

JENNI GÄSTGIVAR/IL



Uudet päätteet. Valtion it-hallinto haluaa eroon paperipinoista.

Eduskunnan työtavat uusiksi

Marita Kokko
marita.kokko@alma360.fi

Läppärit. Edistyneimmätkin it-ratkaisut ovat hyödyttömiä ilman osavia käyttäjiä. Muutokseen liittyvä uusi työskentelytapojen tehostaminen ja uudistaminen virastonsa vuosittaisiin edessä on lähetyssaarnaajakerros kansliapäälliköiden ja virastopäälliköiden tasolla.

– Päästäksemme eroon paperipinoista eduskuntatyössä ja saadaksemme kansanedustajille läppärit istunto-

pankkiin. Ylimmän valtiojohtajan esimerkki on ovi muutokseen.

Benson tietää, ettei muutos onnistu it-johtajan käskytyksellä. Ylimmän johdon tulee kirjata työskentelytapojen tehostaminen ja uudistaminen virastonsa vuosittaisiin edessä on lähetyssaarnaajakerros kansliapäälliköiden ja virastopäälliköiden tasolla.

– Luulisi, että tämä on helppo näki myydä virastoille, koska tässä ta-

Toimistotukkurin nettikauppa vetää

Paperipalvelun verkkokauppa kasvoi, kun järjestelmä alkoi ehdottaa ostosten yhteydessä lisämyyntiä.

Arja Vartia
arja.vartia@kauppalehti.fi

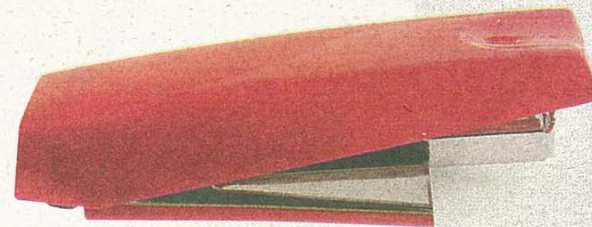
Sähköinen kaupankäynti. Yksi yritysten välisen verkkokaupan uranuurtajista on toimistotarvikkeita myyvä Paperipalvelu, joka aloitti ensimmäiset sähköiset kaupankäynnin kokeilut jo vuonna 1996. Järjestelmää päivitettiin 2005 ja tämän vuoden helmikuussa yritys otti käyttöön täysin uuden verkkokaupan ratkaisun, jonka pohjana toimii Smilehousen Workspace Enterprise -ohjelma.

– Halusimme nykyaikaisen ratkaisun ja rakensimme sen huolella. Suunnitteluun ja ohjelman räätälöintiin kului puolitoista vuotta. Emme halunneet sinne vilkkuvia ja välkkyviä bannereita vaan selkeän kokonaisuuden, kertoo Paperipalvelun markkinointipäällikkö **Jouni Varis**.

– Suuri muutos aikaisempaan on esimerkiksi tuotteiden yhteyteen muokattu liitännäistuoteominaisuus. Jos asiakas ostaa fläppitaulun, sivusto kysyy, tarvitsetko myös tauluun sopivaa paperia, kyniä tai muita oheistarvikkeita.

Nimikkeet löytyvät

Toimistotarvikkeissa on paljon tuotenimikkeitä, jotka nettikaupan ohjelman on löydettävä.



”Ihmiset kutsuvat esimerkiksi nitojaa monilla nimikkeillä, ohjelman tehtävä on löytää ne silti.”

Jouni Varis,
Paperipalvelun markkinointipäällikkö

– Meillä on verkkokaupassa noin 5 000 eri tuotenimikettä. Samalla tuotteelle voi olla myös monta nimeä, joten loimme sivustolle Alias-nimihäun. Ihmiset kutsuvat esimerkiksi nitojaa hyvin monilla nimikkeillä, ohjelman tehtävä on löytää ne silti.

– Myyntityössämme jatkuu edelleen myös perinteiset kanavat. Esimerkiksi myyntiedustajien kannalta verkkokauppa on yksi lisätuote, ja heille napsahtaa provisiot myös verkkokaupan kautta tapahtuvasta myynnistä, mikäli he ovat asiakkaan sinne ohjanneet.

– Asiakkaiden mielestä parasta verkkokaupassa on se, että se on aina auki. Markkinointipäällikkö taas arvostaa verkkokaupan helppoa analysointimahdollisuutta.

– Sähköisessä kaupassa näkee nopeasti, mikä tuote tai tarjous puree.

Uuden verkkokaupan kävijämäärät ovat kolmen ensimmäisen kuukauden aikana kasvaneet 41 prosenttia verrattuna viime vuoteen. Myöskin verkkokaupan keskiostos on kasvanut huomattavasti.

Paperipalvelun vuotuisesta 26 miljoonan euron liikevaihdosta noin 20 prosenttia myydään sähköisen kaupan kautta.

Vajaa kolmannes hyödyntää

Verkkokaupan asiantuntijayritys Smilehousen iTest-tutkimusyksikkö kartoitti viime vuoden lopulla, miten suomalaisissa yrityksissä eri b2b-kaupan toimialoilla hyödynnetään verkkokaupan mahdollisuuksia nyt ja tulevaisuudessa.

Vastanneista yrityksistä valtaosa eli 77 prosenttia koki sähköiset tilauskanavat välttämättömiksi, tärkeiksi tai hyödyllisiksi myynnilleen. Mutta kaikkiaan vain vajaa kolmannes ilmoitti käyttävänsä verkkokauppaa b2b-myyntinsä ja -markkinointinsa välineenä.

Verkkokauppaa hyödyntää vastanneista tukkukaupan yrityksistä reilut puolet, kun taas teollisuusyrityksistä vain noin joka kymmenes.

