

Digitaalisen ratkaisun kehittäminen osaksi yrityksen liiketoimintaa.

Faruk Zahir

Opinnäytetyö

Liiketalouden koulutusohjelma

2015



Koulutusohjelma

<p>Tekijä tai tekijät Faruk Zahir.</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2013</p>
<p>Raportin nimi Digitaalisen ratkaisun kehittäminen osaksi liiketoimintaa</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 12 + 1</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Merkitse tähän opintojakson opettajan tai opettajien tai opinnäytetyön ohjaajan tai ohjaajien nimet peräkkäin. Kirjoita etunimi ennen sukunimeä.</p>	
<p>Tämä raportti selostaa digitaalisen ratkaisun kehittämistä osaksi kuluttaja-asiakkaille palvelujaan myyvän yrityksen liiketoimintaa. Liike-elämän rakennemuutokset luovat tarvetta uusille, innovatiivisille ratkaisuille ja digitaalisten ratkaisujen tuottajille riittä kysyntää. Valmistavan teollisuuden häviäminen luo nuorille opiskelijoille paineita pyrkiä työllistämään itsensä yrittäjänä, joka tuottaa uusia, innovatiivisia asiantuntijuuteen pohjautuvia ratkaisuja. Uusien digitaalisten ratkaisujen luominen edellyttää visiota, ideointia ja tietoteknistä osaamista. Raportin laatija edustaa visioivaa ja ideoivaa osapuolta ja selostaa tässä raportissa käytännön esimerkin siitä, kuinka abstrakti idea viedään konkreettiseen maailmaan, liike-elämän tarpeisiin muovattuna.</p> <p>Raportin tekijä myös ottaa kantaa itse raportoinnin merkitykseen ja ammattikorkeakoulun edellyttämän raportointimallin hyötyihin itse kehitystyön ja henkilökohtaisen ammatillisen kehittymisen välineenä.</p>	
<p>Asiasanat Tulevaisuuden liiketoiminta. Digitaaliset ratkaisut. Visio. Yrittäjähenkisyys</p>	

Degree programme

Authors	Group or year of entry
The title of thesis	Number of report pages and attachment pages
Advisor(s)	
<p>Include English abstract in Thesis reports.</p> <p>If English abstract is not required in other reports delete this page.</p>	
Key words	

Sisällys

1 Johdanto	1
1.1 Toimeksiantaja	1
1.2 Tavoitteet.....	2
2 Asiakslähtöisyys	2
3 Arvon tuottaminen.....	4
4 Teorian yhteenveto	5
5 Produkti.....	7
5.1 Tekijän ja projektin taustat.....	7
5.2 Produktin toteutus ja aikataulu.....	9
5.3 Pikapalaute -sovellus	12
6 Johtopäätökset.....	12
6.1 Kehittämisen- ja jatkotutkimusehdotukset	12
6.2 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi	12
Lähteet.....	14

1 Johdanto

Liike-elämä, yhteiskunnan rakenteet, sosiaaliset yhteisöt, koko kanssakäymisemme muiden ihmisten kanssa on suuren murroksen edessä. Internetin ja kosketusnäyttöisten näyttöpäätteiden tekninen ja sisällöllinen kehitys on juosten ohittanut meille entuudestaan tutut yhteiskunnan ja liike-elämän rakenteet. Paperisten asiakirjojen tuottaminen ei ole enää kannattavaa, tämä on korvattavissa digitaalisella ratkaisulla ja siihen tuotetulla sisällöllä, joka tuo mukanaan säästöjä sisällön tuottamisen ja kuluttamisen osalta. Kerran tuotettu sisältö voidaan digitaalisesti monistaa käytettäväksi eri laitteilla ja näyttöpäätteillä. Digitalisaatioon sopeutuminen on perinteikkäiden, suurtenkin yritysten elinehto.

Internet on tuonut mukanaan uuden ilmiön, sosiaalinen media. Sosiaalinen media on antanut ihmisten, asiakkaiden mielipiteille uuden merkityksen. Nykypäivän kuluttaja-asiakas ei ole enää yrityksen asiantuntevuudesta riippuva ostaja, vaan mielipiteen omaava itsenäinen tekijä, joka kykenee tutkimaan yrityksen tuotteita ja palvelutarjoamaa sekä jakamaan mielipiteitä missä tahansa, milloin tahansa. Tämä tuo yritykselle tarpeen luoda asiakkaille virallinen, yrityksen hallitsema kanava, jossa mielipiteen ilmaiseminen on yrityksen ohjaamaa ja sopii yrityksen valtakunnallisesti sekä paikallisesti toteutettaviin strategisiin linjauksiin. Tämä produktio kertoo kosketusnäyttöpäätteisiin, eli ”tabeihin” perustuvan sovelluksen kehitystyöstä ja haasteista kehittämisen sekä toimeenpanemisen parissa.

1.1 Toimeksiantaja

Tässä selostettavan projektin toimeksiantajana toimii projektin tuottajan oma yritys, Tmi ZahirSovellutus. Yritys perustettiin keväällä 2014 vastaamaan digitalisoinnin kasvavaan tarpeeseen. Yrityksen tehtävä on tuottaa myynti- markkinointi ja johtamiseen perustuvaa kokemusta ja näkemystä konkreettisten, digitaalisten ratkaisujen muodossa. Yrityksen tämänhetkinen päätuote on Pikapalaute –sovellus, joka on toteutettu Lähitaipiola Pääkaupunkiseudun alueyhtiölle yhteistyössä ohjelmointiin erikoistuneen yhteistyökumppanin kanssa.

1.2 Tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tavoite on selventää (luovuuteen) perustuvan digitaalisen – ratkaisun kehitystyön eri vaiheet sekä lopputuloksena syntynyt Pikapalaute –palvelu, jonka tehtävä on luoda lisäarvoa yrityksen myynti- ja asiakaspalvelu henkilöstölle, esimiehille, asiakkaille ja tätä kautta koko yritykselle.

2 Asiakslähtöisyys

Palvelun ja idean tuotteistamiseen liittyy usein monia haasteita. Haasteet voivat johtua resursseista, osaamisesta, myyntitaidoista, asiakkaan maksukyvyistä tai organisaatioon liittyvistä haasteista. Tekesin julkaisemassa oppaassa käsitellään asiaa seuraavalla tavalla:

Yrityksen nykyisten palvelujen määrittäminen ja arviointi on kehitystyön lähtökohta. Nykyisten ja uusien palvelujen kehitystyö aloitetaan vertaamalla tilannetta yrityksen strategiaan ja tavoitteisiin. Tätä toimintamallia käytetään nykyisten ja uusien palvelujen kannattavuuden määrittämisessä. Soveltuvuutta, tarvetta ja mahdollisia uhkia kannattaa arvioida yksilöllisesti sekä kokonaisuutena. Riittävä toimintaympäristön tuntemus toimii ratkaisevana tekijänä toteutuksen onnistumisessa. Palvelun kehitystyö määrittäyty sisällön ja toteutuksen täsmentämisellä ja järjeistämällä yhteensopivaksi yrityksen strategisten päämäärien kanssa. Tiettyjen osien vakiointi ja standardisointi mahdollistaa palvelun monistamisen ja myynnin useammalle asiakkaille. Luomalla palvelulle pohja luodaan säästöjä sillä tämä takaa palveluntuottajalle paremman lähtötilanteen, jossa palvelun luomista ei tarvitse aloittaa täysin tyhjästä. Tehokkuuden painottaminen ja standardisointi tekee palveluntuottamisesta ja kehitystyöstä kannattavampaa. Onnistumista mitataan ennalta sovitulla indikaattoreilla, joita seurataan ja analysoidaan tasaisin väliajoin. Palvelun hinnan määrittäminen ja selkeä viestintä ovat osa palvelun, sillä kehitystyössä on otettava myös huomioon palvelun lanseeraus markkinoilla. (Jaakkola E, Orava M & Varjonen V. 2009, 39.)

Uusien palvelujen markkinoinnin läpivieminen tulisi olla järjestelmällistä ja aktiivista. Tavoitteisiin ja mahdollisiin keinoihin pohjautuva myynti- ja markkinointi –ohjelma

edesauttaa projektin onnistumista. Palvelun pilotointi on vasta projektin alkua, sillä palvelu siirtyy käytäntöön pilotointivaiheen päätyttyä. Käytäntöön siirryttyään tulisi palvelun tarpeellisuuden ja onnistumisen analysointia silti jatkaa. Jatkuva matalan volyymin palvelujen kehitystyö pitää palvelut ajantasaisena muuttuvassa maailmassa. Asiakkaiden antama palaute toimii hyvänä lähtökohtana kehitystyölle. Yrityksen on tärkeää kehittää järjestelmä ulkoisen ja sisäisen informaation keräämistä varten. Ulkoisella informaatiolla tarkoitetaan tietoa kilpailijoista ja toimintaympäristöstä. Sisäisellä informaatiolla tarkoitetaan yrityksen sisäistä tietoa esimerkiksi projekteista ja niiden tuloksista sekä vaikutuksista. Oikealla ulkoisten ja sisäisten tekijöiden ymmärryksellä pystyy yritys varmistamaan paikkansa eturivistä., asiakaskeskeisenä ja muutoksiin nopeasti reagoivana organisaationa. (Jaakkola E, Orava M & Varjonen V. 2009, 39.)

Taloudellisesti onnistunut ja kustannustehokas prosessi tuotteesta palveluksi tarkoittaa useimmiten laaja-alaisia muutoksia yrityksessä. Tämä tuo haasteita projektin yhtenäisyyteen ja tasalaatuisuuteen, sillä sen on pysyttävä kasassa, kun koko organisaatio kokee muutoksia. Yritysten sisäisten järjestelmien olisi hyvä pitää sisällään valmiudet tuleviin muutoksiin, jotta niillä voidaan seurata palvelujen tuotteistamisen taloudellista menestymistä. Jatkuva osaamisen kehittäminen organisaation sisällä pitää yrityksen virkeänä ja valmiina toimintaympäristössä tapahtuviin muutoksiin. Uusien palvelujen ja järjestelmien asianmukainen kouluttaminen henkilöstölle takaa tehokkaamman ja asiakaslähtöisemmän toiminnan perusedellytykset. (Jaakkola E, Orava M & Varjonen V. 2009, 39.)

Henkilöstöön liittyvät tekijät muodostuvat suurimmaksi haasteeksi uusien palvelumallien ja niiden tuotteistamisen läpiviemisessä. Palvelun standardisoiminen osaksi koko valikoimaa edellyttää jatkuvaa tiedon arkistointia ja analysointia, joka monesta työntekijästä ja päättäjistä voi tuntua raskaalta ja epämiellyttävältä, mutta nämä ovat juuri niitä toimenpiteitä, joilla voidaan mitata projektin toteutumista, etenemistä, tuloksia ja niiden suhdetta kustannuksiin. Organisaatiossa työskentelevät erikoisosajat voivat tuntea uusien palvelujen läpiviemisen, tuotteistamisen ja mittaamisen turhana, koska he kokevat hallitsevansa kaiken tähän liittyvän konkreettisella tasolla ja kykenevät omaan erikoisosaamiseen ja asiantuntijuuteensa perustuen arvioimaan ympäristön ja tarvittavat toi-

menpiteet ilman edellä mainittua tietojen arkistointia ja analysointia. Jos yhden asiantuntijan kehittämä palvelumalli tuotteistetaan ja systematisoidaan, tulee tästä koko yrityksen omaisuutta ja vahvasti yhteen asiantuntijaan kiinnittynyt tapa tuottaa palvelua siirtyä koko yrityksen yleiseen palveluvalikoimaan. Näiden muutosten läpivienti vaatii runsaasti aikaa ja henkilöstön sitoutumista yhteiseen tavoitteeseen palveluvalikoiman muuttamisessa ja kehittämisessä. (Jaakkola E, Orava M & Varjonen V. 2009, 39.)

3 Arvon tuottaminen

Asiakasperäisen innovaation tulisi olla jokaisen nykypäiväisen palvelun ja tuotteen lähtökohta. Asiakslähtöisellä ajattelulla varmistetaan, että tuote tuottaa täyden potentiaalin mukaan lisäarvoa asiakkaalle aina pienistä yksityiskohdista alkaen

Asiakaskeskeinen ajattelu teki tulonsa Suomeen 1980-luvulla. Yritykset alkoivat panostamaan asiakaspalveluunsa ja pitämään asiakaskohtauksia aiempaa tärkeämpänä tehtävänä. Tässä tehtävässä onnistumista mitattiin asiakaskyselyillä ja asiakkaiden jättämällä palautteella. Asiakaskeskeisen ajattelun perusajatteluksi muodostui asiakastarpeiden täyttämisen. (Arantola & Simone, 2009. 2)

1990-luvulle tultaessa alkoivat yritykset entistä vahvemmin painottamaan kannattavuutta, eli kustannusten suhdetta asiakkaan tuomiin tuottoihin. Ajattelun myötä alettiin karisimaan tietyistä asiakassuhteista, joita pidettiin kannattamattomana. Pyrittiin siis etsimään sopivaa välimuotoa asiakaskeskeisyyden ja kustannusajattelun väliltä. Olemassa oleviin asiakkuuksiin alettiin panostaa aikaisempaa enemmän sillä asiakkuuksien ylläpitäminen ja lisämyynnin tekeminen on yritykselle kustannustehokkaampaa kuin jatkuva uusasiakashankinta. Yrityksissä alettiin myös jakamaan asiakkaita eri osa-alueisiin, eli segmentoimaan, ja pohtimaan parhaita ratkaisuja jokaiselle eri asiakasryhmälle. (Arantola & Simone, 2009. 2)

Tämä päivänä yrityksissä vallitsevan ajattelun mukaan, kohdistaa yritys katseensa tuotteen lisäksi asiakkaaseen. Asiakkaan tarpeet ja mieltymykset pyritään ymmärtämään ja sisällyttämään jo tuotteiden ja palveluiden kehitysvaiheeseen. Yritykset keskittyvät en-

tistä enemmän lopputulokseen eli arvoon joka asiakkaalle tuotteen käyttämisestä syntyy. Perinteinen tuotokeskeinen ajattelu perustuu arvon syntymiseen omistuksen kautta; asiakas saa rahoillensa vastinetta ostamalla yrityksen tuotteen. Asiakaskeskeisen ajattelumallin mukaan asiakas ei osta yrityksen tuotetta sen teknisten tai muiden ominaisuuksien takia vaan saadakseen itselle tuotteen tai palvelun tuottaman lisäarvon, lopputuloksen. Arvo ei synny yksipuolisesti yrityksen luovuttaessa ja asiakkaan saadessa tuotteen tai palvelua, vaan yhdessä. Palveluissa tämä edellyttää asiakkaan ja yrityksen välistä interaktiivisuutta. Yrityksen tehtävä on myös pyytää asiakkailta palautetta tuotetusta lisäarvosta ja käyttää tätä jatkuvassa kehitystyössä. (Arantola & Simone, 2009. 2)

Palveluista puhuttaessa voidaan usein puhua myös tuotteista, sillä tuote voi olla tavara tai palvelu. Palveluja myyvä yritys myy tuotteita, kun se kykenee varmistamaan palvelun peruselementtien olevan aina samanlaisia, tällöin puhutaan tuoteliikeyrityksestä. Palveluyrityksen siirtyminen tuoteliikeyritykseen edellyttää yritykseltä kykyä vakioimaan ja monistamaan tarjottuja palveluita. (Arantola & Simone, 2009. 2)

4 Teorian yhteenveto

Molemmat esitetyistä käsitteistä koskettavat tätä produktia hyvin läheltä. Käsitteet kertovat asiakaslähtöisestä ajattelusta, siihen perustuvista tuotteista sekä palveluista ja palvelujen tuotteistamisesta. Asiakaslähtöisyyden merkitystä korostetaan ja painotetaan kannattavan liiketoiminnan luomista. Uusien palvelujen ja tuotteiden kehitystyön alkuvaiheessa tulisi huomata monta eri seikkaa, eli pelkkä asiakaslähtöisyys ei pitkälle kannata. Ratkaisujen tulee myös olla kustannustehokkaita, lisäarvoa luovia ja erinomaisen ratkaisun tulee olla monistettavissa, joka on palvelun tuotteistamisen ensimmäinen lähtökohhta. Palvelun tuotteistamiseen ja monistamiseen liittyy myös omat haasteensa, sillä se siirtää valtaa pois asiantuntijoilta koko organisaation käytettäväksi. Jos tilastojen kokoonpano ja muodostaminen visuaaliseksi powerpoint –esityksiksi voidaan automatisoida niin tästä työvaiheesta tulee koko organisaation omaisuutta, eikä asiantuntijan

työpanosta tarvita samassa määrin. Tämä voi aiheuttaa muutosvastarintaa ja edellyttää oikeita toimenpiteitä muutoksen läpiajamiseksi.

Käsitteissä puhutaan asiakaslähtöisyyden kehitystä 1980-luvulta kaikkiin asiakkaisiin panostavasta toimintamallista, joka pyrki täyttämään jokaisen asiakkaan tarpeet ja katsoi kaikkien asiakkaiden olevan yrityksen kannalta yhtä kannattavia. 1990-luvulle tultaessa yritykset alkoivat omaksumaan kustannusajattelun, jonka mukaan on kannattavampaa panostaa hyviin asiakkuuksiin, jotka luovat yritykselle merkittävämmän osan kassavirtaa. Tällä ajattelulla pyritään säästämään kustannuksissa, mutta myös pitämään kannattavammista asiakkaista kiinni. Ajattelun mukaan uusasiakashankinta on tärkeää, mutta myös kallista eikä kaikki uusasiakashankinnan aikaansaamat asiakkuudet välttämättä tuota toivottua kassavirtaa, jolla yritys kattaa omat kustannuksensa. Palvelun monistamisen ja tuotteistamisen kannalta on uusien palveluiden kehityksessä ja pilotoinnissa on jo alkuvaiheessa tärkeää huomioida isompi kuva yrityksen liiketoiminnasta. Paikallisesti kokeiltu palvelu voi toimia erinomaisesti, mutta monistaminen ja tuotteistaminen vaikeutuu merkittävästi, jos paikallisesti pilotoitu palvelu ei sovi yrityksen valtakunnalliseen strategiaan.

Käsitteissä peräänkuulutetaan toistuvasti asiakaslähtöisyyttä. Kehitysjanalle asetetaan muutos tuotelähtöisestä ajattelusta asiakaslähtöiseen, joka käytännössä tarkoittaa parempaa ymmärrystä asiakkaalle tuotettavasta lisäarvosta. Asiakas ei osta kameraa sen teknisten ominaisuuksien vuoksi, vaan ikuistaakseen hetkiä kuvaksi. Asiakas ei osta kuntosalijäsenyyttä sen tilojen ja laitteiden vuoksi, eikä edes kuntoilun vuoksi, vaan saadaakseen kuntoilun tuottamaa mielihyvää. Osa asiakkaista puolestaan saattaa ostaa kuntosalijäsenyyden sosiaalisen hyväksynnän vuoksi. Näiden tekijöiden ymmärtäminen on nykypäiväiselle yritykselle tärkeää. Palveluyritykselle kehittyminen edellyttää asiakkaan osallistumista ja asiakkaan tarpeiden ja mieltymysten toistuvaa huomioimista kehitystyössä.

5 Produkti

5.1 Tekijän ja projektin taustat

Projektin tuottajalla on kokemusta myynnistä, markkinoinnista, projektin johtamisesta ja kouluttamisesta 8 vuoden ajalta ja on aikaisemmin valmistunut merkonomiksi finanssialalle. Idea projektin toteuttamiseen on yhdistelmä tekijän edeltävää kokemusta, koulutusta sekä visio uudenlaisten, asiakkaalle lisäarvoa tuottavien ratkaisujen luomisesta.

Ideaan vaikuttaneiden työelämässä hankitun kokemuksen summassa yksi on ylivoimaisesti ylitse muiden, vakuutusedustajan tehtävät Lähitapiolalla. Vakuutusedustajan tehtäviin kuuluu Lähitapiolan edustajana toimiminen, asiakkaiden kontaktointi, uusasiakashankinta, laadukas tarvekartoitus ja asiakassuhteiden ylläpitäminen. Vakuutusedustaja toimii itsenäisenä yrittäjänä finanssialalla ja edustaa Lähitapiolaa sekä sen tuotteita ja palveluita.

Myyntitehtävissä finanssialalla korostuu luottamuksen ja analysoinnin tärkeys. Tuotteet ovat monimutkaisia ja vaativat syvää asiantuntemusta sekä asiakkaiden luottamusta yritykseen vastuullisena, asiakkaalle lisäarvoa luovana toimijana ja asiantuntevana kumppanina, joka hyvinä aikoina auttaa asiakasta menestymään ja vastoinkäymisissä auttaa asiakkaita selviämään elämän pienistä ja isoista taloudellisista haasteista. Analytiikka on asiakkaiden jatkuvasti muuttuviin tarpeisiin vastaamisen sekä yksittäisen työntekijän oman työn kehittämisen selkäranka. Syvä asiakastarpeiden ymmärrys antaa yritykselle työkalut kehittää entistä parempia tuotteita ja palveluita, jotka vastaavat asiakkaiden todellista tilannetta ja kykyä ostaa yrityksen tuotteita ja palveluita. Oman työn kehittämisessä analysointi tähtää tehokkuuteen. Tehokkuus tarkoittaa käytetyn ajan suhdetta tuottavuuteen ja tässä suhteessa menestymisen kaava on hyvin yksinkertainen: mitä pienempi käytetty aika ja mitä suurempi tuottavuus, sitä menestyneempi työntekijä.

Edustajan aika on rajallinen ja tuottavuus on toimenkuvan suurin haaste. Tuottavuus riippuu yksinomaan edustajan kyvystä solmia kauppoja asiakkaiden kanssa. Asiakkaan valmiuteen sopia kaupoista vaikuttaa ensisijaisesti luottamus edustajan asiantuntemuk-

seen ja tarkoitusperiin. Empiirisen havainnointimme mukaan, yksi luottamukseen vaikuttava tärkeä tekijä on asiakkaan verrannais- ja sidosryhmiin kuuluvien asiakkaiden mielipide ja suosittelut.

Liikeidean keskiössä on kosketusnäyttö, tai arkikielessä paremmin tunnettu ”tabi”, johon ohjelmoidulla ohjelmistolla, sovelluksella kerätään asiakkailta asiakaspalautetta välittömästi asiakaspalvelu- tai myyntitapahtuman jälkeen. Tämä tarkoittaa lyhyesti sanottuna datan keräämistä asiakkaiden mielipiteistä ja kokemuksista. Asiakaspalautteen kerääminen tehdään lyhyessä formaatissa ja asiakaspalautteen jättäminen edellyttää asiakkaalta lyhyen, vain noin 30 sekuntia kestävän toimenpiteen, jossa asiakas valitsee henkilön jonka kanssa on asioinut, jättää arvosanan asteikolla 1-10 ja halutessaan myös vapaamuotoisen palautteen.

Lähtökohtaisesti sovellus tuottaa lisäarvoa kolmelle eri osapuolelle: asiakaspalvelu- ja myyntihenkilöstön esimies, asiakaspalvelu- ja myyntihenkilö sekä asiakas itse. Esimiehelle sovellus tuottaa luotettavaa, kollektiivisesti kerättyä asiakasdataa ja näinollen paremman käsityksen asiakkaiden tyytyväisyydestä ja oman henkilöstön ammattitaidosta käytännön tasolla. Tämä antaa esimiehelle työkalun, jonka avulla hän voi seurata henkilöstönsä kehittymistä, antaa palautetta, motivoida ja järjestää asiakastyytyväisyyteen tähtäviä kampanjoita. Henkilöstölle sovellus antaa mahdollisuuden seurata omien asiakkaiden tyytyväisyyttä ja saada välitöntä, strukturoitua palautetta asiakkailta, joita on palvellut. Hyvän keskiarvon saanut myyjä voi myös käyttää saatua palautetta suositteluna myyntitilanteissa. Järjestelmä myös siis edesauttaa ansioituneiden myyjien työtä uusasiakashankinnassa. Asiakkaille sovellus luo lisäarvoa asiakaskeskeisyyden muodossa. Asiakasta halutaan kuunnella ja asiakkaalle tarjottavia palveluita halutaan kehittää. Asiakaspalautteen keräämisen tulisi kuitenkin olla asiakkaalle mahdollisimman helppoa ja yksinkertaista sillä omakohtaisen havainnointini mukaan asiakas ei koe yli minuutin kestävää asiakaspalautteeseen käytettävää aikainvestointia hintansa arvoisena.

5.2 Produktin toteutus ja aikataulu

Produktin ensimmäiset askeleet tuotannossa ideasta konkreettiseksi ratkaisuksi ajoittuvat loppuvuodelle 2013, jolloin otin ensimmäistä kertaa yhteyttä Haaga-Helia Startup – schoolin ohjaajaan, Tommo Koivusaloon. Esittelin Tommolle liikeideani, joka yhdistää nykypäiväisen teknologian, käytännön kokemuksen myynnin- markkinoinnin ja asiakasymmärryksen parissa sekä koulutuksen kautta saadun osaamisen.

Liikeideani läpäisi Tommon kriteerit kehityskelpoisena, potentiaalisena ja kannattavana. Tommo kehotti toiseen vaiheeseen siirtymistä. Vaiheessa oli valmisteltava esityskelpoinen pikaesittely liikeideasta, ”pitchi”. Tommon mukaan pikaesittelyn tulee olla lyhyt, ytimekäs, kertoa ongelmakohdan ratkaisun ja liiketoiminnallisen potentiaalin. Tavoite on herättää kuulijan mielenkiinto, joka on elintärkeää idean edistämisen kannalta. Pikaesittelyni laadittua oli aika siirtyä kentälle kuuntelemaan mahdollisten tulevien asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden pariin hakemaan palautetta ideasta.

Laadin pikaesittelyn tueksi alkeellisen graafisen luonnoksen ideasta, jonka esittelin Lä-Lähtäpiolassa työskentelevälle päätöksentekijälle. Sain ideasta positiivista palautetta. Tämän rohkaisemana lähestyin Yritys-Suomea, aloittavien yrittäjien tueksi perustettu instituutio. Halusin selvittää yrittäjäksi ryhtymisen ensiaskeleet, vaadittavat toimenpiteet mahdolliset tuet alkavalle yrittäjälle ja velvollisuuteni yrittäjänä. Varasin tapaamisen Yritys-Suomen edustajan kanssa. Ennen tapaamista sain Yritys-Suomelta noin 50-sivuisen lehtiön, jossa pyydettiin täyttämään lukuisia eri yritykseen liittyviä tietoja, kuten kaluston poistot, henkilöstön kustannukset, verotukseen liittyvät seikat, tarvittavat investoinnit, ja yksityiskohtainen liiketaloudellinen suunnitelma seuraavalle 5 vuodelle.

Yrittäjyyden polulla ensiaskeleita ottavana ja toistaiseksi ideatasolla toimivana tekijänä en kuitenkaan edellä mainittuihin kysymyksiin osannut vielä vastata. Päätin ottaa dokumentin mukaan tapaamiseen täyttämättömänä, sillä arvioin, että edustaja selventäisi pyydettyjä tietoja ja ohjeistaisi seuraavien askelten ottamisessa. Arvioin väärin.

Aloitin tapaamisemme esittelemällä liikeideani sekä laatimani luonnoksen sovelluksesta. Edustaja kysyi taustoistani ja toi esille, että tarvitsen idean toteuttamiseksi ohjelmointiosaajan. Olin samaa mieltä ja kerroin tulevaisuudessa löytäväni toteutukseen vaaditta-

van sovellusten ohjelmointiin erikoistuneen tekijän. Pyysin edustajalta lisätietoa seuraavaksi suoritettavista toimenpiteistä liikeidean edistämiseksi. Edustaja ohjeisti täyttämään minulle ennakkoon lähetetyn asiakirjan. Pyysin edustajalta selvennystä asiakirjassa esitettyihin kysymyksiin ja ilmoitin toistaiseksi toimivani vasta ideatasolla, enkä näinollen kykene luotettavasti arvioimaan kaikkia asiakirjassa esitettyjä kohtia. Edustaja kehotti etsimään käytännönläheisempiä liikeideoita, jotka eivät välttämättä tähtää kovaan kasvuun, mutta tuottavat yrittäjälle toimeentulon. Kiitin edustajaa ja poistuin tapaamisesta.

Seuraavaksi arvioin, että mitä kykyjä tarvitsen idean tuottamisessa sovellukseksi ja näinollen tuotteeksi. Tutustuin koulullamme muutamiiin erikoisosaajiin ja he ohjeistivat tarvitsevani front end ja back end osajia, jotka pystyisivät tuottamaan sovelluksen visuaalisen ulkoasun sekä sovelluksen toiminnollisuuksiin liittyvän ohjelmiston. Aloitin etsintäni koulustamme, tuloksetta. Jatkoin etsintöjäni Aalto yliopiston Startup saunan järjestämässä speed dating –tapahtumassa, jonka perusajatuksena oli tuoda eri alojen osaajat yhteen, jotta osaajat löytäisivät tarvitsemansa muut osaajat. Sain tapahtumasta muutama kontaktin, mutta osajaa ei löytynyt. Jätin idean hautumaan.

Tapasin päivätyöni merkeissä kesällä 2014 sovelluksia kosketusnäyttöihin tuottavan yrityksen edustajan, joka tuotti ratkaisuja työnantajalleni. Työskentelimme yhdessä läpi kesän. Sain ensikäden kokemusta sovellusten kehitystyöstä ja implementoinnista osaksi liiketoimintaa. Sovellusratkaisujen toimittaja keskittyi teknisiin ominaisuuksiin, huoltoon ja laitteiden ylläpitoon ja vastuullani oli käytettävyyden varmistaminen, vikatilanteiden raportoiminen, uusien ominaisuuksien ideoiminen käytännön tueksi.

Päätin syksyllä 2014 esitellä ideani edellä mainitun yrityksen edustajalle, jonka kanssa työskentelystä minulla oli kokemusta. Hän piti ajatuksesta ja sovimme, että lähtisimme kehittämään ideasta sovellusta. Seuraavassa tapaamisessa katsoimme alustavaa mallia sovelluksesta ja se näytti sopivalta. Ideoimme läpi syksyn sovellukseen tarvittavia ominaisuuksia ja pohdimme eri käyttäjäryhmiä, heidän tarpeita ja odotuksia sovellukselta. Totesimme, että kolme tärkeintä käyttäjäryhmää ovat esimiehet, henkilöstö ja asiakkaat. Jatkojalostimme pohdintaamme jokaisen käyttäjäryhmän osaltamme ja ohjelmoija muutti suunnitelmat sovellukseksi. Saatuaamme ensimmäisen esittelyversion valmiiksi

lähestyin jälleen Lähitapiolalla toimivia päätöksentekijöitä ja sain myöntävän päätöksen toteuttamisen puolesta.

Keväällä 2015 jatkoimme sovelluksen kehittämistä, tein tutkimustyötä työympäristössäni ja hain mahdollisilta käyttäjiltä palautetta sovelluksesta. Huomioimme tutkimustyössä kerätyt seikat sovelluksen kehittämisessä ja tarkistimme säännöllisin väliajoin, että sovelluksen ohjelmointi etenee suunnitellulla tavalla.

Idea alkoi muotoutua sovellukseksi ja sovellus lopulliseksi tuotteeksi. Sovellukseen tarvittiin toimipisteet, henkilöstön tiedot ja kuvat. Asiakas valitsee oikean myyntihenkilön, kuvan perusteella. Opettelin sovelluksen hallintapaneelin käytön ja etsin järjestelmistä kuvat kaikista projektiin osallistuvista henkilöistä. Lisäsin sovellukseen hallintapaneelin kautta kuvat tietoineen ja nämä päivittyivät sovellukseen.

Teknisestä näkökulmasta alkoi sovellus olemaan valmis. Seuraavaksi ryhdyin miettimään sovelluksen visuaalista ulkoasua, käytettävyyttä ja sisäistä markkinointia. Sovellukseen piti lisätä asianmukainen, visuaalisesti näyttävä näytönsäästäjä, joten otin yhteyttä Lähitapiolan markkinointiosastolle ja toimitin tarvittavat tiedot. Sain viikon kuluessa ammattitaitoisesti tuotetut näytönsäästäjät, jotka lisäsin hallintapaneelin kautta sovellukseen. Tutkin jatkuvasti sovelluksen käytettävyyttä kokeilemalla niitä, jokaisen päivituksen jälkeen. Epäkohtia huomattessani raportoin niistä sovelluksen ohjelmoijalle ja tämä korjasi virheet. Sisäisen markkinoinnin tueksi piti sovellukselle muodostaa markkinointinimi. Nimesin sovelluksen Pikapalautteeksi ja aloitin myyntityön toimiston käytävillä. Esittelin ideaa henkilöstölle ja tarvittaessa mallikappaletta. Sain henkilöstöltä toistuvasti erittäin tärkeitä huomioita käytettävyydestä ja sovelluksen implementoinnista, jotka käytettävyyden osalta toimitin eteenpäin ohjelmoinnista vastaavalle henkilölle.

Sovellus valmistui syksyllä 2015 ja tuotimme yhteensä 10 sovelluksella varustettua näyttöpäätettä, joita tullaan hyödyntämään useassa eri toimipisteessä pääkaupunkiseudulla.

5.3 Pikapalaute -sovellus

Salaisessa liitteessä 1 on työn tuotoksena syntynyt tuotos: Pikapalaute-palvelu.

6 Johtopäätökset

Produkti itsessään tuo uutta ajattelua vakiintuneihin rakenteisiin hyvin perinteikkäässä yhtiössä. Produkti on ainut laatuaan uusien työkalujen tuottamisessa esimiestyön, myynti- ja asiakaspalveluhenkilöstön ja asiakasymmärryksen tueksi. Produkti myös antaa toimeksiantajalle etumatkaa kilpailijoihin uusien ratkaisuiden kehittämisessä sekä hyödyntämisessä uusasiakashankinnan, lisämyynnin, ja kehitystyön saralla. Produktin lopullisen lisäarvon määrittää produktin ajan myötä aikaansaama lopputulos ja sen käyttämiseen osallistuneiden henkilöiden kokemukset ja mielipiteet produktista. Toistaiseksi lisäarvoa määrittävänä tekijänä on tuore tuulahdus innovaatiota, kehitystyötä ja eri osapuolien osallistamista uusien, parempien ratkaisujen tuottamiseen.

6.1 Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset

Pikapalaute –projektin todellinen menestys mitataan konkreettisilla, sen käytöstä syntyneillä tuloksilla. Tulevaisuudessa pääpaino siirtyy jo rakennetun ratkaisun kehittämiseen, parantamiseen ja muovaamiseen osaksi asiakasyrityksen sekä tämän asiakkaiden arkista kanssakäymistä asiakasyrityksen toimipisteissä. On ensisijaisen tärkeää kehittää Pikapalautteesta ratkaisu, joka keventää esimiestyötä asiakastyytyväisyyden, sen analysoinnin ja johtamisen osalta. Tämä edesauttaa Pikapalaute –sovelluksen vakiintumista osaksi asiakasyrityksen asiakaspalvelumallia.

6.2 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöni on monelta osalta hyvin yksilöllinen ja suurimmaksi osaa opinnäytetyön toteutus on ollut vallitsevan ajattelun ja toimintamallien kyseenalaistamista ja usein suoraa vastakkainasettelua. Opinnäytetyöni ei ollut alkujaan opinnäytetyö, vaan yksittäisen opiskelijan visio ongelmasta, ratkaisusta ja lisäarvon tuottamisesta ongelman omaavalle osapuolelle. ”Opinnäytetyöprosessini” on siis vaatinut henkistä lujuttua asettua valtavirtaa vastaan ja kykyä analysoida kriittisesti omaa tekemistäni sekä prosessin aikana vastaanottamaani informaatiota. Kun kyse on henkilökohtaisesta visiosta ja projek-

tista, jonka toteutan opinnäytetyönä, on suurin osa työskentelystä tapahtunut jatkuvan, päivittäisen ajattelun ja analysoinnin muodossa. Tämä on usein vienyt resursseja perinteisen opetuslinjan noudattamisesta ja olen ajattelutyön luoman keskittymiskyvyn puutteen seurauksena jättänyt useamman jo edellisessä koulutuksessani etukäteen käymäni kurssin kesken suunnitellakseni opinnäytetyötä ja edistääkseni sen kehittymistä, sillä omalta osaltani luova ajattelu ei tunne rajoja eikä luovaa ajattelua voi sammuttaa keskittämiseen resurssit arkielämässä toisinaan tyhjänpäiväisiin asioihin, jotka eivät varsinaisesti edistä omaa oppimista ja urakehitystä. Opinnäytetyöprosessi toi myös minulle esiin ristiriidan todellisilla markkinoilla elävän toimintaympäristön ja koulussa totuttujen normien, säännösten ja mallien välillä. Ammattikorkeakoulussa vallitsevien säännöstemme mukaan opinnäytetyöprosessini ei välttämättä vastaa opetussuunnitelmaan sisällytettyä esimerkkimallia, mutta käytännön toteutuksen ja asiakkaalle lisäarvon luomisen puitteissa on tehtävässä mielestäni onnistuttu erinomaisesti.

Opin projektin aikana hahmottamaan tilanteiden kokonaiskuvan, etsimään vaihtoehtoisia ratkaisuja, ottamaan riskejä ja selviytymään paremmin yksilöllisen ajattelun läpiviemisessä konkreettisiksi ratkaisuksiksi. Opin neuvottelemaan useiden erilaisten osapuolien kanssa ja edistämään informaation kulkua isossa organisaatiossa, joissa päätöksenteko riippuu useamman eri henkilön yksilöllisestä näkökulmasta ja niiden saattamisesta yhteiseksi päätökseksi. Tärkeimmiksi kokemuksiksi oman oppimisen saralla nimeäisin luovien ratkaisuiden kehittämisen taidon, epävarmuuden tunteen kestämisen, paineen alla toimimisen ja pitkäjänteisen kärsivällisyyden myrskyisissäkin tuulissa. Olen itse aikaisemmin edustanut vankasti ajattelua, jonka mukaan raportoinnin merkitys on minimaalista ja toteutettavan työn keskiössä tulisi aina olla itse toteutettava projekti. Olen kokenut syventävän raportoinnin vievän projektin toteuttamiseen tarvittavia ajallisia ja henkisiä resursseja, palauttamatta raportin tekijälle mitään lisäarvoa. Voin todeta olleeni väärässä. Tämän raportin aikana opin, että strukturoitu raportti on hyvä osa kehitystyötä, sillä se auttaa raportin tekijää jäsentämään omia ajatuksiaan sekä kannustaa analysoimaan mennyttä, nykyistä ja tulevaa. Koen tämän raportin aikaansaaman tilannekartoituksen motivoineen, auttaneen minua itse raportissa käsiteltävän projektin varsinaisessa kehitystyössä ja toteutuksessa.

Lähteet

Jaakkola E, Orava M & Varjonen V. 2009, 39. Palvelujen tuottamisesta kilpailuetua. Tekes. Helsinki.

Arantola, H & Simone, K. 2009. Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Tekes. Helsinki.