



Ohjatus  
myynnin  
opas

# Sisältö

2

Mitä on ohjattu myynti? .....	4
Ohjatun myynnin keinot .....	6
Esimerkin kautta konkretiaa .....	8
Ohjatun myynnin työkalut .....	10
Ohjattu myynti tarjouksenteon apuvälineenä .....	12
Ohjattu myynti tilaamisen apuvälineenä .....	13
Ohjattu myynti markkinoinnin apuvälineenä .....	15
Ohjatun myynnin <b>hyötyjä</b> .....	16
Kurkistus pinnan alle .....	18
Hankinnassa huomioitavia asioita .....	20
Hankintaprojekti .....	22

DEVENIO

”Devenio – Ohjatun ostamisen ja myymisen johtaminen on yritysmaailman kanssa verkottunut tutkimusprojekti, jonka tavoitteena on tutkia digitaalisten myyntityökalujen hyödyntämistä B2B-markkinoilla. Siinä keskitytään erityisesti digitaalisten myyntikonfiguraattoreiden käyttöön. Projektia koordinoi Tampereen teknillinen yliopisto, ja se toteutetaan yhteistyössä seuraavien tahojen kanssa: Danfoss Drives, Merus Power Dynamics Oy, Scanclimber Oy, Tekes, Teknologiateollisuus ja Wapice Oy.”

## TOIMITUSTYÖRYHMÄ

**Kai Huittinen, Samuli Pylkkönen**  
Wapice oy

**Tommi Mahlamäki, Mika Ojala**  
Tampereen teknillinen yliopisto

## TAITTO JA GRAAFINEN SUUNNITTELU

**Anne Kivimaa**  
Wapice oy

*Digitalisaation yleistyessä monet yritykset haluavat tarjota myyntiverkostolleen ja myös asiakkailleen työkaluja, joiden avulla on helppo löytää erilaisiin asiakastarpeisiin parhaiten soveltuvia tuote- ja palvelukokonaisuuksia. Erilaiset ohjatun myynnin ratkaisut auttavat yrityksiä saavuttamaan tämän tavoitteen.*

*Tämän oppaan tavoitteena on tarjota B2B-yrityksille lisätietoa ohjatun myynnin työkalujen mahdollisuuksista ja hyödyistä sekä antaa ohjeita työkalun hankinnan varalle. Aihetta lähestytään erityisesti myyntikonfiguraattoreiden näkökulmasta. Opas on suunnattu yritysten johdolle sekä myynnistä, markkinoinnista, IT-järjestelmistä ja tuotehallinnosta vastaaville tahoille. Se on kirjoitettu osana Devenio - Ohjatun ostamisen ja myymisen johtaminen -tutkimusprojektia.*

# MITÄ ON OHJATTU MYYNNTI?

**Y**rityksen tuotevalikoima saattaa koostua suuresta määrästä erilaisia tuote- ja palveluvariaatioita. Tuotteiden syvälinen ymmärtäminen vaatii usein asiantuntemusta, jota asiakkaalla ei välttämättä ole. Tällöin asiakkaan ja myös myyjän voi olla vaikeaa hahmottaa:

- Mitkä yrityksen tuote- ja palveluvariaatioista ovat keskenään yhteensopivia?
- Mikä tuote- tai palvelukokonaisuus sopii parhaiten asiakkaan yksilölliseen tarpeeseen?

Ohjatulla myynnillä viitataan toimintaan, jossa yritys esittelee tuote- ja palveluvalikoimansa asiakkailleen mahdollisimman havainnollisesti. Ohjatun myynnin työkalulla pyritään löytämään asiakastarpeeseen parhaiten soveltuvan tuote- ja palvelukokonaisuuden käyttäen asiakkaalle tuttuja termejä. Käyttäjältä ei siten edellytetä syvällistä tuoteosaamista.

Työkalussa voidaan esittää käyttäjälle sarja kysymyksiä, jotka kuvaavat asiakkaan tarpeita. Tämän seurauksena valinnat yhdistyvät sopiviin tuote- ja palvelukomponentteihin. Työkalu voi myös suositella tarpeeseen parhaiten soveltuvia tuotteita ja palveluita. Lisäksi se voi auttaa eri kokonaisuuksien keskinäisessä vertailussa.



### ASIAKASTARVE

- Käyttöympäristö
- Sovelluskohde
- Käyttömäärät



### OHJATUN MYYNNIN TYÖKALU

- Konfigurointi
- Optimointi
- Hinnanlaskenta



### TUOTE- JA PALVELUKOKONAISUUS

- Validi & optimaalinen tuote
- Hinta



Ohjatussa myynnissä kysytään tuotekohtaisten kysymysten sijasta asiakastarvelähtöisiä kysymyksiä, kuten:

**Kuka tuotetta käyttää?**

**Missä käyttöympäristössä tuotetta käytetään?**

**Millaisia lopputuloksia tuotteelta edellytetään?**

**Millä toimialalla tuotetta käytetään?**

**Kuinka paljon tuotetta käytetään tietyssä aikayksikössä?**

# OHJATUN MYYNNIN KEINOT

## TARVEKARTOITUS

**A**siakkaan saattaa olla vaikea tietää, mitkä toimittajan tuotteet ja palvelut soveltuvat parhaiten hänen tarpeeseensa. Tarvekartoitus voi ohjata asiakkaan tarvettaan vastaavien tuotteiden pariin ja näin huomattavasti vähentää mahdollisten tuotevaihtoehtojen määrää. Tuotevalintaa ohjaavat kysymykset voidaan esittää sellaisessa muodossa, jotka ovat asiakkaalle merkityksellisiä ja jotka kuvaavat asiakkaan liiketoiminnan vaatimuksia.

## VAIHTOEHTOJEN SUOSITTELU

**O**hjatun myynnin työkalu voi suositella käyttäjälle erilaisia tuotteita ja palveluita joko tarvekartoituksen, muiden aikaisempien valintojen tai käyttäjän profilin perusteella. Lisäksi työkalu voi ehdottaa valittua tuotetta täydentäviä optioita tai palveluita sekä muiden käyttäjien ostamia vastaavia tuotteita.

Prosessia, jossa käyttäjä pyrkii löytämään parhaan tuotteen tai palvelutarjoaman lukuisten vaihtoehtojen joukosta, kutsutaan konfiguroinniksi.

## RATKAISUJEN KONFIGUROINTI

**P**rosessia, jossa käyttäjä pyrkii löytämään parhaan tuote- tai palvelutarjoaman lukuisten vaihtoehtojen joukosta, kutsutaan konfiguroinniksi. Siinä voidaan nähdä olevan kaksi keskeistä osa-aluetta:

1. Tuotteiden ja palveluiden komponenttien yhteensopivuuden varmistaminen
2. Optimaalisen ratkaisun löytäminen

Konfiguroinnin perimmäinen tarkoitus on taustalla olevan säännösten kautta varmistaa, että asiakastarpeeseen räätälöity tuote koostuu toisiinsa yhteensopivista moduuleista, komponenteista ja optioista. Optimaalinen ratkaisu voidaan löytää esimerkiksi optimointialgoritmien tai tuotevertailun avulla.

## VAIHTOEHTOJEN VERTAILU

**A**siakkaalle voidaan välittää tietoa tuotteiden ominaisuuksista ja hyödyistä peilaamalla niitä asiakkaan kuvaamaa tarvetta vasten. Eri tarpeisiin löytyy useita erilaisia ratkaisuja, mutta niiden vahvuuksien ja hyötyjen viestittäminen asiakkaalle voi olla haasteellista.

Viestinnän helpottamiseksi asiakkaalle voidaan tarjota erilaisia vertailutoiminnallisuuksia tai esittää tarvekartoituksen ja konfiguroidun tuotteen perusteella laadittuja laskelmia. Näillä voidaan arvioida esimerkiksi tuotteen takaisinmaksuaikaa, elinkaarikustannuksia tai kannattavuutta.

## Asiakstarve

- Siirtää tietty määrä tavaraa paikasta A paikkaan B tietyissä olosuhteissa määritetyn aikataulun ja syklin mukaisesti

Esimerkin  
kautta  
konkretiaa



## Tarvekartoitus

- Maksimi kuorman paino
- Ajokilometrit vuodessa

## Ratkaisujen konfigurointi

- Rekka-auton malli
- Hyttityyppi





#### Vaihtoehtojen suosittelu

- Lisäoptioiden valinta
- Huoltopalveluiden määrittäminen



#### Vaihtoehtojen vertailu

- Polttoaineen kulutus
- Kapasiteettilaskenta
- elinkaarikustannukset

Asiakastarvetta  
parhaiten vastaavat  
tuotteet ja palvelut



# OHJATUN MYYNNIN TYÖKALUT

**M**arkkinoilla on useita erilaisia ohjatun myynnin työkaluja, joista jotkin ovat valmiita ohjelmistoalustoja ja toiset asiakaskohtaisesti täysin räätälöityjä ratkaisuja. Osa ratkaisuksista puolestaan rakentuu ohjelmistoalustan päälle mutta sisältää asiakaskohtaista räätälöintiä. Joskus ratkaisuihin viitataan termillä työkalu, toisinaan taas termillä järjestelmä.

Myynti- ja tilauskanavaan suunnattuja ohjatun myynnin työkaluja kutsutaan usein **myyntikonfiguraattoreiksi tai CPQ-työkaluiksi**. Kirjainlyhenne CPQ tulee sanoista **Configure** (konfiguroi), **Price** (hinnoittele) ja **Quote** (tarjoa). Se tarkoittaa ohjelmistotyökalua, jolla myyjä tai asiakas itse voi konfiguroida tuote- ja palvelukokonaisuuden, hinnoitella sen, generoida siitä tarjouksen ja jopa tilata sen. Lisäksi tilaus voidaan lähettää CPQ-työkalun kautta suoraan yrityksen toiminnanohjausjärjestelmään.

- konfiguraattori
- hinnoittelutyökalu (alennukset, kustannus- ja katetiedot, sopimushinnastot yms.)
- tarjousten ja tilausten hallintatyökalu
- tarjousdokumentin generointityökalu
- tarjouksen workflow -ominaisuudet
- asiakastietokanta
- tarjous- ja tilaustietokanta
- raportointi ja analytiikkaominaisuudet
- visualisointiominaisuudet (2D- ja 3D-kuvat, taulukot, yms.)
- integroitirajapinnat ulkoisiin tietojärjestelmiin
- usean kielen tuki
- offline-toiminnallisuus

Myynti- ja tilauskanavaan suunnattuja ohjattun myynnin työkaluja kutsutaan usein myyntikonfiguraattoreiksi tai CPQ-työkaluiksi.

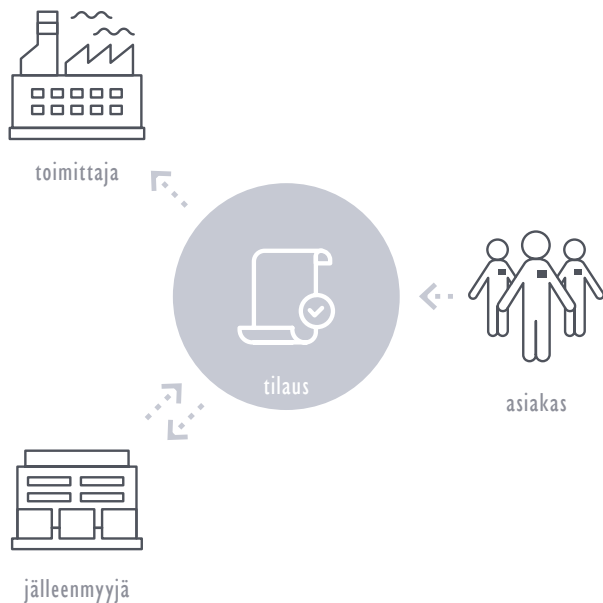
# OHJATTU MYYNTI TARJOUKSENTEON APUVÄLINEENÄ

12

**P**erinteisesti ohjatun myynnin työkalut auttavat myyjää tarjouksentekoprosessissa. CPQ-työkalulla toimittajayrityksen eri tietojärjestelmissä oleva tuotetieto voidaan välittää myyntikanavassa myyjän hyödynnettäväksi. Lisäksi ihmisten kokemusperäinen hiljainen tieto saadaan dokumentoitua tietojärjestelmään. Tämän seurauksena asiakkaan esittämään tarjouspyyntöön voidaan vastata nopeasti, vaivattomasti ja laadukkaasti.

Jälleenmyyjä voi ohjatun myynnin työkalun kautta tehdä edustamiensa tuotteiden toimittajalle tarjouspyynnön omien asiakkaidensa tarpeiden pohjalta. Tällöin jälleenmyyjä saa siirrettyä asiakastarpeet yksiselitteisesti toimittajalle ja määritettyä tuotteet mahdollisimman pitkälle jo tarjousvaiheessa.





## OHJATTU MYYNTI TILAAMISEN APUVÄLINEENÄ

**K**un asiakkaalle tehty tarjous muuttuu tilaukseksi, voi myyjä lähettää tilauksen ohjatun myynnin työkalulla suoraan ERP-järjestelmään. Tällöin myydyin tuotteen nimiketiedot, hinnat ja vaatimukset saadaan automaattisesti siirrettyä myyntirajapinnasta tuotantoon ilman erillisiä manuaalisia työvaiheita.

Jälleenmyyjä voi välittää vastaanottamansa tilauksen toimittajalle, jolloin tilaus sisältää automaattisesti valmistuksessa tarvittavat tiedot tuotteesta. Samoin myös asiakas voi itse ilman välikäsiä konfiguroida ja tilata tarpeidensa mukaiset tuotteet ja palvelut toimittajan tai jälleenmyyjän internetsivustolla tai tilausportaaliin olevan ohjatun myynnin työkalun kautta.

We accept



Joskus yritykset pyrkivät korvaamaan paperisia tuotekatalogeja sähköisillä ohjatun myynnin työkaluilla

# OHJATTU MYYNTI MARKKINOINNIN APUVÄLINEENÄ

Tarjouksenteon ja tilaamisen lisäksi ohjatun myynnin työkaluja voi hyödyntää erilaisiin markkinointitarkoituksiin. Yritys voi esimerkiksi esitellä tuote- ja palvelutarjoamaansa internetsivustollaan opastamalla kiinnostunut asiakas ohjaavien kysymysten kautta oikealle tuotealueelle tai suosittelemalla tarpeeseen parhaiten soveltuvia tuotteita.

Joskus yritykset pyrkivät korvaamaan paperisia tuotekatalogeja sähköisillä ohjatun myynnin työkaluilla. Ilman ohjatun myynnin työkalua tuotteiden tarkempi esittely saattaa olla vaikeaa erityisesti konfiguroitavien tuotteiden osalta.

# OHJATUN MYYNNIN **HYÖTYJÄ**

Onnistuneella ohjatun myynnin työkalulla voidaan:

- **helpottaa monimutkaisten tuotteiden myyntiä** tuomalla kaikki tarvittava tuotetieto myyjän saataville
- **helpottaa jälleenmyyjän myyntityötä** tekemällä monimutkaisista tuotteista helposti myytäviä
- **nopeuttaa ja tarkentaa tarjousten hinnoittelua** yhdistämällä hinnoittelulogiikka osaksi ratkaisun konfigurointia
- **nopeuttaa tarjousdokumentaation laadintaa** automatisoimalla sen luonti konfiguraation pohjalta
- **helpottaa tilausten kirjaamista ERP:iin** automatisoimalla tilausten käsittely myynnistä tuotantoon
- **tehostaa myyntitiimin työskentelyä** suoraviivaistamalla tarjousprosesseja ja yhtenäistämällä myynnin työkaluja
- **mahdollistaa konfiguroitavien tuotteiden tilaaminen** myös suoraan asiakkaan toimesta
- **helpottaa asiakkaan ostopäätöstä** ohjaamalla myös kokematon asiakas oikean tuotteen pariin
- **tehostaa markkinointia** esittämällä yrityksen tuotetarjoama asiakkaalle sähköisen järjestelmän kautta houkuttelevasti ja visuaalisesti
- **helpottaa päätöksentekoa** tuottamalla johdolle raportteja tarjous- ja tilausdatasta





LÄHTEET:

Ojala & Mahlamäki, (2016), "Trends of Digital Online Sales Systems in B2B Markets", Presentation at the Annual Conference on Engineering and Applied Science, ACEAT.

Mahlamäki & Saarivuori, (2017), "The Challenges of Adopting Digital Sales and Purchasing Tools", Proceedings on International Federation of East Asian Management associations (IFEAMA) conference.

# KURKISTUS PINNAN ALLE

1

## JÄRJESTELMÄN SYÖTTEET

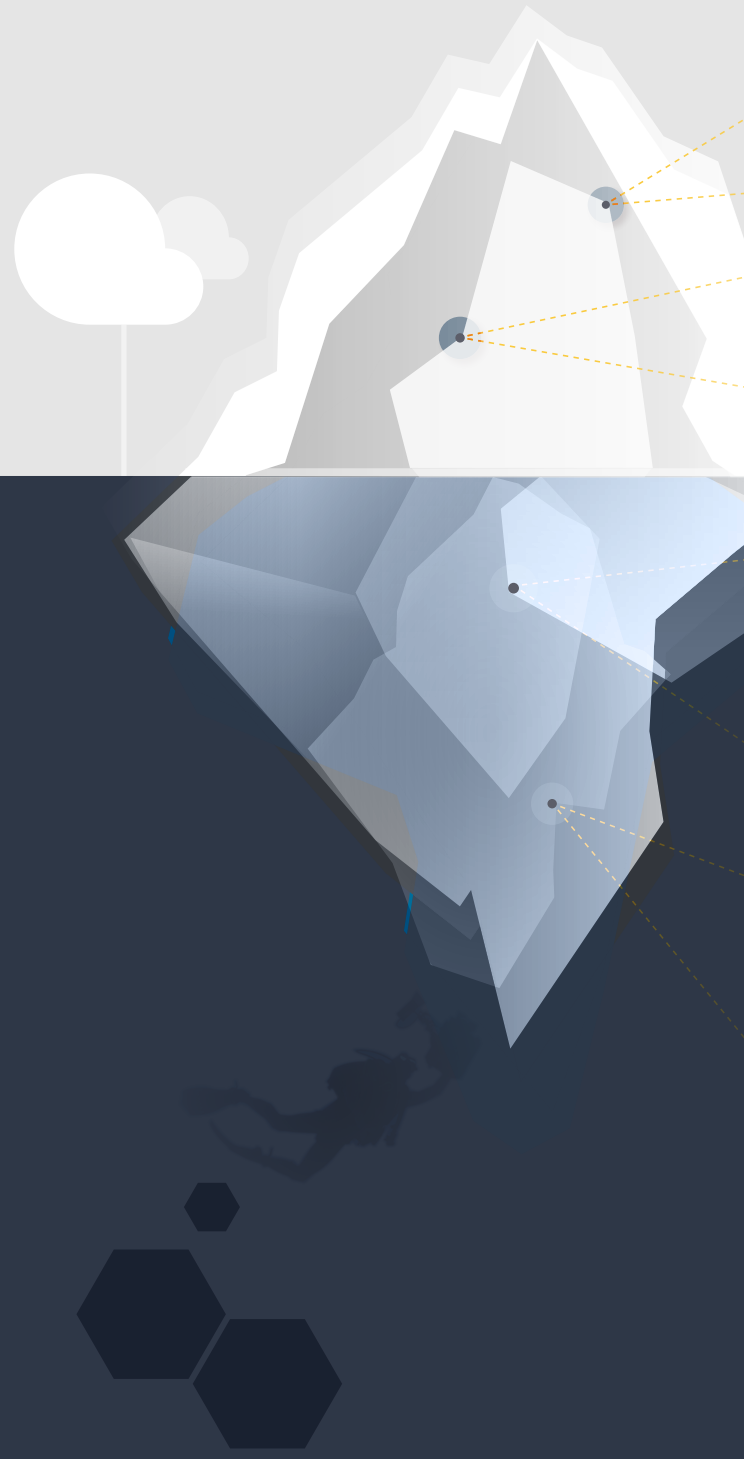
Käyttäjän tekemät myyntivalinnat siirtävät asiakasvaatimukset ohjautun myynnin työkaluun ja toimivat sen syötteinä. Käyttöliittymä voi muuttua dynaamisesti käyttäjän tekemien valintojen seurauksena ja siten ohjata sekä helpottaa käyttäjän työskentelyä.

3

## KONFIGUROINTILOGIIKKA

Konfiguraattorimoottori sisältää logiikan, jolla tuote- tai palvelukomponentteja on mahdollista mallintaa konfigurointimalliksi. Konfigurointimalli koostuu tuotenimikkeistä ja datasta, jotka on linkitetty käyttöliittymässä käyttäjän tekemiin valintoihin säännöstön ja optimointilogiikan kautta.

Markkinoilla on pääsääntöisesti kahdenlaisia konfiguraattorimoottoreita: sääntömoottoreita (engl. rule engine) ja rajoite-moottoreita (engl. constraint engine). Säännöt ovat yksisuuntaisia ja rajoitteet kaksisuuntaisia linkejä eri valintojen välillä. Lisäksi on olemassa useita erilaisia sääntö- ja rajoitetyyppejä, jotka tuovat joustavuutta konfigurointimallin rakentamiseen.



Asiakasvaatimukset  
Käyttöliittymä  
Myyntivalinnat

Tuotekonfiguraatio  
Hinta  
Tarjousdokumentaatio  
Tilaus

2

## JÄRJESTELMÄN TUOTOKSET

Käyttäjän tekemien myyntivalintojen perusteella ohjatun myynnin työkalu muodostaa asiakastarpeita vastaavan tuotekonfiguraation, laskee sille hinta- ja kustannustiedot sekä generoi tarjousdokumentaation. Myöhemmin tarjous voidaan muuttaa tilaukseksi ja lähettää eteenpäin yrityksen muihin tietojärjestelmiin.

Konfiguraattorimoottori  
Konfigurointimalli  
Tuotenimikkeet  
Data  
Säännöstö  
Optimointilogiikka

4

## INTEGRAATIOT MUIHIN TIETOJÄRJESTELMIIN

Usein ohjatun myynnin työkalu integroidaan yrityksen olemassa oleviin tietojärjestelmiin, kuten ERP-, CRM-, PDM- CAD-, BI- tai e-Commerce -järjestelmään. Data eri tietojärjestelmien välillä voi liikkua automaattisesti tai käyttäjän aloitteesta.

Tyypillisesti ohjatun myynnin työkalun käyttökohde, yrityksen myyntiprosessi ja master datan sijainti määrittävät eri integraatioiden tarpeen. Seuraavat integraatiot ovat yleisimpiä:

- Asiakastietojen tuonti CRM:stä ohjatun myynnin työkaluun
- Tuotenimikkeiden tuonti PDM:stä ohjatun myynnin työkaluun
- Tilaustietojen vienti ohjatun myynnin työkalusta ERP:iin

ERP  
CRM  
PDM  
CAD  
BI  
E-Commerce

# HANKINNASSA HUOMIOITAVIA ASIOITA

**M**itä pidemmälle seuraavat asiakokonaisuudet on toteutettu, sitä valmiimpi yritys on hankkimaan ohjatun myynnin työkalun:

- Tuotteiden ja palveluiden rakenteet on kuvattu
- Työkalun käyttötarkoitukset ja käyttäjät on tunnistettu
- Käyttöönoton jälkeiset tavoitteet on määritetty
- Työkalun tärkeimmät vaatimukset ja toiminnallisuudet on tunnistettu
- Eri tietojärjestelmien rooli ja niiden välinen navigointi on kuvattu

Hankinnan kustannukset syntyvät perinteisesti seuraavista osatekijöistä:

- Hankintaprojektin työveloitus
- Integraatiokustannukset muiden järjestelmätoimittajien osalta
- Hankintaprojektiin osallistuvien omien resurssien kustannus
- Kertaluontoinen lisenssi tai kuukausittainen SaaS-palvelumaksu
- Tulevaisuuden jatkokehitys

Nykyiset  
Excel-pohjaiset  
työkalut ovat  
tulossa elinkää-  
rensä päähän

Alla on listattu työkalun hankintaan ajavia tyypillisiä tekijöitä:

- Kilpailun kiristyessä asiakkaan tarjouspyyntöön halutaan reagoida aiempaa nopeammin
- Nykyiset Excel-pohjaiset työkalut ovat tulossa elinkaarensa päähän
- Asiakkaan ostopäätöstä halutaan helpottaa tarjoamalla asiakkaan käyttöön itsepalvelutyökalu tuotteiden esittelyyn, tarjouspyyntöjen tekemiseen tai tilaamiseen
- Jälleenmyyjälle halutaan tarjota monimutkaisten tuotteiden myyntiä helpottavia työkaluja
- Asiakasvaatimukset ovat kasvaneet, koska kilpailijoillakin on käytössä vastaavia ohjatun myynnin työkaluja

# HANKINTAPROJEKTI

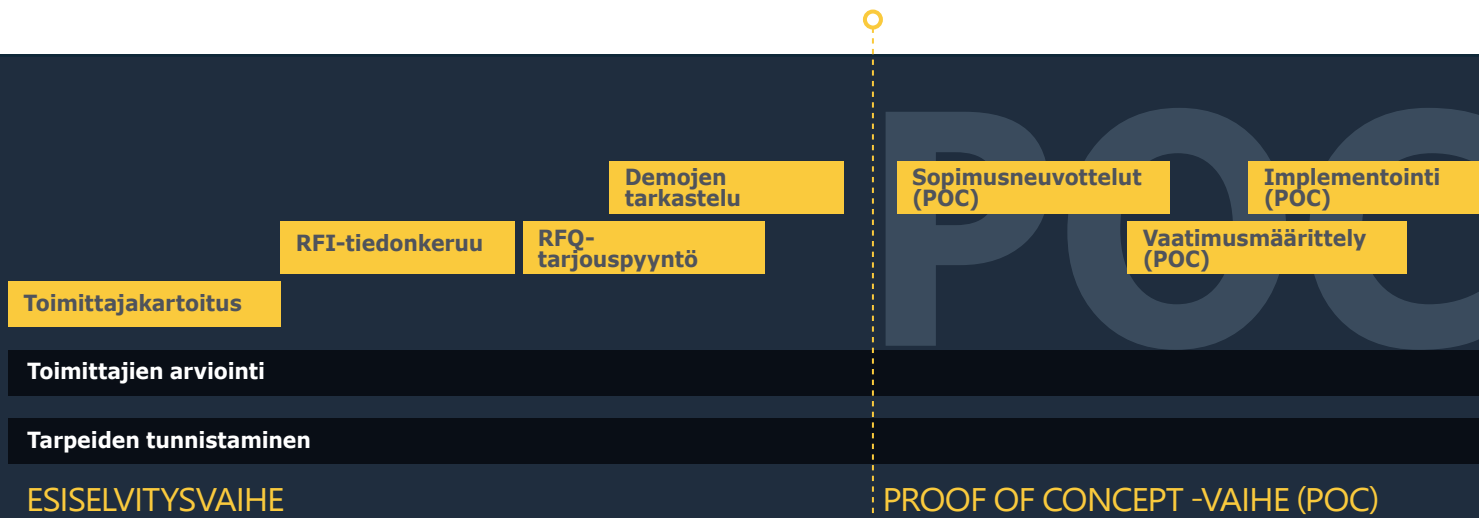
Järjestelmän hankintaprojekti kannattaa yleensä jakaa muutamaan vaiheeseen, jotta kokonaisuudesta tulee helpommin hallittava. Esiselvityksen jälkeen projektiin saattaa kuulua Proof of Concept -vaihe (POC), jossa voidaan todentaa hankittavan järjestelmän soveltuvuutta asiakastarpeeseen.

Projektin vaiheet 1-n voidaan jakaa esimerkiksi seuraavasti:

- Tuotteet mallinnetaan järjestelmään tuoteperhe kerrallaan
- Järjestelmä lanseerataan ensin sisäisesti ja sen jälkeen jälleenmyyjille
- Järjestelmä otetaan käyttöön ensin kotimaassa ja sen jälkeen ulkomailla
- Järjestelmäintegraatiot priorisoidaan ja otetaan käyttöön vaiheittain

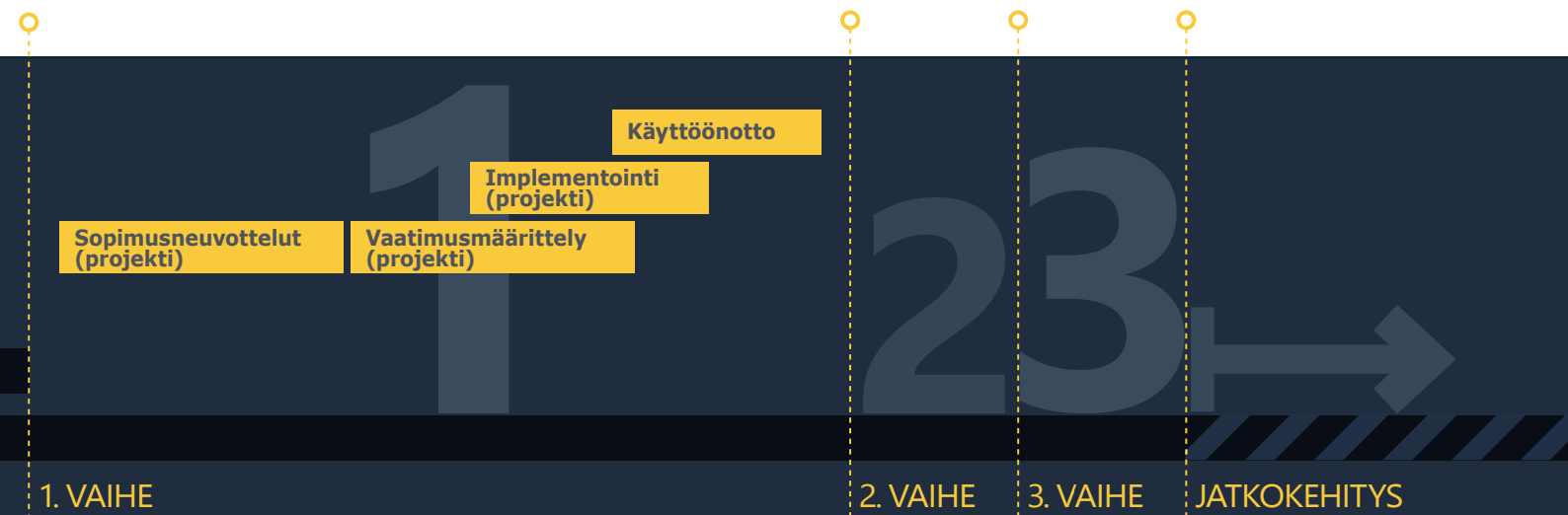
Tyypillisesti kukin vaihe kestää noin 3-12 kuukautta riippuen mm. tuoteperheiden lukumäärästä ja laajuudesta, käyttöprosessin monimutkaisuudesta, tarvittavien toiminnallisuuksien syvyydestä, projektin intensiteetistä ja projektitiimin koosta.

22



Projektin vaatimusmäärittelyvaihe on keskeisessä roolissa projektin onnistumisen näkökulmasta. Tyypillisesti siinä selvitetään seuraavia asioita:

- Mitkä ovat järjestelmän syötteet ja tuotokset?
- Mitä valintoja käyttäjä tekee ja miten ne vaikuttavat tuotteeseen?
- Millainen on tuotteiden ja palveluiden hinnoittelulogiikka?
- Millaisia maa-, käyttäjä- tai jälleenmyyjäkohtaisia vaatimuksia järjestelmälle asetetaan?
- Mitä dokumentteja järjestelmä generoi ja mikä on niiden sisältö?
- Millä kielillä järjestelmää käytetään?
- Miten asiakkaan brändi tulee huomioida järjestelmän käyttöliittymässä?
- Mihin muihin tietojärjestelmiin järjestelmä integroidaan ja mikä on viestien tietosisältö?
- Kuka testaa järjestelmää ja miten?
- Missä tietojärjestelmässä on kunkin tiedon master data?



1. VAIHE

2. VAIHE

3. VAIHE

JATKOKEHITYS

LISÄTIETOA OHJATUN  
MYYNNIN TYÖKALUJEN  
MAHDOLLISUUKSISTA  
JA HYÖDYISTÄ SEKÄ  
OHJEITA TYÖKALUN HAN-  
KINNAN VARALLE



TAMPEREEN TEKNILLINEN YLIOPISTO  
TAMPERE UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

**Tekes**



Teknoliateollisuus

ENGINEERING  
TOMORROW



**SCANCLIMBER®**



© 2017