



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Tietojärjestelmätiede	Päivämäärä	30.4.2008
Tekijä(t)	Arto Lamminen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	77
Otsikko	Asiakkuudenhallinnan ja tietämyksenhallinnan tarve tarjousprojektissa		
Ohjaaja(t)	KTT Jarmo Tähkäpää		

Tiivistelmä

Asiakkuudenhallinta on korostunut 90-luvulta lähtien osana yritysten välistä kauppasuhdetta. Koko myynnin ja asiakassuhteiden työskentelykenttä on muuttunut enemmän asiakassuuntautuneeksi. Myyvälle yritykselle on etua tuntea asiakkaan markkina ja tapa toimia sen omalla markkinalla. Tämän perusteella palveluja myyvä yhtiö voi tarjota lisäarvoa asiakkaalle ja saada tällä tavoin kilpailuetua tai varmistaa vanhan asiakassuhteen pysyvyyttä.

Tässä tutkielmassa tarkastellaan asiakkuudenhallintajärjestelmän, eli Customer Relationship Management (CRM), riittävyttä myytäessä tietojärjestelmäpalveluja. Tätä tutkitaan tämän päivän myynnin vaatimusten valossa. Tarkastelun kohteena on yhtiö, joka myy tietojärjestelmä ratkaisuja/palveluja. Tutkimus empiirinen osa kulminoituu ratkaisumyynnin tarjousprojektivaiheeseen. Tarjousprojektivaiheessa yrityksessä laaditaan asiakkaalle tarjous. Tavallisesti se on pidemmän aikavälin myyntityön tuloksena tuotettu ratkaisu. Tarjoukseen sisällytetään siis se tieto mikä organisaatiolla on tuottaa tarjousta varten sekä faktana että hiljaisena. Osana teoreettista lähestymistä tarkasteltiin Customer Knowledge Managementin (CKM) osaluetta asiakassuhteissa. Kolmantena teoreettisena lähestymisenä oli ratkaisumyynti, Solution selling, tapana myydä tietojärjestelmäratkaisuja.

Tutkimuskysymyksenä olivat nykyisen käytössä olevan CRM-järjestelmän käyttö ja riittävyys tarjousprojektia tehdessä. Kolmantena kysymyksenä oli mahdolliset jatkokehitystarpeet CRM-järjestelmän lisäksi.

Tutkimus perustui teemahaastatteluihin. Haastattelun yhteydessä käytettiin mielikuvakarttaa ja nauhoituksia. Haastattelut translitteroitiin tietyiltä osin ja muuten muistiinpanojen apuna käytettiin mielikuvakarttaa.

Tuloksena tutkielmassa todettiin, että CRM-järjestelmää pitäisi laajentaa dokumentinhallinnan suuntaan. Tämä tukisi asiakassuhdetta ja toisi CKM piirteitä asiakkuudenhoidon. Samalla yhteistyö tuotannon ja myynnin välillä tehostuisi tarjousprojektin eri vaiheissa.

Asiasanat	asiakkuudenhallinta, asiakastietämys, ratkaisumyynti, mielikuvakartta
Muita tietoja	