

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Tietojenkäsittely

Viljami Taimisto

SAIMAPRINT SÄHKÖISEEN LIIKETOIMINTAAN ELISA MARKKINA-AVAIMELLA

Opinnäytetyö 2010

## TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Tietojenkäsittely

TAIMISTO, VILJAMI

Saimaprint sähköiseen liiketoimintaan Elisa Markkina-  
avaimella

Opinnäytetyö

33 sivua

Työn ohjaaja

Lehtori Päivi Hurri

Toimeksiantaja

Saimaprint, Elisa Oyj

Lokakuu 2007

Avainsanat

sähköinen liiketoiminta, verkkoliiketoiminta, kotisivu,  
verkkokauppa

Painotalo Saimaprintin yrittäjä Asko Verho etsi sähköistä työkalua yrityksensä sähköisen liiketoiminnan ja kanssakäymisen toteuttamiseen. Hyvänä vaihtoehtona esiin nousi Elisa Oyj:n palvelu Markkina-avain toteutuksen kera. Yrittäjä valitsi tämän vaihtoehdon. Toteuttajana toimi opinnäytetyöntekijä, joka on myös Elisa Oyj:n työntekijä.

Tavoite oli laajentaa Saimaprintin perinteinen kivijalkatoiminta käsittämään myös sähköinen liiketoiminta ja kanssakäyminen. Tavoitteena oli myös, että samalla yritys saa työkalut, joilla toteutus ja tuotos opitaan tekemään ja päivittämään itse. Tämän kehityksen myötä yrityksen toiminta-aluetta olisi mahdollista kasvattaa.

Työkaluksi oli valittu Elisan palvelu, Markkina-avain. Työssä pyritään kertomaan palvelun kehityksestä. Palvelu on kehittynyt projektin toteutuksen aikana, joten työssä tuodaan esille molemmat käytetyt työkalut, Markkina-avain Composer ja Elisa Markkina-avain.

Saimaprint sai toimintaansa sähköisen liiketoiminnan ja kanssakäymisen mahdollistavan työkalun. Verkkokaupan kehitys on varmasti jatkuvaa. Tämän yritys voi nyt tehdä itse, joten yksi tärkeimmistä tavoitteista saavutettiin.

## ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Business Information Technology

TAIMISTO, VILJAMI

Saimaprint to e-business with Elisa Market key

Bachelor's Thesis

33 pages

Supervisor

Päivi Hurri, Senior Lecturer

Commissioned by

Saimaprint, Elisa Corporation

October 2007

Keywords

online trade, e-business, homesite, webstore

Printing house Saimaprint entrepreneur Asko Verho was looking for a solution to take his business in to e-business. As a good option he was introduced to Elisa Corporations Market key which included execution. Asko Verho chose this option. Executions maker was the same person who did this thesis and was also Elisa Corporations employee.

The target was to bring to Saimaprint's ordinary stone foundation also e-business chances. One target was that tools for e-business were in their own hands so making and updating were easy. With this kind of tool the company's market area could grow.

The tool for achieving the project goal was Elisa Corporations Market key. The aspiration was to tell of Market key development. The service has developed during this project so the thesis explains tools; Market key Composer and Elisa Market key.

Saimaprint finally got their e-business tool. The progress of the webstore will continue. Saimaprint can do this themselves so one of the targets was reached.

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

1	JOHDANTO	5
2	TYÖN ALOITUS	5
3	SAIMAPRINT	6
4	ELISA	7
5	MARKKINA-AVAIN PALVELUSTA	9
6	MARKKINA-AVAIN COMPOSER	10
	6.1 Kotisivu- ja Verkkokauppapalvelu	10
	6.2 Kotisivupalvelun ominaisuudet	12
	6.3 Verkkokauppapalvelun ominaisuudet	13
	6.4 Yhteystietopalvelu	14
	6.5 Valmennuspalvelu	14
7	MARKKINA-AVAIN COMPOSERILLA TEHTY SIVUSTO	14
	7.1 Lähtökohta ja suunnittelu	14
	7.2 Toteutus	17
8	ELISA MARKKINA-AVAIN	22
9	ELISA MARKKINA-AVAIMELLA TEHTY SIVUSTO	24
10	LOPPUTULOS	30
	LÄHTEET	33

## 1 JOHDANTO

Sähköinen kanssakäyminen on nykypäivää. Sähköinen liiketoiminta on nykyaikaa. Suomi on tietoliikenneyhteiskunta, mutta viime aikoina eri tutkimukset ovat osoittaneet Suomen jo jääneen kehityksen kelkasta. Yrittäjät pitävät Suomen yhteiskunnan liikkeessä. Suomalaiset yritykset eivät ole olleet ajan tasalla, joten paljon rahaa karkaa ulkomaisiin verkkokauppoihin. Sähköisessä liiketoiminnassa maarajat eivät ole ostajalle este.

Toiminnan aloittaminen verkossa voi olla yrittäjälle vaikeaa, varsinkin jos aikoo itse rakentaa siihen tarvittavat työkalut. Elisa Oyj tarjoaa yrittäjälle toimintaa tukevia ratkaisuja. Elisan palvelulla, Markkina-avaimella, yrittäjä saa käyttöönsä sähköisen liiketoiminnan välineet. Menestys on kiinni yrityksestä ja sen tuotteista.

Työskentelin jo opintojeni aikana Elisalla. Opinnäytetyöni aihe valikoitui Elisan tuotetarjoomasta. Valitsin aiheeksi Markkina-avaimen. Lappeenrantalainen painotalo Saimaprint halusi tuoda osaksi toimintaansa sähköisen liiketoiminnan. Näiden asioiden yhdistäminen käynnisti projektin, jonka lopputulos toi Saimaprintin jokapäiväiseen toimintaan sähköisen työkalun, Elisa Markkina-avaimen.

## 2 TYÖN ALOITUS

Aloitin tietojenkäsittelyn koulutusohjelman opinnot Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa syksyllä 2004. Elisa Oyj:ssä aloitin Lappeenrannan Valtakadun Elisa Shopitissa kesällä 2005 kesätyöntekijänä. Suoritin opiskelujeni harjoittelujakson keväällä 2006 samassa liikkeessä.

Opintojen jatkuessa syksyllä 2007 siirryin työskentelemään Kouvolan Prisman Elisa Shopitiin. Saman vuoden kesän alussa siirryin henkilöasiakasmyyntistä yritysmyyntiin, tarkemmin sanottuna yrittäjämyyntiin puolelle, vakituiseen työsuhteeseen.

Olin siis työskennellyt Elisalla lähes koko opintojeni ajan. Kun keväällä 2007 aloin miettimään opinnäytetyöni aihetta, minulle oli selvää, että se löytyy Elisan palveluiden parista. Työskentelin siis tuolloin osa-aikaisesti Elisalla opintojeni ohella. Siirty-

essäni yrittäjämyyntin puolelle vaihtoehdot työni aiheeksi vähenivät, mutta selkeytyivät.

Yhtenä vaihtoehtona oli segmenttitutkimus Elisan yrittäjäasiakkaiden parissa. Tämä aihe ei tuntunut minulle sopivalta, vaan halusin tehdä enemmän konkreettisen työn Elisan palveluiden parista. Jatkoin vaihtoehtojen tutkimista ja lopulta työn aiheeksi valikoitui Markkina-avain.

Aiheen valinnan jälkeen oli vuorossa sopivan kohdeyrityksen etsiminen. Itse olin tuolloin vielä aloittelija yrittäjämyyntin puolella, joten Lappeenrannan Elisan Yrityspalvelupisteestä kollegani, Ilkka Pitkänen, auttoi etsimisessä.

Sopiva yritys löytyi syksyn 2007 alussa. Ilkan asiakas, Asko Verho, kirjapaino Saimaprintin yrittäjä, kiinnostui mahdollisuudesta. Asko oli jo aikaisemmin miettinyt sähköisen liiketoiminnan mahdollisuuksia yrityksensä kannalta ja oli aloittamassa kartoittamaan vaihtoehtoja.

Ilkka tapasi Askon sovitussa tapaamisessa, kertoi Askolle Markkina-avaimesta ja Asko siis kiinnostui. Ilkka kertoi myös, että työn toteutus tulisi opinnäytetyön tekijältä ja tämä sopi Askolle hyvin.

Tapasin Askon ja muun Saimaprintin väen ensi kertaa syksyllä 2007 ja siitä tämä projekti sitten käynnistyi.

### 3 SAIMAPRINT

Kun aloitimme projektin syksyllä 2007, Saimaprint oli minulle täysin vieras yritys. Myös kirjapaino alana oli vieras. Aloitin tutustumisen yleiseltä tasolta, mm. tutkimalla yrityksen silloisia kotisivuja. Ensimmäisessä tapaamisessamme tapasin Asko Verhon ja Kirsi Hongiston. Heidän kanssaan olen asioinut koko projektin ajan.

Asko on toiminut graafisella alalla jo melkein 40 vuotta, suurimman osan ajasta yrittäjänä. Yrittäminen ja kirjapainoala ovat Askolle tuttua, sillä hänen isoisä Pauli Verho ja isosetä Reino Helismaa olivat latojia. Askon isän kolme siskoa ja isoäiti olivat myös latojia. Askon sisko, Maija Hulkkonen on kirjasitomon yrittäjä.

Saimaprint on perinteinen painotalo. Yrityksen omistaja ja yrittäjä on Asko Verho. Työntekijöitä on kolme, joista Kirsi toimii myynnissä ja tuotannossa, yksi työntekijä painossa ja yksi suunnittelussa. Asiakkaina heillä on yritykset, yhteisöt ja yksityiset. Toimialue on ollut pääasiassa Etelä-Karjala. Saimaprint on toiminut vuodesta 2003. Toimitilat sijaitsivat ensiksi Lappeenrannan keskustassa Oksasenkadulla, sitten Lentokentäntiellä ja nykyinen toimitila sijaitsee Teollisuuskadulla, Leirin kaupunginosassa.

Toimipisteessä tapahtuvat asiakaskohtaamiset, myynti ja painotyö. Vanhojen verkkosivujen oli tarkoitus toimia perinteiseen tapaan informaatiokanavana. Kuten usein, sivut oli toteutettu niin että Saimaprintin väki ei voinut itse niitä päivittää, joten sivuilla oli osin vanhentunutta tietoa.

#### 4 ELISA

Elisa Oyj on edelleen työnantajani ja olennainen osa opinnäytetyötäni.

Elisa Oyj on viestintäteknologia yritys, eli Elisa tuottaa viestintäpalveluita. Elisa on julkinen pörssiyhtiö, noteerattu NASDAQ OMX Helsinki Suuret Yhtiöt – listalla. Yritys toimii Pohjoismaissa, Baltiassa ja Venäjällä. Yritys- ja yrittäjäasiakkaita Elisalla on noin 150 000. Tuotteina on laaja valikoima erilaisia liittymiä monine palveluineen. (Tietoa Elisasta, 1.3.2010.)

Elisan tavoite on välittää asiakkailleen elämyksiä ja parantaa yritysten ja yrittäjien tuottavuutta verkossa. Siksi Elisa haluaa kehittää tieto- ja viestintäteknologian palveluita. Elisan liikevaihto oli vuonna 2009 1,43 miljardia euroa. Henkilökuntaa on noin 3200. Toimitusjohtajan toimii DI, MBA Veli-Matti Mattila. Elisan tärkeitä yhteistyökumppaneita maailmalla ovat esimerkiksi Vodafone ja Telenor. (Tietoa Elisasta, 1.3.2010.)

#### Elisan arvot

Elisalla on selkeät perusarvot kaikessa toiminnassaan. Ne ovat asiakaskeskeisyys, vastuullisuus, uusiutuminen ja tuloksellisuus. (Tietoa Elisasta, 1.3.2010.)

## Asiakaskeskeisyys

Elisa on helposti lähestyttävä ja hoitaa asiakkaiden kanssa asiat hallitusti loppuun asti. Asiakasryhmät tavoittelevat tietoliikenteellä hyötyä ja nämä Elisa haluaa tunnistaa.

## Vastuullisuus

Elisan ehdoton tavoite, on että sen palvelut ja tuotteet ovat turvallisia.

## Uusiutuminen

Elisa haluaa olla kehityksen kärjen tuntumassa. Sopivat yhteistyökumppanit ja monipuoliset tutkimustyöt mahdollistavat tämän.

## Tuloksellisuus

Asiakkailleen lisäarvoa tuottavat liiketoimintamahdollisuudet ja niiden uudistuminen on Elisan kannattavuuden perusta. (Tietoa Elisasta, 1.3.2010.)

## Elisan strategia

Kuvassa 1 kuvataan Elisan strategian kehittymistä vuodesta 2003 eteenpäin.



Kuva 1. Elisan strategian kuvaus (Elisan strategia, 2.3.2010.)

Elisan visio on tuottaa elämyksiä ja tuottavuutta sähköisillä palveluilla

Elisan missio on innovoida tieto- ja viestintäteknologian palveluja maailmanluokan asiakasymmärryksellä ja tehokkuudella. (Elisan strategia, 2.3.2010.)



## Elisan toimintamalli

Kuvassa 2 kuvataan Elisan toimintamallia yksiköittäin ja tuodaan esille eri osa-alueiden rajapinnat.



Kuva 2. Elisan toimintamalli kuvattuna yksiköittäin (Elisan organisaatio, 2.3.2010.)

## Oman tieto-taitoni kertyminen Elisalla

Olen kuulunut Elisan urani aikana sekä henkilöasiakas- että yritysasiakasyksikköön ja näin ollen omaan vahvan tietämyksen Elisan tuotetarjoomasta. Tuotannon väkeen olen usein yhteydessä tuotteiden kehitysehdotusten myötä.

## 5 MARKKINA-AVAIN PALVELUSTA

Miksi Elisalla on Markkina-avaimen kaltainen palvelu? Elisahan on perinteisinä tunnettujen viestintäpalveluiden tuottaja, kuten tietoliikenneliittymien ja sähköpostipalveluiden.

Markkina-avaimen tuominen osaksi tuotevalikoimaa on hyvä esimerkki Elisan strategiasta. Sillä halutaan mennä kohti uusia palveluita ja markkinoita. Viestintäteknologian kehitys on nopeaa, ja Elisa haluaa olla mukana kehityksen kärjessä.

Tämä tarkoittaa sitä, että palveluiden on vastattava asiakkaiden uusia tarpeita, kuten sähköisen kanssakäymisen tuomia mahdollisuuksia. Yrityksen tehokas esille tuominen sekä kaupankäynti verkossa ovat juuri tätä, ja siihen Markkina-avain on hyvä työkalu.

Markkina-avaimesta on nykyään kaksi versiota, Markkina-avain Composer ja Elisa Markkina-avain. Projekti lähti liikkeelle Markkina-avain Composerilla.

## 6 MARKKINA-AVAIN COMPOSER

Markkina-avain Composer on palvelupaketti, joka kootaan sopivista osista. Osat ovat Elisa Kotisivupalvelu, Elisa Verkkokauppapalvelu, Elisa Yhteystietopalvelu ja Elisa Valmennuspalvelu.

Kotisivu- ja Verkkokauppapalvelu ovat yrittäjille ja yrityksille kehitetyt web-pohjaiset myynti- ja markkinointityökalut, jotka pohjautuvat Soprano Composer -ohjelmistoon ja joilla pienikin yritys voi helposti toteuttaa kotisivut ja verkkokaupan. (Korpela 2007.)

Palvelut toteuttaa ja omistaa kotimainen ohjelmisto- ja viestintäyritys Soprano Oy. Soprano Oy on kehittänyt ohjelmistoa omien ja Elisan asiakkaiden tarpeiden pohjalta ja helppokäyttöisyys on alusta asti ollut tärkeimmällä sijalla. (Korpela 2007.)

Yhteystietopalvelulla voi hakea yritysten päättäjien ja vaikuttajien yhteystietoja. Tiedot voidaan tallentaa Markkina-avain Composerin asiakasrekisteriin ja käyttää niitä vaikka sähköisen markkinoinnin toteuttamiseen. (Korpela 2007.)

Valmennuspalvelu auttaa palveluiden kuten esimerkiksi verkkokaupan perustamisessa ja myös yrityksen markkinointiin saa asiantuntijan apua. Elisan yhteistyökumppani JM Tieto tuottaa ja toteuttaa sekä yhteystieto- että valmennuspalvelut. (Korpela 2007.)

### 6.1 Kotisivu- ja Verkkokauppapalvelu

Elisa Kotisivupalvelun avulla yrittäjät ja yritykset voivat ilman perinteistä verkkosivujen koodaamistaitoa tehdä omat kotisivut. Sivujen tekeminen aloitetaan valitsemalla sivuston ulkoasu valmiista vaihtoehdoista.

Sivut tehdään muokkaamalla ulkoasua, eli lisäämällä kuvia, tekstiä ja muuta haluttua materiaalia. Ohjelmiston valmiit kielivaihtoehdot mahdollistavat toiminnan seitsemällä eri kielellä (Suomi, Englanti, Ranska, Espanja, Saksa, Venäjä, Eesti).

Elisa Verkkokauppapalvelun ohjelmistolla voi toteuttaa yrityksen myynnin ja markkinoinnin sähköisesti alusta alkaen. Palvelua käyttämällä on mahdollista tehostaa yrityksen toimintaa edullisesti ja ilman ylläpitohuolia. Verkkokauppapalvelu liitetään perustyökaluna toimivaan kotisivupalveluun. (Korpela 2007.)

Kotisivut voivat olla myös muut kuin kotisivupalvelulla tehdyt, tällöin liikenne verkkokauppaan ohjataan kotisivuilta verkkokauppapalvelun osoitteeseen.

Palvelut sisältävät monipuolisia toimintoja ja työkaluja kotisivujen ja verkkokaupan rakentamiseen, sähköisen viestinnän sisällön tuottamiseen ja lähettämiseen. Niihin kuuluu myös sekä ylläpito ja käyttötukipalvelut.

Yritys voi vaivattomasti, nopeasti ja turvallisesti päivittää verkkosivujensa sisältöä. Pääsy ohjelmiston ylläpitoon on suojattu käyttäjätunnuksen ja salasanan avulla. Sivuston ylläpito ja päivitys tapahtuu verkkoselaimen avulla, mitään muita ohjelmistoasennuksia ei käyttäjän koneelle tarvita. (Korpela 2007.)

Palvelu toimitetaan ASP (Application Service Provider) – sovellusvuokrauksena. Se tarkoittaa sitä, että yritys vuokraa sovellukset käyttöönsä. Perinteinen tapa rakentaa yrityksen tietotekniikkaa on tarkoittanut, että sovellukset ostetaan omaan omistukseen. Ohjelmat on asennettu omiin palvelimiin. Ellei ylläpitoa ja asiantuntijapalveluita ole ulkoistettu, niin tämäkin osa-alue on pitänyt olla omasta takaa.

Sovellusvuokrauksessa maksetaan sovellusten käyttöoikeudesta palveluntarjoajalle. Palveluntarjoaja taas vastaa ohjelmistojen sekä laitteiden ylläpidosta ja asiantuntijapalveluista. Etuja sovellusvuokrauksessa on helppo käyttöönotto ja tietoturvalliset toimetukset. (Ylä-Jääski 2006.)

ASP-palvelun toteuttaa Soprano, joka vastaa sivustojen luotettavasta ylläpidosta. Sivut on sijoitettu Sopranon palvelimille, jotka ovat varmuuskopioidut ja tietoturvalliset. Palveluun sisältyy myös yritys.composer.fi-muotoinen verkkotunnus. (Korpela 2007.)

Yritys voi ottaa myös Elisan ylläpitämän verkkotunnukset yrityksen omalla nimellä, esim. saimaprint.fi.

Taulukossa 1 on havainnollistettu palveluiden elementit listaamalla ne.

Taulukko 1. Palveluiden elementit ja eroavaisuudet

Ominaisuus	Elisa Kotisivupalvelu	Elisa Verkkokauppapalvelu
Kotisivut	X	X
Ajanvarauskalenteri	X	X
Kuvagalleria	X	X
Hakukoneoptimointi	X	X
Levytila	300 MT	500 MT
Tekstin- ja kuvankäsittelytyökalu	X	X
Uutiset	X	X
Mainospaikat	X	X
Raportointi	X	X
Varmuuskopiot	X	X
Salanasuojaus	X	X
Verkkokauppa		X
Asiakasrekisteri		X
Ryhmäposti		X
Suoramainos		X
Asiakaskysely		X
Verkkolehti		X
Palvelimen ylläpito	X	X
Ilmainen käyttötuki, klo 9-17	X	X

## 6.2 Kotisivupalvelun ominaisuudet

Sivujen määrä ja järjestys on itse valittavissa. Kuvien lisääminen ja muokkaus on helppoa. Käyttäjä voi valita valmiista sivupohjista ja sivuja voi myös itse muokata. Ennen julkaisua sivuja voi esikatsella. Lomake-editori on työkalu jolla voi tehdä omia sähköisiä lomakkeita. Lomakkeen vastaukset ohjataan haluttuihin sähköpostiosoitteisiin. Ajanvarauskalenteri mahdollistaa esim. tapaamisajan varaamisen verkkosivujen kautta. (Korpela 2007.)

Kansiotyökalun avulla käyttäjä voi lisätä kotisivujen päävalikossa näkyville sivuille alasivuja. Sivuilla voi julkaista itse uutisia, ja ne näkyvät halutusti kaikilla sivulla tai vain etusivulla. Uutisen voi myös piilottaa ja julkaista uudestaan. Mainospaikoille mainoksia voi lisätä teksti, kuva tai flash-muodossa. Mainoksien katselumääriä voi seurata. (Korpela 2007.)

Käyttäjä voi lisätä kuvagalleriaan useita gallerioita, joihin voi laittaa useita kuvia. Gallerialle voi kirjoittaa esittelytekstin ja yksittäiseen kuvaan voi kirjoittaa selite-tekstin. Näkyvyys hakukoneissa on tärkeää. Hakukoneoptimoinnin avulla käyttäjä voi lisätä haluamiaan hakusanoja, jotka esitetään sivun meta-tiedoissa. (Korpela 2007.)

### 6.3 Verkkokauppapalvelun ominaisuudet

Tuoteryhmien ja tuotteiden määrää ei ole rajoitettu. Tuotekuvien lisäys on yksinkertaista. Tilausten seuraaminen on helppoa. Verkkokauppaan kuuluu lisäksi varastoseuranta, verkkomaksupalvelu ja laskutusominaisuudet. Tarjolla on myös avoin rajapinta useimpiin taloushallinto-ohjelmiin. (Korpela 2007.)

Kaikki verkkokaupan asiakkaat tallentuvat automaattisesti asiakasrekisteriin ja rekisteriin on myös mahdollista lisätä yksittäisiä asiakkaita. Asiakasrekisteriin voi tuoda ulkoisia sähköpostirekistereitä. Oma Robinson-rekisteri, eli rekisteriin tallennetaan asiakkaat, jotka ovat kieltäneet sähköpostitse lähetettävät mainokset. (Korpela 2007.)

Ryhmäkirjeitä voi lähettää joukkolähetyksenä useammasta postiryhmästä. Kirjeisiin voi liittää liitetiedostoja ja linkin kieltolistaan (Robinson- rekisteri). Ryhmäkirjeet voi lähettää ajastetusti. (Korpela 2007.)

Suoramainokset voidaan lähettää html- muodossa, itse valitun ulkoasun mukaan ja ne voidaan lähettää ryhmäpostina. Mainoksiin voi liittää linkin kieltolistaan (Robinson - rekisteri). (Korpela 2007.)

Käyttäjä voi julkaista verkkolehteä. Numeroiden määrä ja järjestys on itse valittavissa. Tekstin muotoilutyökalut ovat samankaltaisia kuin esimerkiksi Microsoft Officessa. Kuvien lisääminen verkkolehden on helppoa. Verkkolehden voi lähettää ryhmäpostina. (Korpela 2007.)

Käyttäjä voi tehdä asiakaskyselyitä. Kyselyn voi kohdentaa tietylle kohderyhmälle. Kysymysten ja vastausvaihtoehtojen laatimiseen on useita vaihtoehtoja. Vastauksia voi seurata reaaliaikaisesti graafisesti. (Korpela 2007.)

#### 6.4 Yhteystietopalvelu

Yhteystietopalvelulla voi hakea yritysten ja päättäjien yhteystietoja. Hakukriteereinä voi käyttää esimerkiksi yrityksen kokoa, liikevaihtoa, toimialaa ja maantieteellistä sijaintia. Halutut tiedot voi tallentaa asiakasrekisteriin ja käyttää niitä esimerkiksi suorakirjeiden lähettämiseen.

Yhteystietopalvelua käytetään verkkoselaimen kautta, joten mitään ohjelmaa tietokoneelle sitä varten ei tarvitse asentaa. (Korpela 2007.)

#### 6.5 Valmennuspalvelu

Valmennuspalvelu toteutetaan etäohjattuna valmennuksena. Käyttäjä voi olla esimerkiksi toimistolla oman koneensa ääressä. Valmentaja ohjaa valmennusta puhelimitse ja etäyhteydellä valmennettavan tietokoneeseen. Molemmat näkevät näin samat asiat ja puheysteys toteutetaan kätevästi puhelimitse.

Valmentaja auttaa Markkina-avaimen osien käytössä ja niiden muokkaamisessa yritykselle sopiviksi. Valmennuspalvelulla voi myös kehittää yrityksen markkinointia. Tällöin valmennuksessa määritellään yritykselle sopiva linja jonka ympärille markkinointitoimenpiteet rakentuvat. Tähän kuuluu esimerkiksi yrityksen ilmeen, logon ja muiden perusasioiden laadinta. (Korpela 2007.)

### 7 MARKKINA-AVAIN COMPOSERILLA TEHTY SIVUSTO.

#### 7.1 Lähtökohta ja suunnittelu

Asko Verho oli päättänyt ruveta uudistamaan Saimaprintin kotisivuja ja viemään yritystä sähköiseen kanssakäymiseen asiakkaidensa kanssa. Hän halusi myös, että uudet sivut ja verkkokauppa olisivat heidän omassa ylläpidossaan.

Asko halusi laajempaa toiminta-aluetta. Hän halusi laajentaa perinteisestä kivijalkatoimipisteestä sähköiseen kanssakäymiseen. Tavoitteena oli tuotteiden myyntiä Lappeenrannasta koko Suomeen ja ehkä jossain vaiheessa myös ulkomaille.

Kotisivujen uudistus ja hallinta sekä verkkokaupan toteutus samalla työkalulla, vastaan näihin toiveisiin oli Markkina-avain Composer.

Projekti aloitettiin suunnittelulla. Asko oli miettinyt vaihtoehtoja sähköisen liiketoiminnan visioilleen, mutta kun hän sai kuulla Elisan palvelusta, niin muiden vaihtoehtojen läpikäynti ei ollut enää tarpeen. Saihan hän myös toteutuksen samalla.

Saimaprintillä oli perinteisesti tehty kotisivut, joita he eivät voineet itse päivittää. Sivut oli tehnyt ulkopuolinen. Sivujen materiaali oli palvelimella ja muutokset vaativat verkkosivujen koodaamistaitoja. Kuvassa 3 on Saimaprintin vanhan sivuston etusivu.



Kuva 3. Saimaprint vanhan sivuston etusivu

Sivustolla oli 6 eri sivua. Sivujen nimet olivat ”Yritys”, ”Tuotteet”, ”Sijainti”, ”Tarjouspyyntö”, ”Yhteystiedot” ja ”Kuukauden tarjous”. Näillä sivuilla sähköiset toiminnot jäivät sähköpostin lähettämiseen Saimaprintille ja tarjouspyynnön lähettämiseen lomakkeen avulla

Kuvassa 4 kuvataan Saimaprint vanhan sivuston rakenne ja sivujen sisältö.



Kuva 4. Saimaprintin vanhan sivuston rakenne ja sisältö

Yritys-sivulla oli lyhyt kuvaus yrityksestä ja sen taustoista. Tuotteet-sivulla oli tietoa yrityksen tuotteista ja kerrottu mitä painomenetelmiä käytössä. Sijainti-sivulla oli osoite kerrottuna ja linkki kartta-palveluun, josta toimipisteen sijainnin näki merkittävästi.

Tarjouspyyntö-sivulle oli rakennettu lomake, jolla asiakas pystyi lähettämään tarjouspyynnön. Yhteystiedot-sivulla oli Saimaprintin, Askon sekä Kirsin yhteystiedot. Kuukauden tarjous sivulla oli kuukauden tarjous-tuote, mutta sen päivittäminen oli hankalaa joten sivulla saattoi olla vanhaakin tietoa.

Vanhoilla sivuilla julkaistut tiedot oli mietitty jo kertaalleen, joten ne otettiin talteen tarkoituksena käyttää niitä uusien sivujen tietopohjana.

Askolla on ollut koko projektin ajan erittäin hyviä visioita. Niitä on muokattu ja jalostettu ja uusia on varmasti vielä tulossa. Kirsi on miettinyt asioiden toimivuutta. Niiden pohjalta hän on tuonut hyviä ideoita ja ehdotuksia esille.

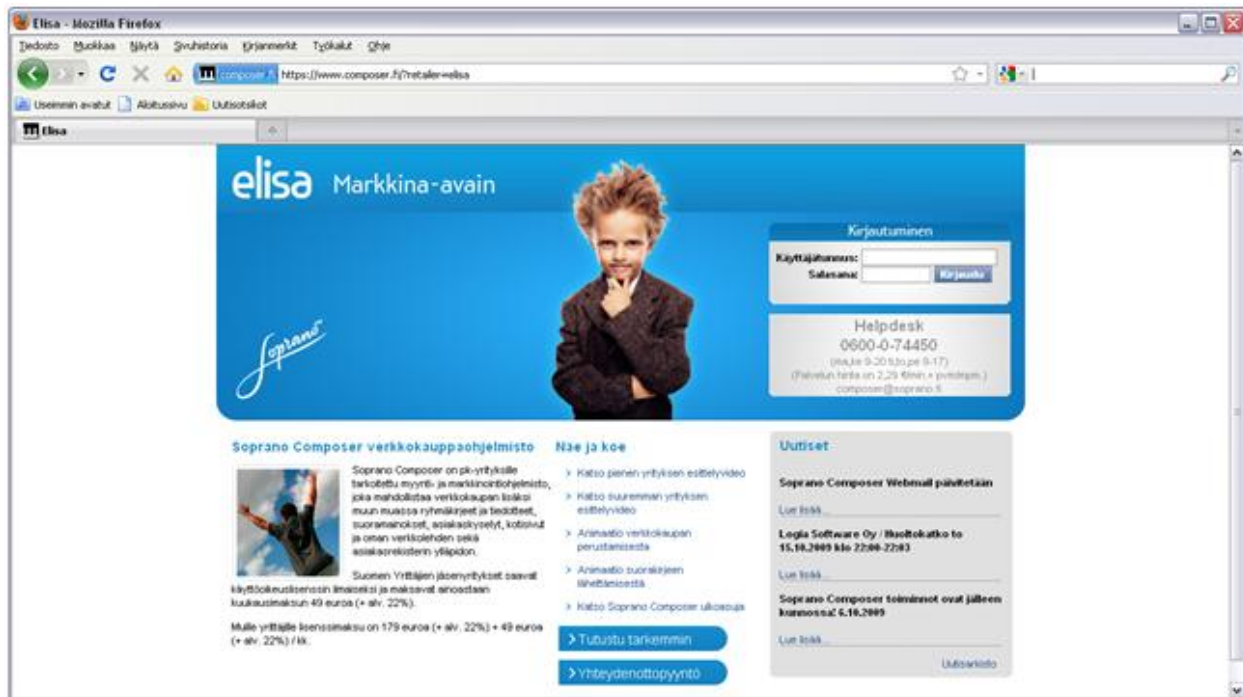


Tuttuni sanoi minulle sähköisiin asioihin liittyen hyvän toteaman ”osaisiko isäsi käyttää tuota?” Sama on pätenyt tässäkin projektissa. Asko ja Kirsi ovat halunneet koko ajan muistaa sen, että verkkokauppaa täytyy olla helppo lähestyä ja vielä helpompi asioida siellä.

Suunnittelulla luotiin mielikuvan halutusta lopputuloksesta ja siitä oli hyvä lähteä liikenteeseen.

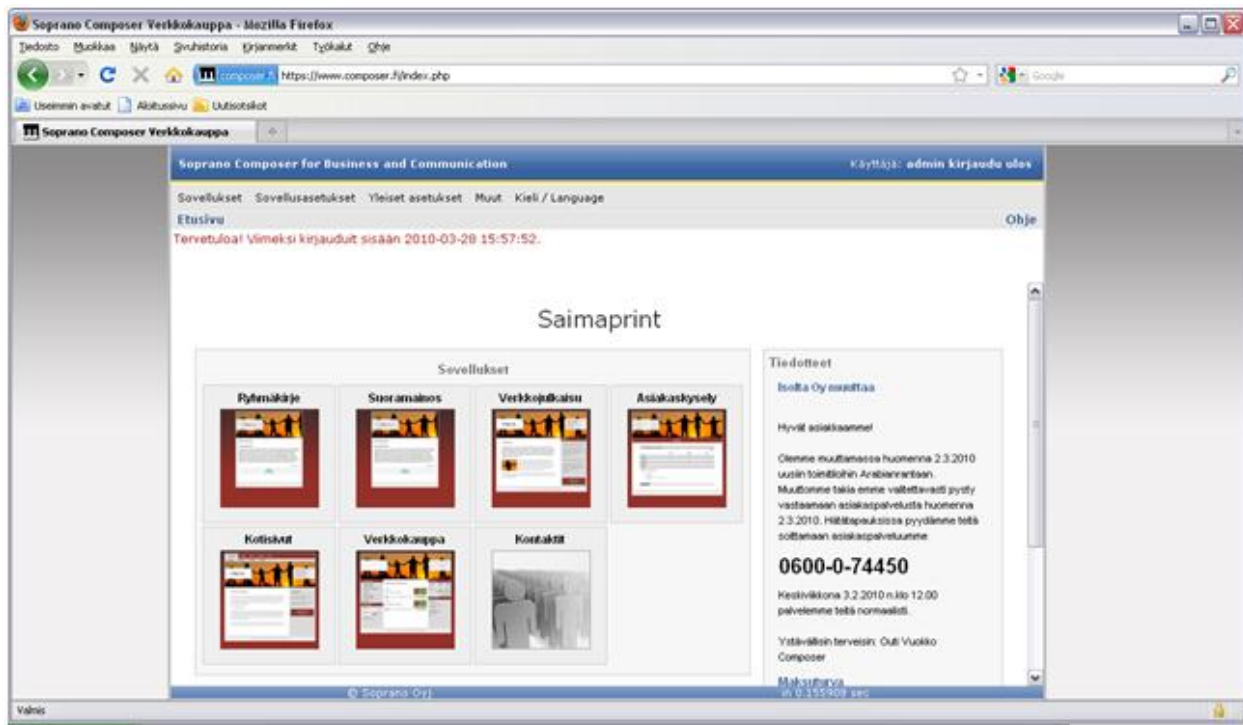
## 7.2 Toteutus

Markkina-avain Composerin työkaluun kirjaututaan yrityskohtaisilla tunnuksilla osoitteessa <https://www.composer.fi/?retailer=elisa>. Kuvassa 5 on kirjautumissivu.



Kuva 5. Markkina-avain Composerin työkalun kirjautumissivu

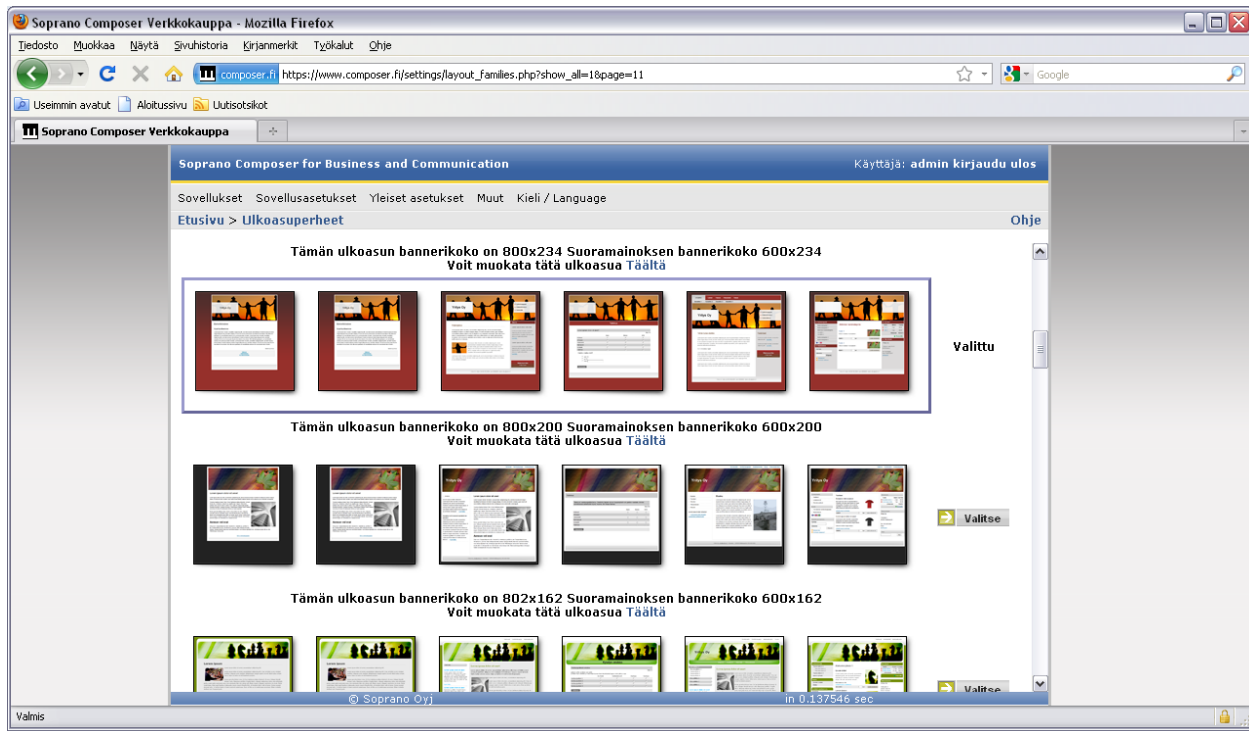
Kuvassa 6 on Markkina-avain Composerin työkalun etusivu. Etusivulla näkyvät työkalun eri osiot.



Kuva 6. Markkina-avain Composerin työkalun etusivu

Työkalun osiot ovat ryhmäkirje, suoramainos, verkkojulkaisu, asiakaskysely, kotisivut, verkkokauppa, kontaktit.

Osioiden läpikäynti aloitettiin kotisivuista. Kuvassa 7 näkyy, kuinka sopiva ulkoasuperhe valitaan. Sivujen tekeminen alkaa tästä. Tämän jälkeen opeteltiin ulkoasun muokkausmahdollisuudet. Askolla ja Kirsillä, graafisen alan ammattilaisina, oli paljon enemmän ymmärrystä kuin minulla esimerkiksi värien yhteensopivuudesta, joten heidän valinnat väreistä ja kuvista loivat sivuston ulkonäön.



Kuva 7. Sivuston ulkoasuperheen valinta

Vanhoilla kotisivuilla olleita tietoja käytettiin uusien sivujen tietopohjana. Tehtäviksi sivuiksi valittiin lähes samat kuin vanhassakin sivustossa. Sivut nimettiin seuraavasti: etusivu, yritys, tuotteet, sijainti, tarjouspyyntö/tilaus ja yhteystiedot.

Tietoja päivitettiin ja tekstien rakenteita uudistettiin. Useita eri sivupohjia kokeiltiin, kuten myös useita eri värejä. Ajankohtaisten asioiden esille tuomista ja kuvien lisäämistä oikean kokoisina opeteltiin.

Kun sivut saatiin julkaisukelpoisiksi, niin niiden toimivuutta testattiin. Pyysin kollegoitani tutustumaan sivuihin ja kommentoimaan niistä. Vastausten perusteella sivustoa hieman muokattiin, mm. muuttamalla fonttien kokoa.

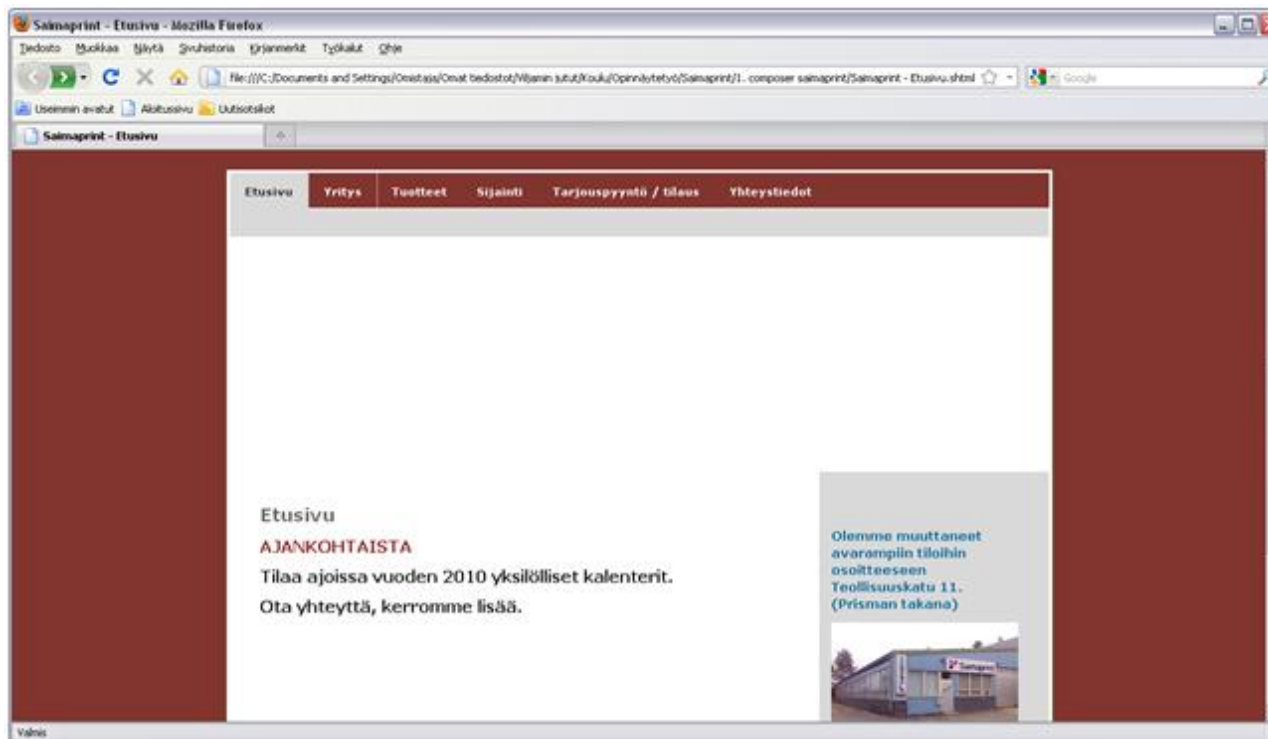
Kun muutokset saatiin valmiiksi, niin sivusto julkaistiin. Se oli ensimmäinen etappi. Nyt sivusto oli itse tehty ja sivuja pystyi itse päivittämään ja muokkaamaan.

Kuvassa 8 on sivustolle tehty uusi logo.



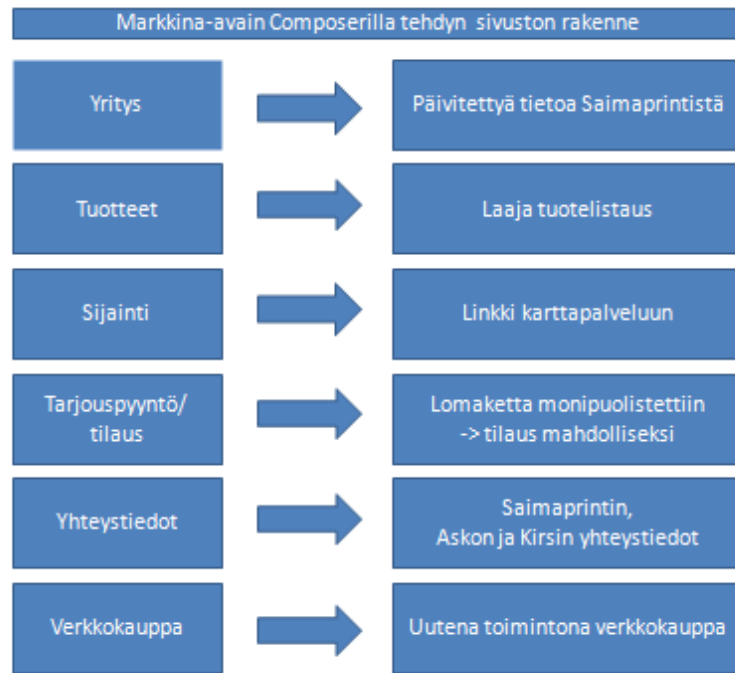
Kuva 8. Uusi logo

Kuvassa 9 on etusivu ilman uutta logoa.



Kuva 9. Uuden sivuston etusivu

Kuvassa 10 kuvataan Saimaprint uuden sivuston rakenne ja sivujen sisältö.



Kuva 10. Composerilla tehdyn sivuston rakenne ja sisältö

Sivuston julkaisun jälkeen verkkokaupan osuutta alettiin rakentaa. Näin valittiin, koska työkaluihin haluttiin tutustua kunnolla. Se on ollut pitkä ja mielenkiintoinen prosessi.

Markkina-avain Composerin verkkokauppatyökalu oli alusta asti monipuolinen, mutta haastava. Kotisivutyökalun käyttö oli suhteellisen helppoa, mutta verkkokauppatyökalun käytön oppiminen vaati enemmän.

Tuoteryhmien ja tuotteiden mietintä ei ole helppoa, varsinkaan painoalan tuotevalikoiman joukosta. Askolla on ollut erittäin monipuolisia ideoita tuotteista. Kaikkia ei ole toteutettu, mutta ne otetaan varmasti verkkokaupan kehittyessä mietintäpöydälle.

Kaikkia tuotteita ei tuotu heti valikoimiin, vaan päädyttiin niihin, joista osattiin rakentaa sopiva tuotteen tilattavaksi ja myytäväksi verkkokaupan kautta.

Yrityksen tai yrittäjän perustaessa verkkokauppaa ei varmasti usein nähdä heti kokonaisuutta. Kaupan rakentaminen, tuoteryhmien ja tuotteiden miettiminen, toimituksen toteutus, nämä asiat ovat varmasti ensimmäisenä listalla.

Yhtenä isona asiana taustalta nostan esiin verkkomaksamisen. ”Bisnes to bisnes” -kaupassa laskulla maksaminen on myös vaihtoehto, mutta tottakai verkkomaksamisenkin on oltava ajan tasalla.

Yrityksen on tehtävä kaikkien haluamiensa pankkien ja maksupalveluiden tarjoajien kanssa sopimukset erikseen. Tämä voi helposti pitkittää projektia, jos se jätetään yrityksen itse tehtäväksi.

Verkkokauppaa rakentaessamme keväällä 2009 sain tietää, että Markkina-avain Composer tulee saamaan Elisalta vaihtoehdon rinnalleen. Tämän takia jäimme odottamaan lisätietoja tästä muutoksesta.

## 8 ELISA MARKKINA-AVAIN

Kuten edellä mainitsin, niin sain tietää että Markkina-avain Composerin rinnalle oltiin tuomassa vaihtoehtoa. Elisa Markkina-avain julkaistiin kesällä 2009. Mielestäni suurin syy tähän oli, että Markkina-avain Composer osoittautui hieman liian haastavaksi palveluksi käyttää. Työkalu ei ollut tarpeeksi joustava ja esimerkiksi verkkomaksuliikenteen haasteet varmasti hidastivat alkaneita projekteja.

Elisa Markkina-avain on ominaisuuksiltaan kevyempi, mutta toteutukseltaan paljon joustavampi palvelu. Käyttöönoton helppous on myös aivan toista luokkaa. Palvelun perusidea säilyi samana. Palvelu siis tarjoaa välineet sähköiseen markkinointiin ja myyntiin. Myös JM Tiedon toteuttamat valmennuspalvelut säilyivät tärkeänä osana.

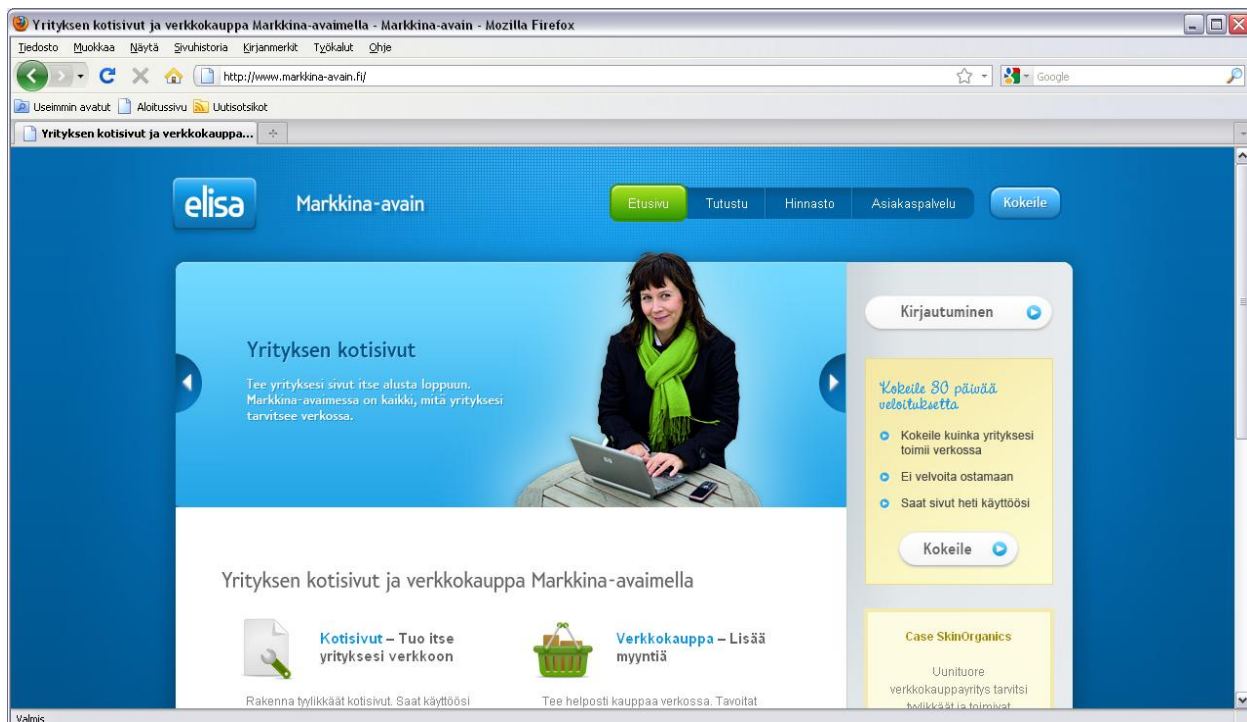
Elisa Markkina-avain perustuu Elisan yhteistyökumppanin Optinetin ohjelmistoon. Ohjelmisto on ennen kaikkea helppokäyttöinen ja ulkoasu moderni. Palvelu toteutetaan edelleen web-pohjaisena sovellusvuokrauksena. Optinet vastaa ohjelmistosta, ylläpidosta ja palvelimista, joilla yritysten sivustot sijaitsevat. Kirjautuminen ylläpivulle tapahtuu yrityskohtaisilla käyttäjätunnuksilla ja salasanoilla.

Valmennuspalvelu toteutetaan täysin samalla tavalla kuin aikaisemminkin. Valmennus tapahtuu siis etäohjattuna. Käyttäjä voi olla esimerkiksi toimistolla koneen ääressä ja valmentaja ohjaa valmennusta etähallinnalla. Puheyhteys toteutetaan puhelimitse.

Valmentaja neuvoo Elisa Markkina-avaimen käytössä ja voi myös auttaa yrityksen markkinoinnin suunnittelussa.

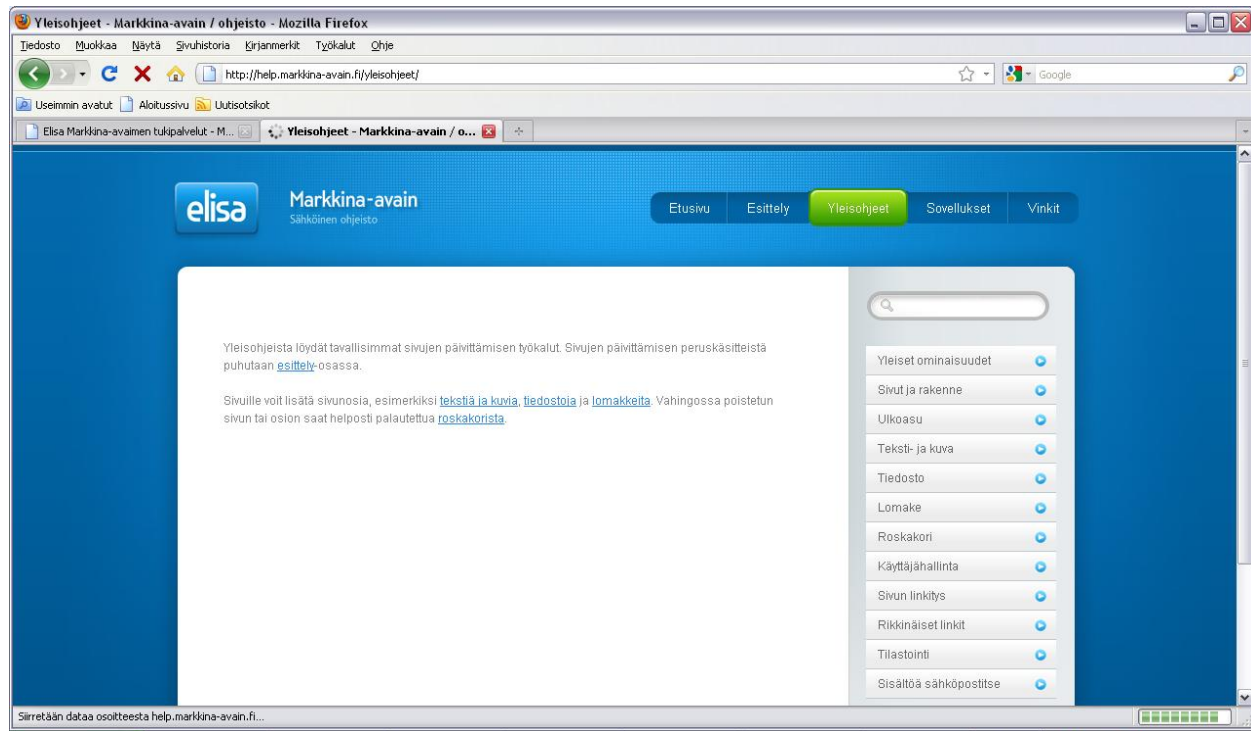
Mielestäni parhaimpina uusina asioina oli palvelulle tehty oma sivusto ja ratkaisu verkkomaksuliikenteen hoitamiseen kuntoon helpolla.

Osoitteessa [www.markkina-avain.fi](http://www.markkina-avain.fi) on ajantasainen tieto kokoajan saatavilla. Samalla sivuston kautta reaaliaikainen ohjeisto on käyttäjän ulottuvilla. Ohjeisto on rakennettu niin, että käyttäjä pystyy perehtymään siihen helposti ja toteuttamaan sivuston rakentamista vaihe vaiheelta. Julkaisukelpoinen sivusto on saavutettavissa erittäin helposti ja muokkausta voi jatkaa kun käyttäjälle sopii. Kuvassa 11 on Elisa Markkina-avain palvelun verkkosivuston etusivu. (Lumpola 2009.)



Kuva 11. Elisa Markkina-avain palvelun etusivu

Kuvassa 12 on ohjeiston sivu yleisohjeista. Sivujen tekemiseen liittyvät asiat on jaettu osa-alueisiin, joten käyttäjän on helppo edetä kohta kohdalta.



Kuva 12. Elisa Markkina-avaimen ohjeistoa

Verkkomaksuliikenteen hoitaminen kuntoon on toteutettu Elisan yhteistyökumppanin Suomen Verkkomaksut Oy:n kanssa. Yritys tekee suoraan sopimuksen Suomen Verkkomaksut Oy:n kanssa, joka taas hoitaa yrityksen puolesta kaikki tarvittavat asiat kuntoon. Sopimus kuuluu Elisa Markkina-avaimeen. Yritys maksaa vain provision toteutuneiden kauppojen osalta.

## Elisa Markkina-avaimen ominaisuuksia

Sivuston toteuttamista varten ovat käytössä seuraavat sovellukset: tekstit ja kuvat, lomakkeet, tiedostot, kuvagalleria ja ajanvarauskalenteri.

Verkkokauppatyökalu sisältää puolestaan: asiakkaiden rekisteröityminen, tuoteluettelo, ostos-kori toiminto, tilaaminen, eri maksutavat ja tilausten seuranta. (Lumpola 2009.)

## 9 ELISA MARKKINA-AVAIMELLA TEHTY SIVUSTO

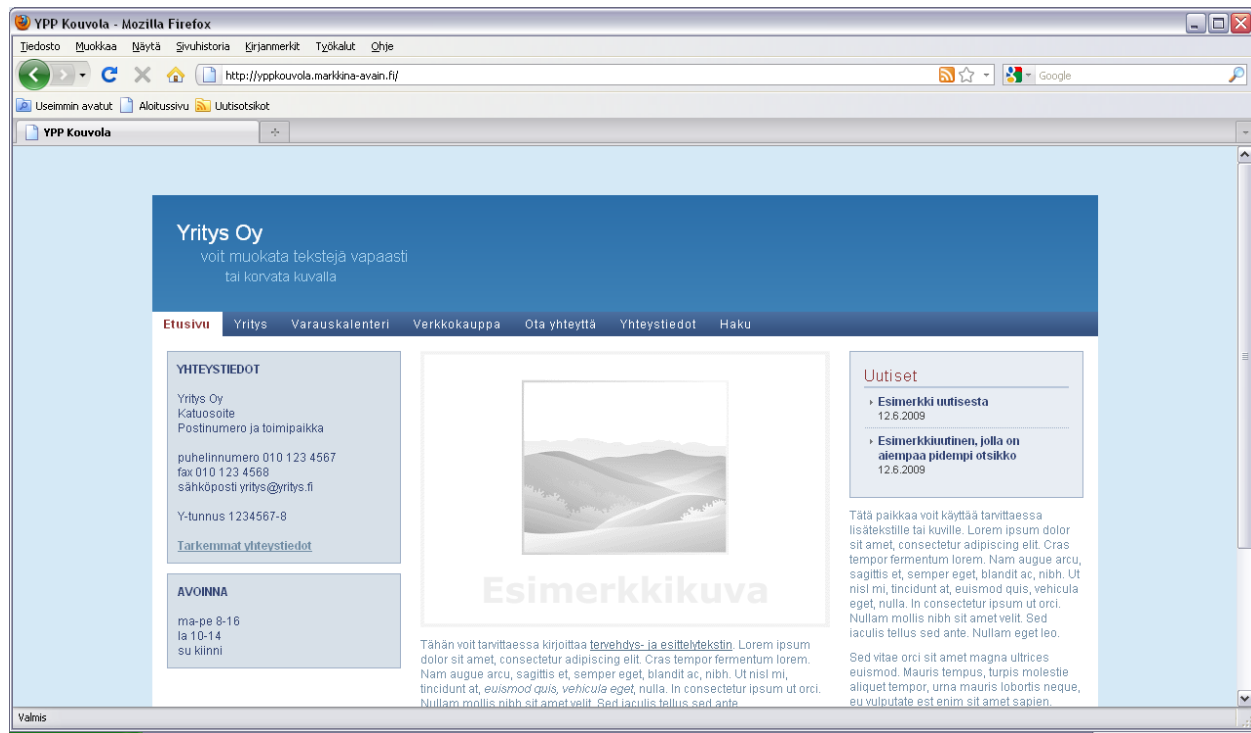
Kun Elisa Markkina-avain oli julkaistu, niin kävi hyvin nopeasti selväksi, että se valitaan projektin työkaluksi Markkina-avain Composerin tilalle. Uuden palvelun mahdol-



listama moderni ulkoasu, yksityiskohtainen ohjeistus ja verkkokauppatyökalu verkkomaksutoimintoinen vakuuttivat meidät.

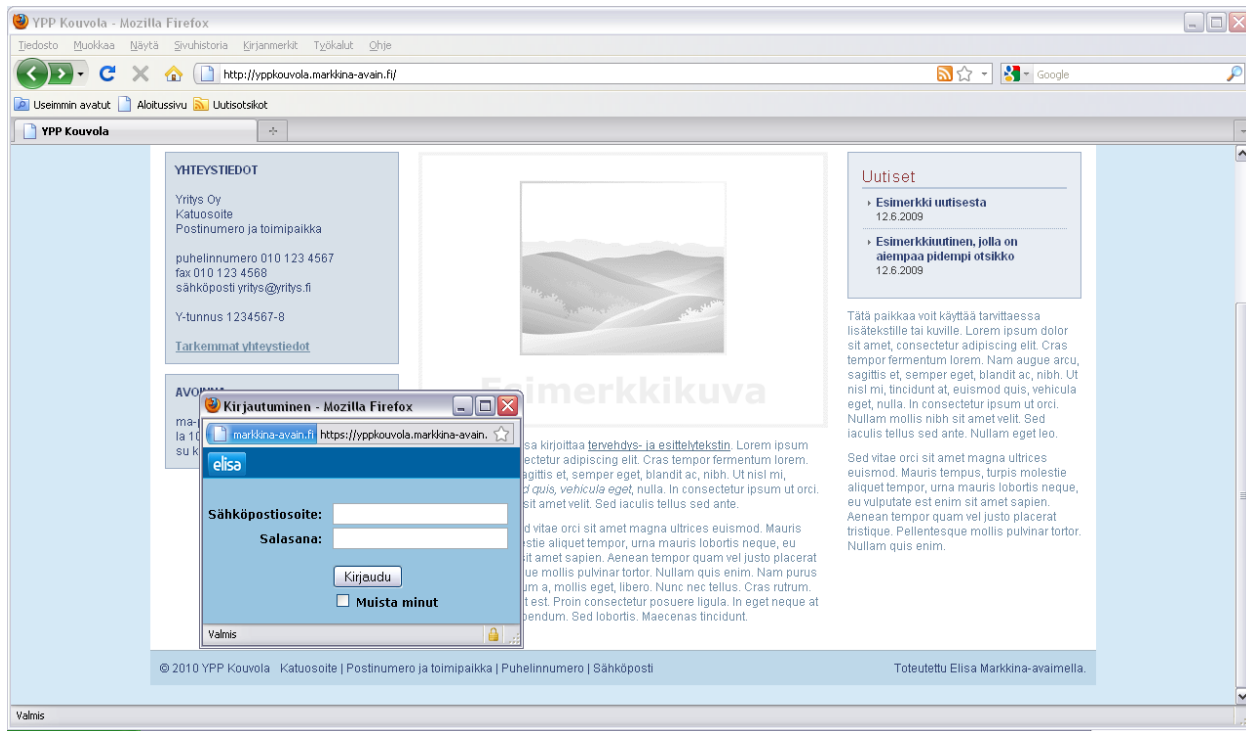
Seuraavilla kuvilla halutaan näyttää visuaalisesti, kuinka sivuston tekeminen Elisa Markkina-avaimella tapahtui.

Sivuston lähtökohta on valmis ulkoasu, jota lähdetään muokkaamaan. Kuvassa 13 on sivuston lähtökohta.



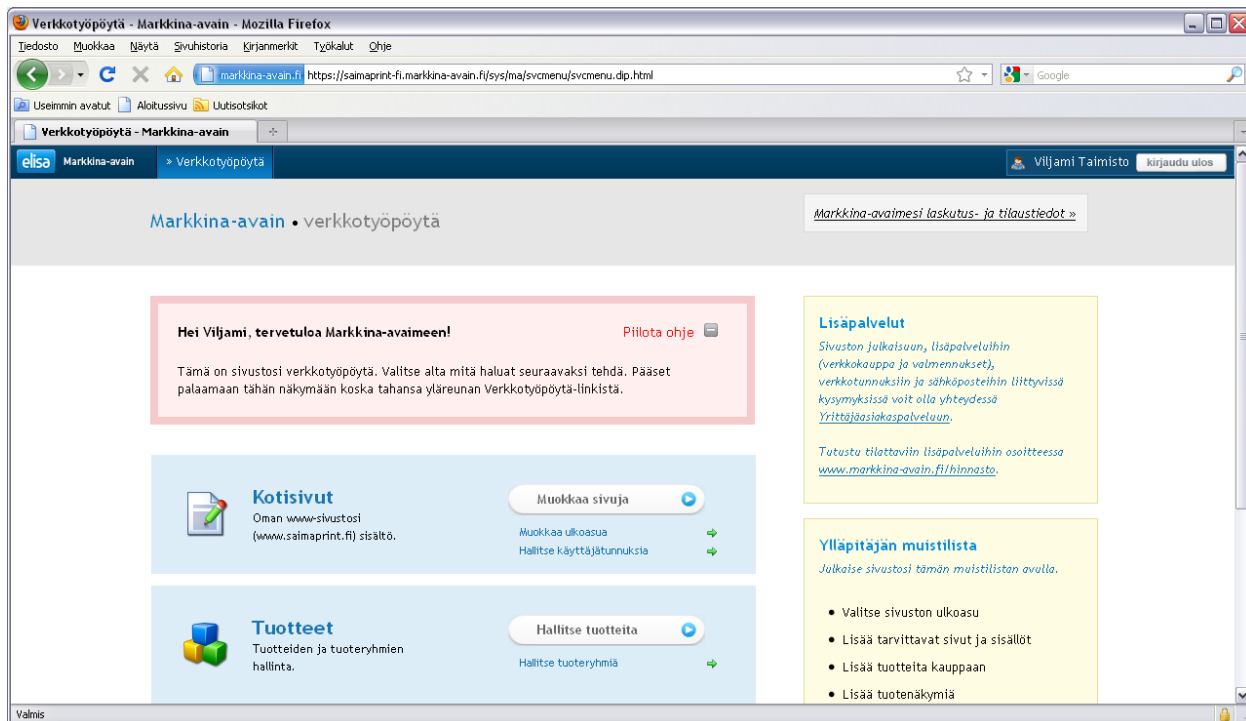
Kuva 13. Elisa Markkina-avaimella tehtävän sivuston lähtökohta

Sivustolle kirjaututaan oman sivun kautta. Kuvassa 14 kirjautumisikkuna.



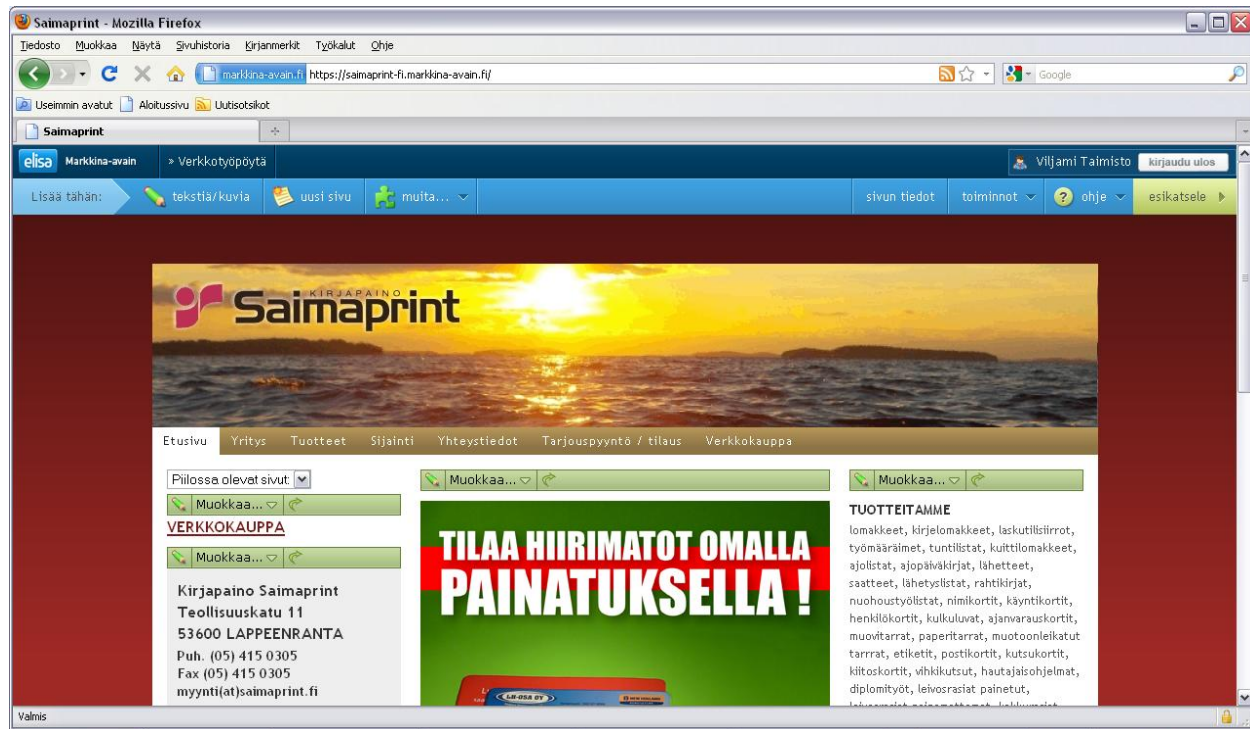
Kuva 14. Kirjautumisikkuna

Työkalun etusivua kutsutaan verkkotyöpöydäksi. Kuvassa 15 verkkotyöpöytä.



Kuva 15. Verkkotyöpöytä

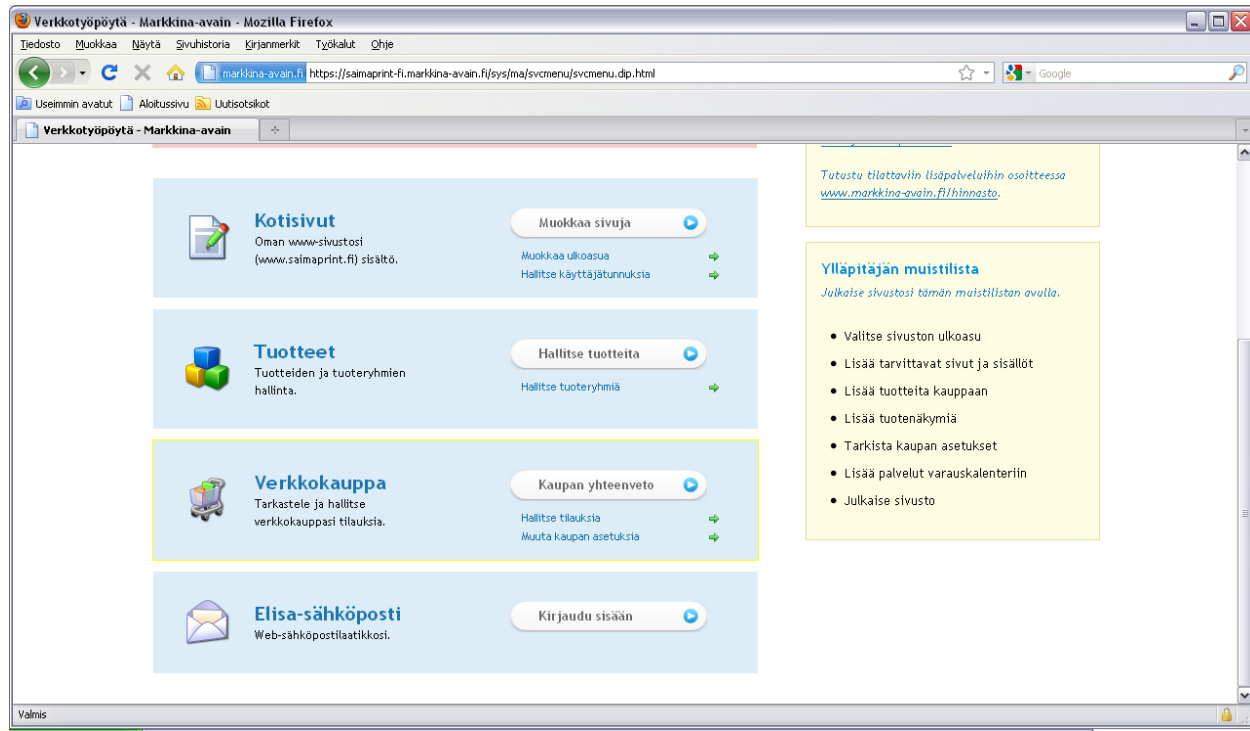
Sivuston ulkoasua muokkaamalla saatiin luotua halutun näköinen sivusto. Kuvassa 16 sivusto näkyy työkalun kautta. Kuvan yläosassa näkyy työkalun toimintoja. Asko halusi yhdistää logon kauniiseen kuvaan Saimaasta, ja lopputulos oli hieno.



Kuva 16. Sivuston ulkoasu, kuvan yläosassa työkalun toimintoja

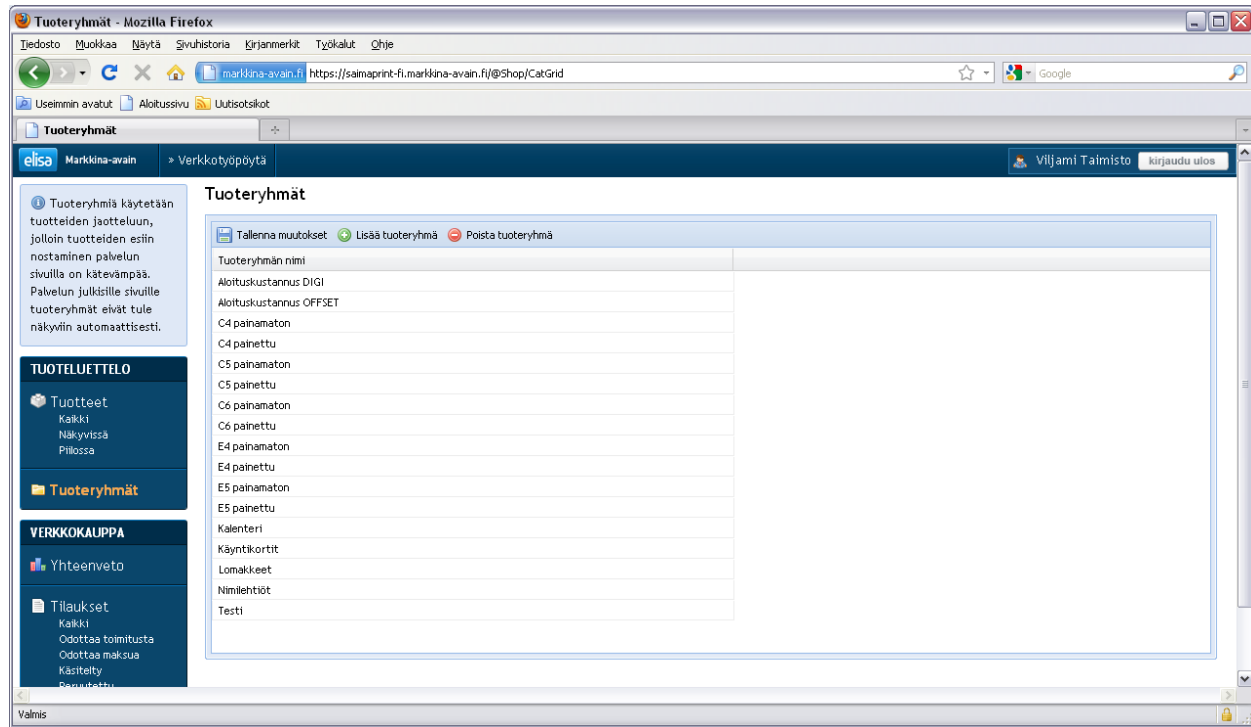
Kotisivujen tekeminen uudella työkalulla kävi nopeasti. Sivujen nimet ja sisältö olivat jo valmiit, joten ne vain toteutettiin uudestaan. Sivun tekeminen oli helppoa. Työkalun toiminnoista valitaan ”uusi sivu”, nimetään sivu esimerkiksi ”yritys”, haetaan sivulla näkyvät kuvat ja kirjoitetaan halutut tekstit. Tämän jälkeen yritys-sivu on valmis. Kun sivut oli luotu, niin uusi sivusto julkaistiin. Tämän jälkeen siirryttiin rakentamaan verkkokauppaa.

Verkkokaupan rakentaminen aloitetaan myös verkkotyöpöydän kautta. Itse verkkokauppaa, esimerkiksi tilauksia pääsee tarkastelemaan valitsemalla kuvassa 17 näkyvän ”Kaupan yhteenveto” painikkeen. Tuoteryhmien ja tuotteiden rakentaminen aloitetaan puolestaan valitsemalla joko ”Hallitse tuoteryhmiä” tai ”Hallitse tuotteita”.

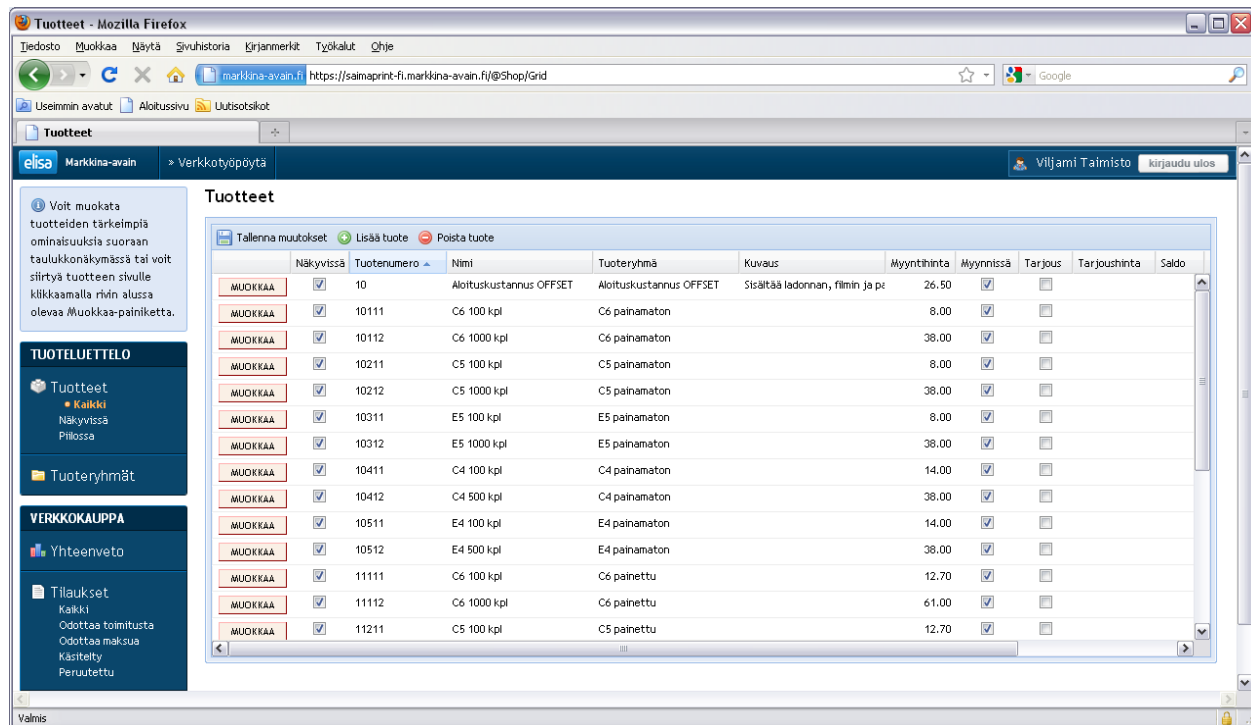


Kuva 17. Verkkokaupan rakentamisen alkuun pääsee verkkotyöpöydältä

Tuoteryhmät ja tuotteet luotiin omissa osioissaan. Kuvassa 18 on tuoteryhmiä luotuna ja kuvassa 19 on tuotteita luotuna.

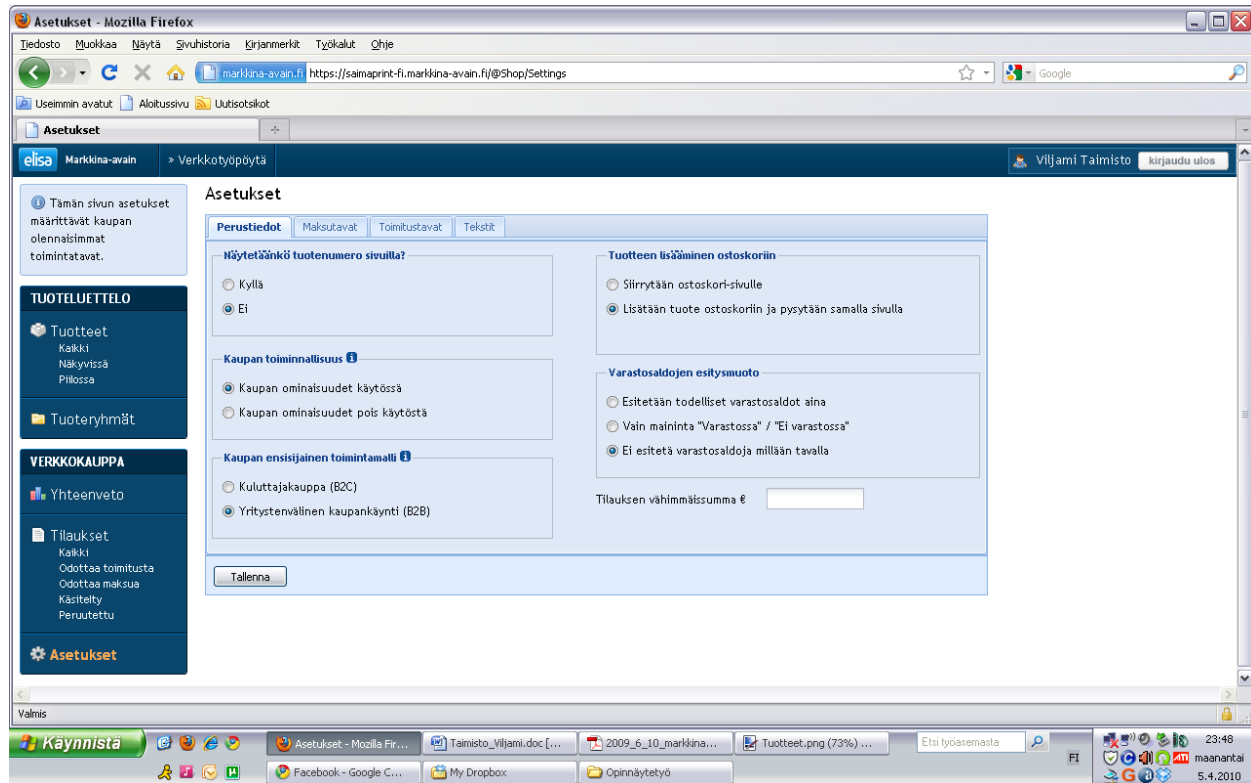


Kuva 18. Tuoteryhmiä



Kuva 19. Tuotteita

Verkkokaupan asetuksia, esimerkiksi maksutavat ja toimitustavat pääsee asettamaan asetukset-sivulla. Kuvassa 20 näkyy asetusten perustiedot.



Kuva 20. Verkkokaupan asetuksia

Verkkokauppa julkaistiin syksyllä 2009. Verkkokauppaa kehitetään edelleen koko ajan. Uusia tuoteryhmiä ja tuotteita pyritään tuomaan jatkuvasti myyntiin, jotta tärkein tavoite, uusi myyntikanava, pääsee kunnolla tuottamaan.

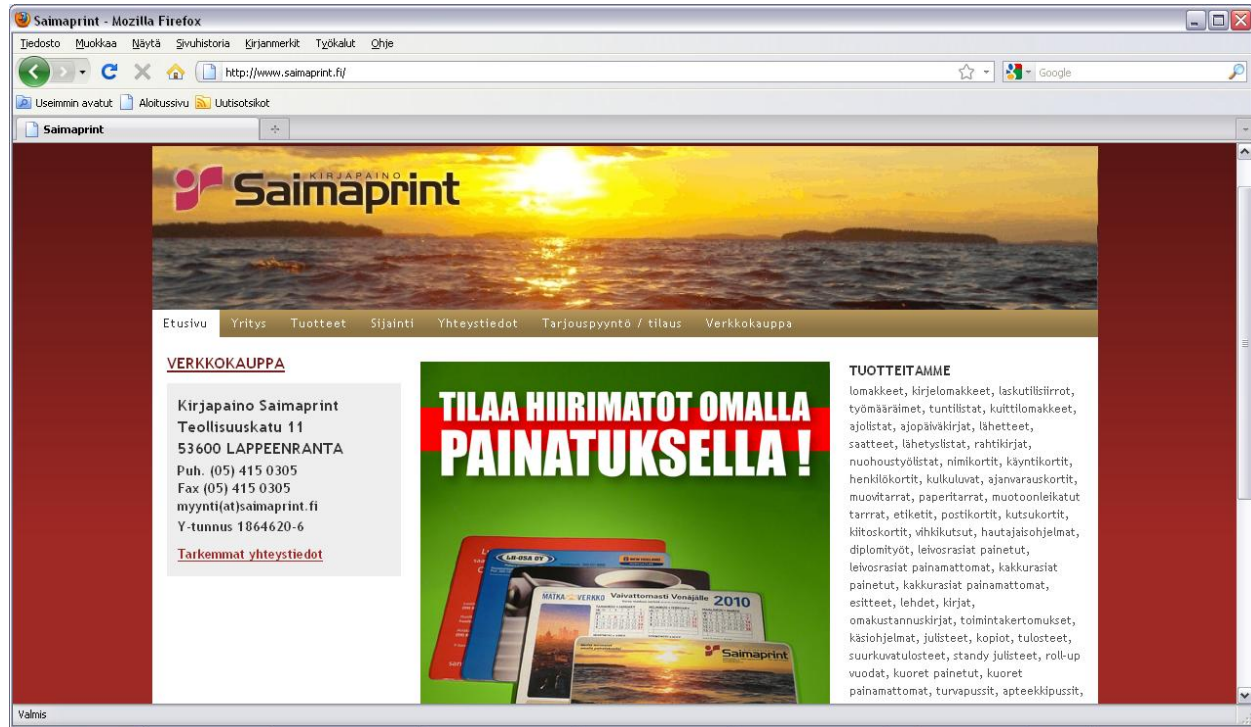
## 10 LOPPUTULOS

Kotisivujen tekemiseen ja ylläpitämiseen Saimaprint sai erittäin hyvän työkalun. Se tulee varmasti palkitsemaan monesti. Asko ja Kirsi osaavat käyttää työkalua, ja he voivat tuoda ajankohtaisia tuotteita esille esimerkiksi kuvamainoksina.

Koko prosessi on ollut pitkä ja verkkokaupan kehitys jatkuu varmasti aina. Elisa Markkina-avaimen myötä verkkokaupan tarvitsemat osa-alueet loksahivat kohtalteen. Verkkomaksuliikenne hoitui hienosti kuntoon ja verkkokaupan työkalun käyttö

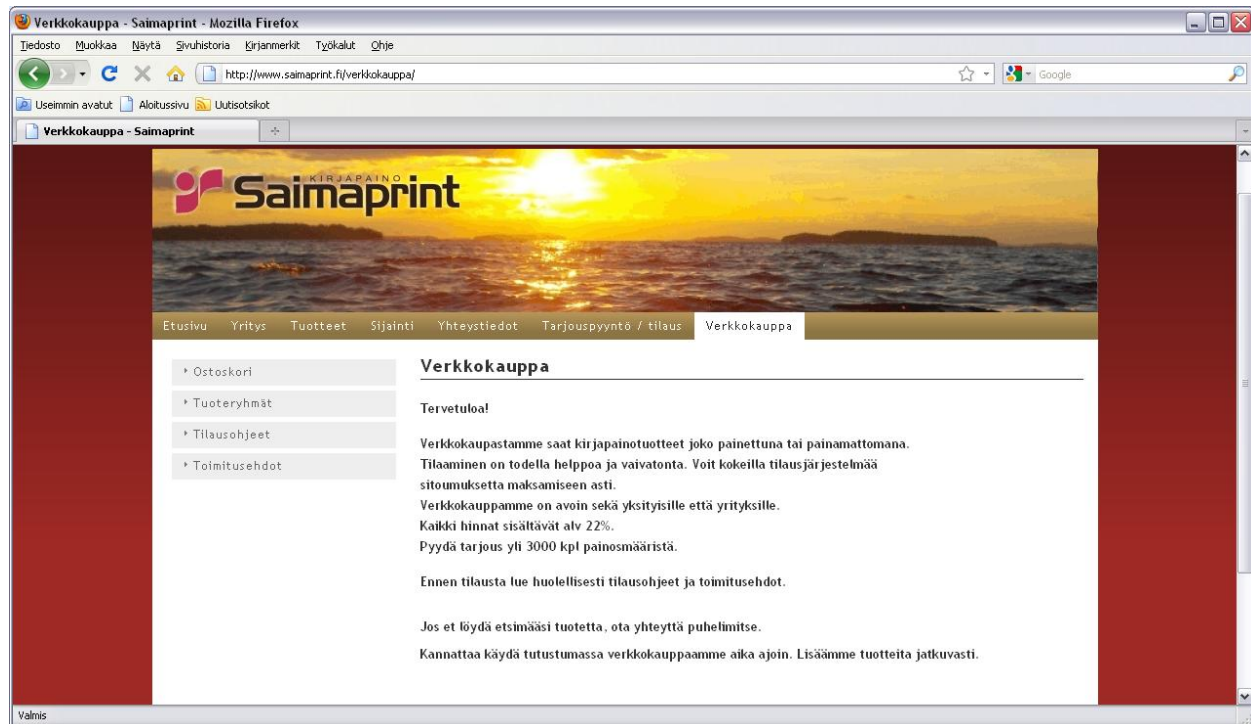
helpottui. Haasteita on vielä edessä mutta ne otetaan rohkeasti vastaan. Tarkoituksena on kuitenkin se, että kauppa tuottaa ja se että Saimaprint saa käyttää ammattitaitoaan sekä kivijalkatoiminnassaan että sähköisessä liiketoiminnassa.

Kotisivujen uudistus onnistui hyvin. Kuvassa 21 on uusien sivujen etusivu.



Kuva 21. Uusi etusivu

Verkkokauppa on varmasti aina kehityksen kohteena. Tärkeimmät toiminnallisuudet ovat kuitenkin kunnossa, joten Saimaprint voi keskittyä rakentamaan siitä tehokkaan myyntikanavan itselleen. Kuvassa 22 on verkkokaupan etusivu.



Kuva 22. Projektin tärkein tavoite, toimiva verkkokauppa

Olen erittäin tyytyväinen lopputulokseen. En usko, että voisin enempää perehtyä mihinkään muuhun Elisan palveluun. Oppimistani tiedoista on hyötyä Elisalle ja kollegoilleni. Saimaprint, Asko ja Kirsi, ovat projektin myötä minulle paljon muutakin, kuin vain opinnäytetyöni tekemisen mahdollistanut yritys. Autan heitä mielelläni jatkossakin palvelun käytön kehittämisessä. Sain kokea yrittäjyyden arkea. Se auttaa minua asioidessani yrittäjien kanssa ja perehtyessäni yritysten toimintaan.



## LÄHTEET

Elisan strategia. Elisa Oyj. Saatavissa: [http://www.elisa.fi/elisa-oyj/tietoa\\_elisasta/strategia/](http://www.elisa.fi/elisa-oyj/tietoa_elisasta/strategia/) [viitattu 2.3.2010].

Elisan organisaatio. Elisa Oyj. Saatavissa: [http://www.elisa.fi/elisa-oyj/tietoa\\_elisasta/organisaatio/](http://www.elisa.fi/elisa-oyj/tietoa_elisasta/organisaatio/) [viitattu 2.3.2010].

Korpela, T. 2007. Markkina-avain Composer palvelukuvaus. Elisa Oyj.

Lumpola, S. 2009. Elisa Markkina-avain palvelukuvaus. Elisa Oyj.

Tietoa Elisasta. Elisa Oyj. Saatavissa: [http://www.elisa.fi/elisa-oyj/tietoa\\_elisasta/](http://www.elisa.fi/elisa-oyj/tietoa_elisasta/) [viitattu 1.3.2010].

Ylä-Jääski, V. 2006. Sovellusvuokraus osaksi yrityksen arkea. MikroPC 9.3.2006. Saatavissa: <http://lehtiarkisto.talentum.com.xhalax-ng.kyamk.fi:2048/lehtiarkisto/search/show?eid=867297>