

Toiminnanohjauksen demoympäristö

16.6.2022

Toiminnanohjauksen demoympäristö tarjoaa mahdollisuuden tutustua yrityksen prosessien digitalisointiin käytännön esimerkkien kautta. Tämä avaa opiskelijoille uuden tavan hahmottaa yrityksen liiketoimintaa kokonaisuutena prosessien, järjestelmän ja datan kautta. Digital Business Lab-hankkeessa toteutettava demoympäristö tulee tukemaan useamman alan opetusta digitaalisesta liiketoiminnasta markkinointiin, kulttuurituotantoon, laskentatoimeen ja johtamiseen. Samalla paikallisille yrityksille avautuu mahdollisuus tutustua toiminnanohjauksen eri osa-alueisiin demojärjestelmän kautta hyödyntäen samalla opiskelijoiden osaamista. Tämä avaa uusia näkökulmia digitalisaation hyödyntämiseen.

Tuotteiden myynti eri kanavissa

Demoympäristössä pystytään esittelemään tuotteiden myyntiä verkkokaupan ja kivijalkakaupan yhdistelmänä. Yritykselle on luotu useampi kivijalkakauppa kassajärjestelmineen ja omine varastoineen, kun taas verkkokauppa toimii päävarastosta käsin. Kullekin yrityksen tuotteista on rakennettu selkeä tarina, jota niiden avulla pystytään esittelemään demoympäristössä.

Verkkokaupassa pystytään mm. suosittelemaan vastaavia, kalliimpia tai parempikatteisia tuotteita sekä täydentäviä tuotteita, kun asiakkaat tutustuvat valikoimaan. Tuotteista on myös saatavilla ostettava versio, lyhytaikaiseen vuokraukseen perustuva tuote ja kuukausimaksullinen tilauspalvelu. Tuotteista on olemassa suoraan jälleenmyytäviä esimerkkejä ja toisaalta yrityksen oman tuotantoprosessin läpikäyvä tuote. Esimerkkituotteiden kautta yritys voi pohtia omien tuotteidensa liiketoimintamalleja ja tarjoaman kehittämistä sekä digitaalisten kanavien käyttöönottoa.

Verkkonäkyvyys ja some-markkinointi

Verkkokaupan lisäksi yrityksellä tulee olla ammattimainen verkkonäkyvyys. Demoyritykselle on luotu verkkosivusto, joka kattaa yrityksen perustiedot, tapahtumajärjestelyn, blogit ja asiakastarinat. Monipuoliset verkkosivut antavat useita tapoja tavoittaa potentiaaliset asiakkaat, muodostaa liidejä ja kehittää asiakassuhteita. Aktiivinen asiakas voi ottaa yhteyttä sivustolla löytyvällä yhteydenottolomakkeella, mutta uutta asiakaskuntaa muodostuu myös tapahtumien osallistujista ja blogien lukijoista. Monipuolinen sisältö, kuten blogit, videot ja podcastit luovat yritykselle uskottavuutta ja mahdollistavat sisältömarkkinoinnin. Laajasti hyödynnettynä erilaisilla sisällöillä on mahdollista saavuttaa niin ilmaista kuin maksettuakin näkyvyyttä sosiaalisen median kanavissa.

Sosiaalisen median kanavat mahdollistavat monipuolisen ja kohdistetun markkinoinnin, mutta useiden kanavien hallinnasta ja tehokkaasta käytöstä voi helposti tulla työlästä. Yrityksen alan hakusanojen tai ”hashtagien” seuranta onnistuu helposti yhdellä alustalla, mutta kokonaiskuvaa useammalta alustalta voi olla hankala muodostaa. Tällöin voi ottaa avuksi eri alustojen hallintaan tarkoitetun työkalun, jolla tietoa voi koota useammalta alustalta ja jolla saman tai hieman muokatun päivityksen pystyy jakamaan eri kanaviin optimoiden niin sisällön kuin aikataulutuksen kunkin some-alustan mukaisesti.

Asiakkuuden hallinta

Asiakkuuden hallinta alkaa asiakasyritysten ja kontaktien kirjaamisesta yhteiseen järjestelmään. Tämä auttaa hankkiutumaan eroon tilanteesta, jossa kaikki yrityksen kannalta oleelliset yhteystiedot ovat esimerkiksi yhden puhelimen muistissa. Näin toiminnan kannalta keskeinen tieto saadaan hallinnoitua jaetun järjestelmän kautta.

Olennaisena osana CRM-ratkaisua on myös myyntiputken hallinta. Sen avulla yritys pystyy seuraamaan käynnissä olevia tarjouskilpailuja ja -neuvotteluja sekä ennustamaan tulevaa myyntiään. Jokaista tarjousta ja niihin liittyviä toimenpiteitä pystytään seuraamaan sekä kokonaisuutena että kunkin yksittäisen myyjän oman näkymän kautta. Kun toimenpiteet, kuten puhelut, sähköpostit ja tapaamiset on aikataulutettu ja suunniteltu, ne eivät pääse unohtumaan. Yhteinen näkymä takaa myös sen, ettei samaan asiakkaaseen olla yhteydessä useamman myyjän toimesta ja toisistaan tietämättä. Myyntiputken etenemistä voidaan seurata kattavan raportoinnin kautta ja varmistaa tehtyjen toimenpiteiden vaikutus esimerkiksi asiakaskannattavuuteen ja asiakkaan elinkaareen.

Hankinta, tuotanto ja logistiikka

Demoympäristön tuotteet on valittu toisaalta myynnin eri toiminnallisuuksien esittelyn kannalta, mutta myös erilaisten hankintaketjujen kannalta. Osa tuotteista hankitaan valmiina alihankkijalta, mutta jotkin tuotteet vaativat oman tuotannon sekä siihen liittyvät hankinta-, varastointi- ja laaduntarkastusprosessit.

Yrityksen myyntitilaus käynnistää tarvittavat tuotantoprosessit. Tuotteille ja osille on asetettu varastoinnin

alaraja, jonka alittaminen luo automaattisesti ostotilaukset. Osa tilauksista on jätetty manuaalisiksi toiminnallisuuden esittelemiseksi. Tuotteiden vastaanotto ja maksaminen on integroitu tilausprosessiin. Itse valmistettavien tuotteiden osalta alarajan alittaminen käynnistää tuotantotilauksen, joka voi omalta osaltaan käynnistää tarvittavien osien ostotilauksia, jos varaston tuotemäärät alittavat määritellyn alarajan.

Automaatio ja integraatiot tuovat mukanaan myös järjestelmällisyyden. Eri tuotantovaiheiden kesto voidaan arvioida ja näitä vakioita voidaan verrata toteumiin. Näin yritys voi oppia tuotantoprosessistaan ja kehittää sitä edelleen. Tuotantoon voidaan myös liittää laaduntarkastuspisteitä, joissa joko jokainen tuote tai erä tarkastetaan ja mittaus kirjataan järjestelmään. Tätä kautta virheet huomataan entistä paremmin jo tuotannossa, mikä on omiaan vähentämään reklamaatioiden määrää.

Demoympäristön tuleva kehitys

Tuotannon ja myynnin prosessien taustalle rakentuvat talous- ja henkilöstöhallinnon prosessit. Osto- ja myyntilaskutus luovat merkittävän osan tuloslaskelman kirjauksista. Toinen tärkeä kokonaisuus eli palkat voivat perustua joko tuotannosta saataville tuntitiedoille tai kuukausipalkoille huomioiden luonnollisesti myös työnantajamaksut. Tukiprosessi ovat jo osittain käytössä, mutta niiden osalta kehitystä jatketaan vielä kokonaisvaltaisemman demoympäristön toteuttamiseksi.

Demoympäristö painottuu tällä hetkellä tuotteiden myyntiin ja vuokraukseen. Jatkossa on mahdollista kehittää myös palveluihin soveltuva demoyritys. Projektinhallinta- ja työajanseurantamodulit mahdollistavat palveluiden monipuolisen tuotteistamisen.

Mikko Kulmala
Lehtori
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Kirjoittaja toimii projektipäällikkönä EAKR-rahoitteisessa Digital Business Lab –hankkeessa. Tämä artikkeli on osa em. hanketta.

Lue lisää hankkeen verkkosivulta.