomi (AMK)
Tekijä/Tekijät	Lauri Leppänen
Työn nimi	”Kaikki täyttää, käytäntö käyttöön” CRM-järjestelmä vastaamaan Xamkin koulutusjohtajien ja opetushenkilöstön tarpeita
Toimeksiantaja	Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu Xentre
Vuosi	2023
Sivut	30 sivua, liitteitä 2 sivua
Työn ohjaaja(t)	Jarkko Ansamäki

## TIIVISTELMÄ

Opintojeni syventävän työharjoittelun tein Kaakkois-Suomen ammattikorkeakouluun (Xamk) kuuluvaan tutkimus- ja kehittämissyksikkö Xamk Xentreen keväällä 2023. Työharjoittelun päätoimenkuva koostui CRM (Customer relationship management) -järjestelmän kehittämis- ja jatkojalostamistehtävistä. Työharjoittelun aikana esiin nousi tarve kehittää nykyistä CRM-järjestelmää vielä enemmän ja paremmin vastaamaan Xamkin omia tarpeita.

Tästä tarpeesta syntyi ajatus opinnäytetyölleni, jonka tavoitteena oli tuottaa Xamkin käytössä olevaan Microsoft 365 Dynamics CRM -järjestelmään käyttöä helpottavia ratkaisuja, muokkaamalla sitä palvelemaan paremmin Xamkin sisäisiä kohderyhmiä.

Miellän opinnäytetyöni laadulliseksi kehittämistyöksi, jossa kehittämistarpeita kerättiin yhdessä Xamkin henkilöstön kanssa. Kehittämistarpeita kartoitin haastatteleamalla henkilöstöä. Haastattelun toteutin johtajille TEAMS-keskustelun kautta ja muulle opetushenkilöstölle Webropol-kyselyä hyödyntäen.

Tulosten perusteella voitiin todeta, että CRM-järjestelmän käyttö henkilöstöllä on vähäistä ja siitä saatava hyöty omaan työhön nähtiin heikkona. Järjestelmää ei osattu myöskään käyttää tarkoituksen mukaisesti tai ollenkaan. Haastattelusta saatujen tulosten ja toiveiden perusteella loin CRM-järjestelmään koontinäytöt jokaiselle koulutusosalalle, joiden avulla henkilöstö pystyy löytämään järjestelmästä helpommin ja kootusti tarvitsemiaan tietoja. Koontinäytöjen tekemisestä ja niiden käyttämisestä tein henkilöstölle ohjevideot.

**Asiasanat:** Liiketoiminta-analytiikka, CRM, koontinäyttö, käytettävyys, asiakkuudenhallinta

Degree title	Bachelor of Business Administration
Author (authors)	Lauri Leppänen
Thesis title	"Everything fulfills the practice for use" CRM System to Meet the Needs of Xamk Directors and Teaching Staff
Commissioned by	Xentre, South-Eastern Finland University of Applied Sciences
Time	2023
Pages	30 pages, 2 pages of appendices
Supervisor	Jarkko Ansamäki

## ABSTRACT

I did my practical training at Xamk Xentre, a research and development unit in the South-Eastern Finland University of Applied Sciences (Xamk) in the spring 2023. The main job description of the training consisted of the development and further processing tasks of the CRM (Customer Relationship Management) system. During the internship, the need emerged to develop the current CRM system even more and better to meet Xamk's own needs.

This need gave rise to the idea for my thesis, which aimed to produce solutions to make it easier to use in the Microsoft 365 Dynamics CRM system used by Xamk by modifying it to better serve Xamk's internal target groups.

I consider my thesis to be a qualitative development work, which development needs were collected with the Xamk personnel. I identified development needs by interviewing staff. I conducted the interview for leaders using TEAMS discussion and for other teaching staff using a Webropol survey.

Based on the results, it could be concluded that the use of the CRM system was low and the benefit from it for one's own work was seen as weak. The system was also not used properly or at all. Based on the results and wishes in the interviews, I created dashboards in the CRM system for the entire field of education, which allow staff to find information they need in an easier and aggregated way. I made video tutorials for the staff on how to make the dashboards and how to use them.

**Keywords:** Business Analytics, CRM, dashboard, ease of use, customer management

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet.....	6
1.2	Tutkimusmenetelmänä laadullinen tutkimus.....	6
1.2.1	Aineiston hankinta .....	8
1.2.2	Aineiston analysointi.....	9
1.3	Teoreettinen viitekehys ja raportin rakenne.....	9
2	LIIKETOIMINTA-ANALYTIikka .....	10
3	ASIAKKUUKSIEN HALLINTAJÄRJESTELMÄ (CRM).....	10
3.1	CRM-järjestelmästä saatava hyöty.....	11
3.2	CRM-järjestelmän kehittäminen ja ylläpito .....	12
3.3	CRM-järjestelmän käyttö opetuslalla .....	13
3.4	CRM-järjestelmät numeroiden valossa.....	14
3.5	Asiakkaista kerättävä tieto.....	14
3.6	Asiakkuuden elinkaari .....	16
3.7	Asiakkuuden hallinnan tyypit .....	16
4	ORGANISAATION ESITTELY .....	18
4.1	Tutkimus-, kehitys- ja innovaatiopalvelut (TKI).....	18
4.2	Xamkin käyttämä CRM-ratkaisu Microsoft Dynamics 365.....	19
4.3	CRM-järjestelmän käyttöönotto Xamkissa.....	20
5	KEHITTÄMISHANKKEEN TOTEUTUS.....	21
5.1	Aineiston analysointi.....	23
5.2	Kehittämishankkeen tulokset.....	26
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA .....	27
	LÄHTEET .....	30
	LIITTEET	

Liite 1. Webropol-kysely opetushenkilöstölle

## 1 JOHDANTO

Microsoft Dynamics 365 on pilvipohjainen asiakkuuksien hallintaan tarkoitettu järjestelmä (Customer relationship management, CRM), jonka tehtävänä on koota käyttäjälle merkitykselliset asiakastiedot yhteen (Microsoft 2023a). Toimiva Customer relationship management (jatkossa CRM) on alusta ajantasaisille ja oikeellisille kumppanuustiedoille, jolloin niiden hallinta ja seuranta on koordinoitumpaa ja helpompaa. Päällekkäisiä yhteydenottoja voidaan välttää ja mahdollisia uusia yhteistyökumppaneita löytää.

Tehdessäni data-analytiikan tradenomin opintoihini kuuluvaa syventävää harjoittelua syksyn 2022 ja alkuvuoden 2023 välisenä aikana Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun tutkimus- ja koulutusyksikkö Xentressä, päätehtäväni koostui Microsoft Dynamics 365 -järjestelmän kehittämis- ja jatkojalostamistehtävistä. Kyseinen CRM-järjestelmä toimii muun muassa Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun (jatkossa Xamk) sidosryhmä- ja työelämäyhteistöiden dokumentoinnin, tietojen raportoinnin ja analysoinnin alustana.

Harjoitteluni loppukeskustelun aikana esiin nousi tarve kehittää nykyistä CRM-järjestelmää vastaamaan Xamkin omia tarpeita paremmin. Tästä tarpeesta syntyi ajatus opinnäytetyölleni, jonka tavoitteena oli tuottaa Xamkin käytössä olevaan Microsoft 365 Dynamics CRM -järjestelmään käyttöä helpottavia ratkaisuja, muokkaamalla sitä palvelemaan paremmin Xamkin sisäisiä kohderyhmiä. Sisäiset kohderyhmät, joita käsittelin työssäni, koostuivat Xamkin koulutus- ja koulutusalojohtajista (14 henkilöä) sekä Xamkin opetushenkilöstöstä (289 henkilöä) (Xamk 2023).

Johtajat eivät kehittämistehtävän aloitushetkellä itse kirjanneet juuri mitään järjestelmään, vaan CRM toimi heillä lähinnä erinäisten sidosryhmätietojen seurantatyökaluna. Opetushenkilöstö taas kirjasi sidosryhmäyhteistöitään ja hyödynsi järjestelmän sisältä löytyviä tietoja opetuksessaan vaihtelevasti. Tarpeiden eroavaisuuksien takia käsittelin johtajat ja opetushenkilöstön erillisinä kokonaisuuksina, pääpainon ollessa koulutus- ja koulutusalojohtajien tarpeissa.

Xamkin CRM-järjestelmän pääkäyttäjien kanssa käymieni keskustelujen pohjalta syntyi kuva, että monet CRM-käyttäjälisenssin omistavat henkilöt eivät osanneet tai tienneet, miten hyödyntää järjestelmää tehokkaasti omassa työssään. CRM:n käyttö koettiin kuormittavana ja työaikaa vievänä eikä sen käytöstä koettu saatavan tarvittavaa hyötyä ja tukea omaan työhön.

Opinnäytetyössäni pyrin selvittämään nykyisen CRM-järjestelmän ongelmakohtia ja jatkokehittämään nykyistä järjestelmää palvelemaan paremmin Xamkin omia tarpeita. Tutkimukseni pääpaino oli erityisesti koulutus- ja koulutuslajajohtajien käyttöä lisäävien ja helpottavien ratkaisujen suunnittelussa ja toteutuksessa olemassa olevaa järjestelmää mukauttamalla.

### **1.1 Opinnäytetyön tavoitteet**

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia ja selvittää, miten helpottaa ja aktivoida Xamkin sisäisiä kohderyhmiä käyttämään CRM-järjestelmää enemmän ja tehokkaammin ja samalla jatkokehittää CRM-järjestelmää tutkimusten tulosten pohjalta. Lähestyin tutkimustani seuraavien kehittämistehtävien kautta:

1. Miten CRM-järjestelmästä saadaan selkeämpi ja tehokkaampi työkalu vastaamaan Xamkin omia tarpeita?
2. Mitä haasteita nykyisessä CRM-järjestelmässä on ja miten lisätä sen käyttöä jatkossa?

Tarkoitukseni oli tutkimukseni perusteella tuottaa CRM-järjestelmän käyttöä helpottavia yksinkertaistettuja ohjeistuksia, visuaalisia koontinäyttöjä, näkymiä, sekä muita esille nousseita asioita huomioiden kohderyhmieni tarpeet. Tuotokset jaoin kohderyhmieni käyttöön tarkoitukseni helpottaa ja tehostaa CRM:n käyttöä tuottamalla selkeämmät ja kohderyhmille räätälöidyt näkymät järjestelmään.

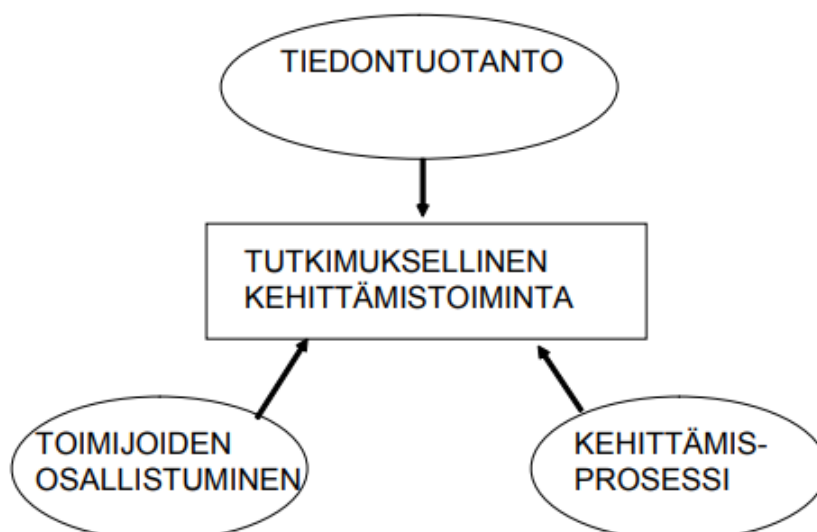
### **1.2 Tutkimusmenetelmänä laadullinen tutkimus**

Opinnäytetyöni on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Laadullinen tutkimus on ihmistä tiedonkeruun lähteenä suosivaa kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, jonka tutkimusjoukko valitaan tarkoituksella (Hirsjärvi ym. 2014, 164). Tarkoituksena oli selvittää tietyn tutkimusjoukon tarpeita ja toiveita, joten työlleni

parhaiten soveltui kvalitatiivinen tutkimusote. Laadullisen tutkimuksen tarkoitus on pyrkiä ymmärtämään tutkimuksessa tarkasteltavaa ilmiötä tai asiaa tutkimuksen kohteena olevien ihmisten näkökulmasta. Tällöin ollaan kiinnostuneita ihmisten kokemuksista, ajatuksista, tunteista ja kaikista niistä merkityksellisistä asioista, joita he tutkimuksen kohteena olevalle asialle antavat. Tähän tarkoitukseen on kehitetty erilaisia menetelmiä ja keinoja, joiden avulla tutkimusaihetta lähestytään ja joiden avulla pyritään vastaamaan tutkimuskysymyksiin. (Puusa & Juuti 2020, 9.)

Vaikka opinnäytetyössäni on tutkimuksellinen ote, miellän sen yhtä lailla olevan myös kehittämistoimintaa ja näin ollen kehittämistyö. Tutkimuksen tarkoituksena on tuottaa uutta tietoa ja uusia asioita. Kehittämistoiminnassa tutkimuksesta saatua tietoa sovelletaan käytäntöön. Kehittämistoiminnan ja tutkimuksen suhdetta voidaan hahmottaa niin, että tutkimus tuottaa uutta tietoa, jota kehittämisessä sovelletaan käytäntöön. Voidaan myös puhua tutkimuksellisesta kehittämistoiminnasta, jossa yhdistyy konkreettinen kehittäminen tutkimukselliseen lähestymistapaan. (Toikko & Rantanen 2009, 19.)

Tutkimuksellista kehittämistoimintaa voidaan tarkastella kehittämisprosessimaisesti (kuva 1.), jossa toimijoiden osallisuuden ja tiedontuotannon näkökulmat määrittävät käsitystä kehittämisestä. Ajatuksena on, että kehittämistoiminnan menetelmällinen ydin rakentuu näiden näkökulmien avulla. (Toikko & Rantanen 2009, 9–10.)



Kuva 1. Tutkimuksellisen kehittämistoiminnan näkökulmat (Toikko & Rantanen 2009)

### 1.2.1 Aineiston hankinta

Opinnäytetyössäni eli tutkimuksellisessa kehittämistyössäni hyödynsin menetelmänä haastattelua tarvittavan tiedon/aineiston hankintaan. Menetelmänä erilaiset haastattelutyypit ovat laadullisessa tutkimuksessa eniten käytettyjä. Haastattelun tavoitteena on kerätä sellainen aineisto, jonka avulla on mahdollisuus tehdä tutkittavaa aihetta koskevia uskottavia päätelmiä. Haastattelun avulla voidaan parhaimmillaan päästä kiinni haastateltavan ajatuksiin, odotuksiin ja kokemuksiin. (Puusa & Juuti 2020, 103.)

Tutkimushaastattelun lajeja on useita, niitä erottaa toisistaan lähinnä strukturointiaste, eli se miten vapaamuotoisesti haastattelussa edetään. Haastattelun eri lajeja on mm. strukturoitu haastattelu, puolistrukturoitu haastattelu, teema-haastattelu, avoin haastattelu sekä syvähaastattelu.

Itse hyödynsin haastattelun lajina teemahaastattelua, jossa oletetaan haastateltavilla olevan jo jonkinlaista kokemusta tutkittavasta aiheesta. Tutkija on selvittänyt jo ennalta tutkimuskohteena olevasta asiasta olennaiset tekijät. Teemahaastattelun ominaisuuksiin kuuluu, että teemasta ja sen lähtökohdista on ennalta päätetty. Haastatteluja voidaan tehdä eri tavoin, kuten kasvokkain, tapaamisissa, puhelimesta tai sähköisiä välineitä hyödyntäen. (Puusa & Juuti 2020, 111–112.)

Yksi tapa aineiston keruuseen on laatia kysely, joka on menetelmänä tehokas, koska se voidaan lähettää monelle ihmiselle nopeasti ja siitä saatava aineisto voidaan nopeasti analysoida. Kyselyn heikkoutena voidaan pitää sitä, että siitä saatu aineisto voi jäädä pinnalliseksi. Kyselyn haittana voidaan nähdä myös se, että ei tiedetä miten huolellisesti ja rehellisesti vastaajat ovat siihen pyrkineet vastaamaan ja miten perehtyneitä he asiaan ovat. (Hirsjärvi ym.1997, 195.)

Opinnäytetyössäni päädyin hyödyntämään kyselyä, koska se kohdennettiin koko 281 opetushenkilöstön jäsenelle. Kysely laadittiin Webropol kysely- ja raportointityökalua hyödyntäen. Ennen kyselyn laatimista haastattelin Xamkin johtajistoa erillisessä Teams-tapaamisessa. Johtajien ajatuksia ja toiveita



haastattelun aikana kokosin Miro-valkotaululle. Näistä syntyi teemat Webropol-kyselylle, jonka avulla aiheen käsittelyä jatkettiin muun henkilöstön kanssa.

### **1.2.2 Aineiston analysointi**

Laadullisen aineiston analysointiin on useita eri tapoja. Tutkijan on hyvä päättää analysointitavasta jo aineistoa kerätessään. Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa kertyy yleensä runsaasti ja sen läpikäyminen aloitetaan käymällä aineistot useampaan kertaan läpi. Kun alustava kokonaiskuva aineistosta on syntynyt, se pilkotaan osiin ja näin sitä voidaan tarkastella yksityiskohtaisemmin. Yksi tapa tähän on aineiston teemoittelu, jossa aineisto luokitellaan ryhmiin esimerkiksi ennalta määrättyjen kategorioiden mukaisesti. Aineistoa yhdistelemällä teemoihin, pyritään siitä löytämään säännönmukaisuuksia tai samankaltaisuuksia. (Puusa & Juuti 2020, 151–152.)

Kertynyt aineisto on usein tarkoituksenmukaista kirjoittaa puhtaaksi sanasanaisesti. Tästä käytetään termiä litterointi. Aineisto voidaan litteroida joko niin, että koko aineisto litteroidaan, osa siitä tai valikoiden esimerkiksi teema-alueiden mukaisesti. Aineiston litteroinnin tarkkuudesta ei ole yksiselitteistä ohjeistusta. (Hirsjärvi ym.1997, 222.)

Opinnäytetyössäni analysoin siitä syntynyttä aineistoa niin, että kyselyssä ennalta määriteltujen teemojen/kysymyksien alle keräsin litteroidusti kaikki kyselyyn osallistuneiden vastaukset. Näin tehden pääsin helpommin käsitykseen, miten vastaajat CMR-järjestelmän käytön kokevat ja mitä he järjestelmältä jatkossa toivovat.

### **1.3 Teorettinen viitekehys ja raportin rakenne**

Työn teorettisessa viitekehyksessä käsittelen lyhyesti, mitä analytiikka on liiketoiminnassa. Sen jälkeen poraudutaan syvemmin asiakkuuksien hallintaan ja siihen liittyviin käsitteisiin. Käsitteet CRM, asiakkuuksien hallinta, ja asiakkuuteen liittyvä termistö käsitellään tarkemmin pääluvussa kolme. Luvussa neljä esitellään kohdeorganisaatio, sen käyttämä CRM-järjestelmä Microsoft Dynamics 365, vaiheet CRM-järjestelmän käyttöönotosta nykyhetkeen Xamkissa ja aikaisempi tutkimus aihepiiristä. Viidennessä luvussa esittelen

tutkimuksen toteutuksen ja toteutustavan tarkemmin sekä käyn läpi tutkimustulokset. Kuudennessa ja viimeisessä luvussa esittelen syntyneet johtopäätökset ja mahdolliset jatkokehitysideat.

## **2 LIKETOIMINTA-ANALYTIikka**

Tiedon jalostusasteen kasvattamisen yhtenä työvälineenä toimii analytiikka. Kun analytiikan kohteena ovat asiakkaat, voidaan puhua myös asiakasanalytiikasta. (Oksanen, 175.)

Analytiikan tehtävänä on analysoida ja kuvata kaikki saatavilla oleva asiakastieto ja esittää ne käyttäjäystävällisellä tavalla. Analysoidun datan avulla organisaatio pystyy tekemään parempia liiketoimintapäätöksiä.

Liiketoiminta-analytiikka voidaan jakaa esimerkiksi kolmeen luokkaan:

1. Deskriptiivinen (kuvaava) analytiikka, jonka avulla voidaan kuvata visuaalisesti kaikki tähän mennessä tehty ja kirjattu. Kuvaava analytiikka ei pyri muodostamaan syy-seuraussuhteita.
2. Prediktiivinen (ennustava) analytiikka. Se yrittää ennustaa tulevaa, menneen perusteella.
3. Ohjaileva analytiikka, jonka tehtävänä on ohjata parhaan toimintavan löytämiseen tietystä tilanteesta. Se antaa mahdollisia ratkaisuja, jotka perustuvat samankaltaisiin toistuviin tilanteisiin. Esimerkiksi jokavuotinen tapahtuma, jonka lipunmyynti on jäljessä viime vuoden vastaavaa ajankohtaa, ohjaileva analytiikka voi ehdottaa lippujen hintojen laskemista. (Microsoft 365 Team.)

Analytiikan avulla yritys voi selvittää muun muassa arvokkaimmat asiakkaansa, ketkä asiakkaista ovat todennäköisimmin lopettamassa asiakkuutta tai ketkä asiakkaista mahdollisesti hyötyisivät jostain tietystä tarjouksesta tai kampanjasta. (Buttle & Maklan 2015, 11.)

Laadukas tieto on laadukkaan analytiikan edellytys ja merkittävä osa analytiikkaprojekteihin käytetystä ajasta kuluu nimenomaan laatu- ja saatavuusongelmien ratkaisuun (Oksanen 2010, 177).

## **3 ASIAKKUUksIEN HALLINTAJÄRJESTELMÄ (CRM)**

CRM on lyhenne sanoista Customer Relationship management ja se vakiintui kielenkäyttöön 1900-luvun lopulla. Suomeksi se voidaan kääntää tarkoittamaan esimerkiksi asiakashallintaa, asiakkuuksien johtamista tai asiakassuh-

teen johtamista. (Oksanen 2010, 21.) Asiakassuhteiden hallinta on ratkaisevassa roolissa, jotta asiakassuhteet syventyvät ja todellisiin asiakastarpeisiin pystytään vastaamaan paremmin.

Asiakassuhteiden hallintaan liittyvät muun muassa seuraavat asiat:

- asiakastuntemuksen ja asiakassuhteiden kehittäminen
- asiakkaiden toimiprosessien syvempi ymmärrys
- henkilöstön sitouttaminen sovittuihin toimintamalleihin
- teknologian monipuolinen hyödyntäminen tietojärjestelmän pohjalla. (Selin & Selin 2013, 96–97.)

CRM-ohjelmistot toimivat järjestelmäalustana, jonka tehtävänä on yhdistää kaikki asiakassuhteiden hallintaan liittyvät tiedot yhdeksi tietokannaksi, jolloin koottuja tietoja voidaan hallita ja käyttää helpommin, sekä tehokkaammin.

Käsitteenä CRM on moniulotteinen ja sen voidaan katsoa tarkoittavan ainakin seuraavia Oksasen (2010,22) esittämiä asioita:

- *Käsite* toimintavoille ja tietojärjestelmille, joilla organisaatio hallitsee järjestelmällisesti asiakkuuksiaan.
- *Prosessi*, jolla hallitaan kaikkia asiakaskohtaamisia
- *Lähestymistapa* asiakkaiden tunnistamiseen ja hankkimiseen
- *Liiketoiminnan tietojärjestelmä*, jonka avulla suunnitellaan, aikataulutetaan ja johdetaan myynti-, markkinointi- ja asiakaspalvelutoimintaa
- *Liiketoimintastrategia*, jolla maksimoidaan asiakkaiden tyytyväisyys, kannattavuus ja tuotot

Yleisimmin sillä viitataan kuitenkin tietojärjestelmiin ja prosesseihin. (Oksanen 2010, 23.)

### 3.1 CRM-järjestelmästä saatava hyöty

CRM-järjestelmä on toimiessaan tehokas työkalu asiakkuuksien hallintaan ja sen avulla voidaan muun muassa seurata asiakkaiden kanssa tehtävää yhteistyötä ja löytää uusia asiakkuuksia. Siitä hyötyvät niin käyttäjä, kuin organisaation johto sekä usein myös asiakas itse. Kuvassa 2 on esitelty CRM-järjestelmän ominaisuuksia organisaation hyötykäyttöön.



Kuva 2. CRM-järjestelmän ominaisuudet (Severa 2020)

Asiakasrekisterin avulla asiakkaiden kaikkia tietoja voidaan ylläpitää samassa järjestelmässä. Se koostuu usein asiakaslistasta ja kontakti- ja asiakashistoriasta. Niiden avulla voidaan seurata sitä, kuka asiakkaaseen on ollut yhteydessä, mitä on tehty ja milloin. Se tunnetaan CRM-järjestelmän yleisimpänä käyttötarkoituksena. Järjestelmä tarjoaa myös monia työkaluja myynnin hallintaan, -seurantaan ja suunnitteluun. Lisäksi järjestelmän avulla on mahdollista rakentaa erilaisia analyyseja ja raportteja erillisiin koontinäkömiin, joiden avulla on mahdollista seurata, mitä kenenkin asiakkaan kanssa on tehty ja mihin suuntaan ollaan mahdollisesti menossa. Näkymien avulla esimerkiksi johdon on helpompaa hahmottaa myynnin kokonaiskuvaa. (Severa 2020.)

### 3.2 CRM-järjestelmän kehittäminen ja ylläpito

CRM-järjestelmän ylläpito ja kehittäminen vaatii organisaatiolta suunnitelmallisuutta ja pitkäjänteisyyttä. Kehityksen kannalta on tärkeää nimetä erillinen CRM-kehitysryhmä, joka koostuu tyypillisesti järjestelmän pääkäyttäjistä ja näkemyksellisistä aktiivisista käyttäjistä. (Oksanen 2010, 295.) Jotta järjestelmä kehittyy ja järjestelmässä olevat tiedot ovat oikeellisia ja kattavia, sen käyttäjillä pitää olla myös mahdollisuus sisällyttää järjestelmän käyttö omaan työaikaansa. Lisäksi järjestelmän käyttöön liittyvää koulutusta ja opastusta on oltava saatavilla matalalla kynnyksellä.

Xamkissa CRM kehitysryhmä kokoontui kuukausittain, jossa läpikäytiin CRM-järjestelmän pääkäyttäjille tulleita kehitysehdotuksia. Kehityskohteita pohdittiin yhdessä Xamkin käyttämän konsulttiyhtiön kanssa, joiden pohjalta laadittiin

mahdollisten kehittämiskohteiden toteuttamissuunnitelmat. Ne pitivät sisällään toteuttamistavan ja aikataulun kullekin kehityskohteelle.

### 3.3 CRM-järjestelmän käyttö opetusallalla

CRM-järjestelmiä käytetään laajasti myös opetuspuolella, vaikka se onkin usein mielletty yritysmaailman liiketoiminnan työkaluksi. Liiketoiminnassa on usein kyse yksittäisistä ostoista ja asiakassuhteiden pysyvyydestä uskollisena yrityksen brändille. Opetuspuolella taas tehdään laaja-alaista työelämäyhteistyötä eri sidosryhmien kanssa, joten myös käyttövaatimukset opetuspuolen CRM-järjestelmälle ovat erilaisia verrattuna yrityspuolen käyttöön.

Taulukko 1. CRM korkeakoulun käytössä (Sidosryhmäkumppanuudet haltuun 2021)

CRM korkeakoulun käytössä			
	VAATII	HELPOTTAA	MAHDOLLISTAA
<b>Xamkin sidosryhmä-yhteistyötä tekevät</b>	Sitoutumista tietojen tallentamiseen Riittävän määrän aktiivisia järjestelmäkäyttäjiä Toimintatapojen muutosta - tiedon jakamista Asiakkuuden- ja kumppanuusienhoitomallin Kouluttautumista Panostusta tietojen ajantasaisuuteen	Oikeiden työelämän kohderyhmien ja heidän yhteystietojensa löytämistä Markkinointitoimienpiteiden kohdentamista kiinnostuneille (liidien hallinta) Tiedon saantia aiemmasta yhteistyöstä ja yhteyshenkilöistä kumppanin/asiakkaan ja Xamkin puolelta Tiedon välitystä oikeille kohderyhmille (Xamkin sisällä ja ulospäin)	Asiakkuuksien ja kumppanuuksien laadukkaamman hoitamisen - tunnemme kumppanimme ja asiakkaamme paremmin, pystymme vastaamaan tarpeisiin paremmin Asiakkuudenhoidon digitalisoimisen ja automatisoimisen asiakashankinnasta asiakkuuden päättymiseen Työelämäyhteistyö- ja myyntiprosessien sujuvuuden Tietosuojaan liittyvien veloitteiden täyttämisen (yhteystieto excelit yms. tarpeettomia)
<b>Xamkin johto ja esimiehet</b>	Henkilöstön sitouttamisen/ muutosjohtamisen Henkilöstöressurssien varaamista CRM-työhön Asiakkuuden johtamismallin määrittely CRM-järjestelmän käyttöönotto laajemmin Xamkissa Tiedon aktiivisen hyödyntämisen	Raportointia Analysejä Varainhankintaa	Työelämäyhteistyön dokumentoinnin, tietojen raportoinnin, analysoinnin, laajemman hyödyntämisen Yhteistyön näkyväksi tekemisen Tietosuojaan liittyvien veloitteiden täyttämisen Oikeellisen tiedon työelämäkumppanuuksista Sidosryhmätyön kehittämisen
<b>Työelämä/sidosryhmät</b>		Yhteydenpitoa korkeakouluun	Jatkuvan kehittämisen - aiemmat yhteistyöt Xamkin henkilöstön tiedossa Henkilösidonaisuuden vähenemisen Xamkista tulevien päällekkäisten yhteydenottojen vähenemisen Paremman palvelun juuri kumppanin/asiakkaan tarpeeseen

Taulukossa 1 on kuvattuna Xamkin CRM-strategiaa vuodelta 2021 ja mitä kaikkea toimivan CRM-järjestelmän avulla voidaan saavuttaa. Toimiva järjestelmä vaatii ennen kaikkea sitoutumista niin johdolta kuin opetushenkilöstöltäkin, ja uusien toimintatapojen omaksumista.

### 3.4 CRM-järjestelmät numeroiden valossa

Tällä hetkellä Salesforce on johtava CRM-ratkaisu 19,5 % osuudella CRM markkinoista. Suuria toimijoita ovat markkinaosuuksien mukaisessa järjestyksessä myös: Hubspot, Monday.com, Zoho, SugarCRM ja Microsoft dynamics. Alla olevasta listauksesta voidaan todeta, että CRM-markkinat ovat kasvaneet räjähdysmäisesti viimeisten vuosien aikana, ja kasvun ennustetaan jatkuvan.

1. CRM-markkinoiden odotetaan saavuttavan 80 miljardin myyntiosuuden vuoteen 2025 mennessä.
2. Pilvipohjaista CRM:ää käyttää tällä hetkellä 87 %, kun vastaava luku vuonna 2008 oli 12 %.
3. 91 % yrityksistä, joissa on yli 11 työntekijää käyttää CRM-järjestelmää. (Cawley 2023.)

### 3.5 Asiakkaista kerättävä tieto

Yrityksillä on monia keinoja asiakastiedonhankintaan ja se perustuu aina yrityksen tiedontarpeeseen ja lähtökohtiin. Tiedonhankinnan lähtökohtana ovat mm. seuraavat kysymykset:

- Miksi tietoa hankitaan?
- Mikä on tiedon tarkoitus?
- Mihin ja miten tietoa käytetään?
- Kuka tietoa tarvitsee? (Selin & Selin 2013, 128.)

Taulukossa 2 on esitelty asiakkaasta löytyviä tietolähteitä organisaation hyötykäyttöön. Kun tiedot on kerätty, pystytään vastaamaan paremmin asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin. Vain oleellisella tiedolla on merkitystä ja sen pitää olla oikeellista ja laadukasta.

Taulukko 2. tietolähteitä asiakkaasta (mukaillen Mattinen 2006,176)

TIETOLÄHTEET ASIAKKAASTA			Dokumentoi- maton tieto
Dokumentoitu tieto			HILJAINEN TIETO
TIETOKANTA	TUTKIMUKSET	ULKOINEN TIETO	
CRM- asiakastieto- kannat	Kvantitatiiviset markkinointi- tutkimukset	Julkiset tietolähteet	Yrityksen sisäiset keskustelut
Muut asiakkuutta raportoivat tietokannat	Asiakastyty- väisyyskyselyt	Tiedotusväli- neet	Keskustelut asiakkaan kanssa
	Laadulliset haastattelu- tutkimukset		Muut keskustelut yrityksen ulkopuolisten kanssa

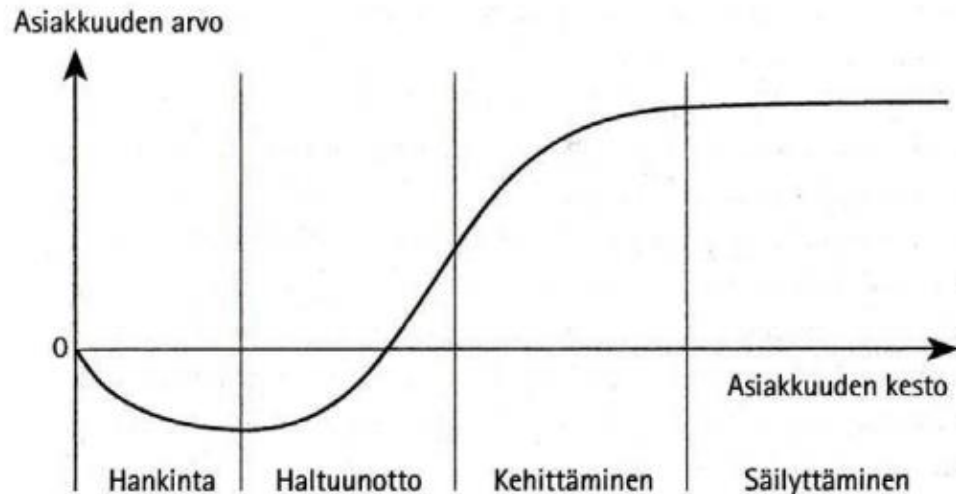
Hiljaisen tiedon näkyväksi tekeminen on kilpailuetu, joka auttaa ymmärtämään asiakkaan motiiveja ja tarpeita syvemmin. Tässä CRM toimii hyvänä työkaluna, ja yksi sen tarkoituksista onkin kerätä tätä hiljaista tietoa yhteiseen järjestelmään. Näin hiljainen tieto muuttuu näkyväksi, jolloin sitä pystytään hyödyntämään koko organisaation tasolla asiakkuuksien syventämiseksi.

Asiakastietojen keräämisen ja ylläpidon yhteydessä on tärkeää kiinnittää huomiota datan laatuun. Huonolaatuinen ja puutteellinen data heikentää ja jopa vääristää analytiikan tuloksia. Laatu heikkenee ja vanhenee väistämättä ajan kuluessa ja yrityksen onkin laadittava järjestelmän ylläpitosuunnitelma ja noudatettava sitä.

Oksasen (2010, 297–298) mukaan mahdollisia syitä laadun heikkenemiselle ovat muun muassa asiakkaiden tietojen muutokset eivät päädy CRM-järjestelmään, tiedot syötetään väärin, järjestelmään syntyy kaksois- ja kolmoiskappaleita, tai järjestelmästä johtuvat tekniset virheet. Organisaation ylläpitosuunnitelman on hyvä pitää sisällään yhtenäisesti sovitut pelisäännöt ja varmistettava, että kaikki noudattavat niitä. Havaitut virheet on korjattava heti ja tietojen päivittämiseen ja lisäämiseen on saatava käyttää sen vaatima aika.

### 3.6 Asiakkuuden elinkaari

Asiakassuhteen elinkaari on prosessi, joka on jaettu kuvan 3 mukaisesti neljään vaiheeseen: asiakkuuden hankinta, haltuunotto, kasvattaminen ja säilyttäminen (Mäntyneva 2001, 16).



Kuva 3. Asiakkuuden vaiheet elinkaarella (Mäntyneva 2001,17)

Kuvasta 3 voidaan havaita, että alkuvaiheessa asiakkuudet ovat usein kannattamattomia, mutta ajan kuluessa asiakkuuden arvo nousee, yrityksen siihen panostaessa resurssejaan. Asiakkuudenhallinnan tavoitteena on tunnistaa mahdollisimman nopeasti ne asiakkuudet, jotka eivät ole potentiaalisia muuttamaan kannattaviksi asiakassuhteiksi.

### 3.7 Asiakkuuden hallinnan tyypit

Asiakkuuden hallintatyytit voidaan jakaa Oksasen (2010) mukaan kahdella perusteella. Ensimmäinen jaottelu tehdään asiakaskunnan perusteella yritys- ja kuluttaja-asiakkaisiin. Yritys- ja kuluttaja-asiakkaiden liiketoiminnassa on lainsäädännöllisiä eroja esimerkiksi kuluttajasuojan, kauppatapojen ja tietosuojan suhteen, mutta CRM-järjestelmät toimivat niin yritysasiakas- kuin kuluttaja-asiakastietojenkin käsittelyssä. Toinen tapa jaotella asiakkuudet liittyvät järjestelmien pääasialliseen käyttötarkoitukseen, joita on esitelty kuvassa 4. Vakiintunutta, absoluuttista jaottelua ei kuitenkaan alalla ole, vaan jaottelusta on useampia eri näkemyksiä. (Oksanen 2010, 23–24.)





Kuva 4. CRM:n lajittelua pääasiallisen käyttötarkoituksen perusteella. (Oksanen 2010, 24)

Buttlen & Maklanin (2015) mukaan CRM voidaan jaotella kolmeen eri tyyppiin, jotka ovat strateginen, operatiivinen ja analyyttinen CRM. Strateginen asiakkuuksien johtaminen (strategic CRM) tarkoittaa yrityskulttuuria ja liiketoimintastrategiaa, joka perustuu asiakaslähtöisyyteen. Yrityksen tavoitteena on pitää olemassa olevista asiakkaista kiinni ja hankkia uusia asiakkaita luomalla lisäarvoa asiakkaille kilpailijoita paremmin, tarjoamalla heille palveluitaan ja tuotteitaan. Toiminnan perusta on asiakkaiden tarpeiden tyydyttäminen. (Buttle & Maklan 2015, 5.)

Operatiivisen asiakkuuksien johtamisen (strategic CRM) tavoitteena on pyrkiä helpottamaan asiakasrajapinnan prosesseja, kuten markkinointia, myyntiä ja asiakaspalvelua. Toimintojen automatisointi ja integrointi nopeuttaa ja parantaa prosessia. Mahdollisesta asiakkuudesta alkaen prosessia automatisoimalla ja virtaviivaistamalla on mahdollista kasvattaa myyntiä ja kannattavuutta vähemmällä työtuntimäärällä. Tällöin henkilöstöresursseja voidaan ohjata muihin tehtäviin. (Buttle & Maklan 2015, 7–9.)

Analyttisellä asiakkuuksien johtamisella (analytical CRM) tarkoitetaan muun muassa asiakkaaseen liittyvän tiedon säilyttämistä, prosessointia, keräämistä, tulkintaa, raportointia ja jakamista. Analyttinen asiakkuuksien johtaminen rakentuu siis olemassa olevan asiakastiedon varaan ja se on usein sidoksissa CRM:n käyttöön. (Buttle & Maklan 2015, 11.)

## 4 ORGANISAATION ESITTELY

Tein opinnäytetyöni yhteistyössä Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun (Xamk) kanssa. Xamk toimii neljällä eri kampuksella: Kotkan, Kouvolan, Mikkelin ja Savonlinnan alueella. Xamk tarjoaa koulutusta, tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaa, sekä erilaisia räätälöityjä yrityspalveluja. Henkilöstön määrä vuonna 2022 niin opettajien, TKI-henkilöstön ja muun osaavan henkilökunnan osalta oli yhteensä 897. (Xamk 2022a.)



Kuva 5. Xamkin organisaatiokaavio (Xamk 2022b)

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi organisaatiokaavion (kuva 5) talouden ja kulttuurin alaisuudessa toimiva Xentre -yrittäjyyden ja innovaatioiden tutkimus- ja koulutusyksikkö (TKI). (Xamk 2022b).

### 4.1 Tutkimus-, kehitys- ja innovaatiopalvelut (TKI)

Tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminta (TKI) on toinen ammattikorkeakoulujen päätehtävistä. TKI-toiminta on lakisääteistä ja sen tehtävänä on tuottaa aluekehitystä edistävää ja alueen elinkeinorakennetta uudistavaa toimintaa. (Ammattikorkeakoulujen TKI-toiminta. 2021.)

Xamkin TKI-toiminta jakaantuu digitaalisen talouden, kestävän hyvinvoinnin, merenkulun ja logistiikan sekä metsä, ympäristön ja energian vahvuusaloille. Tarkoituksena vahvistaa Etelä-Savon ja Kymenlaakson elinvoimaa.

Hankkeita on vuosittain melkein 300 ja yhteistyötä tehdään muun muassa yritysten, järjestöjen, yliopistojen ja ammattikorkeakoulujen kanssa. (Xamk s.a.a.)

Xamk Xentren toiminta painottuu vahvasti muun muassa opiskelijayrittäjyyden, Startup-toiminnan, yrittäjyyskasvatuksen, sekä innovaatiotoiminnan kehittämiseen. Sen tehtävänä on myös mahdollistaa alueen yritys yhteistyön kehittämistä. (Xamk s.a.b.)

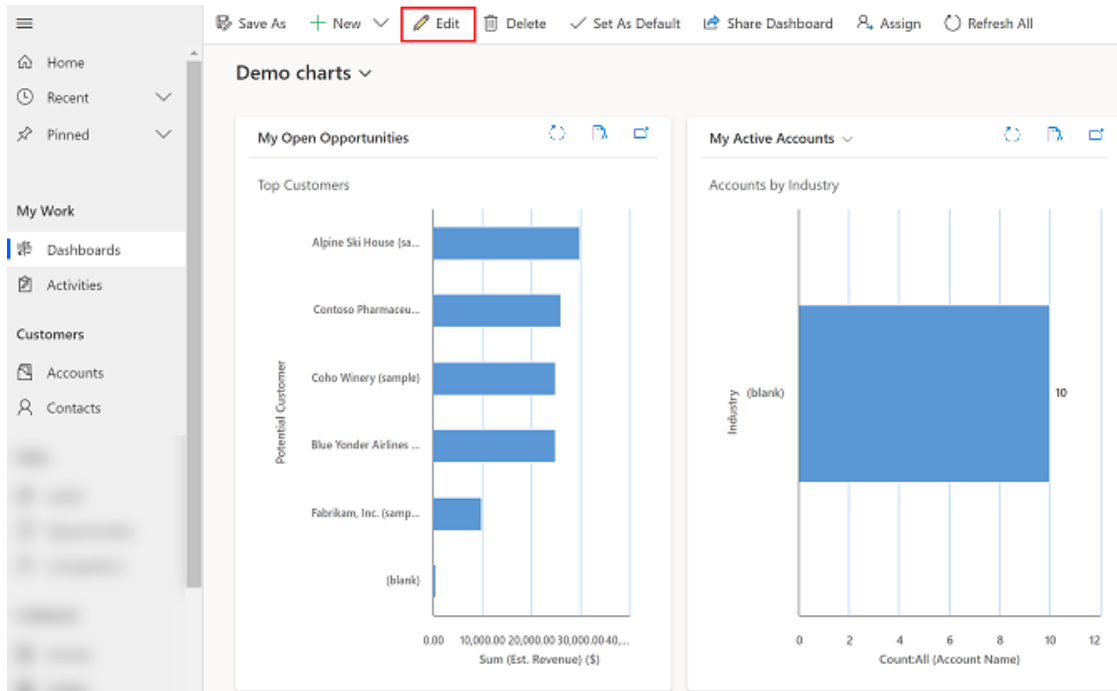
#### 4.2 Xamkin käyttämä CRM-ratkaisu Microsoft Dynamics 365

Microsoft Dynamics 365 CRM on pilvipohjainen liiketoiminta-alusta, jonka tehtävänä on yhdistää ihmiset, tiedot ja prosessit. Se tarjoaa laajennettavia ja muokattavia valmiskäyttöisiä ratkaisuja taloushallinnon, myynnin, markkinoinnin, kaupankäynnin, toimitusketjun ja asiakaspalvelun tarpeisiin ja hallintaan. (Microsoft 2023b.)

Kaakkois-suomen ammattikorkeakoulun CRM-järjestelmä on rakennettu myynnin Microsoft 365 Sales-valmiskäyttöisestä ratkaisusta muokkaamalla sitä palvelemaan Xamkin omia CRM-tarpeita. Järjestelmästä löytyy tietoja muun muassa yhteistyöorganisaatioista, tapahtumista, alumneista ja mahdollisuuksista, vain muutamia mainitakseni.

CRM-järjestelmästä löytyviä tietoja voi kuvata ja koota yhteen erilaisten **koontinäyttöjen** avulla. Koontinäytöt koostuvat erilaisista kaavioista, joilla sovelluksen suodatetut tiedot esitetään visuaalisesti ja kootusti yhdessä näkymässä. Koontinäyttöjen tehtävänä on saada käyttäjälle itselleen merkityksellisistä tiedoista kokonaisvaltainen kuva helposti. (Microsoft 2023c.)

Hyvin rakennettu koontinäyttö ilmentää käyttäjälleen nopeasti suuntauksia, mahdollisia ongelmakohtia ja poikkeamia, joiden avulla organisaation on mahdollista tehdä parempia liiketoiminnallisia ratkaisuja (Liebowitz 2014, 58).



Kuva 6. Esimerkkikuva Microsoft Dynamics 365 Sales koontinäytöstä (Microsoft 2023c)

Kyseiseen Sales-järjestelmään on mahdollista rakentaa kahden tyyppisiä koontinäyttöjä: omia koontinäyttöjä ja järjestelmäkoontinäyttöjä.

Omat koontinäytöt näkyvät vain käyttäjälle, joka on ne itse luonut. Käyttäjä voi halutessaan jakaa henkilökohtaisen koontinäytön muiden kanssa, jos käyttöoikeusrooliin sisältyy oikeuksien jakaminen.

Järjestelmäkoontinäytöt taas ovat nimensä mukaisesti järjestelmän sisälle rakennettuja näkymiä, jotka näkyvät oletusarvoisesti kaikille käyttäjille. (Microsoft. 2023c.)

### 4.3 CRM-järjestelmän käyttöönotto Xamkissa

GDPR (yleinen tietosuoja-asetus) lakia alettiin soveltaa kaikissa EU-maissa keväällä 2018. Lainsäädäntöuudistuksen tavoitteena on ollut muun muassa parantaa henkilötietojen suojaa ja tietosuojaoikeuksia. (Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018.) Tietosuoja-asetuksen takia hajanaiset yhteystiedot Excelin ja Wordin kaltaisissa listauksissa eivät enää olleet vaihtoehto.

Tämän vuoksi myös Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu alkoi suunnitella ensimmäistä kehittämisspilottia koskien CRM-järjestelmää, jonka avulla tiedot saataisiin koottua yhteen asetusten mukaiseen järjestelmään.

Pilotti aloitettiin johtoryhmän päätöksellä huhtikuussa 2018. (Accountor enterprise solutions 2018.) CRM-pilotin tarkoitus on johtaa varsinaiseen järjestelmän käyttöönottoon, mikäli mitkään seikat eivät estä varsinaisen projektin käynnistymistä. (Oksanen 2010,32.)

Pilotin aikana muun muassa Hänninen (2018, 8) tutki Xamkin CRM-järjestelmän käyttöönottoon liittyviä haasteita opinnäytetyössään, jonka tuotoksena syntyi kuva siitä, miten Xamkin henkilökunta kokee työssään nykyiset järjestelmät ja heidän valmiuttaan uuden järjestelmän vastaanottoon. Hännisen (2018, 27) tutkimustulosten perusteella voitiin todeta, että tyytymättömyyttä nykyisiin järjestelmiin, sekä muutosvastarintaa uutta järjestelmää kohtaan oli selvästi havaittavissa.

Pilotin jälkeen varsinainen hanke käynnistyi toukokuussa 2020 ja kansallisen koulutuksen arviointikeskuksen Xamkille toteuttamassaan auditoinnissa vuodelta 2021 todettiin, että asiakkuuksienhallinnan kehittäminen on kesken ja Xamkin aluekehitystyö on osin hajanaista ja pirstaleista. Auditointiryhmä suosittelee asiakkuuksienhallinnan kehittämistyön jatkamista aluekehityksen vaikuttavuuden lisäämiseksi. (Kansallinen koulutuksen arviointikeskus 2021.) Auditoinnissa esille tullut kehittämiskohde sai aikaan sen, että CRM-järjestelmän kehittämistä jatkettiin ja sen kehittäminen koettiin tärkeäksi.

CRM-järjestelmän käyttöönottoa ammattikorkeakouluissa ovat tutkineet Savolainen (2020) ja Hänninen (2018) opinnäytetöissään. Lisäksi Suutari (2019) on tutkinut diplomityössään CRM-järjestelmän pilottiprojektia yliopistojen käyttöön ja Wickholm-Jansson (2018) opinnäytetyössään CRM-järjestelmän hyödyntämistä ammattioppilaitoksen myynnin johtamisessa. CRM opetusympäristössä ei ole siis vieras käsite aiempien tutkimustenkaan valossa.

## **5 KEHITTÄMISHANKKEEN TOTEUTUS**

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää nykyistä Microsoft Dynamics 365 (CRM) asiakkuuksien hallintajärjestelmää vastaamaan paremmin Xamkin opetushenkilöstön tarpeita. Nykyisen järjestelmän käyttö oli vähäistä, tiedot olivat osin puutteellisia ja itse järjestelmä koettiin monimutkaisena. Tavoitteenani oli

löytää ratkaisuja helpottamaan ja tehostamaan CRM:n käyttöä, jotta se otettaisiin laajemmin hyötykäyttöön Xamkin sisällä.

Kehittämishankkeeni alkoi yhteydenotolla koulutusjohtajiin sekä koulutusala-johtajiin. Lähestyin heitä sähköpostitse, jossa kerroin kehittämishankkeestani ja kutsuin heidät TEAMS-tapaamiseen, jonka tarkoituksena oli yhdessä heidän kanssaan pohtia, mitä toiveita heillä on CRM:n käytön helpottamiseksi ja tehostamiseksi. Sähköpostiin liitin mukaan muun muassa kuvan 7, mistä kaikista eri näkökulmista tehtyjä opetusyhteistöitä voi CRM-järjestelmästä seurata.



Kuva 7. Yhteistöiden seurantomahdollisuudet opetukseen liittyvien suodattimien avulla

Teams-tapaamisen avulla kartoitin yhdessä johtajien kanssa CRM-ohjelmiston nykytilaa sekä heidän toiveitaan ja tarpeitaan ohjelmiston kehittämiseksi. Kosimme nämä toiveet ja tarpeet Miro-vaikotaulua hyödyntäen. Tapaamiseen osallistui 7/17 johtajaa.



*tiedot tallentaisin. Ja ketkä tämän jälkeen voisivat ko. yritykseen yhteydessä ja missä asioissa? (En siis halua aiheuttaa turhaa spämmiä yrityskontakteilleni)*

*"En tiedä mikä on CRM"*

*"En tunne sisältöjä tai käyttötarkoitusta"*

*"Lisäksi kun kuulee paljon, että on hankala käyttää niin kynnys käyttöön kasvaa"*

*"En tarvitse CRM:ää ja luulen ettei kukaan opetustason henkilö sitä tarvitsisi. Kyseessä on systeemi, jolla halutaan tehdä Xamkin työelämäyhteistyötä näkyväksi ja se palvelee johdon sidosryhmäyhteistyötä"*

*"Ei ole perehdytetty/ ei ole selkeitä esimerkkejä hyödyistä. Turhia tietojärjestelmiä on paljon ja tällä hetkellä tämä ainakin tuntuu yhdeltä niistä."*

*"Kirjaaminen vie aikaa, mitä minulle ei ole yhtään ylimääräistä"*

Ne vastaajat (vähemmistö), jotka ohjelmistoa käyttivät, kertoivat hyödyntävänsä sitä yhteistyöyritysten hakuun ja niiden ylös kirjaamiseen, mahdollisten yhteistöiden yhteystietojen hakemiseen sekä opiskelijatapahtumien kirjaamiseen.

*"Osittain haen yhteystietoja yritys yhteistyöhön"*

*"Yhteydenottoihin yhteistyöstä opintojaksoilla"*

*"Kirjaan ylös toteutuneita työelämäyhteyksiä"*

*"Jos en löydä jonkun puhelinnumeroa XAMK-luettelosta..."*

*"Kirjaan sinne tapahtumia kerran pari vuodessa"*

*"Vähän tiedon hakuun"*



**Mikäli CRM-ohjelmistoa ei käytetä niin mistä tarvittavat työelämäyhteistyitä koskevia tietoja saadaan:**

Vastajaat kertoivat hakevansa tietoa omista verkostoistaan, kollegoilta, internetistä/sosiaalisesta mediasta, opiskelijoilta ja messuilta.

*”Seuraamalla ympäristöäni, alumnit, yritykset, opiskelijat, kollegat, media, järjestöt...”*

*”Pitämällä yhteyttä sidosryhmiin puhelimitse ja tapaamalla heitä kasvotusten. Tämä on osa jokapäiväistä kanssakäymistä omien kontaktieni kanssa. Esimerkiksi messuvierailut ja tutustumiskäynnit ovat tässä mielessä erittäin tärkeitä tilaisuuksia”*

*”Opiskelijaohjauksissa ja harjoitteluissa tms. tulleita kontakteja”*

*”LinkedIn ja muu some toimii myös hyvin”*

**Minkälaisia sidosryhmätietoja tarvitaan työn tueksi:**

Vastajaat toivoivat sidosryhmätiedoista löytyvän yhteystietoja, opetusyhteistyöhön liittyviä tietoja (harjoittelupaikat, opinnäytetyöpaikat, opiskelijaprojektit), yritysten kanssa tehty yhteistyö sekä alumnitietoja.

*”Yhteystiedot yrityksiin, joiden kanssa teemme yhteistyötä”*

*” Yhteystietoja, puhelinnumeroita, yhteyshenkilöitä”*

*” Mahdolliset oman alan yritysten tarve opiskelijaprojekteille/opinnäytetyölle/yhteistyölle”*

*”Millaista toimintaa yritys tekee. Mihin heillä on mahdollisesti kiinnostusta. Mitä heidän kanssaan on aiemmin tehty”*

*”Esimerkiksi Alumni-rekisteri olisi hyvä olla yhteistyön käynnistämiseksi”*

*"Luennoitsijoita aiheista, työelämäyhteistyöhön halukkaita yrityksiä/yhteyshenkilöitä"*

### **Miten järjestelmää tulisi kehittää:**

Vastaajat toivoivat CRM-ohjelmistosta löytyvän tarkempaa tietoa alumneista, selkeitä visuaalisia näkymiä järjestelmästä löytyvästä tiedosta sekä ohjeistusta. Vastaajat toivoivat ohjelmiston olevan helppokäyttöisempi ja toimivampi.

*"Alumnit hyviä luennoitsijoita, joten listaus heistä voisi kiinnostaa"*

*"Rekisteriä, josta löytyisi halukkaat yhteistyöhön valmistumisen jälkeen"*

*".. minkä alan, missä työskentelee, missä asemassa.."*

*"Kuvat, videot ja visuaaliset kuvaukset auttavat hahmottamaan"*

*"Erittäin yksinkertaiset käyttöohjeet"*

*"Perehdytystä aiheeseen. Yksinkertaiset ohjeet. Tietoa käytöstä ja käytön hyödyistä todellisuudesta"*

*"Kaikki täyttää, käytäntö käyttöön!"*

## **5.2 Kehittämishankkeen tulokset**

Kyselyn vastauksista voi siis päätellä, että CRM-järjestelmän käyttöaste on heikko, eikä siitä ei nähdä olevan hyötyä työssä. Osa vastaajista koki myös, että järjestelmää ei osata käyttää, jonka vuoksi sitä ei myöskään osata työssä hyödyntää. Järjestelmästä toivottiin saatavan konkreettista tukea esimerkiksi sidosryhmien kanssa tehtävään yhteistyöhön, kuten tietoa harjoittelupaikoista, opinnäytetöistä sekä opiskelijaprojekteista. Myös tietoa alumneista kaivattiin. Eli tietoa jo valmistuneista opiskelijoista ja onko heitä mahdollisuus hyödyntää jatkossa edellä mainittuihin yhteistöihin sekä vieraileviksi luennoitsijoiksi. Kyselyn vastanneet toivoivat järjestelmän enemmän kohtaavan arjen työn kanssa ja olevan sitä tukeva työväline.

Kyselyn tuloksista ilmeni siis tarve sille, miten järjestelmää käytetään ja miten siellä jo olevaa tietoa voidaan helpommin hyödyntää. CRM-järjestelmässä olevia koontinäyttönäkymiä ei ollut osattu hyödyntää tiedon näkyväksi saattamiseksi, koska niitä ei ollut järjestelmään juurikaan rakennettu.

Tähän tarpeeseen lähdin vastaamaan luomalla järjestelmään koontinäyttöjä, joiden avulla järjestelmässä olevaa tietoa voidaan esittää kootusti ja visuaalisesti. Tietojen tarkastelu ja kokonaiskuvan hahmottaminen on koontinäyttöjen avulla helpompaa, ja muun muassa mahdollisia yhteistyökumppaneita on helppompaa löytää jo olemassa olevien yhteistyökumppaneiden joukosta. Koontinäyttöihin loin näkymät erikseen jokaiselle koulutusosalalle.

Xamkin Koontinäytöt sisältävät muun muassa seuraavia asioita:

- Opetusta koskevat yhteistyöt organisaatioittain, eli kuinka paljon ja minkä organisaation kanssa on tehty yhteistöitä
- Valmistuneiden määrät koulutusohjelmien ja valmistumisvuosien mukaan
- Yhteistöiden määrät koulutusaloittain

Rakentamani Xamkin koontinäytöt sisältävät organisaation omaan käyttöön tarkoitettuja tietoja, jonka takia käytän esimerkkinä Microsoftin omaa demokuvaa koontinäytöstä (kuva 6). Koontinäyttöjen käytöstä tein lisäksi ohjevideoita Xamkin intraan kaikkien CRM-järjestelmää käyttävien saataville. Ohjeiden tarkoituksena oli helpottaa järjestelmän käyttäjiä saamaan tietoa siitä, miten koontinäytöt toimivat ja miten niiden toiminnallisia ominaisuuksia käytetään. Esimerkiksi, kuinka koontinäytöissä olevia tietoja voi tutkia tarkemmin ja kuinka voi luoda oman näkymän järjestelmästä löytyvistä tiedoista.

## **6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA**

Kehittämistehtävän tavoitteena oli selvittää, mitä haasteita CRM-järjestelmässä oli ja miten tehdä järjestelmästä selkeämpi ja tehokkaampi työskentelyväline hyötykäytöksi, ei työtä kuormittavaksi. Tarkoitus oli myös helpottaa järjestelmän käyttöä, jotta käyttäjä löytää tarvitsemansa tiedot helpommin ja nopeammin.

Kehittämistehtävän toteutin kvalitatiivisena tutkimuksena, koska kehittämistehtävä oli suunnattu tarkoin valitulle joukolle Xamkin johdolle ja opetushenkilöstölle. Toteutin tutkimuksen verkon yli Webropol-kyselyllä (liite 1) ja Teams-keskustelun avulla, koska henkilöstö on hajautunutta (Xamk toimii neljällä kampuksella). Pääpaino oli koulutusjohtajien ja koulutusalojohtajien tarpeiden kartoittamisessa, koska niin kuin teoriaosuudessaakin mainitaan, yhtenä tärkeänä elementtinä CRM-järjestelmän kehittämistyössä on johdon sitouttaminen.

Kyselyyn vastaajien osuus oli mielestäni aika heikko, johtuen varmasti osittain siitä, että henkilöstöllä on paljon erilaisia järjestelmiä työssään ja henkilöstö saattoi kokea, että taas uusi pakollinen järjestelmä otetaan käyttöön ja sille ei ole resursoitu työaikaa eikä sen käytön hyötyjä tunneta. Lisäksi oma tiivis aikatauluni kehittämishankkeen toteutukselle saattoi vaikuttaa kyselyyn vastaajien määrään.

Tulosten oikeellisuutta pohtiessani koin, että sain oikeellista ja rehellistä vastausmateriaalia. Tähän osaltaan voi vaikuttaa se, että kysely tehtiin anonyymina, joka voi kannustaa kirjoittamaan rohkeasti suodattamatontakin tekstiä. Tähän myös vastaajia kannustin. Teams-keskustelua varten olin teemoittanut CRM-järjestelmän kehittämistä koskevat kysymykset valmiiksi Miro-valkotaululle (kuva 8) ja lähetin kysymykset ja alustuksen aiheeseen ennakkoon sähköpostitse. Näin ollen järjestelmään tutustumatonkin pääsi miettimään ennen Teams-tapaamista, mistä järjestelmän sisältä löytyvistä tiedoista mahdollista voisi olla hyötyä ja miten haluaisi järjestelmän kehittyvän toimivammaksi.

Kehittämistehtävä eteni vastausten perusteella toteutukseen ja lähdin vastaamaan tarpeeseen luomalla koontinäyttöjä ja ohjeistuksia käytön tueksi. Loin koontinäytöt jokaiselle koulutusalueelle, jotta jokainen löytäisi omaa koulutusalaansa vastaavat tiedot helposti ja saisi tallennettua haluamansa koontinäytönäkymän aloitussivulleen. Näkymien rakentamisen apuna käytin paljon internetistä löytyviä ohjeita ja sain apua myös CRM yhteistyökonsulttiyhtiöltä niiden tekoon.

Kehittämishankkeen aikana opin paljon itse CRM-järjestelmästä ja miten sen jatkuva kehittäminen on tärkeää, vaikka osin hidastakin. Isossa organisaatiossa asiat tapahtuvat hitaasti ja kaikkien toiveita on mahdotonta kuunnella.

Yritin omalta osaltani koota järjestelmästä löytyvät opetusyhteistyötä koskevat tiedot helpommin kaikkien nähtäville ja hyödyksi. Xamkin käyttämästä järjestelmästä löytyy toki paljon muitakin, kuin opetusta koskevia tietoja, joten kehittämistyötä on paljon jäljellä. Kehittämishanke sai aikaan paljon keskustelua järjestelmän ympärillä ja järjestelmä tuli ainakin nimenä tutuksi niillekin, jotka eivät olleet siitä aikaisemmin kuulleet.

Jotta henkilöstö ottaisi järjestelmän aktiiviseen käyttöön, sen pitäisi tuoda jostain konkreettista hyötyä Xamkille. Esimerkiksi järjestelmästä voisi löytää uusia yhteistyöorganisaatioita luennoitsijoiksi, opetusprojektien tarjoajiksi tai opinnäytetyöpaikkojen tarjoajiksi. Kun joku edellä mainituista toteutuu, niin ”puskaradio” voi lähteä henkilöstön keskuudessa kiertämään, jolloin järjestelmän käyttö voisi lisääntyä. Lisäksi vastauksista kävi ilmi, että kaikilla ei ollut tarvittavaa käyttölisenssiä CRM-järjestelmään, joten niiden lisääminen asianosaisille on ehdottoman tärkeää. CRM-järjestelmän käyttöön olisi myös tärkeää saada varata työaika, jolloin siitä pääsisi kehittymään toimiva työkalu arjen työn tueksi.

## LÄHTEET

Accountor enterprise solutions. 2018. XAMK Kaakkois-Suomen amk CRM-koulutus #1. Organisaation sisäinen PowerPoint-tiedosto.

Ammattikorkeakoulujen TKI-toiminta. 2021. Mikä ihmeen TKI? WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://tki.fi/> [viitattu 21.3.2023].

Buttle F. & Maklan S. 2015. Customer relationship management; concepts and technologies, 3. painos. Abingdon: Routledge.

Cawley, C. 2023. 51CRM Statistics 2023. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://tech.co/crm-software/crm-statistics> [viitattu 17.11.2023].

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2014. Tutki ja kirjoita. 19. painos. Helsinki: Tammi.

Hänninen, H. 2018 Henkilöstön sitouttaminen CRM-järjestelmän käyttöönotossa. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Liiketalous- Digitaalinen liiketoiminta. Opinnäyte. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2018111817370> [viitattu 6.3.2023].

Kansallinen koulutuksen arviointikeskus. 2021. Xamk-ammattikorkeakoulun auditointi. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.karvi.fi/fi/arviointit/korkeakoulutus/korkeakoulujen-auditoinnit-2018-2024/xamk-ammattikorkeakoulun-auditointi-2021> [viitattu 6.3.2023].

Liebowitz, J. 2014. Business Analytics An Introduction. Boca Raton: CRC Press.

Mattinen, H. 2006. Asiakkuusosaaminen- Kuuntele asiakastasi. Helsinki: Talentum.

Microsoft. 2023a. Mikä on CRM-ohjelmisto. WWW-dokumentti. Saatavissa: [Hyödynnä kaikki CRM-ohjelmistosi mahdollisuudet | Microsoft Dynamics 365](https://dynamics.microsoft.com/fi-fi/microsoft-dynamics-365/what-is-crm/) [viitattu 21.2.2023].

Microsoft 2023b. Sinulle sopivia ratkaisuja, ei toisin päin. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://dynamics.microsoft.com/fi-fi> [viitattu 14.03.2023].

Microsoft 2023c. Oman edistymisen seuraaminen kaavioilla ja koontinäytöillä. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://learn.microsoft.com/fi-fi/power-apps/user/track-your-progress-with-dashboard-and-charts?context=%2Fdynamics365%2Fcontext%2Fsales-context> [viitattu 18.11.2023].

Microsoft 365 Team. 2019. Liiketoiminta-analytiikan hyödyt. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.microsoft.com/fi-fi/microsoft-365/business-insights-ideas/resources/benefits-of-business-analytics> [viitattu 30.3.2023].

Mäntyneva, M. 2001. Asiakkuudenhallinta. 1. painos. Helsinki: WSOY.

Oksanen, T. 2010. CRM ja muutoksen tuska – Asiakkuudet Haltuun. Helsinki: Talentum.

Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus.

Savolainen, A. 2020 Asiakkuudenhallintajärjestelmän käyttöönotto. Savonia-ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-202004034432> [viitattu 24.3.2023].

Selin, E., Selin J. 2013. Kaikki on kiinni asiakkaasta. 2. uudistettu painos. Espoo: Hansaprint Oy.

Severa. 2020. Mikä on CRM-järjestelmä ja kuinka hyödynnät sitä asiantuntijaorganisaatiossa? WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://severa.fi/materiaalit/mika-on-crm-jarjestelma> [viitattu 18.11.2023].

Suutari, J. 2019. Asiakashallinnan prosessit ja käytänteet tutkimusorganisaatiossa. Oulun yliopisto. Teknillinen tiedekunta. Diplomityö. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:oulu-201905292229> [viitattu 24.3.2023].

Tietosuojavaltuutetun toimisto. 2018. Usein kysyttyä EU:n tietosuojasetuksesta. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://tietosuoja.fi/gdpr> [viitattu 6.3.2023].

Toikko, T & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. 3. korjattu painos. Tampere: Tampereen yliopistopaino. E-kirja. Saatavissa: [https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/100802/Toikko\\_Rantanen\\_Tutkimuksellinen\\_kehittamistoiminta.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/100802/Toikko_Rantanen_Tutkimuksellinen_kehittamistoiminta.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [viitattu 10.11.2023].

Wickholm-Jansson, F. 2018. CRM-järjestelmän hyödyntäminen myynnin johtamisessa. Turun ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201802062064> [viitattu 24.3.2023].

Xamk s.a.a. Tutkimus ja kehitys. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.xamk.fi/tutkimus-ja-kehitystoiminta/> [viitattu 21.3.2023].

Xamk s.a.b. Xentre. Yrittäjyyden ja innovaatioiden tutkimus- ja koulutusyksikkö. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.xamk.fi/koulutus/xentre-2> [viitattu 18.11.2023].

Xamk 2022a. Xamkin avainluvut. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.xamk.fi/xamk/xamkin-avainluvut>[viitattu 21.3.2023].

Xamk 2022b. Organisaatio ja hallinto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.xamk.fi/xamk/organisaatio-ja-hallinto> [viitattu 18.11.2023].

Xamk 2023. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun, Xamkin yhteystietojen hakupalvelu. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://xamk.yhteystiedot.fi> [viitattu 22.2.2023].

## **Webropol-kysele opetushenkilöstölle**

### CRM LEHTOREIDEN TARPEISIIN

Nykyinen CRM-järjestelmä on hieman sekava ja saattaa tulla mieleen "puhelinluettelo", josta on hankala löytää tarvitsemiaan tietoja tukemaan omaa opetustyötä. Yritän tuottaa ratkaisuja (koontinäyttöjä, näkymiä, ohjeistuksia yms.), jotka helpottavat löytämään nämä tiedot nykyisen järjestelmän hieman kankeasta käyttöliittymästä huolimatta.

Ihmeisiin en pysty, mutta yritän tarjota edes pientä apua nykyisen järjestelmän ongelmakohtiin! Vastaamalla tähän kyselyyn voit vaikuttaa ja parhaassa tapauksessa" hyötyä CRM:stä tehokkaammin oman työn tukena ja saada mm. sidosryhmien kanssa tehtävistä yhteistöistä enemmän irti ja ennen kaikkea saattaa tiedot näkyviksi muille ja muidenkin hyötykäyttöön!

#### **1. Käytätkö tällä hetkellä CRM:ää työssäsi?**

En käytä, miksi?

Mistä saat työelämäyhteistöitä ja sidosryhmiä koskevat tiedot, jos et CRM:stä?

Käytän, mihin?

#### **2. Millaisia sidosryhmätietoja tarvitset työsi tueksi?**

#### **3. Millaista muuta tietoa tarvitset/toivot CRM:stä? Alumneista?**

Yhteistöistä? Kuinka yksityiskohtaista/seurattava ajanjakso?

Muuta, mitä?

#### **4. Millaisia rautalankaohjeistuksia haluaisit järjestelmän käytöstä?**



## 5. CRM järjestelmä tarpeisiinne?

Mikä nykyisessä CRM:ssä tökkii/ei toimi?

Millainen olisi unelmien CRM?

## 6. VAPAA SANA!!

KEHITYSIDEAT/ILOT/PURNAUKSET YMS!!

Kiitos kun vastasit ja tietoja hyödynnän CRM-ratkaisujen toteutuksessa. Saat myös nostaa joitain vastauksia opinnäytetyöni tutkimuksen raportissa. Kysely on anonymi, eli rohkeasti vaan "suodattamattakin" tekstiä mukaan

Suljen kyselyn linkin 2.4.2023, jonka jälkeen käärin "hihat" ja rupean rakennushommiin!