

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä Riina Vauhkonen	
Työn nimi Myyntiprosessit tehokkuuden mittarina – Case yritys X	
Päiväys	Sivumäärä
29.9.2017	31
Ohjaaja Liisa Martikainen	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Myyntiprosessit luovat sujuvuutta. Kun prosessi kuvataan mahdollisimman tarkkaan ja sen onnistumista seurataan jatkuvasti, syntyvät parhaimmat keinot palvella asiakasta. Selvän myyntiprosessin avulla jokainen organisaatioon kuuluva tietää, miten tavoitteet saadaan toteutetuksi. Tässä opinnäytetyössä keskiössä ovat myyntiprosessit ja liiketoiminnan kehittäminen. Toimeksiantaja Yritys X on keskisuuri yritys kaupan alalla, ja kehitystyö kohdistuu ketjun paikalliseen toimipaikkaan. Kehitystyö keskittyy kuluttajamyyntiin.</p> <p>Toimeksiantaja loi myyntiprosessin lokuussa 2017, ja tarvitsi sen tukemiseksi tehokkuutta mittaavia aineistoja. Konkreettisesti näytettävät mittarit kuvaavat toimeksiantajalle, miten tavoitteet on helpompi toteuttaa, kun ne ovat esitetty numeroilla, mittayksiköillä ja ne ovat sidottuna aikaan. Työn tavoitteena on antaa toimeksiantajalle hyödyllisiä tietoja sen jokapäiväisen toiminnan tukemiseksi. Tutkimuksessa esimerkiksi verrattiin asiakaspainetta tietynä hetkenä päivästä, ja silloin tullutta asiakaspalautetta. Vastaavan tiedon hyödyntäminen on sekä asiakkaille että työntekijöille arvokasta työvuorosunnittelun ja positiivisen asiakaskokemuksen vuoksi.</p> <p>Kehitystyössä käytetty data saatiin Yritys X:n käyttämästä taustajärjestelmästä. Ajanjaksona käytettiin huhtikuu – syyskuuta 2017 tarpeeksi kattavan ja luotettavan kuvan saamiseksi. Kuvattavat mittarit valittiin yhdessä Yritys X:n myymälänjohtajan kanssa. Raportissa kuvattiin kaavioilla ja kuvioilla keskiostosta, kassapainetta, katetasoa ja myyntiä tehtyä työtuntia kohden. Kehitystyössä myös avattiin Yritys X:n luomaa myyntiprosessikäsikirjaa.</p> <p>Kehitystyön tuloksena toimeksiantaja näkee, mihin aikaan tunneittain vuorokauden aikana käy eniten asiakkaita. Kehitystyössä esitettiin, miten myymälän hiljaisemmat tunnit voidaan hyödyntää esillepanoihihin ja myymälän siisteyteen, ja miten hiljaisia hetkiä voi vauhdittaa erilaisilla kampanjoilla. Kehitystyössä esitettiin saadut asiakaspalautteet jaettuna neljään kategoriaan, ja miten näihin palautteisiin voidaan vaikuttaa esimerkiksi yhdenmukaisella hinnoittelulla. Myyntikatetta vertailemalla tuoteluokittain Yritys X näkee niiden vaihtelut kuukausittain, ja kehitystyössä kuvataan, miten lisä- ja ylösmyynti vaikuttaa katteeseen. Myyntiä tehtyä työtuntia kohden taas kertoi, mihin aikaan kuukaudesta myynti oli kovimmillaan.</p> <p>Kehitystyön tuloksista Yritys X näkee mittariston tuloksia ennen myyntiprosessin käyttöönottoa, ja voi näin hyödyntää niitä tehokkaammin myyntiprosessin kehittämisessä. Kaavioiden esittäminen ja kuvaaminen henkilöstölle auttaa heitä ymmärtämään esimerkiksi lisämyynnin vaikutusta katteeseen, ja näin havainnoinnin avulla tavoitteiden asettaminen on helpompaa. Yritys X voi hyödyntää mittareiden tuottamia tietoja tulevaisuudessa vertaamalla mittareiden tuloksia myyntiprosessin käyttöönoton jälkeen, että onko esimerkiksi myyntikate noussut. Näin toimeksiantaja pystyy vertaamaan lukuja, ja parantamaan myyntiprosesseja jatkuvasti.</p>	
Avainsanat Myyntiprosessit, liiketoiminnan kehittäminen, asiakaskokemus, tuottavuus, kassapaineet	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration		
Degree Programme Degree Programme in Business Administration		
Author Riina Vauhkonen		
Title of Thesis Sales Processes as an Indicator of Efficiency - Case Company X		
Date	29.9.2017	Pages 31
Supervisor Liisa Martikainen		
<p><b>Abstract</b></p> <p>Sales processes create smoothness in operations. When a process is described as accurately as possible and its success is continuously monitored, the best ways to serve the customer are created. With a clear sales process, everyone in an organization knows how to achieve its goals. This thesis focuses on sales processes and business development. Customer Company X is a medium-sized retail store, and development work is focused on the local branch of the chain. The development work focuses on consumer sales.</p> <p>Company X created the sales process in October 2017 and needed materials to support it. Indicators displayed on dashboards describes how the goals are easier to reach when they are presented in numbers and units of measurement and are time-bound. The aim of this work was to provide with useful information to support their daily operations. For example, the study compared customer pressure at a given moment in a day, and customer feedback received at the same time. Utilizing similar information is valuable for both customers and employees due to shift planning and positive customer experience.</p> <p>The data used in the development work was obtained from the background system used by Company X. During the period from April to September 2017, a sufficiently comprehensive and reliable image was used. The instrument clusters of indicators to be portrayed were selected together with Company's X store manager. The report described diagrams and figures of average purchases, cash pressure, margins and sales per hour worked. In addition, the sales process manual created by Company X was discussed during the development.</p> <p>As the result of the development work, the client sees the busiest business hours measured in customer visit. The development showed how the quieter hours of the store can be used for visual merchandising and tidiness of the store, and how quiet moments can be speeded up by various campaigns. In the development work, the customer feedback received was divided into four categories, and the categories were studied to learn how the feedback could be influenced, for example, by uniform pricing. By comparing the gross margin by product category, Company X sees the fluctuations on a monthly basis, and the development work describes how the margins are affected by additional sales. The indicator sales per hour worked showed at what time of the month the sales peaked.</p> <p>The results of the development work enable Company X to see the results of the instrument cluster before the introduction of the sales process and use them to develop an effective sales process. Presenting and describing charts to staff helps them understand, for example, the impact of additional sales on the margin, and hence making the targeting easier. Company X may utilize the data generated by the metrics in the future by comparing the results of the metrics after the introduction of the sales process for example to see whether the gross margin has increased. In this way, the client can compare the figures and continuously improve the sales processes.</p>		
Keywords Sales process, business development, customer experience, productivity, cash pressure		