

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma (YAMK)	
Työn tekijä Eveliina Pölkki	
Työn nimi Kohti tehokasta CRM-järjestelmän käyttöä, Case Ponsse Oyj, huoltopalvelut	
Päiväys	19.5.2018
Sivumäärä/Liitteet	57/2
Ohjaajat Minna Tarvainen ja Nina Huotari	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani Ponsse Oyj	
<p>Digitalisaation ja monikanavaisuuden myötä CRM-järjestelmästä on muodostunut asiakastiedon keräyksen ydin. Järjestelmään kerättävällä tiedolla ja sen jalostumisella on organisaatiolle suuri merkitys, niin asiakkuudenhallinnan kehittämisessä, kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen luomisessa kuin asiakastietämyksen kasvattamisessa. Oikeilla tiedoilla ja kyvykkyyksillä pystytään kasvattamaan organisaation tietämystä tasolle, joka tuottaa uusia innovaatioita ja kasvattaa kilpailuetua.</p> <p>Jotta CRM-järjestelmää pystytään hyödyntämään tehokkaasti, se tarvitsee muiden järjestelmien tavoin taakseen sitoutuneita käyttäjiä asiakasrajapinnan eri toiminnoista. CRM-järjestelmän käyttöönotot on aloitettu kohdeyrityksen myynnin asiakasrajapinnassa vuonna 2016 ja käyttöä laajennetaan asteittain. Tässä opinnäytetyössä keskitytään CRM-järjestelmän käyttöönottoon kohdeyrityksen huoltopalveluiden osalta, jossa näkökulma järjestelmän tehokkaasta käytöstä perustuu tiedonhallintaan ja käyttäjää hyödyttävään tietoon.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään asiakkuudenhallintaa ja sen muutosta digitalisaation näkökulmasta, tiedon jalostumista organisaation kilpailueduksi; tiedon johtamisen ja -hallinnan näkökulmasta. Lisäksi käydään läpi asiakastietoon ja -tietämyksen johtoon liittyviä merkityksiä ja niiden kehittymistä liiketaloudelliseksi toiminnaksi. Teoreettisen viitekehysten viimeisessä kappaleessa CRM-järjestelmää tarkastellaan erilaisten roolien sekä aikaisempien, järjestelmään liittyvien käyttöönottotutkimusten kautta.</p> <p>Työn tutkimuksessa selvitettiin, millaisena asiakastiedonhallinnan nykytila ja tulevaisuus sekä CRM-järjestelmän rooli kohdeyrityksen huoltopalveluissa nähdään ja mitkä asiakastiedot hyödyttävät käyttäjää hänen omassa työssään. Tutkimusaineistoa kerättiin teemahaastatteluna sekä ryhmätyönä Suomen huoltopalveluiden organisaatiosta nykyisiltä ja tulevilta CRM-järjestelmän käyttäjäryhmiltä. Saatujen aineistojen perusteella tulokset teemoiteltiin asiakastietojen käsittelyn sekä hallinnan haasteisiin ja mahdollisuuksiin, asiakastietojen keräämisen etuihin sekä CRM-järjestelmän roolin määrittämiseen. Erityisesti tiedon keräämisen etuina nähtiin räätelöinnin ja ennustamisen kautta yksilöllisen asiakaspalvelukokemuksen mahdollisuudet, jossa CRM-rooli nähtiin tietojen yhteen kasavana työkaluna. Eniten haasteita ja kehitystarpeita tunnistettiin asiakastietojen laadussa, käsittelyssä ja hallinnassa. Saatujen tulosten perusteella sekä käyttäjää hyödyttävien tietojen kautta järjestelmän käyttöä voidaan tehostaa ja jatkokehittää.</p> <p>Tulosten perusteella CRM-järjestelmän sisältöä tulisi kehittää entistä voimakkaammin tiedonhallinnan suunnittelun lähtökohdista. Lisäksi tiedon vaihdon, hiljaisen tiedon muodostumisen, asiakastiedonhallinnan sekä järjestelmän käytön ja sitoutumisen kehittämisen kannalta oleellista on tunnistaa ihmisten vuorovaikutuksen merkitys. Myös asiakastiedonhallintaan ja asiakastiedon kulkua tukevaan IT-infrastruktuuriin sekä muutosjohtamiseen tulisi kiinnittää huomiota uusien toimintamallien ja käyttöönottojen yhteydessä.</p>	
Avainsanat	
asiakkuudenhallinta, tiedon johtaminen, tiedonhallinta, asiakastietämys, CRM-järjestelmä	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business Management and Entrepreneurship			
Author(s) Eveliina Pölkki			
Title of Thesis Towards effective use of CRM system, case Ponsse Plc, Service organization			
Date	19.5.2018	Pages/Appendices	57/2
Supervisors Minna Tarvainen and Nina Huotari			
Client Organisation Ponsse Plc			
<p>In a time of digitalization and multichannels, the CRM system has transformed into a center of customer data. Customer data and its refinement have an important role for organizations, when contemplating the development of customer relationship management, creating a comprehensive customer experience and enhancing customer knowledge. With the right information and capabilities, organizations are able to grow their knowledge to create innovations and enhancing the competitive advantage.</p> <p>To be able to use a CRM system effectively, it needs, like other systems, committed users that are related to the customer interface. The implementation of the CRM system had started in the target company in 2016 from sales and the deployment of the system is extended in phases. This thesis focuses on the effective use of the system in the target company's service organization and the perspective of effective use is based on information management and useful information for system users.</p> <p>The theoretical part of this thesis discusses the change of customer relationship management on the perspective of digitalization, data refinement towards the competitive advantage on the perspective of knowledge and information management. In addition, theory goes through the meanings of customer information and knowledge in an organization's business operations. In the last chapter of theory, CRM system is examined through its various roles and according to previous research of the CRM deployment.</p> <p>The research material were collected through theme interviews and as a group work from the organization of Finnish service, from the present and future CRM user groups. Based on the research data, the results were themed on the challenges and opportunities of customer information processing and management, the benefits of gathering customer data and the definition the role of CRM system. In particular, the benefits of gathering information through the CRM system was seen as a possibility for customization and prediction to create customer experience in a service organisation, where the CRM role was seen as a tool that gathers data and information. Most challenges and development needs were identified in the quality, handling and information management of customer data. Based on the results and useful user information, system use can be accelerated and developed further on.</p> <p>Based on the results of the research, the content of the CRM system should be developed from the base of information management planning. According the research, to support information exchange, tacit knowledge creation, customer information management and user commitment the interaction of people is in focus. Furthermore, customer information management, IT-architecture that supports customer data flow and change management should be taken notice of when introducing new operating models and system deployment.</p>			
Keywords			
customer relationship management, knowledge management, information management, customer knowledge, CRM system			