

# DIGIVIISAAN 100 vinkkiä

Miten kasvatat sähköisen  
omaisuutesi arvoa?

Miksi automaatio kuuluu  
markkinoinnin työlistän  
kärkeen?

Kuinka onnistut digitaalisen  
aineistonhallinnan  
käyttönotossa?

**GREDI**  
THAT'S AMAZING!





**Sisältö on modernin yhteiskunnan polttoaine.**

**Olemme joko sisällön tuottajia tai käyttäjiä.**

**Useimmiten molempia.**

*Gerry McGovern ja Rob Norton kirjassaan  
Content Critical*

# DIGIVIISAAN 100 vinkkiä

## 1. KÄSITTEET kuntoon ..... 4

Digitaalinen aineistonhallinta eli DAM.....	4	Tiedostoformaatit.....	7
Digitaalinen omaisuus .....	4	Työnkulut.....	7
Metadata.....	5	Brändinhallinta .....	8
Luokittelujärjestelmät.....	6	Dynaamiset tuotepohjat.....	9
		Monikanavajulkaiseminen.....	10

## 2. DIGITAALISEN AINEISTONHALLINNAN NELJÄ KULMAKIVEÄ:

– digitalisaatio, integraatio,  
automaatio ja arvonnousu ..... 11

1. Digitalisaatio kasvattaa sähköisen omaisuutesi käyttöarvoa.....	12
2. Integrointi lisää tiedon arvoa.....	14
3. Automaatio kuuluu markkinoinnin työlistan kärkeen.....	18
4. Mistä digitaalisen omaisuutesi arvo syntyy?.....	20

## 3. DIGIVIISASTA aineistonhallintaa ..... 24

1. Digiviisauden kolme ainesosaa: vakioitu sisällönhallinta, vankka digiosaaminen, oikeat työvälineet ....	25
2. Datanhallinta asettaa aineistonhallinnalle pelisäännöt.....	28
3. Onnistuneen käyttöönoton resepti.....	32
4. Bisneshyötyä digitaalisista toimintamalleista .....	35
5. Digitaalisen aineistonhallinnan käytön mittaaminen.....	39

# KÄSITTEET kuntoon

## VINKKI 1

### Digitaalinen aineistohallinta eli DAM

DAM eli **Digital Asset Management** eli **digitaalinen aineistohallinta** on järjestelmä tai palvelu, joka avulla hallinnoit yrityksesi sähköistä omaisuutta, kuten brändiä, kuvia, logoja, videoita, tekstitiedostoja ja myyntiesityksiä. Digitaalisella aineistohallinnalla versioit aineistoa sekä johdat materiaalin tuotantoa. Aineistohallinta helpottaa bittimuotoon säilytyn omaisuutesi järjestämistä, jakamista, tallentamista ja varmuuskopiointia.

### Digitaalinen omaisuus

## VINKKI 2

**Digitaalinen eli sähköinen omaisuutesi** koostuu **tiedostoista** (esimerkiksi valokuvat, videot, tuote-esitteet, myyntiesitykset ja bränditiedostot), **järjestelmiesi sisältämästä tiedosta** (kuten tuote- ja asiakastiedot) sekä **metatiedosta**.

Digitaalista omaisuuttasi on tieto, josta on organisaatiollesi ja liiketoiminnallesi hyötyä – tai haittaa. Se on uudelleenkäytettävissä, ja sillä on merkitystä organisaatiollesi. Myös liiketoimintaasi vahingoittava tieto voi kuulua digitaaliseen omaisuuteesi.

Jos olet epävarma tietyn aineiston kuulumisesta määritelmän piiriin, mieti mikä sisällön arvo on. Aiheutuuko sisällön uudelleenkirjoittamisesta yrityksellesi kustannuksia? Tai sen puutteesta? Vahingoittaako tiedon julkistaminen yrityskuvaasi tai liiketoimintaasi? Jos vastaus on kyllä, kannattaa tiedosto sisällyttää digitaaliseen omaisuuteesi.



### VINKKI 3

**Digitaalisen omaisuuden hallinta on paljon muutakin kuin pelkkää arkistointia.** Arkistointi on ollut perinteisesti aineistojen järjestämistä ja säilyttämistä niiden elinkaaren lopussa. Digitaalinen aineistohallinta ei ole tarkoitettu tietojesi museoimiseen, vaikka se järjestääkin ja varmuuskopioi tiedostosi. Oikein käytettynä aineistohallinta tarjoaa pääsyn kaikkeen muuttuvaan ja kehittyvään tietoon, mukaan lukien tiedon, jolla ei ole selkeää elinkaarta.

### Metadata

*Tehokkaat hakutoiminnot helpottavat digitaalisen omaisuutesi käyttöä. Mitä kattavampaa ja täsmällisempää metadataa käytät, sitä nopeammin ja tarkemmin löydät oikean tiedon.*

### VINKKI 4

**Metatieto eli metadata** on tietoa tiedosta. Se kertoo, mitä tiedostosi sisältää, mikä sen historia on ja mitä sille on tarkoitus tapahtua tulevaisuudessa. Mitä kuvatiedosto esittää? Kuka loi tiedoston ja milloin? Kuka hyväksyy muutokset tiedostoon? Milloin sisällön voi julkistaa tai poistaa julkaisusta? Metadata kuvaa myös tiedostosi ominaisuudet kuten koon, formaatin ja sijainnin.

### VINKKI 5

**Metadata lisää tiedon käytettävyyttä.** Mitä tarkempaa ja yhdenmukaisempaa metadataa tiedostasi saat, sen arvokkaammaksi digitaalinen tietovarantosi muuttuu. Digitaalisen aineistohallinnan hakutoiminnot paikantavat tarvitsemasi aineistosi sitä tehokkaammin, mitä laadukkaampaa, yhtenäisempää ja ajantasaisempaa aineistojesi metatieto on. Hyvällä metatiedolla saat aiemmin arkistojesi kätköihin jääneen digitaalisen omaisuuden käyttöösi.

Aineistohallintajärjestelmät osaavat hakea suoraan tiedostojesi sisällöstä. Kuva- ja videomateriaalin osalta automaattiset sisällöntunnistustoiminnot ovat vielä usein vaillinaisia, mutta ne kehittyvät koko ajan. Oikean tiedon löytymiseen tarvitaan edelleen aineistojen metatietoihin tallennettuja avainsanoja.

## VINKKI 6

Hyvässä metatiedossa yhdistyvät sekä tekniset, kuvailevat että toiminnalliset tiedot. Teknisiä tietoja ovat esimerkiksi tiedostokoko ja -tyyppi. Kuvailevat tiedot valottavat tiedoston sisältöä, kuten esimerkiksi kuvan kohdetta. Toiminnallisia metatietoja ovat esimerkiksi tiedot kampanjoista, joihin aineistosi liittyvät.

Aineiston metadatan määrä voi vaihdella, mutta hyvään hakutulokseen riittää tyypillisesti kymmenkunta liiketoiminnalle tärkeintä pakollista kenttää, joita voi täydentää lisäkentillä.

Avainsanojen luomisessa kannattaa käyttää valmiita sanalistoja, joista löytyvät sallitut termit. Avainsanalistat yhtenäistävät metatietoa.

## VINKKI 7

Hyödynnä myös automaattisesti syntyvä metadatan. Esimerkiksi tuotannonohjaus- ja tuote- tai asiakastietojen hallintajärjestelmäsi tuottavat valmiiksi määrämittäistä ja laadukasta metatietoa. Aineistonhallinnan avulla jakelet siihen integroitujen järjestelmien tuottaman metatiedon yhtenäisenä.

## Luokittelujärjestelmät

*Tiedon luokittelujärjestelmä perustuu ennalta määriteltyihin hierarkkisiin rakenteisiin. Tieto järjestellään yhtenäisten avainsanojen alle, esimerkiksi ihmiset > henkilökunta > johtoryhmä, ihmiset > henkilökunta > helpdesk tai ihmiset > asiakkaat > palvelun "x" käyttäjä.*

## VINKKI 8

Luokitteluun on tarjolla valmiita malleja, joiden rinnalla tai sijaan voit käyttää omaa luokittelua. Luokittelujärjestelmäsi voi pohjautua liiketoimintaasi, kuten yritysmuotoosi, aineistojesi sisältöön tai käyttäjien valintoihin (esimerkiksi tärkeimpien tiedostojen korvamerkintä).

## Tiedostoformaatit

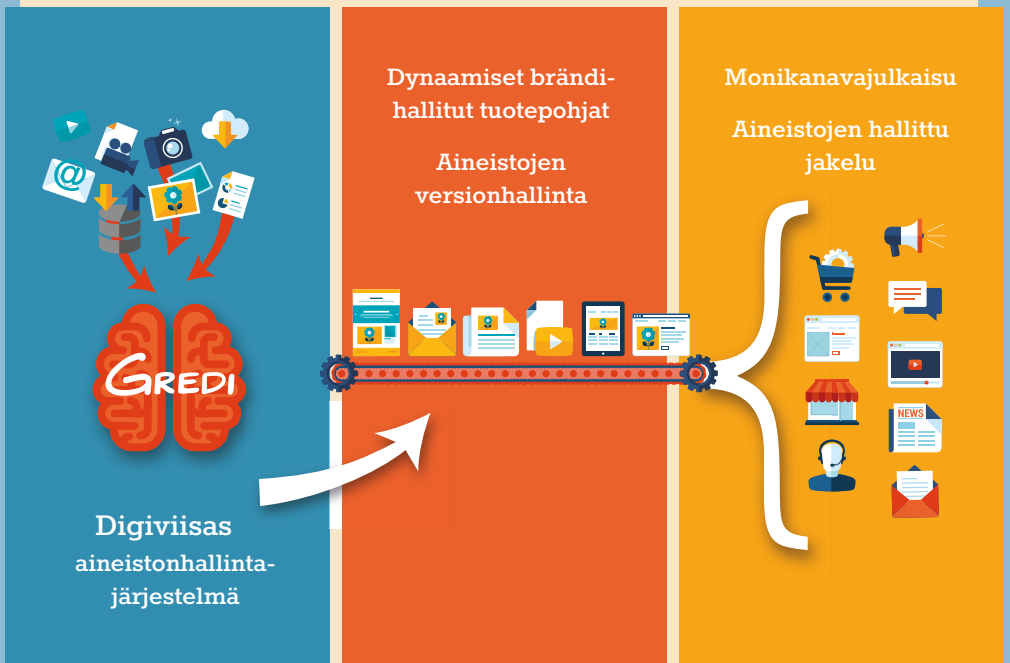
VINKKI 9

Digitaalinen aineistohallintajärjestelmä käsittelee tiedostosi niiden formaatista (esim. .jpg, .docx, .mp4) riippumatta. Helppokäyttöisyyden kannalta on hedelmällisempää luokitella digitaalinen omaisuutesi mieluummin sisällön kuin käytettävän sovelluksen mukaan, esimerkiksi **kuvatiedostot** (valokuvat/vektorigrafiikka), **asiakirjat** (muistiot, kirjeet, postitukset, tiedotteet), **videot** ja **äänitiedostot**.

VINKKI 10

## Työnkulut

Työnkulku on vakioitu ja järjestetty tehtäväsarja. Aineistohallintajärjestelmällä automatisoit työnkuluja. Järjestelmä tallentaa esimerkiksi kuvista ja videoista automaattisesti eri versiot sähköisiin kanaviin (verkkosivuille, sosiaaliseen mediaan ja uutiskirjeisiin) tai painettavaan esitteeseen.



## Brändinhallinta

### VINKKI 11

Digitaalisen aineistonhallinnan avulla **brändisi näkyy kaikkialla yhtenäisenä**. Fontit, kuvat, värit, mittasuhteet ja pistekoot ovat aina oikeat, vaikka formaatit ja käyttökohteet vaihtuvat.

Digitaalinen aineistonhallinta on erinomainen brändinhallinnan työkalu. Sen avulla kokoat kaikki brändiohjeesi ja -aineistosi yhteen paikkaan sekä jakelet ne nopeasti ja hallitusti. Automaatiikan avulla tuotat aina brändi-ilmeesi mukaista materiaalia eri julkaisukanaviin ilman ulkopuolista apua – ja säästät mainostoimistokuluissa.

### VINKKI 12

Saat brändihallitun digitaalisen omaisuutesi tehokkaasti liikkeelle, kun avaat kumppaneillesi, jälleenmyyjillesi ja alihankkijoillesi rajoitetut käyttöoikeudet suoraan aineistonhallintajärjestelmääsi. Samalla seuraat ja valvot aineistojesi käyttöä.

### CASE: LUMON

## Aineistonhallinnasta tukea kasville ja säästöä työaikaan

Kun Lumon Oy alkoi kansainvälistyä voimakkaasti, materiaalien ja brändin hallinnan kaaokseen tarvittiin apua. Gredin digitaalisen aineistonhallintaratkaisun avulla markkinoinnin langat saatiin säilymään Suomessa ja brändinhallinta pysymään kurissa. Aineistonhallintapalvelun käytetyimpiin ominaisuuksiin kuuluu web-tilauskanava, jonka kautta työntekijät, jälleenmyyjät ja valtuutetut kumppanit voivat tilata Lumon-aiheista materiaalia nopeasti haluamaansa paikkaan. Konzernin sisäisen materiaalinhallinnan lisäksi Gredin palvelun kautta hoidetaan muun muassa kommunikointi mainostoimistojen kanssa, jotta keskeneräiset suunnitelmat eivät pääse leviämään ulkopuolisten käsiin.

*"Gredin aineistonhallinnan ratkaisu on meidän markkinointimme perusta. Se on varasto sekä kommentointi- ja jakeluväline. Turha työ jää pois. Yksi kolmasosa työajasta säästyy. Kahdessa vuodessa on tarkoitus nostaa viennin osuus yli kotimaan osuuden. Gredin palvelu on kasvun saavuttamisessa ihan ehdoton. Ei se homma pysy muuten hanskassa,"* toteaa Lumon Oy:n markkinointipäällikkö Jyrki Hutri.



## Dynaamiset tuotepohjat

*Dynaamiset tuotepohjat* ovat vastaus aukottomaan brändinhallintaan. Voit luoda järjestelmään etukäteen dynaamisia, brändi-ilmeesi mukaisia pohjia, joiden sisältöä haluamasi käyttäjät voivat muokata ja julkaista. Aineistonhallinta pitää huolen siitä, että graafiset elementit ja logot toistuvat oikein – julkaisukanavasta ja tuotteesta riippumatta.

### VINKKI 13

Dynaamisten tuotepohjien avulla automatisoit esitteidesi julkaisun ja painotyön. Aineistonhallintajärjestelmä tallentaa hyväksymästäsi esiteversiosta painokelpoisen aineiston ja siirtää sen edelleen kirjapainoon. Voit julkaista esitteestä samalla pdf-version nettisivuillasi tai päivittää esitteen tuotetiedot napin painalluksella verkkokauppaasi. Tuotepohjia käytämällä lopputulos on aina brändisi ilmeen mukainen.

Säästät aikaa, kun jälleenmyyjäsi räätälöivät tuotepohjilla brändi-ilmeesi mukaisia ilmoitusmateriaalia itsenäisesti käyttöönsä.

### CASE: SINEBRYCHOFF

## Aineistonhallinnan tehostamisen avainsanat: dynaamisuus, monikanavaisuus ja integroitavuus

Sinebrychoffilla on Suomessa tuhansia ravintola-asiakkaita, joiden paikallisiin markkinointitarpeisiin se tarjoaa erilaisia räätälöitäviä mainos- ja markkinointimateriaaleja. Gredin digitaalisen aineistonhallinnan ratkaisulla Sinebrychoffin asiakkaat pystyvät tuottamaan itse tarvitsemansa aineistot, kuten erilliset juomalistat, hintatarjoukset sekä muut myynninedistämismateriaalit nopeasti – personoituna ja brändihallittuna. Ne voidaan tarpeen mukaan tulostaa, julkaista ravintolan digiscreeneillä tai vaikkapa sosiaalisen median eri kanavissa. Gredin palvelu on myös integroitavissa Sinebrychoffin asiakkaiden eri järjestelmiin.





## Monikanavajulkaiseminen

### VINKKI 14

**Aineistonhallinnan avulla monistat sisältöä eri kanaviin.** Julkaiset esitteesi sisällön automaattisesti verkkosivullasi ja uutiskirjeenä sekä lähetät aineiston parilla klikkauksella painoon ja edelleen personoituna suora-postituksena asiakkaallesi. Tai automatisoit sosiaalisen median päivitykset Twitteriin, Facebookiin, YouTubeen ja Instagramiin.

## DIGITAALISEN AINEIS- TONHALLINNAN NELJÄ KULMAKIVEÄ

– digitalisaatio, integraatio,  
automaatio ja arvonnousu

### VINKKI 15

Puhumme **digitalisaatiosta**, kun sähköistämme liiketoimintasi prosesseja ja poistamme myyntiäsi hidastavia pullonkauloja. Järjestelmiäsi **integroimalla** yhdistämme liiketoimintatietosi yhdeksi kokonaisuudeksi ja lisäämme tiedon arvoa ja hallittavuutta. **Automaatiolla** vähennämme rutiineihin kuluvaan työaikaasi ja kasvatamme työn tuottavuutta. **Arvonnousu** astuu kuvaan, kun laskemme tavoitteet rahassa ja mittaamme tulokset euroissa.

# 1. Digitalisaatio kasvattaa sähköisen omaisuutesi käyttöarvoa

## VINKKI 16

**Digitalisaatio lisää sähköisten toimintamallien osuutta liiketoiminnasta.** Se tarkoittaa, että sähköisen omaisuutesi merkitys – ja tyypillisesti myös arvo – kasvaa.

Digitalisaatiolla ei tarkoiteta pelkkää uuden teknologian käyttöönottoa tai vanhentuneen järjestelmän vaihtamista pilvipalveluun. Siihen kuuluu myös toimintatapojen muutos, joka tuo lisäarvoa liiketoiminnallesi.

## VINKKI 17

Sähköistämällä liiketoimintasi prosesseja ja toimintamalleja lyhennät markkinointimateriaaliesi tuotantoon ja hallinnointiin kuluvaan aikaan. Digitalisointi tehostaa aineiston jakelua ja automatisoi brändi-ilmeesi hallinnan.

## NÄILLÄ VIIDELLÄ ASKELELLA SÄHKÖISTÄT BISNESTÄSI HELPOSTI NIELTÄVÄ PALA KERRALLAAN:

1

### VINKKI 18

#### **TUNNISTA HEIKKOUTESI.**

Listaa brändisi ja aineistosi hallintaan liittyvät tehtävät, jotka a) vievät eniten aikaa ja b) ottavat käyttäjiä eniten päähän. Listaa myös c) työt, jotka jäävät kokonaan tekemättä osaamisen, työkalujen tai toimintamallien puutteen vuoksi. Priorisoi lista siten, että käsissäsi on 5–10 työnkulkua tai prosessia, jotka tökkivät pahimmin.

2

### VINKKI 19

#### **LASKE TAVOITTEESI EUROINA.**

Listaa henkilöt, joiden työaikaa palaa yllä kuvattujen ongelmien ratkaisuun. Kysy heiltä inho-realistinen arvio siitä, paljonko aikaa palaa hukkaan. Listaa työtehtävät tai niiden vaiheet, jotka saavat paineen nousemaan kattilassa nopeimmin. Kerro tuloksena saamasi tiimin työaika sisäisellä tuntihinnallasi.

3

### VINKKI 20

#### **PÄIVITÄ TOIMINTAMALLI KERRALLAAN.**

Valitse työnkulku tai prosessi ykköskohdassa priorisoimasi listan alkupäästä. Valitse ne asiat, jotka päätät korjata valitsemaasi prosessiin liittyen. Nyt tiedät, paljonko aikaa ja rahaa voit säästää, jos onnistut tuunaamaan asian kuntoon kunnollisen digitaalisen aineistonhallinnan työkalun avulla.





## Finlandia Vodkan pakkausmateriaalit brändihallitusti ja turvallisesti yhdestä lähteestä

Brown-Forman Finlandilla on käytössään Gredin digitaalisen aineistonhallinnan ratkaisu, jolla yhtiön tuotteiden kaikki etiketti- ja pakkausmateriaalien aineistot pystytään hallitsemaan yhden tietoturvallisen palvelun kautta globaalisti 24/7-periaatteella.

Aineistonhallinta on integroitu Altian Rajamäen tehtaan tuotannonohjaukseen, joka varmistaa, että tuotantolinjalla nähdään reaaliaikaisesti, onko tuotannossa oikea tuote. Gredin palvelusta saatavilla etiketti- ja pakkausmateriaaliaineistoilla varmistetaan sekä hyväksytään tuotannon käynnistäminen. Manuaalinen työ ja virheiden mahdollisuus tuotannossa vähenee, kun kaikki tarkistukset voidaan tehdä reaaliaikaisesti suoraan tuotantolinjalla.

4

VINKKI 21

### KASVATA KÄYTTÄJIESI OSAAMISTA.

Älä luovuta heti, kun olet saanut uuden työvälineen määriteltä ja asennettua. Hyödynnä tarjolla olevaa ohjeistusta ja valmennusapua, jonka avulla muutat perinteisen toimintamallin digitaaliseen aikaan ja tekemiseen sopivaksi.

5

VINKKI 22

### TEE DIGITALISAATIOSTA TAPA.

Kun onnistut yhdessä asiassa, voit jatkaa listamallasi tiekartalla eteenpäin. Näin ratkaiset asioita riittävän pienissä paloissa, eikä homma kasva tavoittamattoman suureksi ja raskaaksi. Massiivisten kertysysten sijaan opit mallin, jossa laitat asioita kuntoon muun työn ohella asia kerrallaan.



*Kun sähköistät toimintaasi ja teet edellä mainitut tehtävät ajatuksella, saat lopputuloksena selkeän näkömän sähköisen omaisuuden hallintaan investoimesi eurojen tuottoon. Huomaat pian, että monissa tehtävissä takaisinmaksuaikasi on muutama viikko tai kuukausi.*

## 2. Integrointi lisää tiedon arvoa

### VINKKI 23

**Bisneksellä on paha tapa siiloutua** liiketoimintayksiköihin, tietojärjestelmiin ja jopa yksittäisten asiantuntijoiden korvien väliin. Siiloutunut tieto ja osaaminen eivät siirry asiantuntijaltasi toiselle tai myynnistä markkinointiin. Eri ihmiset eri yksiköissäsi päätyvät luomaan päällekkäistä sisältöä. Työn ja tiedon jakamisen kustannukset kasvavat. Jos soppaan lisätään kieliversiot ja materiaalin käännöstyöt, kustannusvaikutukset kertaantuvat.

### VINKKI 24

**Siiloutuminen kasvattaa kuluja ja vähentää tuottavuutta.**

*Sisältösi laatu laskee. Pahimmillaan asiakas unohtuu täysin. Siiloutuneessa organisaatiossa käsitys asiakkaan sisältövaatimuksista ja asiakaskokemuksesta hämärtyy.*

### VINKKI 25

**Hyvin suunniteltu ja toteutettu integraatio auttaa raja-aitojen kaatamisessa.** Kun asetat digitaalisen aineiston hallintajärjestelmäsi sähköisen omaisuuteksi ensisijaiseksi säilytyspaikaksi ja integroit siihen tärkeimmät järjestelmäsi, pääset yhdellä sisäänkirjautumisella käsiksi kaikkeen organisaatiosi tarvitsemaan ydintietoon.

Hyviä integraatiokohteita ovat esimerkiksi www-sivujen ja verkkokaupan päivitykseen käyttämäsi sovellukset, tuote- ja asiakastietojen hallintajärjestelmät sekä toiminnanohjaus.

### VINKKI 26

Esimerkiksi tuotetietojen hallintajärjestelmän (PIM) integraatiolla saat aineistonhallinnan kautta levitettyä **ajantasaisen ja yhtenäisen tuotetiedon kaikkiin järjestelmiisi ja eri julkaisukanaviin** kuten verkkokauppaan. Bonuksena aineistonhallinnasta siirtyvät myös automaattisesti oikeaan formaattiin tallennetut tuotekuvat.

**Oikein personoidun ja hyvälaatuisen tuotekuvauksen tuoma lisäys verkkokaupan myyntiin voi olla kymmeniä prosentteja.**

## LISTASIMME KUUSI TIETOJÄRJESTELMIESI INTEGROAATIOON LIITTYVÄÄ EHDOTUSTA, JOIDEN AVULLA LISÄÄT HELPOSTI DIGITAALISEN OMAISUUTESI ARVOA:

1

**Luo kokonaisvaltainen näkymä.** Integroimattomissa järjestelmissä tai tiedostoissa makaavat tiedot eivät ole niin tuottavassa käytössä kuin voisivat. Jos tietoja pitää kerätä käsityönä monista lähteistä, jää työ liian helposti tekemättä tai parhaimmillaankin tulokset vanhentuvat nopeasti. Kun käytät digitaalista aineistohallintaa alustanasi, voit tuoda kattavat tuote- ja asiakastiedot automaattisesti käyttöösi. Näet kokonaisuuden yhdellä silmäyksellä ja rakennat asiakastasi palvelevia ja myyviä viestejä.

VINKKI 27

2

**Tuo tieto näkyville.** Salattu tuotetieto myy huonosti. Huolehdi siitä, että digitaalisessa aineistohallinnassa koostamasi tieto päätyy saman tien myös asiakkaidesi ulottuville. Käytä automaattisia työnkuluja, joiden avulla julkaiset useista järjestelmistä yhdistetyt tiedot suoraan verkkosivuille tai verkkokauppaan.

VINKKI 28

3

**Yhdistele.** Kattava tieto on arvokkaampaa kuin hajanaiset yksityiskohdat. Haastattele asiakastasi; kysy mitä kaikkea tietoa hän tarvitsee päätöksenteon tueksi. Tee suunnitelma siitä, mitä tietoja integroimalla parannat asiakaskokemusta selkeimmin ja kasvatat myyntiäsi eniten.

VINKKI 29

4

**Hajauta työ, kokoa tulokset.** Rakenna sisällöntuotantoverkostollesi välineet, joiden avulla se toimittaa materiaalia nopeasti, oikeassa muodossa ja oikeaan paikkaan. Anna järjestelmän huolehtia aineiston automaattisesta muokkaamisesta ja luokittelusta. Keskitä keräämäsi aineisto digitaalisen aineistohallinnan alustalle, jossa myynnin, markkinoinnin ja tuotehallinnan käyttäjäsi voivat tuottaa näppärästi kampanjoita ja muita viestejä asiakkaillesi.

VINKKI 30

5

**Huolehdi tietojen ajantasaisuudesta.** Synkronoi tiedot järjestelmien välillä reaaliaikaisesti. Vältä tiedon versiointia eri järjestelmissä.

VINKKI 31

6

**Kehitä tiedonsiirtoa kumppaneidesi ja liiketoimintayksiköidesi kanssa.** Tarjoa asiakkaalle kokonaisvaltaisia vastauksia. Kerää tiedot yrityksesi eri liiketoiminnoista, järjestelmistä ja myös kumppaneiltasi. Kun teet työn asiakkaasi puolesta, helpotat asiakkaan päätöksentekoa ja madallat ostamisen kynnyistä.

VINKKI 32

### VINKKI 33

**Kun integroit toiminnanohjauksen digitaaliseen aineistohallintajärjestelmääsi, automatisoit tehokkaasti markkinoinnin työnkulkuja.** Tuotat aineistohallinnasta esimerkiksi personoituja uutiskirjeitä ja markkinointimateriaalia. Tai automatisoit kohderyhmillesi, kuten huoltosopimusasiakkaillesi räätälöityjä viestejä. Asiakas-kohtainen tieto kampanjoista ja muista markkinointiponnistuksista siirtyy aineistohallintajärjestelmästäsi automaattisesti toiminnanohjauksesi tietokantoihin.



## NÄIN HYÖDYT, KUN KESKITÄT SÄHKÖISEN OMAISUUTESI HALLINNAN AINEISTOHALLINTAJÄRJESTELMÄÄSI:

1

### VINKKI 34

**Yksi yhteinen käyttöliittymä** lisää tehokkuutta ja vähentää käyttäjien virheitä ja tuplatyötä. Syötät tiedot yhdessä järjestelmässä, josta ne siirtyvät yhtenäisinä integroituihin järjestelmiin.

2

### VINKKI 35

**Digitaalista omaisuutta ei enää siirrellä käsityönä.** Aineistojen kopiointivirheet poistuvat. Työskentelysi nopeutuu, kun saat aineistot heti käyttöösi.

3

### VINKKI 36

**Aineistojen löytäminen helpottuu.** Tietoa ei tarvitse etsiä useasta paikasta. Vältät duplikaatit. Käytössäsi on aina viimeisin versio.

4

### VINKKI 37

**Tallennustilasi käyttö tehostuu.** Suurikokoiset tiedostot, kuten kuvat ja videot, eivät lohkaise leijonanosaa kovalevyltäsi. Pilveen tallennetut tiedot eivät tarvitse koneeltasi lainkaan muistitilaa.

5

### VINKKI 38

**Sisältöjesi käytettävyys helpottuu organisaatiossasi.** Digitaalisen omaisuutesi käyttö tehostuu, kun tieto ei enää makaa henkilökohtaisilla kovalevyillä, vaan se on aineistopankissa halutessasi kaikkien ulottuvilla. Jaat aineistoja helposti organisaatiosi ulkopuolelle ja kerää kommentit kätevästi yhteen paikkaan.





6

VINKKI 39

### Metadata replikoituu automaattisesti.

Voit integroida aineistonhallintajärjestelmäsi vaikkapa tuotetietojen hallintajärjestelmän (PIM). Metatiedot siirtyvät järjestelmästä toiseen ja edelleen verkkokauppasovellukseesi. Metatietoihin tehdyt muutokset päivittyvät kaikkiin järjestelmiin automaattisesti. Aineistonhallinta kasvattaa lisäarvoa, kun tuotat sen avulla verkkokauppasovellukseen automaattisesti oikean kokoiset ja muotoiset tuotekuvaversiot.

7

VINKKI 40

### Saat muista järjestelmästäsi puuttuvia työkaluja visuaalisen omaisuutesi hallintaan.

Aineistonhallintasi tallentaa automaattisesti kuviasi, bannereitasi ja videoistasi versiot eri käyttötarpeisiin. Voit tuoda brändihallittuihin dynaamisiin tuotepohjiin sisällön esimerkiksi tarjousjärjestelmästäsi tai tuotetietojen hallintajärjestelmästäsi. Monikanavajulkaisun työkaluilla otat haltuun printti- ja sähköisten materiaalien työstämisen ja julkaisun. Et tarvitse enää muita ohjelmistoja esimerkiksi uutiskirjeiden luomiseen ja jakeluun tai sosiaalisen median julkaisuun.

CASE: ALKO

## Integroinneilla tehoa aineistonhallintaan ja selkeyttä prosesseihin

Alkon eri tietojärjestelmät, kuten intranet, sähköinen tilauskanava Alkovi ja alko.fi-verkkosivut on integroitu Gredin digitaaliseen aineistonhallintaan ja ne suorittavat kuvakutsuja Gredin palveluun aina käyttötapausten mukaan.

Ennen kuin uusi tuote päättyy Alkon valikoimiin, se evaluoidaan. Tuotekuvakin käy läpi saman evaluointiprosessin, johon osallistuu ammattilaisia ostajista laaduntarkkailijoihin. Kun valokuvaaja on kuvannut tuotteen, hän tallentaa tuotekuvan aineistonhallintaan. Kun tuote on evaluoitu, hyväksytty myyntiin ja markkinointi vielä käsitelty tuotteeseen liittyvät aineistot, se näkyy lopulta oikean tuotekuvan kera alko.fi:ssä.



### 3. Automaatio kuuluu markkinoinnin ja brändinhallinnan työlistan kärkeen

#### VINKKI 41

*Brändi- ja markkinointiautomaatio kasvattaa markkinointiin ja myyntiin panostetun euron tuottoa. Lisäksi se auttaa yritystäsi palvelemaan asiakkaitasi entistä laadukkaammin, nopeammin ja personoidummin.*

#### VOIT TEHOSTAA OMAA TOIMINTAASI AUTOMATISOIMALLA MARKKINOINTIASI ESIMERKIKSI NÄIN:

1

**Säästä aikaa ja rahaa.** Automatisoi puuduttavat rutiinit ja keskity uuden iskevän sisällön luomiseen.

#### VINKKI 42

2

**Lyhennä kampanjoiden suunnitteluun kuluva aikaa.** Automaattinen versiointi ja kampanjamallit säästävät sisällöntuotantoaikaa. Automaattinen monikanavajulkaisu nopeuttaa kampanjan käynnistämistä.

#### VINKKI 43

3

**Mittaa ja kehitä kampanjoidesi vaikuttavuutta.** Esimerkiksi uutiskirjeiden seuranta tarjoaa tietoa tuotteista ja aiheista, jotka kiinnostavat asiakastasi. Vertailut sisältöversioiden tehoa automaattisen raportoinnin avulla ja saat ideoita kampanjoidesi jatkokehitykseen. Ja kun julkaiset moneen kanavaan, tavoitat asiakkaasi entistä varmemmin.

#### VINKKI 44

4

**Seuraa kattavasti sisällöntuotannon kaikkia vaiheita.** Kun aineisto viedään yhteen järjestelmään ja kommentoidaan siellä, näet kampanjasuunnittelun tilanteen yhdellä silmäyksellä. Kun käytät kampanjamallia, on jokaiselle kampanjan osalle selkeä paikkansa ja aikansa.

#### VINKKI 45

**Roolita.** Jaat aineistoa käyttäjäroolin mukaisesti kumppaneille,



**5** asiakkaille ja yrityksesi henkilöstölle. Järjestelmän avulla huolehdit, että käyttöoikeudet ja julkaisuajat ovat automaattisesti oikein kampanjasta toiseen.

VINKKI 46

**6** **Integroii.** Tiedot päivittyvät automaattisesti taustajärjestelmien välillä. Kun työstät kampanjan aineistoa, käytössäsi on ajantasainen tuote- ja asiakastieto. Myös asiakkaasi näkee aina viimeisimmän tuotetiedon verkossa ja verkkokaupassa, kun tiedot päivitetään automaattisesti.

VINKKI 47

**7** **Monista parhaita kampanjamalleja.** Kopioit kampanjarungon hetkessä uuden kampanjan pohjaksi. Hyödynnät olemassa olevia työkulkuja ja varmistat, että kaikki tarvittavat osat ovat paikallaan.

VINKKI 48

**8** **Vähennä virheitä.** Dynaamiset sivupohjat huolehtivat puolestasi, että esimerkiksi tuote-esitteet tai lehti-ilmoitukset syntyvät täsmälleen oikeassa formaatissa.

VINKKI 49

## Räätälöityä aineistohallintaa globaaliin käyttöön

Gredi räätälöi KONEelle yrityksen globaalit tarpeet täyttävän käyttäjäystävällisen digitaalisen aineistohallinnan ratkaisun. Gredin palvelusta ovat hyötäneet sekä KONEen keskitetty markkinointi ja viestintä, että eri markkina-alueiden paikalliset asiantuntijat ja heidän markkinointiviestintäkumppaninsa. Tehokkuus on lisääntynyt, kun digitaaliset ja ajantasaiset aineistot ovat nyt yhdessä keskitetyssä paikassa ja koko globaalin organisaation käytettävissä. Jatkossa palvelua kehitetään niin, että paikalliset asiantuntijat pystyvät paremmin hallinnoimaan myös itse tuottamia sisältöjä ja jakamaan niitä koko maailmanlaajuiselle organisaatiolle.

*”Gredin digiviisas aineistohallinnan ratkaisu palvelee meitä globaalina yhtiönä erinomaisesti. Markkinoinnin ja viestinnän prosessimme ovat tehostuneet automaattisten työnkulkujen ja metatiedon hallinnan avulla. Suunnitelmamme on laajentaa järjestelmän käyttöä paikallisissa organisaatioissamme sekä integroida Gredin ratkaisu muihin järjestelmiimme.”* sanoo Mikko Sissala KONEen markkinoinnista.

## 4. Mistä digitaalisen omaisuutesi arvo syntyy?

*Digitaalinen aineistohallinta lisää sähköisen omaisuutesi arvoa. Tehokkaassa käytössä se tuo bisneksellesi euroissa mitattavia säästöjä mm. rutiineihin käytetyn työajan vähenemisen ja tuottavuuden kasvun muodossa.*

### VINKKI 50

**Oletko koskaan auditoinut sähköistä omaisuuttasi?** Jos pääset heti käsiksi yrityksellesi tärkeisiin dokumentteihin, ajantasaiseen myyntimateriaaliin ja muihin keskeisiin tietoihin, on aineistohallintasi due diligencen kestävässä kunnossa. Se tarkoittaa myös, että  
yrityksesi arvo säilyy  
– tai jopa kasvaa.

### VINKKI 51

**Digitaalisen aineistohallinnan tärkeimmät mittarisi** ovat **kustannussäästöt** (kuten sisällön uudelleenkäytettävyys), **työn tuottavuus** (esimerkiksi kuvien ja dokumenttipohjien etsimisessä säästyvä aika) ja **brändinhallinta** (esimerkiksi yhdenmukaisen ja viimeistellyn brändi-ilmeen herättämä luottamus asiakaissasi).



## DIGITAALINEN AINEISTONHALLINTA KASVATTAA YRITYKSESI KILPAILUKYKYÄ:

VINKKI 52



**TUOTTAVUUS** kasvaa, kun hyödynnät prosesseja, palveluita ja sähköisiä sovelluksia, joilla automatisoit tuottamattomia rutiineja.



**TÄSMÄLLISYYS** helpottaa työskentelyäsi: hallitset tuotejulkistukset, myynnin ja markkinoinnin materiaalien tuotannon, lokalisoinnit, personoinnit, monikanavaisuuden vaatimukset jne. raudanlujasti digitaalisella aineistonhallinnan järjestelmällä.



**ENNAKOITAVUUS** lisääntyy. Saat käyttöösi brändihallitut mallipohjat, joilla lopputulos on aina sovitun mukainen. Aineistosi ja tuotetietosi löytyvät palvelusta ajantasaisina tarvitsemissasi formateissa. Myynnin ja markkinoinnin materiaalit syntyvät ajallaan ja tasalaatuisina.



### **NOPEUS**

*on uusi aseesi.*

*Reagoit nopeasti markkinoilla tai sosiaalisen median kanavissa tapahtuviin muutoksiin ja keskusteluihin. Brändi- ja tuotemarkkinointisi vauhdittuu. Julkaiset entistä taajempaan asiakkaitasi kiinnostavia viestejä. Toimit ajasta ja paikasta riippumatta.*



## VINKKI 53



Digitaalisen aineistohallinnan kustannuslaskuri = Palvelu + Ihmiset + Kehitys.

**Palvelu** kattaa digitaalisen aineistohallinnan järjestelmäkustannukset (esimerkiksi kiinteähintainen pilvipalvelu). **Ihmiset** kuvaa brändin- ja aineistohallintaan tarvittavien henkilöresurssien määrän (esimerkiksi brändi- tai tuotekuvien päivitykset ja hallinta). **Kehitys** puolestaan kuvaa investointeja, joiden avulla kehität digitaalisen aineiston hallinnan työvälineitä, prosesseja tai osaamista seuraavien parin vuoden aikana (esimerkiksi tuotepäälliköiden koulutukset).

## VINKKI 54

**Key Performance Indicator eli KPI-mittarit** kuvaavat usein toiminnallisia hyötyjä, kuten käyttäjätyytyväisyyden parantumista tai suosittelemiskokkuuden kasvua. **Return On Investment eli ROI** puolestaan keskittyy investoinnin rahassa laskettavaan perusteluun.

Tarvitset molempia mittareita, kun haluat kasvattaa ymmärrystäsi digitaalisen aineistohallinnan hyödyistä ja investoinnin kannattavuudesta.

## CASE: SUUNTO

### Selkeyttä brändi-ilmeen hallintaan ja aineistojen jakeluun

Monipuolisen digitaalisen materiaalin jakaminen globaalille toimijaverkostolle on kuulunut jo pitkään Suunnon toimintaan. Yhteistyö Gredin kanssa alkoi vuonna 2012. Gredin digitaalisen aineistohallinnan palveluun on keskitetty kaikki Suunnon kuvamateriaalit, kuten tuotekuvat, logot sekä muut visuaaliset elementit. Dynaamisten tuotepohjien avulla määritellään käytettävät fontit, värit sekä kuvastojen, julisteiden, bannereiden ja muiden aineistojen yleisilmeet. Suunnon materiaalit pysyvät näin aina ajan tasalla, brändihallittuina ja niiden jakaminen onnistuu muutamalla klikkauksella kaikkiin maapallon kolkkiin. Aineistohallinnan kautta hoidetaan myös aktiivisesti kommunikaatiota loppukäyttäjien suuntaan.

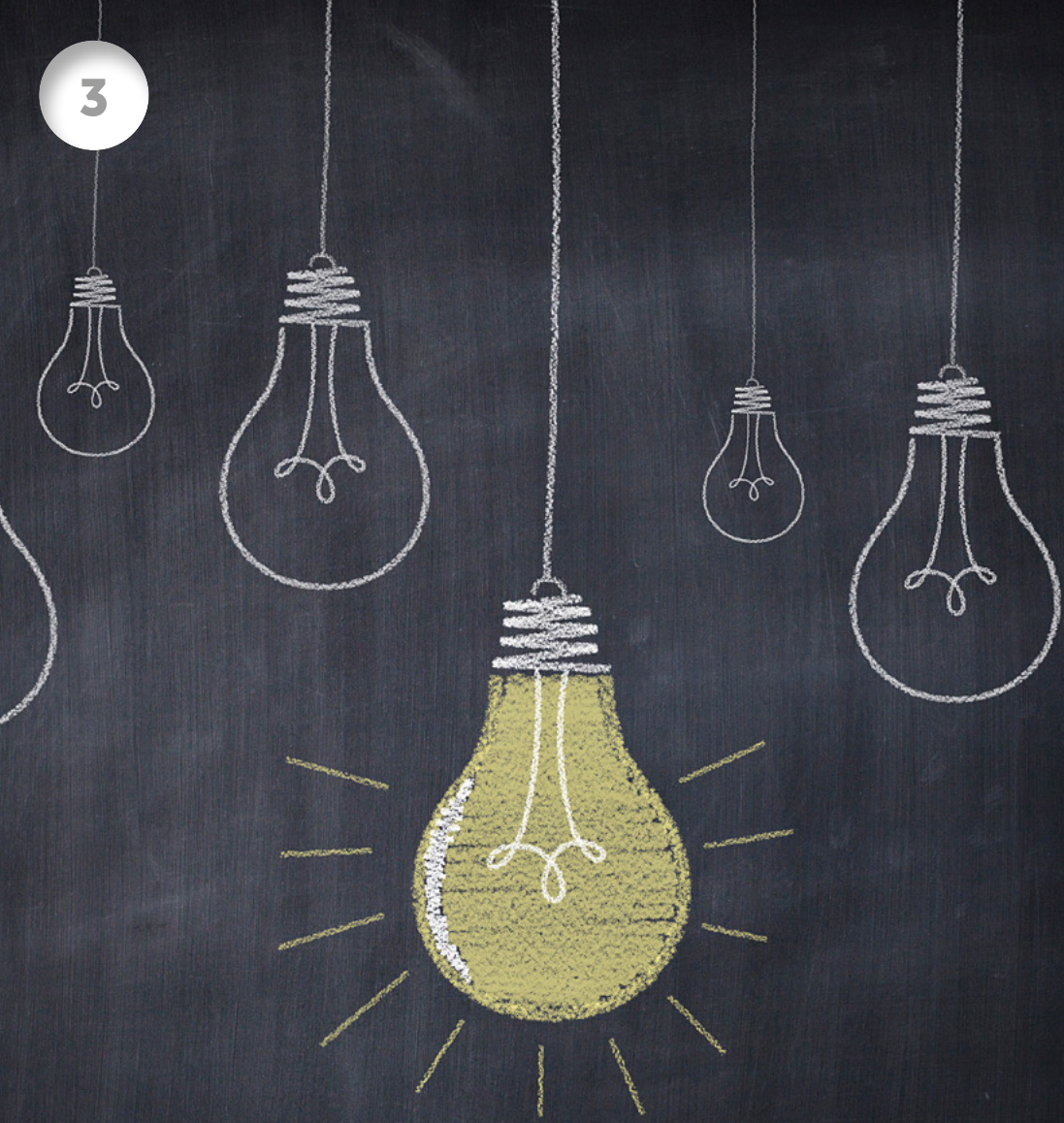
*”Digitaalisen materiaalin jakaminen on nyt mahdollista eri käyttäjäryhmille ilman riskiä siitä, että informaatio menisi väärille tahoille”,* summaa Suunnon Head of Digital Marketing Janne Kallio.

**VINKKI 55**

Säästöjen ja tuottojen laskeminen on helppo aloittaa tämän taulukon pohjalta. Esimerkkilaskelmamme kuvaa tyypillisiä brändin ja digitaalisen aineiston hallintaan liittyviä tehtäviä sekä niiden digitalisoinnista saatavia aikasäästöjä. Laskelmassa sisäisen työtunnin arvo on 50 €.

	PIENI YRITYS	KESKISUURI YRITYS	SUURI YRITYS
Esimerkkejä tehtävistä, joissa aikaa säästyy ja tekemisen tehokkuus kasvaa	Tuote-esitteiden versiointi Some-julkaisu Uutiskirjeiden lähettäminen Tarjousten tekeminen Yrityksen oman kuvapankin ylläpito	Yrityksen sisäinen myyntimateriaalin jakelu Verkkokaupan sisälönhallinta Integraatio tuotetiedon hallinnan järjestelmään ja tiedon keskitetty ylläpito Ryhmätyön tehostaminen sisällöntuotannossa Brändihallitun materiaalin hallinta ja jakelu yrityksen ulkopuolelle Uutiskirjeet ja some-julkaisu	Brändiaineiston hallinta Ryhmätyö ja aineistojen kommentointi mainostoimiston kanssa Markkinointimateriaalin jakelu jälleenmyyjäkanavaan ajastetusti Tuote-esitteiden versiointi Oikeiden dokumenttipohjien löytäminen Dynaamiset mainosja esitepohjat Brändimateriaalin ja kuvien hallinta ja jakelu Integraatiot muihin järjestelmiin Työnkulkujen automatisointi
Aineistonhallinnan tehokäyttäjät	3	10	20
Säästyvä työaika	0,5 h/päivä	4 h/päivä	10 h/päivä
Tehokkuuden lisäys muutettuna työtunneiksi	1 h/päivä	6 h/päivä	20 h/päivä
Tuottavuuden lisäys yhteensä rahaksi muutettuna	<b>75 €/päivä</b>	<b>500 €/päivä</b>	<b>1 500 €/päivä</b>

3



**DIGIVIISASTA** ai-  
neistonhallintaa



# 1. DIGIVIISAUDEN KOLME AINESOSAA: vakioitu sisällönhallinta, vankka digiosaaminen, oikeat työvälineet

## VINKKI 56

Sovita aineistohallinta digitalisaatiota kuvaavalle tiekartallesi. Listaa digitalisaatiolle asettamasi liiketoimintatavoitteet. Johda niistä vaatimukset aineistohallintasi työkaluille, toimintamalleille ja osaamiselle.

## VINKKI 58

Digitaalisen aineistohallinnan keskeinen tavoite on **uudelleenkäytettävyyden lisääminen** esimerkiksi seuraavin keinoin:

- **Tehokas markkinointiformaatti** lisää sähköisen pääomasii tuottoa kertaheittolla. Sen avulla julkaiset ja versioit kerran tuotetun sisällön kattavasti kaikissa kanavissa.
- **Valmiit työkulut** huolehtivat, ettei kallista työaikaa pala automatisoitavissa olevissa rutiinitehtävissä.
- **Dynaamisten tuotepohjien avulla** päivität sisältöä hetkessä, eikä sinun tarvitse versioida ja julkaista aineistoa käsityönä. Säästyt lukuisilta korjauskierroksilta ja tuotat kerralla oikean sisältöistä materiaalia.

## VINKKI 57

*Mitä digitaalisesta aineistohallinnastasi etsitään eniten? Hakutermien analysointi kertoo, mitä käyttäjät odottavat löytävänsä ja miten he hakevat tietoa. Hakukäyttäytymisen tutkiminen kannattaa, sillä tulosten perusteella kehität metatietoja sekä autat käyttäjäsi haun ja luokittelujen käytössä.*

### VINKKI 59

**Kehitä omaa ja organisaatiosi digiosaamista säännöllisesti.** Pelkkä kerta-luontoinen aineistohallintajärjestelmän käyttöönotto ei vielä takaa yrityksesi digi-viisauden kasvua. Varaudu tuoreuttamaan sähköisiä toimintamallejasi ja täyden-tämään datanhallinnan osaamistasi. Esimerkiksi datanhallintaa on hyvä kehittää ja seurata jatkuvasti, ei vasta silloin kun kaikki tieto on jo onnellisesti sekaisin ja ka-doksissa.

### VINKKI 60

**Oikeilla työvälineillä luot keskitetyn näkymän tietoihisi.** Digitaalinen ai-neistohallintajärjestelmä auttaa sinua digitalisaation ja digi-informaation haltuunotossa. Säästät aikaa ja rahaa, kun sujuvoitat työnkujiasi ja automatisoit rutiineja-si aineistohallinnan avulla.

### VINKKI 62

**Perusta liiketoimintayksiköillesi, kumppaneillesi tai jälleenmyyjille-si oma aineistoportaali,** joka tarjoilee kullekin käyttäjäryhmälle olennaiset brändimateriaalit yhdestä pisteestä. Voit toteuttaa jakelun sekä oikeuksien ja julkaisuajan hallinnan digitaalisen aineistohallinnan järjestelmällä.

### VINKKI 63

**Syndikoi sisältöä.** Luo työnkulku, joka julkaisee hyväksymäsi uutisen, tiedotteen tai blogin automaattisesti valitsemiisi kanaviin ja brändi-ilmeesi mukaisella ulko-asulla. Viestisi tavoittaa laajan kuulijakunnan, eikä julkaisuun kulu aikaa yhtä napin painallusta enempää.

### VINKKI 61

**Aineistohallinnan työkaluilla yhtenäistät jakelu- ja kommentointikäytäntösi.** Hyö-dynnät brändihallittuja dynaami-sia tuotepohjia lokalisoinnissa ja kieliversioinnissa ja saat paino-valmiit aineistot ilman mainos-toimistoa.





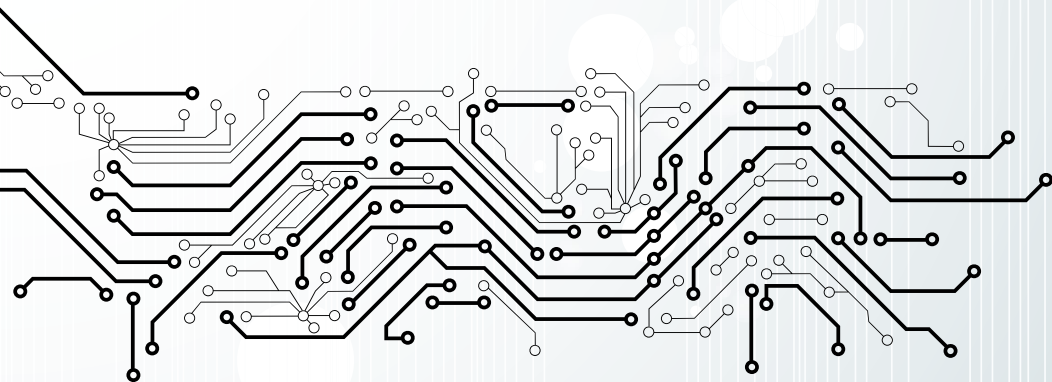
#### VINKKI 64

**Listaa sähköiseen omaisuutesi liittyvät riskit.** Mitä jos joku julkaisee tuotemateriaalia liian aikaisin? Mitä jos jälleenmyyjille päätyy väärää tai vanhentunutta tuotetietoa?

Kun käsissäsi on lista keskeisistä riskeistä, auditoi a) digitaalisen aineistonhallinnan järjestelmäsi, b) prosessisi ja c) käyttäjien osaaminen. Kysy itseltäsi, kehtaatko kertoa tulokset yleensä johtoryhmäsi edessä.

#### VINKKI 65

**Hyödynnä tiedostojen massakäsittelyä.** Voiko satojen tai tuhansien kuvien metatiedot päivittää automatisoidusti? Tai voitko rakentaa vaikkapa valmiita jälleenmyyjien tuotekuvapaketteja metatietojen tai kuvien sisällön perusteella? Listaa viisi ideaa, joilla voisit automatisoida nyt käsityönä tehtäviä rutiineja. Pyydä digitaalisen aineistonhallinnan asiantuntijalta automatisointiehdotukset listaasi.



## 2. DATANHALLINTA

### asettaa aineistohallinnalle pelisäännöt

*Jotta saat sähköisestä omaisuudestasi irti suurimman hyödyn, määrittele pelisäännöt liiketoimintatiedon arkkitehtuurille, tietoturvalle ja -suojalle sekä metadatan, sisällön ja elinkaaren hallinnalle.*

#### VINKKI 66

**Voit kasvattaa yrityksesi sähköisen omaisuuden arvoa, kun asetat selkeät tavoitteet, toimintamallit ja mittarit organisaatiosi datanhallinnalle.**

Yrityksesi pitää tunnistaa kriittiset tiedot ja asettaa tavoitteet sähköisen omaisuuden tuottavuudelle. Ilman kattavaa suunnitelmaa datanhallinta jää helposti dokumenttien hautausmaaksi. Silloin tiedon käytettävyys on huono, eikä tuottavuus lisääny.



**Sähköinen omaisuus muodostaa kasvavan osan yrityksesi arvosta. Siksi tarvitset selkeän toimintamallin ja roolituksen, jonka avulla hallitset liiketoiminnallesi kriittistä tietoa.**

#### VINKKI 67



**Datanhallinnan kokonaisuudesta vastaa Chief Data Officer (CDO).** Organisaation koosta riippuen on kysymys tehtävästä, jota joku hoitaa muiden tehtävien ohella tai johon haetaan kokopäiväinen vastuhenkilö.

CDO:n ei välttämättä tarvitse toimia tietohallintojohtajan alaisuudessa. Toimialan asettamat erityisvaatimukset vaikuttavat asiaan merkittävästi. Vaikkapa kuluttajabisneksessä luontevin esimies voi olla markkinointijohtaja. Jos CDO nähdään pelkästään IT-henkisenä roolina, voi se vähentää liiketoimintayksiköiden sitoutumista.

### VINKKI 68



Tiedon löydettävyyden ja käytettävyyden parantamisessa ei ole järkeä, jos siitä ei ole rahallista hyötyä yrityksellesi. Siksi **CDO:n keskeinen tehtävä on tunnistaa sähköisten toimintamallien hyötyjä ja varmistaa, että hyödyt saavutetaan** tavoitteiden mukaisesti.

### VINKKI 69

Onnistunut datanhallinta perustuu siihen, että **keskityt olennaiseen tietoon**. Nyrkisääntö on, että kriittisen tiedon osuus ei ylitä 10–15 prosenttia liiketoimintatiedostasi. Jos yrität hallita kaikkea yrityksessäsi syntyvää dataa, saatat hukata voimiasi. Aloita kriittisistä tiedoista ja laajenna toimintamallia sen mukaisesti, mistä saat parasta lisätuottoa.

### VINKKI 70

Datanhallinnan perustehtävä on yhdistää eri liiketoimintayksiköissä ja kanavissa oleva tieto ja tehdä sen löytämisestä ja käytöstä helppoa.

**Datanhallintasuunnitelmassa** määrittelet, miten tietoa hankitaan, miten ja mihin sitä käytetään, miten tieto säilytetään sekä jaellaan.

### VINKKI 71

**Hyvä datanhallintasuunnitelma listaa kriittiset tiedot ja määrittelee niiden julkaisu- ja tarkastusprosessit.** Tiedon luotettavuuden varmistamiseen kulunut aika palautuu sitä moninkertaisempana takaisin, mitä useammin toistuvaan tehtävään tieto liittyy.



## VINKKI 72

Hyvä datanhallintasuunnitelma tarjoaa organisaatiollesi mallit käytännön työhön. Esimerkiksi markkinointi tyypillisesti osoittaa itse kriittiset tietonsa (kuten brändi-aineisto), mutta **yhteiset pelisäännöt tietojen tallentamiseen ja jakeluun määrittää datanhallintasuunnitelmassa**. Tietoturvaa ja käyttöoikeuksia koskevat prosessit ja ohjeistukset voivat olla koko yrityksessä yhtenäisiä, samoin kuin tietojen tallennukseen käytettävä digitaalisen aineistonhallinnan järjestelmä. Yrityksesi datanhallintasuunnitelma ja siitä vastaava CDO tarjoaa ohjeet, työvälineet ja toimintamallit – markkinointi puolestaan osoittaa sisältövastaavan, joka huolehtii tietojen yhtenäisyydestä ja ajantasaisuudesta markkinointiprosessien osalta.

## VINKKI 73

Voit **auditoida yrityksesi datanhallinnan tehokkuutta pikaisesti** vastaamalla näihin kysymyksiin:

- Onko jokaisella tietovarastolla omistaja, joka on myös dokumentoitu suunnitelmaan?
- Onko tiedon omistaja mukana käytön suunnittelussa ja kehittämisessä?
- Onko päivittäiseen tukeen ja tehtäviin tarvittavat resurssit tunnistettu?
- Onko kriittiset tiedot tunnistettu ja merkitty metadatan avulla?
- Ovatko liiketoiminnan prosessit määritelty ja niihin liittyvät tiedonhallintavaatimukset kirjattu?
- Mitataanko tavoitteiden toteutumista kuukausitasolla?
- Toimiiko ongelmien ratkaisuprosessi?
- Ovatko käyttöoikeudet ajan tasalla?
- Tarkistetaanko tietosuojavaatimukset ja käyttöoikeudet säännöllisesti (esimerkiksi vuosittainen auditointi)?



#### VINKKI 74

Voit käyttää yrityksesi datanhallinnan onnistumisen mittareina esimerkiksi **datan suojauksen kattavuutta, tiedon löytämisen helppoutta ja nopeutta, meta-datan kattavuutta ja yhtenäisyyttä, tiedon ajantasaisuutta ja käyttäjäongelmien ratkaisunopeutta.**

#### VINKKI 75

**Hienosäädä datanhallinnan toimintamalliasi, jos tulokset eivät vastaa odotuksia.** Analysoi mahdollisuuksia ja kasvata sähköisen omaisuutesi tuottavuutta uusilla digitaalisilla toimintamalleilla, kuten automatisoiduilla työnkuluilla.





### 3. ONNISTUNEEN KÄYTTÖNOTON resepti

*Digitaalinen aineistonhallinta ei tuota penniäkään, jos sen jalkautus epäonnistuu ja järjestelmä jää vain muutamien käyttäjien tiedostojen arkistointipalveluksi. Mitä laajemmin saat henkilökuntasi sitoutettua prosessiin jo käyttöönoton suunnitteluvaiheessa, sitä varmemmin investointisi maksaa itsensä takaisin ja se otetaan organisaatiossasi tehokkaaseen päivittäiseen käyttöön.*

VINKKI 76

**Tulevien käyttäjien tyytyväisyys** on tärkein mittarisi digitaalisen aineistonhallinnan valintaprosessissa. Mitä nopeammin ja laajemmin uusi järjestelmäsi otetaan organisaatiossasi käyttöön, sitä tuntuvammat euroissa mitattavat hyödyt saavutut.

Onnistuneissa käyttöönottoprojekteissa mitattavia säästöjä syntyy tyypillisesti työajassa, sujuvoituneissa työnkuluissa ja automatisoiduissa prosesseissa sekä sähköisen omaisuutesi tehostuneessa käytössä ja yhtenäisen brändi-ilmeesi tuomassa arvonnousussa.



## VINKKI 77

Hyvässä digitaalisen aineiston-hallinnan käyttöönotto- tiimissä on edustettuna sekä **bisnes** (esimerkiksi markkinointiprosessin omistaja) että **tekniikka** (esimerkiksi aineiston-hallintasovelluksen kehittäjä ja/tai sisällön ylläpitäjä). Käyttöönotto- tiimiä johtaa DAM-pääkäyttäjää.



## VINKKI 78

Huolehdi, että aineistonhallintajärjestelmäsi palvelee mahdollisimman hyvin erilaisia käyttäjäryhmiään. Ota huomioon ainakin **sisällöntuottajat** (käyttämäsi mainos- ja viestintätoimistot, graafiset suunnittelijat, valokuvaajat ja kirjoittajat), **tiedon ylläpitäjät** organisaatiossasi (esimerkiksi markkinointi-, myynti- ja laki-osastosi), **käyttäjät** (esimerkiksi henkilökuntasi, ja jälleenmyyjäsi) ja **kuluttajat** (kuten asiakkaasi ja asiakasehdokkaasi, lehdistö ja www-sivujesi kävijät).

## VINKKI 79

Kartoita aineistonhallintajärjestelmän hankintavaiheessa tulevien käyttäjien tarpeet. Hyvä tapa on haastatella eri käyttäjäryhmien edustajia. Ota huomioon nämä perusasiat:

- Muotoile kysymyksesi niin, että **pelkkä kyllä/ei-vastaus ei riitä**.
- **Älä tarjoile valmiita ratkaisuja** kysymyksissäsi, vaan anna vastaajien miettiä niitä itse.
- **Kuuntele vastauksia** ja improvisoi niiden pohjalta. Kun tavoitteesi on ymmärtää syvällisesti käyttäjien tarpeita, kannattaa unohtaa valmiit käsikirjoitukset.
- **Lue rivien välistä**. Älä pelkää myöntää, ettet ymmärrä haastateltavaasi. "Auta minua ymmärtämään paremmin" -tyyppiset lauseet voivat johtaa molemminpuolisiin yllättäviin oivalluksiin.
- **Kertaa** haastateltavallesi **ääneen**, miten ymmärsit hänen vastauksensa. Kun hän kuulee omat ajatuksensa uudelleenmuotoiltuna, saattaa syntyä uusia ideoita.

## VINKKI 80

Tunnista digitaalisen aineistonhallinnan roolit. Kaiken osaamisen ei tarvitse asua yrityksesi seinien sisällä, mutta **jokaiseen avaintehtävään tarvitaan resursseja ja nimetty vastuullinen**. Piirrä tavoitteistasi tiekartta, joka kuvaa askeleet tavoitteilaan. Varmista eteneminen mittamalla.

## CASE: SUOMEN PARTIOLAISET

### Partio-brändi pysyy yhtenäisenä keskitetyllä aineistonhallinnalla

*Suomen partiolaiset – Finlands Scouter ry on maamme suurin nuorisjärjestö, jonka toiminnassa on vuosittain mukana noin 65 000 jäsentä. Organisaatio käsittää keskusjärjestön ja 10 alueellista partiopiiriä, joihin noin 750 lippukuntaa kuuluvat.*

Partiolaisten keskustoimisto ja alueelliset partiopiirit tuottavat Gredin aineistonhallinnan palvelun avulla brändihallittua viestintäaineistoa, jota lippukunnat hyödyntävät ja muokkaavat omaan käyttöönsä.

*”Meillä on jatkuva tarve viestiä jäsenille ja uusille partiolaisille. Dynaamisilla pohjilla partiolaiset pystyvät tuottamaan yhtenäistä, brändin mukaista materiaalia ilman taitto-ohjelmien lisenssejä ja osaamista. Valmiit pohjat on helppo personoida esimerkiksi lippukunkohtaisilla tiedoilla, päivämäärillä ja muilla vaihtuvilla tiedoilla. Aiemmin aineistot toimitettiin sähköpostilla ja piirit lisällivät niitä omille sivuilleen lippukuntien hyödynnettäväksi. Nyt on yksi selkeä, keskitetty paikka, jossa materiaali on aina ajan tasalla,”* toteaa markkinointisuunnittelija **Jenni Lahtinen** Suomen Partiolaisten keskustoimistosta.

Vuoden 2016 alussa käyttöön otettu keskitetty aineistonhallintapalvelu vaatii partiolaisilta tehokasta rummutusta jotta palvelu saatiin jalkautettua niin, että kaikki viimeistä lippukuntaa myöden siirtyisivät käyttämään palvelua. *”Onnistunut käyttöönotto vaatii aktiivista viestintää ja selkeää ohjeistusta sekä piiri- että lippukuntatasolle”,* Lahtinen painottaa.

*”Gredillä on hyvä, auttavainen asenne, ja koulutusta on ollut hyvin tarjolla. Kaikkiin kysymyksiin ja pyyntöihin on vastattu ja reagoitu tosi nopeasti. Tästä on hyvä jatkaa”,* Lahtinen lisää.

## VINKKI 81

### Pelillistä aineistonhallintasi.

*Palkitse käyttäjiä, jotka hyödyntävät eniten dynaamisia aineistopohjia, automatisoituja työnkuluja ja monikanavajulkaisua. Jaa osa syntyvästä tuottavuus-  
hyödyistä organisaatiosi digitaalisen aineistonhallinnan tiennäyttäjille.*

## 4. BISNESHYÖTYÄ digitaalisista toimintamalleista

*Digitalisaatio lisää sähköisten toimintamallien osuutta liiketoiminnastasi. Sähköisen omaisuutesi merkitys ja arvo kasvavat. Uusien toimintamallien lisäksi tarvitset myös osaamista sekä oikeita työvälineitä.*

### VINKKI 82

**Sähköiset toimintamallit** kasvattavat digitaalisen omaisuutesi merkitystä ja arvoa. Niiden avulla vakioit markkinoinnin ja viestinnän prosessejasi ja mittaat ja hyödynnät brändi-investointejasi tehokkaammin.

### VINKKI 83

**Järkevät toimintamallit säästävät työaika, parantavat laatua tai kasvattavat myyntiäsi** – vaihtoehtoja on useita. Voit verrata vaikka monikanavajulkaisuun kuluvaan työaikaan vanhan ja uuden prosessin välillä. Tuloksena saat euroja, joiden avulla perustelet brändiaineistosi hallintaan liittyvät toimintamallit.

### VINKKI 84

**Digiosaamisen** kasvaessa työn tuottavuus lisääntyy. Mitä tehokkaammin osaat hyödyntää sähköisiä toimintamallejasi ja työvälineitäsi, sitä paremmin pystyt tukemaan esimerkiksi sisällöntuottajiasi tai jälleenmyyjäsi.

Myös myyntisi lisääntyy. Esimerkiksi verkkokaupan myynti kasvaa, kun tuotekuvausten tiedot ovat ajan tasalla. Ostoskorin arvo nousee, kun asiakkaalle voidaan suositella lisäpalveluita aiemman ostohistorian perusteella. Ja uskollinen käyttäjäkunta on tyytyväisempää, kun se saa tietoa suosikki-brändistään sosiaalisen median välityksellä.





## VINKKI 85

**Digiviisaalla toimintamallilla varmistat, että organisaatiossasi on jokaisen työvaiheen aloittamisen edellytykset kunnossa.**

Kun tehtävät alkavat ajallaan, ei kalliiden asiantuntijoiden aikaa kuluu puuttuvien palasten metsästämiseen. Myös koko projekti pysyy todennäköisemmin aikataulussa.

Resurssien lisäksi toimintamalli takaa, että tekijöiden ohjeistus, töiden priorisointi ja motivaatio ovat kohdallaan. Suunnitelma tarkentuu, kun aloittamisen hetki lähestyy.

Kaikki suunnitelmat ovat ennusteita. Se tarkoittaa, että pitkän aikavälin yksityiskohtaiset suunnitelmat ovat käytännössä aina joltain osin väärässä. Siksi jokaista yksityiskohtaa ei kannata päättää ennen projektia, vaan tarkentaa suunnitelmaa aloitushetken lähestyessä.



**Digitaalinen prosessi ottaa oppia Lean-mallista.**

Se tarkoittaa esimerkiksi seuraavia asioita:

- *Toivotteena on poistaa ongelmien aiheuttajat.*
- *Prosessia vakioidaan, jotta sen suorittaminen olisi helpompaa ja nopeampaa.*
- *Toimintamallia yritetään parantaa jokaisessa projektissa.*
- *Prosessista pyritään poistamaan kaikki tuottamattomat työt.*



Sähköinen toimintamalli auttaa sinua saamaan parhaan hyödyn digitaalisuudesta. Sähköiseen toimintamalliin kuuluu, että otat haltuun roolit, tehtävät ja sisällön.

1. **Suunnittele sähköinen sisällöntuotantosi.** Mieti voisiko sisällöntuotantoa hajauttaa, jos käytössä olisi nykyistä helpommat työvälineet. Kuvaa keskeiset aineiston tuotantoon ja ylläpitoon liittyvät työkulut, kuten aineiston tallentaminen, hyväksynnät ja jakelu.
2. **Määrittele tarvittavat sisältöformaatit.** Tiedon esitystapa on selkeä ja yhdenmukainen, kun se perustuu ennalta määriteltyihin dokumenttimalleihin. Listaa keskeiset dokumenttimallit, joista voisit tehdä digitaalisen aineistonhallinnan järjestelmään valmiit pohjat.
3. **Kerää ja järjestä nykyinen aineistosi sähköisesti jaeltavaan muotoon.** Käy läpi nykyinen markkinointi- ja brändimateriaalisi. Suodata sieltä olennaiset elementit, kuvat ja dokumentit, jotka ensisijaisesti kannattaa viedä kaikkien saataville digitaalisen aineistonhallinnan järjestelmään. Varmista sopivien luokittelujen avulla, että tieto on helposti löydettävissä ja käytettävissä.
4. **Huolehdi, että digitaalisen aineistonhallinnan alusta on kunnossa.** Valitse soveltuva digitaalisen aineistonhallinnan järjestelmä, joka selviää kuvaamistasi työkuluista. Varmista, että se on riittävän helppokäyttöinen ja suojaaa tietosi.
5. **Ohjeista työntekijät sisällöntuotantoon.** Julkaise esimerkit keskeisistä työkuluista. Älä keskity aineistonhallinnan työkalujen ominaisuuksiin, vaan kuvaa tyypillisiä käyttötilanteita alusta loppuun. Valmenna pääkäyttäjät, jotka tukevat organisaatiosi muita käyttäjiä.



#### VINKKI 87

Hyvällä digitaalisen aineistonhallinnan työnkululla on 5 tunnusmerkkiä:

- 1 Tukee tai automatisoi tärkeän ja usein toistuvan prosessin.
- 2 On helppokäyttöinen ja helposti hallittava (esimerkiksi käyttöoikeudet).
- 3 Ottaa metadatan huomioon ja päivittää sitä automaattisesti.
- 4 Tuottaa (rahassa) mitattavia tuloksia.
- 5 Toimii yli liiketoimintayksikkö- ja järjestelmärajojen.

#### VINKKI 88

*Älä yritä keksiä pyörää uudelleen. Valitse sovellustoimittaja, joka haluaa ja pystyy auttamaan myös uusien digitaalisten toimintamallien luomisessa ja osaamisen kehittämisessä.*

## 5. Digitaalisen aineistonhallinnan KÄYTÖN MITTAAMINEN

### VINKKI 89

**Tee käyttäjäpalautteen keräämisestä tapa.** Mitä tyytyväisempiä ja tehokkaampia käyttäjät ovat, sitä helpommin budjetoit ja perustelet digitaalisen omaisuutesi kehittämisen hyödyt.

### VINKKI 90

**Seuraa digitaalisen aineistonhallintasi käyttöä ja tehoa mittaamalla.** Kun mittarit ovat paikallaan, voit seurata euromääräisiä hyötyjä vaikka joka päivä. Opit nopeasti, mitä kannattaa automatisoida ja missä tehottomat prosessit maksavat yrityksellesi riihikuivaa käteistä.

Teknologian lisäksi investoit tyypillisesti toimintamallien kehittämiseen ja osaamiseen. Se tarkoittaa, että mittauksesi pitää kattaa järjestelmän käyttöasteen lisäksi muutakin. Käyttöasteen lisäksi kannattaa mitata esimerkiksi asiakkaiden ja työntekijöiden tyytyväisyyttä, prosesseihin kuluvaa aikaa, tietoturvaa, työvälineidesi ylläpitokustannuksia ja integraatiokustannuksia.



### VINKKI 91

Aineistohallinnan perusmittareiden avulla optimoit palvelun käyttöä.

**Tallennetun aineiston mittarit** listaavat millaisia tietoja ja tiedostoja olet tallentanut järjestelmään, millaista metadataa niihin on liitetty ja kuinka usein niitä ladataan.

**Käyttäjämittarit** kertovat järjestelmän käyttäjien määrän, roolit, käyttöoikeudet ja aktiviteetit.

**Järjestelmämittarit** kuvaavat aineistohallinnan järjestelmän tehokkuutta, lataus- ja tallennusmääriä, käyttöastetta ja muita keskeisiä teknisiä ominaisuuksia.

### VINKKI 92

Voit mitata tuottavuutta vaikka tiedosto kerrallaan. Silloin seuraat tyypillisesti digitaalisen aineistohallinnan säästämää työaikaa esimerkiksi näin:

- 1 Kuvaoriginaalin etsiminen 10 minuuttia.
- 2 Käyttöoikeuksien selvittämiseen 10 minuuttia.
- 3 Versiointi käyttötilanteeseen sopivaksi 10 minuuttia.

➔ YHTEENSÄ 30 MINUUTTIA / KÄYTTÖKERTA.

### VINKKI 93

#### **Mittaaminen auttaa kehittämään markkinointiviestintäsi tuottavuutta.**

Tiedätkö esimerkiksi, mikä aineisto vaikuttaa vastaanottajiin tehokkaimmin? Tai mitä kuvaa ladataan eniten ja mikä videoistasi on suosituin? Mittaamalla aineiston käyttöä, tiedät paljonko vaikkapa videoiden tuotantoon voi investoida ilman että kontaktihinta nousee yli asettamasi rajan.

### VINKKI 94

#### **Mittaa käyttäjien toimenpiteitä, avainprosessien läpimenoaikaa ja käyttöastetta.**

Niiden seuraaminen voi tuntua aluksi hankalalta, mutta ajan kuluessa opit näkemään kokonaisuuden ja kehittämään tuottavuutta. Pelkät tekniset mittarit ohjaavat ajatukset helposti tuottavuuden kannalta epäolennaisiin yksityiskohtiin.

Digitaalinen aineistonhallinta säästää helposti 15 minuuttia aikaa. Jos aineistopankissa on 100 brändikuvaa, joita käytetään kutakin 10 kertaa vuodessa, on vuosittainen aikasäästö 40 euron tuntihinnalla 10 000 euroa.





Tässä muutamia esimerkkejä mittareista, joita voit helposti soveltaa omaan bisnekseesi:

#### VINKKI 95



#### Asiakkaat

Kysy asiakkaasi palautetta markkinointikampanjastasi ja arviota yrityksesi brändimielikuvaan perustuvasta suositteluhalukkuudesta Net Promoter Score -mallilla. Vertaile markkinointikampanjojiesi tehokkuutta ja huomioarvoa markkinointiautomaation mittareilla.

#### VINKKI 96



#### Työntekijät

Mittaa dynaamisten pohjien ja markkinointiaineiston käyttö/latausmääriä. Poista tai päivitä aineistot, joille ei ole kysyntää. Mittaa myös työntekijöiden tyytyväisyyttä työvälineisiin, toimintamalleihin ja osaamiseensa.

#### VINKKI 97



#### Prosessit

Mittaa markkinointimateriaalin ja tuote-esiteversioiden tuottamiseen kuluvaa aikaa. Mittaa myös viestinnän ja markkinoinnin toimenpiteiden taajuutta sekä kattavuutta tavoitettavuutta asiakaskunnassa.

#### VINKKI 98



#### Tietoturva

Varmista, että aikataulutettu jakelu on käytössä sopivilta osin ja että jälleenmyyjäsi ja kumppanisi pääsevät käsiksi vain tarkoittamaasi aineistoon.

#### VINKKI 99



#### Järjestelmät

Mittaa työvälineidesi ylläpitokustannuksia, pienkehityshankkeiden kustannuksia, integraatiokustannuksia. Suhteuta investoinnit hyötyihin, kuten säästyvään työ-aikaan, ohjelmistoversioiden käyttöönoton nopeuteen ja uuden markkinointimateriaalin tuottamisen läpimenoaikaan.



**VINKKI 100**

**Testaa tiedon  
löytämisen nopeutta.**

*Tartu tuote- tai markkinointi-  
päällikköäsi hihasta ja pyydä  
heitä hakemaan ja julkaisemaan  
jotakin saman tien. Näet  
hetkessä, jos homma tökkii.*





LUE MYÖS MUUT  
DIGIVIISAAN OPPAAT  
OSOITTEESSA  
[WWW.GREDI.FI/OPPAAT](http://WWW.GREDI.FI/OPPAAT)

**GREDI**

THAT'S **AMAZING!**

Gredi auttaa asiakkaitaan kokoamaan digitaalisen omaisuuden älykkäästi hallittavaksi kokonaisuudeksi.

Kotimaisella aineistohallintapalvelullamme 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 tarpeitasi mukaisesti ja tehokkaasti.

Kysy lisää palveluistamme!

**GREDI**

Tekniikantie 14, 02150 Espoo  
puh. 010 778 7100

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

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