

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Mikko Hassinen	
Työn nimi Kasvavan yrityksen myyntiprosessin kehittäminen	
Päiväys	30.5.2016
Sivumäärä/Liitteet	
Ohjaaja(t) Virpi Laukkanen, Antti Iire	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) FastROI Oy	
Tiivistelmä	
<p>Tässä opinnäytetyössä tutkittiin FastROI Oy:n myyntiprosessia ja pyrittiin kehittämään sitä tehokkaammalle tasolle. Opinnäytetyössä tutkittiin FastROilla vuosina 2009–2013 käytössä ollut myyntiprosessia ja pohdittiin siinä tarvittavia muutoksia. Tutkimus toteutettiin laadullisena tapaustutkimuksena, tämä lähestymistapa valittiin tutkimuksen ja käytettävissä olevan aineiston luonteen takia. Tutkimuksen tuloksena saatuja kehitysehdotuksia viedään ja on jo viety käytäntöön FastROI Oy:ssä.</p> <p>Kasvavassa yrityksessä vastuita tulee jakaa laajemmin myös muille henkilöille ja muille prosesseille. Jotta myyntiprosessia voidaan lähteä muuttamaan, täytyy tutkia nykyistä prosessia, eli omia toimintatapoja ja oman toiminnan suurimpia haasteita tai "aikavarkaita". Lisäksi tulee tutkia yrityksen muita prosesseja ja parantaa yhteistyötä tukiprosessien sekä sidosryhmäprosessien kanssa. Varsinainen uuden myyntiprosessin suunnittelu ja kuvaus tehdään yhteistyössä liiketoimintajohdon kanssa ja se kuvataan FastROI Oy:llä käytössä olevaan IMS-toimintajärjestelmään.</p> <p>Valitsin tämän aiheen, koska olen huomannut omassa päivittäisessä työssäni, että asioita voitaisiin tehdä tehokkaammin. Nykyinen myyntiprosessi on toiminut hyvin, mutta se on laadittu selvästi pienempää yritystä silmälläpitäen, eikä siinä ole otettu huomioon prosessin toimivuutta kansainvälisellä kentällä ja kasvavassa ympäristössä. Pienessä organisaatiossa olemme tottuneet siihen, että monella ihmisellä on monia vastuita ja kaikki tekevät kaikkea, mutta organisaation ja asiakasmäärän kasvaessa ajankäyttö ja tehokkuus tulee suunnitella entistä tarkemmin, että saamme pidettyä tulevaisuuden kasvun ja tuloksen samassa nousukiidossa.</p>	
Avainsanat Myynti, Myynnin johtaminen, Myynnin Kehittäminen, Prosessi kehittäminen	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business Management and Entrepreneurship			
Author(s) Mikko Hassinen			
Title of Thesis Sales process development in a growing company			
Date	30.5.2016	Pages/Appendices	
Supervisor(s) Virpi Laukkanen, Antti Iire			
Client Organisation /Partners FastROI Ltd			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis is to study the current sales process in FastROI Ltd and to develop it to the next level. The investigation starts with the sales process which was in use at the target company during 2009-2013. The primary focus was to examine possible factors to be changed for the better in the line of work under scrutiny. To reach this goal, I executed a qualitative action research within the target company. The methodological choices are based on the characteristics of this study and material acquisition. The changes proposed in this thesis have also been applied in practice and will continue in the future as well. The ultimate goal is to systematically implement these approved, improved and tested processes in our own working culture.</p> <p>In a growing company it is essential to spread responsibilities for diverse groups of personnel processes other than sales. If one wishes to change the current sales process one must investigate one's own processes and biggest challenges or "time thieves". You also have to examine the company's other processes and improve cooperation between support processes and stakeholders. The actual design and description of the new sales process is done in collaboration with business management and it will be introduced to the company's IMS-management system.</p> <p>I chose this topic because I have noticed in my daily work that there is room for improvement and increased efficiency. Our current sales process has worked well, but it was designed for a much smaller company. When it was launched there were no plans for expanding the business abroad nor an anticipation of the scale of the eventual growth. In a small organization we have grown a custom of many people having several responsibilities and everybody basically coping with all the tasks at hand. But when our organization grew and our customer base multiplied it was more important than ever to plan our time management and where to direct our attention. This is vital if we aim to grow our business and our profit in the future.</p>			
<p>Keywords Sales, Sales process, Sales Management, Developing Process</p>			