

Diplomityön tiivistelmä:

Tämän diplomityön tarkoituksena oli suunnitella web-pohjainen myyjän työtila, joka parhaalla mahdollisella tavalla palvelee suomalaisten telemarkkinointiyritysten myynninohjausjärjestelmiä. Työtila tuo sähköiseen muotoon ne toimintatavat ja keinot, joilla yritykset työntekijöitään pyrkivät motivoimaan. Työtilasta toteutettiin myös yksinkertainen prototyyppi Herokun web-hotelliin. Prototyypin tarkoituksena oli havainnollistaa työtilan mahdollisia toiminnallisuuksia ja piirteitä. Diplomityö tehtiin työn tekijän omaan käyttöön.

Työtilaa lähdettiin suunnittelemaan ottaen huomioon yleiset työmotivaatioteoriat ja erityisesti myyntityöhön liittyvät motivaatioteoriat. Suunnittelussa huomioitiin motivaatioon vaikuttavat seikat kuten tarpeet, odotukset, havainnot, kannusteet, tavoitteet, palkinnot, vahvistaminen ja palaute. Suunnitteluvaiheessa tutustuttiin myös myyjien ohjaamiseen, valvomiseen, arvioimiseen ja palkitsemiseen tarkoitettuihin myynninohjausjärjestelmiin. Yleisimpiä myynninohjausjärjestelmien komponentteja ovat esimerkiksi palkka ja bonukset, kilpailut sekä palaute.

Koska tarkoituksena oli suunnitella nimenomaan suomalaisia telemarkkinointiyrityksiä palveleva web-työtila, diplomityössä tutustuttiin muutaman suomalaisen telemarkkinointiyrityksen käyttämiin myynninohjausjärjestelmiin ja suunniteltiin työtila, joka palvelee parhaiten näitä järjestelmiä.

Työtilan prototyyppi toteutettiin Ruby on Rails ohjelmistokehyksellä ja sen avulla onnistuttiin havainnollistamaan yksinkertaisesti ja selkeästi joitakin mahdollisia web-työtilan toiminnallisuuksia, kuten esimerkiksi tavoitteiden asettamista ja seuraamista, kilpailujen luontia ja seurantaa, välitöntä visuaalista palautetta onnistuneista suorituksista ja provisiokertymän reaaliaikaista seurantaa.

Otteita diplomityön johdannosta:

Telemarkkinointia pidetään yleisesti vaativimpana myynnin lajina ja tätä kovaa työtä harjoittaa useat tuhannet suomalaiset päivittäin. Menestyminen tässä vaativassa työssä edellyttää tekijältään vahvaa motivaatiota ja ammattitaitoa, sekä jatkuvaa halua ja kykyä kehittää omaa osaamistaan. Myyjän ammattitaito koostuu telemarkkinointiorganisaation tarjoamista koulutuksista, karttuvasta myyntikokemuksesta sekä myyjän mahdollisista omaehtoisista opinnoista. Motivaation syntyminen on hyvin yksilöllistä ja siihen vaikuttavat erilaiset ulkoiset ja sisäiset yllykkeet, joihin tässä työssä paneudutaan tarkemmin. Korkeasta motivaatiosta seuraa luonnollisesti jatkuva halu kehittää omaa osaamistaan.

Olen työskennellyt telemarkkinointialalla opintojen ohessa ja kesäisin ja yhteenlaskettuna minulla on alalta yli kahden vuoden kokemus. Valtaosa edellä mainitusta työkokemuksestani on organisaatiosta, joka on toiminut alalla vuodesta 1986 ja joka on valittu lähivuosina useasti suomen kymmenen parhaan työpaikan joukkoon. Lisäksi ko. organisaatio on keskikokoisten Contact Centereiden maailmanmestari vuonna 2010. Kyseisessä organisaatiossa myyjää motivoivat tekijät, ulkoiset ja sisäiset yllykkeet, on tiedostettu erittäin hyvin ja niiden ruokkimiseen panostetaan monin tavoin.

Ulkoisina yllykkeinä ovat muun muassa provisiopalkkaus, bonukset, lounassetelit, kilpailut myyjien ja myyntitiimien välillä, esimiesten asettamat tavoitteet ja suulliset kannustukset sekä yksittäisten myyjien suoriutumista kuvastavat tilastot ilmoitustaululla. Yksilön sisäisistä yllykkeistä esimerkkeinä ovat kunnianhimo, itse asetetut tavoitteet, onnistumisen tuntemukset ja toimeentulo. Edellä mainittuja yllukkeita, myynnin edistäjiä, pyritään monin tavoin tuomaan lähelle myyjää, jotta ne toimisivat tukena ja kannustimena hänen päivittäisessä työssään. Kokemukseni mukaan myynnin edistäjiä ei kuitenkaan tuoda myyjän lähelle parhaalla mahdollisella tavalla ja parhaassa mahdollisessa muodossa.

Kun myyjä istuu työpisteelleen ja laittaa luurit korvilleen, on hän loppujen lopuksi hyvin erillään niistä kannustimista ja yllykkeistä, joilla hänen työtään olisi tarkoitus motivoida. Provision kertymisen ja kauppojen suhde ja bonusrajat ovat myyjällä kyllä tiedossa, mutta tuskin yksikään

myyjä tietää tarkalleen, paljonko hänellä on kertynyttä provisiota tietyllä ajanhetkellä, tai paljonko tarvitaan myyntiä seuraavaan bonusrajaan. Meneillään olevien myyntikilpailujen tilanteesta ei ole käsillä reaaliaikaista tietoa, vaan tilanteet löytyvät paperitulosteina esimerkiksi kahvion seinältä. Tarkkaa tietoa siitä, onko myyjä esimiestensä tai itsensä asettamien kuukausi- tai viikkotavoitteiden vauhdissa, ei ole kätevästi nähtävillä. Edellä mainitut asiat ovat vain muutamia esimerkkejä siitä, kuinka myyjän motivoimiseksi tarkoitetut asiat eivät parhaalla tavalla ole läsnä itse myyntitilanteessa työpisteellä.

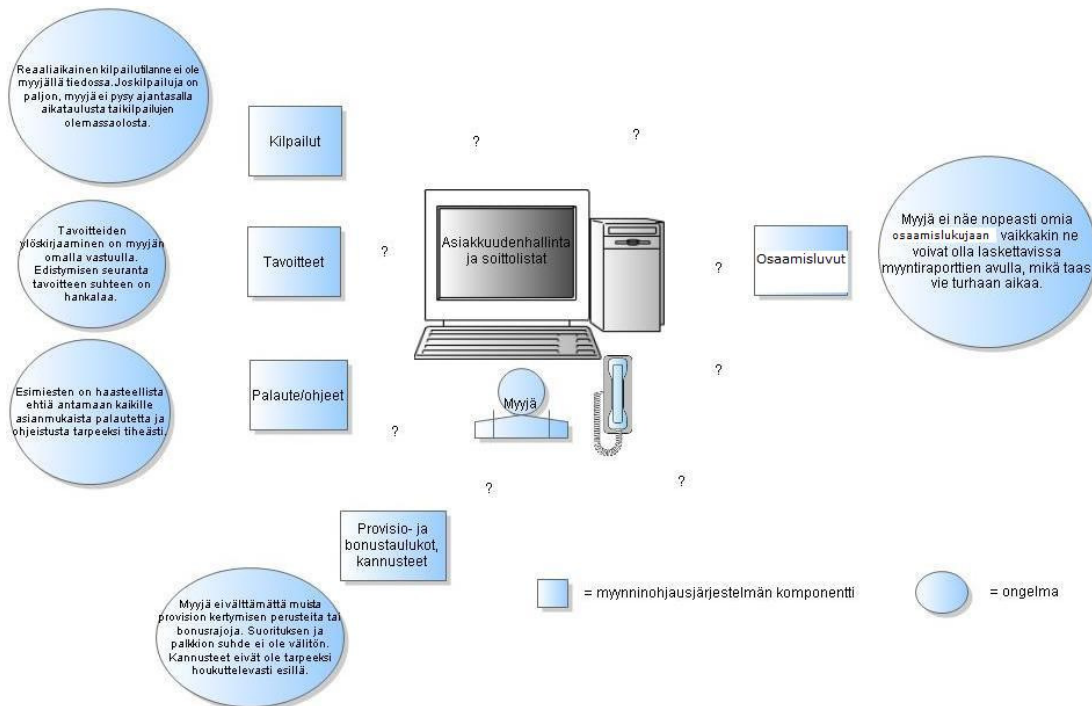
Tämän diplomityön tavoitteena on suunnitella web-pohjainen järjestelmä, joka esittää myyjälle yksinkertaisessa ja selkeässä muodossa kaiken sen informaation, jonka telemyyntiorganisaatio haluaa myyjän motivaationlähteeksi tarjota. Lisäksi järjestelmään suunnitellaan myyntipäällikön käyttöliittymä, jonka kautta myyntiä ohjaavat henkilöt voivat hallinnoida ja seurata myyjiä ja myyntikilpailuita sekä kommunikoida myyjien kanssa. Työn tavoitteena on sisällyttää järjestelmään myös pelinomaisia elementtejä, jotka näkyvät muun muassa myyntikilpailujen yhteydessä ja järjestelmän visuaalisessa ilmeessä. Esimerkiksi kaupan syntyessä myyjä näkee kuukausipalkan määrän kasvavan ruudulla välittömästi, ja näin saa heti positiivisen vasteen onnistumisestaan. Tämä on tuttu ja koukuttava ilmiö hedelmäpeleistä.

Järjestelmää suunniteltaessa on harkittava tarkoin miten ja mitä informaatiota myyjille esitetään, ja täytyy myös huomioida myyjien yksilölliset erot; eri asiat motivoivat tasoltaan ja luonteeltaan erilaisia myyjiä. Lisäksi haasteena on pitää järjestelmä sellaisena, että sen käyttäminen ja tarkastelu eivät vie huomiota varsinaisesta työnteosta. Tämän vuoksi myyjän käyttöliittymästä on tarkoitus suunnitella erittäin yksinkertainen ja pelkistetty. Suunnitellusta järjestelmästä toteutetaan konseptia havainnollistava prototyyppi.

Ensimmäiseksi tässä työssä tutustutaan työmotivaation muodostumisen prosesseihin, yksilön tarpeisiin, kannusteisiin ja motivaatioprosessin säätelyyn. Sitten käsitellään motivaation merkitystä myyntityössä erityisesti sekä tutustutaan myynninohjausjärjestelmän käsitteeseen teorian ja käytännön esimerkkien avulla. Seuraavaksi tarkastellaan tieteen nykytilaa sähköisten kannustinjärjestelmien suhteen sekä tutustutaan olemassa oleviin järjestelmiin. Neljännessä luvussa perehdytään tarkemmin web-työtilan vaatimusmäärittelyyn, suunnitteluun, toteutukseen ja testaukseen sekä esitetään testitulokset. Viimeiseksi tulee lyhyt pohdinta työstä ja mahdollisista jatkokehityskohteista.

Otteita vaatimusmäärittelystä:

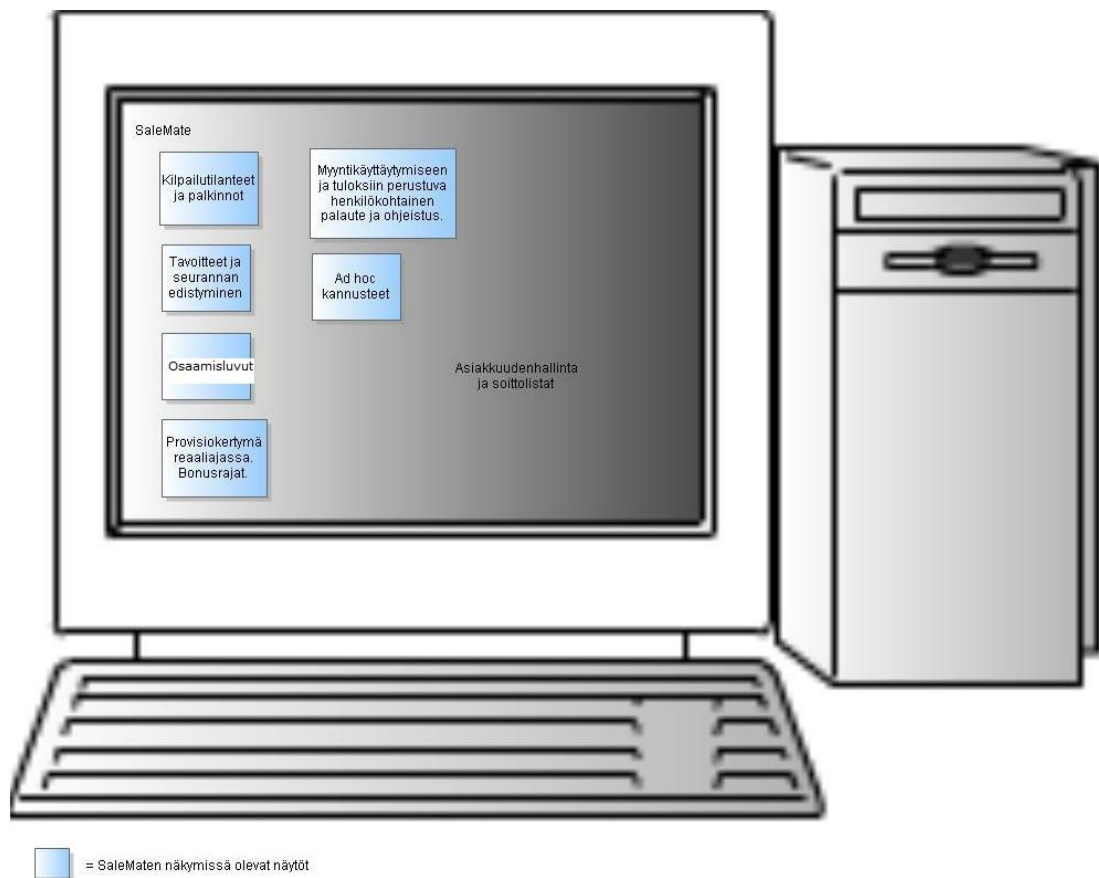
Nykytilanne: Telemarkkinointiyritysten myynninohjausjärjestelmien komponentit eivät ole kommunikoitu parhaalla mahdollisella tavalla myyjille. Alla on esitetty diplomityöntekijän kokemuksiin perustuvia ja telemarkkinointiyrityksen työntekijän haastattelussa havaittuja puutteita.



Myynninohjausjärjestelmien ongelmat

JOS ET NÄE LUKEA KUVAN TEKSTEJÄ, NÄPPÄINYHDISTELMÄ CTRL + ZOOMAA LÄHEMMÄKSI

Ratkaisu: SaleMate tuo myynninohjausjärjestelmän komponentit suoraan työpisteelle sinne, missä myyjän huomio on työpäivän aikana.



SaleMaten ratkaisu