

# DIGITAALISEN AINEISTONHALLINNAN KÄYTTÖÖNOTTO-OPAS

GREDI

*Pikaopas  
digitaalisen  
aineistonhallinnan  
käyttöönottoon  
tuottavasti ja  
tehokkaasti.*

Mitä digitaalisen  
aineistonhallinnan  
käyttöönotto vaatii?

Mitkä ovat käyttöönoton  
vaiheet?

Miten aineistonhallinnan  
hyödyt muuntuvat euroiksi?

Miten kehität  
aineistonhallinnan  
tuottavuutta jatkuvasti?





- 3 Ota digitaalinen aineistohallinta kitkatta käyttöösi
- 5 **I Mitä digitaalisen aineistohallinnan käyttöönotto vaatii?**
- 6 Miten digitaalinen aineistohallinta muuttaa markkinointia?
- 8 Miksi yrityksesi tarvitsee digitaalista aineistohallintaa?
- 10 Pitääkö markkinoinnin prosessien tukea digitaalista aineistohallintaa?
- 11 *Kuinka moottorikelkkojen kauppa vauhdittui digitaalisella aineistohallinnalla?*
- 12 Millaisia vaatimuksia digitaalinen aineistohallinta asettaa sähköiselle aineistolle?
- 13 Miten hallitset markkinointikanaviesi aineistovaatimuksia?
- 13 Miten ohjaat ja tuet käyttäjiä tehokkaimmin?
- 15 *Miksi digitaalinen aineistohallinta on Suunnolle välttämättömyys?*
- 17 *Digitaalisen aineistohallinnan 10 kultaista käytäntöä*

---

- 19 **II Mitä käyttöönotossa tapahtuu?**
- 19 Mistä saat apua digitaalisen aineistohallintaprosessisi kehittämiseen?
- 20 Kenen pitäisi osallistua järjestelmän käyttöönottoon ja koulutuksiin?
- 21 Kuinka paljon käyttöönotto vie aikaa?
- 21 Miten tehostat uusien toimintamallien perillemenoaa?
- 22 Millaisia teknisiä resursseja sinun pitää varata projektiin?
- 23 Miten tietoturva on järjestetty?
- 24 Miten testaat järjestelmän ennen käyttöönottoa?
- 24 Mitä jos käyttöönotto ei onnistu ja järjestelmä ei tuota kaivattuja hyötyjä?
- 25 *Miten tuettu käyttöönotto eroaa perinteisestä mallista?*

---

- 27 **III Miten kehität aineistohallintaasi käyttöönoton jälkeen?**
- 27 Millaista apua saat osaamisen ylläpitämiseen ja uusien käyttäjien perehdytykseen?
- 27 Miten seuraat ja mittaat palvelun käyttöä?
- 28 Miten selvität käyttäjäkokemuksen?
- 28 Kuinka usein ja miten järjestelmä päivittyy?
- 29 Miten pääset keskustelemaan kehitystarpeista?
- 30 *Tarkistuslista: Näin onnistut digitaalisen aineistohallinnan käyttöönotossa*

# Ota digitaalinen aineistonhallinta kitkatta käyttöösi

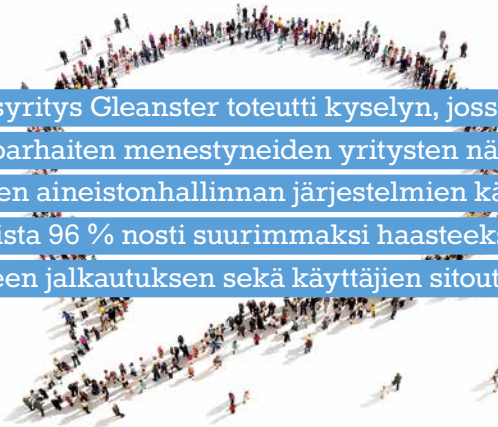
Digitaalisen aineistonhallinnan avulla hallitset yrityksesi brändiin liittyvää sähköistä aineistoa. Aineistonhallinta on kokonaisuus, joka kattaa itse aineiston lisäksi ohjelmistot, prosessit ja käyttäjät. Tässä oppaassa kerromme, miten otat digitaalisen aineistonhallinnan tuottavasti, tehokkaasti ja kattavasti yrityksesi käyttöön.

Emme siis keskity oppaassa ohjelmistoon tai sen ominaisuuksiin. Digitaalisesta aineistonhallinnasta on hyötyä vasta kun sitä käytetään, ja mielellään oikein.

Siksi keskitymmekin siihen, miten virität organisaatiosi anturit oikeaan asentoon ja millaista apua siihen on tarjolla.



Tutkimusyritys Gleanster toteutti kyselyn, jossa se selvitti alojensa parhaiten menestyneiden yritysten näkemystä digitaalisen aineistonhallinnan järjestelmien käyttöönotosta. Vastanneista 96 % nosti suurimmaksi haasteeksi järjestelmän onnistuneen jalkautuksen sekä käyttäjien sitouttamisen.



Oppaan avulla alat nauttia täydellä teholla jämptin aineistonhallinnan tuomista kustannus- ja aikasäästöistä heti alusta asti. Tarjoilemme ideoita ja esimerkkejä, miten digitaalinen aineistonhallinta muuttaa markkinoijan elämäsi helpommaksi. Käytännön vinkit, tarkistuslistat ja vertaiskertomukset tasoittavat tietäsi tehokkaampiin työnkulkuihin.

TOP 6

## Digitaalisen aineistonhallinnan hyödyt:

- **Säästöt:** aika ja raha
- **Helppous:** kaikki aina käyttövalmiina
- **Hallittavuus:** yhteiskäyttö ja sovitut tavat
- **Tehokkuus:** automaattista aina kun mahdollista
- **Monipuolisuus:** valmiit moduulit eri tarpeisiin
- **Laatu:** vakioidut prosessit ja työtavat



Digitaalinen aineistohallinta  
tekee lopun jokaista organisaatiota  
riivaavasta tiedostojen sijaintiin,  
käyttöoikeuksiin sekä oikeellisuuteen  
liittyvistä kroonisista kyselytaudeista.

## Opas sopii sinulle kuin nenä päähän

- jos paraikaa harkitset digitaaliseen aineistohallintaan siirtymistä tai
- olet ottanut jo ensiaskeleet ja haluat edelleen kasvattaa markkinointiprosessiasi tai brändin hallintasi tuottavuutta.

## Oppaan luettuasi tiedät

- miten sovitat yrityksesi toimintamallit uuteen ajattelumalliin
- miten ohjeistat käyttäjät ja kumppanit
- miten aineistot kannattaa valmistella ja tallentaa
- mitä käytön yhteydessä kannattaa ottaa huomioon
- miten voit kartoittaa käyttäjiesi osaamisen ja tunnistaa koulutustarpeen
- millaista apua käyttöönottoon ja jatkuvaan kehitykseen on tarjolla.

## Oppaasta on iloa varsinkin sinulle,

- markkinoinnin
- brändin hallinnan
- mainonnan
- viestinnän tai
- myynnin ammattilainen ja päättäjä.



## I Mitä digitaalisen aineistonhallinnan käyttöönotto vaatii?

---

Pelkkä ohjelmisto ei ratkaise aineistonhallinnan ongelmia. Sen lisäksi tarvitset selkeän ohjeistuksen, toimintaprosessin, osaamista ja oikein digitoitua aineistoa. Onnistuminen edellyttää käyttäjien sitoutumista pelisääntöihin ja ja oikein valmisteltua kuranttia sisältöä.

## Miten digitaalinen aineistonhallinta muuttaa markkinointia?

**Esimerkin yritys lanseeraa uuden tuotteen, ja se tarvitsee pikaista digikampanjaa varten bannereita ja some-materiaalia.** Mainostoimisto tuottaa materiaalit asiakkaan aineiston pohjalta. Punaisissa laatikoissa on kuvattuna perinteinen prosessi ja vihreissä laatikoissa prosessi, jossa asiakas käyttää digitaalista aineistonhallintaa.

### PERINTEINEN

Ma klo 9.00

Mainostoimisto pyytää asiakkaalta kuvia ja muita aineistoja. AD ja html-kaveri pelaavat toimistolla pingistä odotellessaan.

Ma klo 18.00

Assistentti ja markkinointipäällikkö etsivät aineistoa yhdessä verkkolevyltä ja omilta koneiltaan. Aineisto lähtee sähköpostitse, juuri sopivasti klo 18 aikoihin. *Ylimääräistä työtä 4 h.*

Ti klo 12:00

Kuvia pyydetään matkan varrella lisää muutamaan otteeseen, koska yksi sähköposti on hukkunut roskapostin sekaan, osassa kuvista oli väärä resoluutio ja kuvista tärkeimpään ei ollutkaan käyttöoikeutta. *Ylimääräistä työtä 4 + 2 h.*

Ti klo 16:00

Mainostoimistossa alkaa täysi tohina, kun aineisto on vihdoinkin kassassa. Tuotanto-AD:täkin pyydetään jäämään iltavuoroon. *Ylimääräistä työtä 4 h.*

### DIGITAALINEN

Mainostoimisto lataa pohjat, graafisen ohjeistuksen ja brändikuvat saamastaan aineistopankkilinkistä. Näkyvillä ovat vain aiheeseen liittyvät kuvat.

Mainostoimisto työstää bannerit ja some-aineiston ja lataa valmiit aineistot aineistopankkiin.

Osallistujat kommentoivat aineiston suoraan järjestelmään ja näkevät muiden jo tekemät korjaukset. Mainostoimiston aikaa säästyy, eikä kommentteja katoile.

Mainostoimisto lataa korjatut ja viimeistellyt versiot aineistopankkiin, josta myös Tukholman ja Pekingin tiimit saavat ne saman tien markkinointipäällikön tsekkauksen jälkeen käyttöönsä.

Ke klo 8.00

Valmiit visut lähtevät asiakkaalle sähköpostitse päivän myöhässä. Osa aineistosta oli niin raskasta, että se pääteään laittaa muistitikulle. Lähetin tilaus. *Ylimääräistä työtä 1 h.*

Ke klo 19.00

Mainostoimisto tekee korjaukset, mutta kommenttien kerääminen sähköpostiketjusta vie aikaa, ja osa kommentteista jää huomiotta kokonaan. Pariin bannerin täytyy ottaa vielä ylimääräinen korjauskierros. *Ylimääräistä työtä 4 + 3 h.*

To klo 14.00

Asiakas saa korjatut versiot sähköpostitse ja rupeaa tallentamaan aineistoa verkkolevylle ja lähettelemään aineistoa maaorganisaatioille lokalisoitavaksi. *Ylimääräistä työtä 4 h.*

Pe klo 8.00–18.00

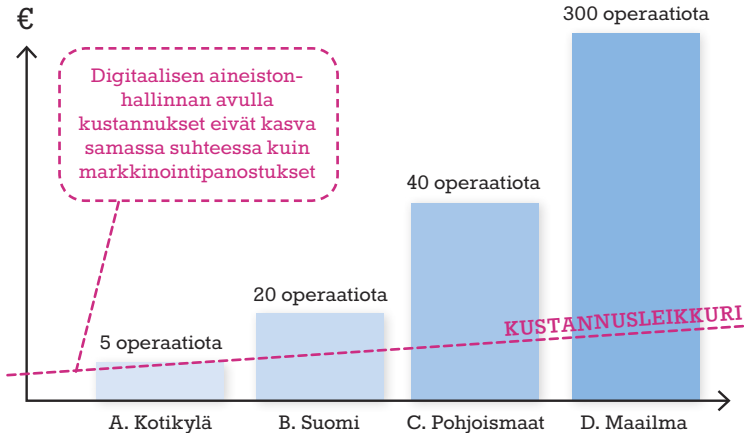
Markkinointipäällikkö ja assistentti viettävät seuraavan päivän vastailemalla kyselyihin puuttuvista / hukassa olevista kampanjamateriaaleista. *Ylimääräistä työtä 8 h.*

Yksinkertainen esimerkki elävästä elämästä havainnollistaa, miten perinteisessä prosessissa rahaa valuu kankkulan kaivoon. Jos mainostoimisto laskuttaa työstään 100 euroa/tunti ja sisäisen työn tuntihinta on 50 euroa, esimerkissä aiheutuu täysin vältettävissä olevia, **turhia kustannuksia 2 200 euroa** (mainostoimisto 10 h x 100 €/h + sisäinen työ 24 h x 50 €/h).

Kaiken lisäksi kampanjan käynnistys viivästyy ainakin kolme päivää ja todennäköisesti vielä viikonlopun yli.

## Miksi yrityksesi tarvitsee digitaalista aineistohallintaa?

Oheinen kaavio kuvaa yrityksen kehitystä nakkioskista monikansalliseksi peluriksi. Pieni, paikallinen yritys saa asiansa jotenkuten hoidettua ilman digitaalista aineistohallintaa. Merkittävää, kansainvälistä liiketoimintaa ja sen edellyttämää markkinointia on kuitenkin vaikea harjoittaa ilman toimivaa aineistohallintaa. Tai ainakin se käy kalliiksi.



- Paikallinen yritys, markkina-alueena kotikunta ja lähikylät.** Yrityksellä kotisivut, mainostaa silloin tällöin paikallislehdessä. Hyötyy aineistohallinnasta jonkin verran.
- Yrityksen markkina-alueena Suomi.** Perinteistä ilmoittelua, hallussa tärkeimmät digikanavat ja muutamia jälleenmyyjä. Yritys toteuttaa vuoden aikana 20 edellisen esimerkin laajuista markkinointikampanjaa, jolloin mahdollisuus säästöihin 44 000 euroa.
- Yritys on laajentunut Pohjoismaihin ja Viroon; televisiomainontaa, digikanavat tehokäytössä ja 100 jälleenmyyjää.** Yritys toteuttaa vuoden aikana 40 edellisen esimerkin laajuista markkinointikampanjaa, jolloin mahdollisuus säästöihin 88 000 euroa.
- Yritys on kansainvälistynyt toden teolla ja sen markkinat käsittävät 30 maata lähes kaikilla mantereilla.** Käytössä on koko markkinoinnin arsenaali. Jatkuvasti hereillä myös Facebookissa, LinkedInissä ja Twitterissä, 12 eri kielellä. Mainostoimistolaskutus lasketaan miljoonissa, ja yrityksessä käynnistyy vuoden aikana 300 edellisen esimerkin laajuista markkinointikampanjaa, jolloin mahdollisuus säästöihin 660 000 euroa.





## DIGITAALINEN AINEISTONHALLINTA

=

digitaalinen aineisto

+

ihmiset

+

prosessi

+

teknologia

Digitaalinen aineistohallinta rajoittaa kustannusten nousua samalla kun se vähentää yksittäisiin markkinointitoimenpiteisiin kuluva aikaa ja päällekkäistä työtä. Kustannukset eivät kasva samassa suhteessa kuin markkinointikanavien ja -aineistojen määrä.

Suorien säästöjen lisäksi digitaalinen aineistohallinta kasvattaa tuottoja, kun markkinointi ja myynti nopeutuu, henkilökunnan aika vapautuu tuottavaan työhön, brändi näyttyy yhtenäisenä ja myyntiverkostolla on ajantasaiset materiaalit käytössään.

Mitä enemmän käsittelet sähköistä aineistoa ja mitä suurempi käyttäjämäärä sillä on, sitä enemmän digitaalinen aineistohallinta kasvattaa tuottavuuttasi. Kansainvälisillä markkinoilla olet ilman jämäkkää prosessia auttamattomasti hukassa.

## Pitääkö markkinoinnin prosessin tukea digitaalista aineistohallintaa?

Tarkoitus on, että digitaalinen aineistohallinta tukee markkinointiasi, ei toisinpäin. On kuitenkin muutamia hyväksi havaittuja toimintamalleja, joiden avulla saat digitaalisesta aineistohallinnasta enemmän irti:

- 1 Tuotat vakiomuotoista markkinointiaineistoa.** Valmiit taitto- ja ilmoituspohjat nopeuttavat markkinointiasi ja oikein suunnitellut mallit säilyttävät brändi-ilmeesi. Määrittelet vain aineistosi dynaamisuuden sekä meta- ja tuotetiedot.
- 2 Viestit brändi-ilmeesi mukaisesti.** Kun dokumenttimallit, esityspohjat ja muut yrityksessäsi käytettävät graafiset aineistot ovat helposti kaikkien saatavilla, viestivät kaikki käyttäen oikeaa yritysilmettä.
- 3 Luokittelet aineistot yksinkertaisen ja selkeän ohjeen mukaisesti.** Kun digitaalisen aineiston metatiedot tallennetaan systemaattisesti, on dokumentit helppo löytää ja niitä voidaan käyttää julkaisun tuottamiseen automatisoidusti.
- 4 Ohjeistat kumppanisi aineistohallinnan käyttöön.** Kasvava osa materiaalin käyttäjistä on yrityksesi ulkopuolisia käyttäjiä, jotka myös tuottavat ja tallentavat digitaalista aineistoa käyttöösi.
- 5 Valmistelet vakioidut, ”brändihallitut” materiaalipaketit yleisimpiin käyttötarkoituksiin.** Nopeutat myyntiä, viestintää ja markkinointia, kun valmistelet esimerkiksi eri kanavissa tarjottavat aineistot, joita voidaan brändihallitusti personoida sekä muokata suoraan järjestelmässä ja toimittaa ne valmiina eri kanaviin: netti, printti, mobiili, sosiaalinen media ja sähköposti.
- 6 Ohjeistat eri kanaviin tulevien digi-informaatiokokonaisuuksien tallentamisen, muokkaamisen ja kanavaan jakelun.** Kun käyttäjät osaavat ladata, personoida, tallentaa, hallita sekä linkittää materiaalit, työ tehostuu.
- 7 Kommentoit työn alla olevia dokumentteja järjestelmässä, et sähköpostilla.** Pitkät viestiketjut ja isot liitteet tukkivat sähköpostin helposti. Digitaalinen aineistohallinta tarjoaa sähköpostia tehokkaammat välineet dokumenttien kommentointiin, katselmointiin ja versiointiin.

# Kuinka moottori- kelkkojen kauppa vauhdittui digitaalisella aineistohallinnalla?



*BRP Finland Oy valmistaa ja maahantuo Lynx- ja Ski-Doo-moottorikelkkoja, Can-Am-mönkijöitä, Sea-Doo-vesijettejä sekä Snogear-ulkoiluvälineitä. Yrityksellä on laaja jälleenmyyjäverkosto Pohjoismaissa ja Keski-Euroopassa, neljällä eri kielialueella ja kolmen eri valuutan piirissä. Jokaiselle BRP:n viidestä brändistä tuotetaan omat valokuvat, videot, mainospohjat ja bannerit sekä niihin liittyvät informaatiot, ja uutta materiaalia syntyy jatkuvasti.*

BRP valitsi uudeksi digitaalisen aineistohallinnan toimittajakseen Gredin. Jalkautus toteutettiin suunnitelmallisin askelin yhdessä Gredin kanssa: a) palvelun lanseeraus, b) jälleenmyyjien koulutus ja c) lisäpalveluiden käyttöönotto.

BRP Finland Oy:n Markkinointipäällikkö **Jani Yli-Niva** listaa **aineistohallinnan 5 tärkeintä hyötyä BRP:lle**:

**1. Kaikki mainonta ja markkinointi on brändin mukaista:** Jälleenmyyjät vastaavat lähes kaikesta BRP:n tuotteiden paikallisesta markkinoinnista, kun taas BRP Finland Oy valmistajana ja maahantuojana vastaa valtakunnallisen tason markkinoinnista. Nyt brändien mainonta on yhdenmukaista, riippumatta siitä onko se BRP:n vai jälleenmyyjien tekemää. Tässä tehtävässä dynaamiset mainospohjat ovat merkittäviä, ja niiden merkitys korostuu jatkossa entisestään.

## **2. Toimiva aineistojen jako säästää aikaa ja vähentää työtä:**

Jälleenmyyjillä on yksi selkeä paikka, josta he voivat hakea kaiken mainontaan liittyvän sisällön helposti ja keskitetysti. Sekä jälleenmyyjien että BRP:n turha työ väheni ja toiminta nopeutui. Jälleenmyyjien lisäksi materiaalia siirtyy aineistohallinnan kautta kollegoille sekä yhteistyökumppaneille >>

Eurooppaan ja Pohjois-Amerikkaan sekä useille eri medioille globaalisti. Suurin osa BRP:n markkinoinnista perustuu kuviin, ja siksi monipuolinen kuva- ja materiaali-pankkiominaisuus on merkittävä.

- 3. Oikeat tiedot oikeilla käyttäjillä:** Osalla jälleenmyyjistä on kaikki BRP:n tuotemerkit edustettuna, ja toisilla taas vähemmän. Olennaista oli siten mahdollisuus räätälöidä modulaarinen käyttöliittymä käyttäjien mukaan niin, että vain käyttäjäryhmäkohtainen informaatio on näkyvillä.
- 4. Tehokas uusiokäyttö:** Kun Suomessa, Norjassa tai Ruotsissa suunnitellaan uutta projektia, pääkäyttäjät voivat käydä katsomassa, mitä muissa maissa on jo tehty.
- 5. Kuvien linkitys nettisivuille suoraan aineistohallinnasta:** Kun hieno kuva on jo valmiiksi älykkäässä digitaalisesä ympäristössä, sitä ei tarvitse enää ladata muualle erikseen. Myös videoiden jako onnistuu suoraan verkosta.



Nyrkkisääntö on, että jokainen pohjan vakiointiin käyttämäsi työtunti säästää kaksi tuntia aikaasi, kun toistat samoja rutiineja usein.

## Millaisia vaatimuksia digitaalinen aineistohallinta asettaa sähköiselle aineistolle?

Voit tallentaa järjestelmään käytännössä mitä digi-informaatiota (aineistoja + niihin liittyvää meta-/tuotetietoa) tahansa. Tekniikka, käytettävät päätelaitteet tai käyttäjien maantieteellinen sijainti eivät rajoita palvelun käyttöä missään olosuhteissa.

Tärkein omaa toimintaasi koskeva vaatimus liittyy dokumenttien metatietoihin, olipa itse dokumentti sitten asiakirja, kuva, äänitiedosto tai video. Tallennettuihin dokumentteihin liittyvien metatietojen avulla oikeat dokumentit löytyvät nopeasti. Metatietojen syöttäminen kasvattaa löydettävyyttä, käytettävyyttä ja tuottavuutta vähäisellä lisätyöllä.

Hyväkään tietojärjestelmä ei palvele oikein, jos siihen syötetään epäselviä tai virheellisiä tietoja. Huolehdi, että jokainen järjestelmän käyttäjä on tietoinen metatietojen syöttämisen tärkeydestä.

## Miten hallitset markkinointikanaviesi aineistovaatimuksia?

Digitaalinen aineistonhallinta kaipaa aina tuekseen prosessin ja pelisäännöt. Väärä aineisto väärässä kanavassa voi tulla paitsi kalliiksi myös antaa huonon kuvan yrityksestäsi.

Digitaalisen aineistonhallinnan avulla varmistat, että lähetät aineistot aina oikeassa muodossa. Kun olet kerran tehnyt pohjatyön hyvin, syntyvät uudet versiot markkinointiviesteistäsi helpoimmillaan napin painalluksella.

Valitse organisaatiostasi pääkäyttäjä, joka tuntee prosessin ja ohjelmiston kuin omat taskunsa. Hän osaa auttaa vakioinnissa ja jakaa parhaita vinkkejä, jotka auttavat muitakin ottamaan suurimman hyödyn irti järjestelmästä.


## Miten ohjaat ja tuet käyttäjiä tehokkaimmin?

Valmistele yrityksellesi digitaalisen aineistonhallinnan prosessi, jossa on muutama yksinkertainen askel. Opeta malli käyttäjillesi ja tarjoa heille tukea tilanteisiin, jossa yksinkertainen mallisi ei vastaa kaikkiin kysymyksiisi.

Myyntimateriaalin hallintaprosessisi voi näyttää esimerkiksi tältä:

1. **Vakioi.** Mieti miten materiaalia voisi hyödyntää mahdollisimman monessa tilanteessa.
2. **Auta.** Kirjaa ylös, miten aineistoa voi parhaiten käyttää ja jaa ohjeesi muiden nähtäväksi.
3. **Luokittele.** Valitse aihetta parhaiten kuvaavat luokittelut, joiden avulla aineisto on helppo löytää.
4. **Monista.** Käytä materiaalia mahdollisimman laajasti ja mieti, missä voit nopeuttaa työtä sen avulla.
5. **Ideoi uutta.** Kerää palautetta ja päivitä aineistoa. Heitä roskikseen mallit ja pohjat, joita kukaan ei käytä.
6. **Sovella vanhaa.** Tee tarkistuslistoja hyväksi havaitsemistasi aineistonhallinnan keinoista ja yksityiskohdista, joita uusissa dokumenttimalleissa kannattaa säilyttää tai asioista joita pitää tarkistaa ennen jakelua.

***Esimerkin digitaalisen aineistonhallinnan peruskäyttäjäprosessi voisi näin olla nimeltään VALMIS, joka on kaikkien helppo oppia ja muistaa.***



” Digitaalisen aineistonhallinnan tärkein asia on uusien toimintamallien jalkauttaminen. Siihen on kiinnitettävä samanlaista huomiota kuin yrityksen muidenkin strategioiden toimeenpanoon. Käytännön toteutus on perinteisesti strategioiden heikoin lenkki:

”Yli puolet palkansaajista ei tiedä, mitä työnantaja tahtoo. Valtaosa suomalaisista ei tunne työnantajansa tavoitteita. Taloustutkimuksen toteuttaman kyselyn mukaan jopa puolet suomalaisista työskentelee yrityksessä tai yhteisössä, jolla ei ole työntekijöiden mielestä selkeää strategiaa.” – yle.fi 24.3.2010

*Janne Kallio, Head of Digital Marketing, Suunto*

## Miksi digitaalinen aineistohallinta on Suunnolle välttämättömyys?

Janne Kallio vastaa siitä, että Suunnon digitaalisten kanavien käyttäjät ovat tyytyväisiä. Sähköisiin palveluihin lukeutuvat muun muassa verkkokaupat, sosiaalisen median sovellukset, verkkosivustot sekä kumppanipalvelut. Suunto.com palvelee asiakkaiden lisäksi myyjiä, mediaa ja huolto-organisaatiota. Sähköisen aineiston ajantasaisuus on ehdoton vaatimus.

Suunto jakelee sähköiset aineistonsa maailmanlaajuisesti Gredin sovelluksella. Brand managerit hallitsevat näppärästi tuottamaansa sisältöä ja tarjoavat sitä maaorganisaatioiden käyttöön.

– Rahaa säästyy, kun hallittavana on vain yksi sovellus. Helppokäyttöisyys säästää Brand managereiden aikaa ja vähentää virheitä materiaalitoimituksissa. Hyvä aineistohallintapalvelu tarjoaa välineet myös viestintään. Tuotteita koskevat päivitykset ja muutkin kuin brändiaineistot on luontevaa jakaa yhdessä paikassa. Näin jälleenmyyjä saa ja huomaa olennaiset viestit.

Aineistohallinnan järjestelmän tuomat säästöt voi suoraan laskea siitä, kuinka paljon nopeammin markkinointimateriaalit löytyvät palvelusta kuin sähköposteja lähettelemällä ja oikeita versioita etsimällä. Suunnon tuotepäälliköiden aika ei yksinkertaisesti riittäisi, jos tuhansien jälleenmyyjien kaikki materiaalityypit tulisivat yksinomaan heidän sähköposteihinsa.

– Materiaalia tarvitsevat lukuisat jälleenmyyjät sekä viestintä- ja mainostoimistot, joista useimmista emme tiedä mitään. Silti meillä pitää olla sujuva järjestelmä, josta jokainen näistä tuhansista kumppaneista saa tarvitsemansa aineistot tietoturvallisesti.

Aineistohallinnassa on ajantasaisin ja kattavin jälleenmyyjätieto. Palvelu seuraa myös kumppanuuksien voimassaoloa ja huolehtii, että sopimuksen päättyessä loppuu myös pääsy järjestelmään.

>>

– Kun julkaisemme uusia tuotteita, emme myöskään halua tietojen vuotavan julkisuuteen etuajassa. Silti materiaali pitää jaella jälleenmyyjille jo ennen tuotteen julkaisua. Gredin palvelun avulla valvomme, ettei materiaalia valu myyntiorganisaation ulkopuolelle hallitsemattomasti.

Kustannus- ja hyötylaskelmat rajoittuvat usein ainoastaan yrityksen omiin prosesseihin. Aineistonhallinta on esimerkki sovelluksesta, joka tuo mitattavaa hyötyä myös jälleenmyyjälle. Kun kauppiaan on helppo markkinoida ja myydä tuotetta, tulee kauppaa enemmän. Silloin jälleenmyyjät myös sitoutuvat Suuntoon.

Aineistonhallinnan yleinen ongelma on, että sille ei löydy omistajaa. Silloin esimerkiksi aluekohtaiset kehittämistarpeet jäävät helposti huomiotta. Turhautuneet tekijät kehittävät nopeasti oman ja erillisen ratkaisunsa, jolloin brändin hallinta vaikeutuu olennaisesti.

– Muutoksen kustannus on merkittävä, kun sisältöä siirretään järjestelmästä toiseen. Siksi aineistonhallinnan järjestelmätoimittajalta vaaditaan sujuvaa käyttöönottomallia, joka nopeuttaa uusien toimintamallien käyttöönottoa, olemassa olevan aineiston siirtoa järjestelmään sekä osuvien luokittelutietojen syöttämistä aineistoihin.

<b>ESIMERKKI: Aineistonhallinnan tuomia kanavamyynnin säästöjä, kun yrityksellä 1000 jälleenmyyjää</b>	<b>Euroa/vuosi</b>
<b>1. Tuotejulkistuksen materiaalijakelussa säästyvä aika</b> <i>10 tuotejulkistusta * 25 tuntia/julkistus * 80 €/h</i>	20 000 €
<b>2. Tuotetiedotteiden ja uutiskirjeiden jakelussa säästyvä aika</b> <i>60 tiedotetta/vuosi * 3 tuntia/tiedote * 80 €/h</i>	14 400 €
<b>3. Sovellusympäristön hallinnoinnissa säästyvä aika, kun järjestelmien vähennys kolmesta yhteen</b> <i>2 järjestelmää vähemmän * 100 tuntia/sovellus * 80 €/h</i>	16 000 €
<b>VUOSITTAISET SÄÄSTÖT YHTEENSÄ</b>	<b>50 400 €</b>



# 10

## Digitaalisen aineistohallinnan kymmenen kultaista käytäntöä

Tehtävä	Ok
1 Vakioi useimmin käytetyt taitto- ja esityspohjat	✓
2 Luokittele aineistosi (kuva, video, ääni, PPT ym.) aihealueittain	✓
3 Jaa kumppaneillesi rajattuja aineistokokonaisuuksia	✓
4 Paketoi yleisimmät aineistot, esimerkiksi myynnille ja asiakaspalvelulle omansa	✓
5 Seuraa ja mittaa aineiston käyttöä	✓
6 Toista niin kauan kunnes viimeinenkin käyttäjä ymmärtää, että metatiedot on syötettävä aina	✓
7 Kommentoi vedoksia vain ja ainoastaan järjestelmässä	✓
8 Jaa käyttäjät ryhmiin, joille voit jakaa automaattisesti tietoa aineiston päivityksistä	✓
9 Valitse järjestelmälle pääkäyttäjät, jotka kehittävät sisältöä ja luokitteluja sekä opastavat käyttäjiä	✓
10 Osallista myös alihankkijasi ja kumppanisi järjestelmän käyttöön	✓



Varmistamme aina aineistosi  
laadun käyttöönoton yhteydessä.  
Laadunvarmistuksessa tarkistamme  
esimerkiksi aineiston oikeudet ja sen  
teknisen kelpoisuuden metatietoiin.

## II Mitä käyttönotossa tapahtuu?

---

Kun prosessisi, lähtöaineistosi ja organisaatiosi ovat valmiita aineistonhallinnan käyttöönottoon, asennamme järjestelmän tai avaaamme sen pilvestä käyttöönnne. Teknisen asennuksen lisäksi koulutamme ja ohjeistamme käyttäjät sovelluksen käyttöön, uusiin prosesseihin ja parhaisiin käytäntöihin.

Miten Kemira pystyi takaamaan, että sen 30 eri maassa toimivilla markkinointiviestinnän ammattilaisilla on tarvittava materiaali ja sen käyttöön liittyvä ohjeistus aina viimeisimmän ohjeistuksen mukaisena käytettävissä? Kemiralla oli brändiuudistuksen jälkeen aikaa niukalti, eikä se halunnut ryhtyä mittavaan IT-projektiin.

”Gredi vakuutti meidät ratkaisullaan sekä yhtiönä, jolla on riittävä kapasiteetti, osaamista, joustavuutta ja oikea asenne. Meillä on nyt varmuus siitä, että brändi näyttäytyy kaikkialla suunnitellun mukaisena. Tämä on varmasti yksi suurimmista pitkän aikavälin hyödyistä.”, kertoo Kemiran viestintäjohtaja Timo Leppä.

### Mistä saat apua digitaalisen aineistonhallintaprosessisi kehittämiseen?

Gredin asiantuntijatiimi on erikoistunut digitaalisen aineistonhallinnan prosessien kehittämiseen. Päämajamme on Suomessa, ja olemme luonasi alta aikayksikön kun tarvitset apua. Käyttöönotoissa olemme mukana tietenkin ilman kutsuakin.

Gredi antaa käyttöönoton tukea ja toimii sovitun mukaisesti jalkautuksen tukena. Asiakastiemimme tarjoaa tukea kaikkiin erilaisiin käyttöön liittyviin tilanteisiin.

Opastamme sinua parhaiden käytäntöjen löytämiseen ja niiden jalkauttamiseen. Emme käsittele pelkkää tekniikkaa, vaan autamme organisaatiosi ottamaan kaiken hyödyn irti palvelusta.

## Tyhjää nurkkasi turhista biteistä

Digitaalisen aineistonhallinnan käyttöönotto on myös oivallinen hetki arvioida kriittisesti kovalevyille ja omille palvelimillesi kertynyttä materiaalia. Tarvitsetko varmasti kaikkia viiden vuoden takaisen brändi-ilmeen mukaisia taittopohjia? Tai kuvia, joiden käyttöoikeuksista tietää parhaiten Pekka, joka lähti lätkimään kaksi vuotta sitten?

## Kenen pitäisi osallistua järjestelmän käyttöönottoon ja koulutuksiin?

**Palvelun jalkautus on kaiken a ja o.** Uudesta palvelusta ei ole hyötyä, jos sen käyttäjät eivät osaa hyödyntää sitä tehokkaasti. Käyttöönottoon on tärkeää ottaa mukaan ne käyttäjäryhmät, jotka hyötyvät palvelusta eniten.

Tyypillisesti eri käyttäjäryhmiä ovat

- peruskäyttäjät
- laajennetuilla käyttöoikeuksilla olevat käyttäjät
- hallinnoijat (adminit) sekä
- kumppanit

Kaikkien ryhmien on hyvä olla tietoisia käyttöönotettavasta palvelusta. Hallinnoijat tulee sitouttaa, vastuuttaa ja kouluttaa aina ja kunnolla. Admin-koulutukseen kuuluu aina myös peruskäyttökoulutus, johon suosittelemme osallistuvaksi tilanteen mukaan myös niitä peruskäyttäjiä, jotka pystyvät toimimaan sanansaattajina ja suurimman hyödyn tavoittelijoina alkuvaiheessa.

Kiinnitä huomiota myös kumppaniverkostosi informoimiseen ja ohjeistamiseen. Selkeä viestintä kaikille ryhmille on tärkeää sitouttamisen kannalta, kun olet tekemässä merkittävää muutosta ja parannusta nykytilaan.



## Kuinka paljon käyttöönotto vie aikaa?

**Peruspalvelun käyttöönotto onnistuu tavallisesti 2–3 viikossa.** Käyttöönoton aika-taulu ja nopeus riippuu lähinnä omista kalentereistanne. Tyypillisesti aikaa tulee varata pari palaveria ja itse koulutustilaisuudet.

Käyttöönotto on nopeaa, koska olemme suunnitelleet kaiken ennakkoon valmiiksi. Ja olemme tehneet sen monta kertaa aiemminkin. Tarkka kesto riippuu siitä, mitä moduuleita otat palvelustamme käyttöön, mitä käyttäjäryhmiä ja prosesseja uudistus koskee ja mitä kaikkea haluat automatisoida.

Aikaa käyttökoulutuksiin kuluu 1–3 tuntia käyttäjää kohden, riippuen siitä mihin käyttäjäryhmään henkilö kuuluu. Peruskäyttäjien koulutus vie 1–2 tuntia ja admin-käyttäjien 2–3 tuntia.

## Miten tehostat uusien toimintamallien perillemenoaa?

Suosittellemme että luot ohjeistuksen ja opastuksen itse palveluun. Idea on, että käyttäjä törmää aina ensin ohjeisiin ja sitten vasta itse aineistoihin ja niihin liittyviin meta- ja tuotetietoihin.

Suosittellemme myös, että teet avullamme lyhyitä ja ytimekkäitä käyttökoulutusvideoita. Käyttäjä voi valita katseltavakseen aina kulloiseenkin käyttötapaukseen soveltuvan videon. Videot auttavat myös uusien käyttäjien perehdytyksessä ja nopeuttavat oppimista.

Tiedekeskus  
Heureka käyttää Gredin  
palvelua. Aineistopankkiin  
lisätään kaikki tuore kuva-,  
viestintä- ja markkinointi-  
aineisto sitä mukaa kun  
uutta materiaalia syntyy.  
Palvelulla on Heurekassa  
noin 15 aktiivikäyttäjää.

Heurekan viestintäjohtaja  
**Heli Ainoa** on tyytyväinen  
siihen, miten helposti uusi  
palvelu on saatu jalkautettua ja  
toimimaan: "Käyttäjät oppivat  
yhden koulutustilaisuuden  
jälkeen aineistopankin  
käytön."



”

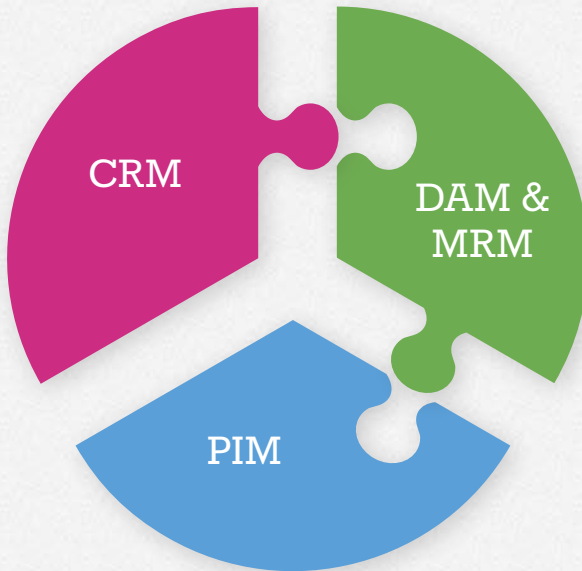
Paljonko kasvatat myyntiäsi, kun koko jälleenmyyjä-verkostosi käyttää digitaalisen aineistonhallinnan ansiosta oikeita myyntimateriaaleja? Tämän vuoden hinta hinnastossa ja uusimmat tuotteet kuvastossa aiheuttavat lisäkilninä kassaasi takuuvarmasti.

## Millaisia teknisiä resursseja sinun pitää varata projektiin?

Et tarvitse teknisiä resursseja välttämättä lainkaan, ellei käyttööntoon liity integraatioita tai muita automaation vaatimia pienkehityshankkeita. Tällöin tarvitset käyttööntoon mukaan kaverin IT-osastoltanne.

Muissa tapauksissa käyttöönto sujuu liiketoiminnan edustajien eli varsinaisten aineiston käyttäjien kanssa. Koneillenne tai servereillenne ei normaalikäyttööntössä tarvitse tehdä mitään asennuksia tai säätöjä.

DAM = Digital Asset Management  
MRM = Marketing Resource Management  
CRM = Customer Relationship Management  
PIM = Product Information Management



Digitaalinen aineistonhallinta integroituu saumattomasti myös asiakkuudenhallintaan ja tuotetiedonhallintaan. Gredi auttaa datakokonaisuuden haltuunottamisessa ja integraatioiden toteuttamisessa asiakkaan yksilöllisten tarpeiden mukaan.

## Miten tietoturva on järjestetty?

Kaikki aineistot ovat hyvässä turvassa Gredin Suomessa sijaitsevilla palvelimilla. Palvelut on sijoitettu huippuluokan konesaleihin, hajautettuna kahteen eri fyysiseen osoitteeseen. Tietojasi ei katoa käyttöönnoton yhteydessä eivätkä ne leviä myöhemminkään minnekään, paitsi silloin kun haluat niitä itse jakaa.

Palvelun käyttö perustuu aina käyttäjän tunnistamiseen. Voimme nostaa tietoturvasoja tarpeittesi mukaan, ja liikennettä palveluun voidaan rajata monilla eri tyyppisillä keinoilla. Suoritamme tietoruvapäivitykset automaattisesti kaikissa tilanteissa.




On arvioitu, että keskivertotyöntekijältä kuluu yli 15 työpäivää vuodessa aineistojen etsintään ilman DAM & MRM järjestelmää.

## Miten testaat järjestelmän ennen käyttöönottoa?

Testaamme palvelun aina ennen sen luovuttamista asiakkaalle. Tämän jälkeen organisaatiosi vastuhenkilöt testaavat sen omilla koneillaan.

Käyttöönoton jälkeen pidämme yhteenvetopalaverin, jossa todennamme palvelun toimivuuden ja tarvittavat muutokset tai lisäykset, jos sellaisille on tarvetta.



Kun taloushallinnon tekngologiayritys Basware otti käyttöön Gredin digitaalisen aineistonhallinnan, käyttöönoton yhteydessä järjestettiin koulutuswebinaari. Koulutus kuvattiin Suomessa globaalien markkinointitiimien tiloissa. Paikalliset markkinointitiimit ympäri maailmaa olivat kirjautuneina Gredin palveluun ja seurasivat koulutusta netin kautta.

“Koulutustapahtuma nauhoitettiin, joten siihen voi tarpeen mukaan aina palata. Se on osoittautunut erittäin käteväksi myös uusien työntekijöiden koulutuksessa, olivatpa he missäpäin maailmaa tahansa”, kertoo content strategist **Lynn-Marie Sederlöf-Airisto** Baswarelta.

## Mitä jos käyttöönotto ei onnistu ja järjestelmä ei tuota kaivattuja hyötyjä?

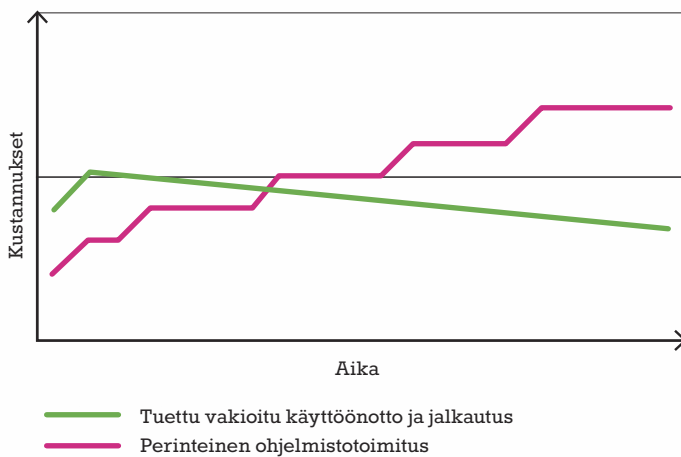
Annamme hankinnallesi täystyytyväisyystakuun sopimuksemme mukaisesti.

Jos et pääse tavoitteisiin, jotka olemme projektin alussa yhdessä määritelleet, selvitämme mistä se johtuu. Ja selvitämme niin kauan, että syy löytyy. Jos vika löytyy palvelustamme, korjaamme asian kuntoon välittömästi. Jos syy löytyy esimerkiksi ongelmista järjestelmän käyttämisessä tai puutteista prosesseissanne, ohjeistamme toiminnan oikeille urille.



## Miten tuettu käyttöönotto eroaa perinteisestä mallista?

Oheisesta kuviosta näet, miten palvelun jalkauttamiseen keskittyvä toimintamallimme eroaa perinteisistä ohjelmistotoimituksista. Mallimme vaatii hieman suuremman alkuinvestoinnin, mutta laskee kustannuksiasi tasaisesti aineistohallintaprosessisi kehittyessä.





”

”Sitä saa, mitä mittaa” pätee myös aineistonhallinnan prosesseihin. Pystyt seuraamaan, ohjaamaan ja kehittämään vain prosesseja, joita mittaat.

# III Miten kehität aineistonhallintaasi käyttöönoton jälkeen?

Emme ratsasta kohti auringonlaskua käyttöönoton jälkeen, vaan autamme sinua kasvattamaan aineistonhallinnan tuottavuuttasi jatkuvalla periaatteella. Tavoitteena on edelleen kehittää prosesseja, hioa järjestelmän käyttöä, tunnistaa uusia hyödyntämismahdollisuuksia ja ratkaista käyttöä hidastavat ongelmat.

## Millaista apua saat osaamisen ylläpitämiseen ja uusien käyttäjien perehdytykseen?

Gredin asiakastiimi on jatkuvasti käytettävissäsi ja apuna eri tilanteissa. Tavoitat meidät aina sähköpostitse ja puhelimitse. Sen lisäksi ylläpidämme ja kehitämme organisaatiosi osaamista seuraavin keinoin:

- Valmennukset ja perehdytykset (1–3 tuntia kestävätkä käyttäjäkoulutukset)
- Asiakaskohtaiset käyttökoulutusvideot, joista on iso apu varsinkin uusien henkilöiden perehdyttämisessä
- Säännölliset asiakastapaamiset
- Asiakastilaisuudet
- Oppaat
- Uutiskirjeet
- Pienkehitysprojektit

## Miten seuraat ja mitaat palvelun käyttöä?

Palvelun raportointiosioista näet palvelun käyttöön liittyviä asioita, esimerkiksi käyttäjien aktiivisuuden, materiaalien käytön ja koko palvelun statuksen. Lisäksi voimme luoda eri tyyppisiä raportteja tarpeittesi mukaan.

Digitaalinen aineistonhallinta on investointi palveluun sekä uuteen toimintamalliin ja henkilöstön osaamiseen. Palvelun mittaaminen varmistaa, että investointisi on tehokkaassa käytössä ja että osaat kehittää oikeita asioita. Esimerkkejä mitattavista asioista:

- Tallennettujen dokumenttien määrä
- Ladattujen dokumenttien määrä ja laji
- Etsityimmät aiheet
- Eniten/vähiten ladatut dokumentit
- Aktiivisten käyttäjien määrä ja jakauma
- Dokumenttien etsimiseen ja tallentamiseen käytetty aika

Luettelo ei ole tokikaan tyhjentävä. Mittareiden on oltava sellaisia, jotka istuvat oman organisaatiosi käyttöön. Väärät mittarit ja mittaustulosten virheelliset tulkinnot ohjaavat helposti harhaan. Tarjoamme kokemuksemme myös mittareiden luomiseen ja tulkintaan.

## Miten selvität käyttäjäkokemuksen?

Voit kysyä avullamme käyttäjiltäsi palautteen esimerkiksi kerran tai kaksi vuodessa. Käyttäjäpalautteen tarkoituksena on paljastaa ominaisuuksia, jotka eivät vastaa käytettävyydeltään tavoitteitasi. Lisäksi saat uusia ideoita ja näkemyksiä siitä, miten nostat tuottavuuttasi entisestään. Asiakastiimmimme säännölliset asiakastapaamiset ovat hyvää sparrausta kehityspolkujen tunnistamiseen.

### Esimerkki käyttäjäpalautekyselystä:

- Käytätkö edelleen sähköpostia aineiston lähettämiseen? Millaisessa tilanteessa?
- Koska viimeksi kirjauduit aineistohallintaan?
- Kuinka helppona pidät aineistolinkkien lähettämistä?
- Pääsetkö mielestäsi helposti aineistoon käsiksi millä tahansa päätelaitteella?
- Osaatko tehdä aineistohallinnassa usean tiedoston aineistopaketteja?
- Onko brändiaineisto mielestäsi helppo löytää?

Jos järjestelmää käytetään vain osittain tai sitä käyttää vain osa työntekijöistä, menetät suuren osan tuottavuushyödyistä. Siksi käyttäjäkokemuksen selvittäminen on ensiarvoisen tärkeää.

” Ihminen vastustaa muutosta ja välttelee vaikeiksi kokemiaan asioita ihan luonnostaan. Digitaalista aineistohallintajärjestelmää ei kannata jättää pölyttymään puutteellisen osaamisen takia.



” Digitaalisella aineistohallinnalla hallitset helpommin aineistoihin liittyvät käyttöoikeudet. Investoitko mieluummin järjestelmään vai käytätkö rahojasi esimerkiksi oikeudettomasta aineistojen käytöstä aiheutuviin hyvitys- ja vahingonkorvausmaksuihin?



## Kuinka usein ja miten järjestelmä päivittyy?

Kehitämme palvelua jatkuvasti, ja se päivittyy jokaisen kuukauden viimeisenä torstaina.

Koska kyseessä on tuotteistettu ja modulaarinen tuote, sen kehitys ja siihen tekemämme parannukset satavat kaikkien asiakkaidemme laariin. Kaikki käyttäjät siis hyötyvät uusista ominaisuuksista, joita teemme palveluumme toisten käyttäjien palautteen perusteella tai oma-aloitteisesti.

## Miten pääset keskustelemaan kehitystarpeista?

Olemme käytettävissäsi aina kun sille on tarvetta. Meidät saa kiinni, ja singahdamme kahville nopeasti kaikkialle Suomessa. Yhteydenpitomme on jatkuvaa ja sopimamme syklin mukaista.

Tiedotamme uusista ominaisuuksista ja parannuksista aina välittömästi niiden valmistuttua. Säännöllisten tapaamistemme lisäksi asiakastiimimme tapaa sinua myös erilaisten tuotantotöiden yhteydessä, jolloin myös on hyvä tilaisuus keskustella kehitystarpeista.

” Digitaalisen datan määrä yli kaksinkertaistuu joka toinen vuosi – ota se nyt haltuusi kunnon työvälineillä!

# TARKISTUSLISTA: Näin onnistut digitaalisen aineistonhallinnan käyttöönotossa

## Tehtävä

OK

### 1. Aseta uusille aineistonhallinnan prosesseillesi tavoitteet



- Missä tehtävissä odotat työajansäästöjä ja kuinka paljon?
- Kuinka monta aktiivista käyttäjää organisaatiossasi tulisi olla?
- Miten haluat kumppaneidesi käyttävän järjestelmää?
- Kuinka paljon markkinointiprosessiesi tulisi nopeutua?
- Mitkä ovat nykyisen toimintamallisi viisi pahinta ongelmaa, jotka haluat korjata?

### 2. Valitse iskujoukko, joka ottaa digitaalisen aineistonhallinnan käyttöön ja jakaa parhaat käytännöt muille



- Ketkä organisaatiossasi hyötyvät järjestelmästä eniten?
- Ketkä pystyvät parhaiten tukemaan muita käyttäjiä käyttöönotossa?
- Kenellä on parhaat mahdollisuudet viestiä uudesta toimintamallista alihankkijoillesi ja kumppaneillesi?

### 3. Kuvaa aineistonhallinnan prosessisi



- Miten jakelet aineistoja nyt?
- Mitkä muutokset nopeuttaisivat ja helpottaisivat tyypillisiä sähköiseen aineistoon liittyviä työnkulkujasi?
- Onko aineistokokonaisuuksilla nimetyt vastuuhenkilöt, jotka pystyvät päättämään, ohjeistamaan ja kehittämään omaa aluettaan.

### 4. Määritä aineiston käyttötavat ja -oikeudet



- Miten varmistat, etteivät käyttäjät jakele aineistoa aineistonhallinnan ohitse muiden kanavien kautta (esimerkiksi sähköpostitse)?
- Osaavatko aineistoista vastaavat henkilöt käyttää järjestelmää tarkoittamallasi tavalla?
- Kenellä pitää olla pääsy aineistoon ja kuka vastaa käyttöoikeuksista?
- Mitä materiaalia ei saa jakaa ulkopuolisille?
- Millaista ohjeistusta jakamaasi aineistoon liittyy?

### 5. Vakioi ja luokittele aineisto



- Millä hakutermeillä käyttäjät tyypillisimmin hakevat tietoa?
- Miten varmistut, että käyttäjät lisäävät tallentamaansa aineistoon metatiedot?
- Millaisia ohjeita ja vinkkejä tarjoilet luokitteluun?
- Kuka seuraa luokitteluja ja varmistuu, että ne ovat tarkoituksenmukaisia ja ajantasaisia?
- Millaisia valmiita paketteja voit koota järjestelmässä olevista dokumenteista?

*Olemme koonneet seuraavaan tarkistuslistaan käyttöönoton tärkeimmät vaiheet. Jokaisessa kohdassa on kysymyksiä, joihin vastaamalla löydät oman digitaalisen aineistonhallinnan toimintamallisi.*

---

**6. Testaa järjestelmän käytettävyys ja luokitteluiden toimivuus testiryhmällä**



- Oletko valinnut testaajia eri liiketoiminta-alueilta?
- Oletko pyytänyt myös alihankkijoitasi kommentit?
- Löytävätkö käyttäjät materiaalit toivomallasi tavalla?

---

**7. Kirjoita lyhyt ohjeistus järjestelmän käyttäjille**



- Mitkä ovat tyypillisimmät käyttötilanteet ja miten niissä on toimittava?
- Mitä käyttäjän pitää ottaa huomioon aineistoa tallentaessaan?
- Kenen vastuulla on huolehtia aineiston ajantasaisuudesta?
- Mistä käyttäjä saa apua ja tukea järjestelmän käyttöön?

---

**8. Nimeä pääkäyttäjä, jonka tehtävänä on pitää järjestelmän sisältö yhdenmukaisena**



- Onko nimeämälläsi henkilöllä aikaa ratkaista ongelmia ja kehittää prosessia?
- Miten järjestelmätoimittajasi osallistuu kehitykseen?
- Onko pääkäyttäjälläsi edellytykset luokitella ja hallinnoida kaikkea tietosisältöä järjestelmässä, vai pitääkö pääkäyttö hajauttaa osa-alueisiin?

---

**9. Mittaa järjestelmän käyttöä ja toimi tulosten mukaisesti**



- Millaisia tavoitteita olet asettanut järjestelmän käytölle?
- Mitä tehdään aineistolle, jonka käyttö on olematonta?
- Onko useimmin käytetty aineisto helppo löytää?
- Mitä mieltä käyttäjät ovat palvelusta?
- Käytävätkö myös kumppanisi järjestelmää kuten olit tarkoittanut?

---

**10. Laajenna järjestelmän käyttöä uusiin prosesseihin**



- Mitkä liiketoimintasi muut alueet hyötyisivät sähköisestä aineistonhallinnasta?
  - Miten uusi palvelu tai tuote näkyy digitaalisessa aineistonhallinnassa?
  - Miten testaat uusia käyttötapoja, joilla laajennat käyttöä entisestään ja lisäät dokumenttien käsittelyn tuottavuuttasi?
-



Gredi auttaa asiakkaitaan kokoamaan digitaalisen omaisuuden älykkäästi hallittavaksi kokonaisuudeksi.

Kotimaisella aineistönhallintapalvelullamme yritys tallettaa, hallitsee, muokkaa ja jakaa materiaalit sekä niihin liittyvän informaation nopeasti ja turvallisesti.

Modulaariset tuotteemme ovat räätälöitävissä kaikenkokoisten yritysten tarpeisiin ja useisiin eri käyttötarkoituksiin.

Lisäksi Gredin tuotanto suunnittelee ja tuottaa eri aineistosi tarpeittesi mukaisesti ja tehokkaasti.

Älä emmi - vaan toimi!

Kysy lisää palveluistamme!



Tekniikantie 14, 02150 Espoo

puh. 010 778 7100

[info@gredi.fi](mailto:info@gredi.fi)

[www.gredi.fi](http://www.gredi.fi)