

Quick Check-In

## Miksi ja kuinka puutuotteisiin liittyviä palveluja kannattaa tuotteistaa?

---

Palvelevat puuyritykset

Ilmari Ollila

*Luottamuksellinen*

12.5.2011

# Agenda tälle esitykselle

- Esittely
- Palvelujen tuotteistaminen
- Miksi tuotteistaa
- Esimerkkejä onnistuneesta(?) tuotteistuksesta
- Mitä voi tuotteistaa
- Kuinka aloittaa tuotteistaminen
- Kysymykset

# Henkilökohtainen esittely

- Koulutus: Diplomi-insinööri TKK / Tuotantotalous
- Symbioosin perustajaosakas, 2009-
  - Fokuksena myynnin ja myynnillisyyden kehittäminen puutuotealalla
  - Projektipäällikkönä useissa alan projekteissa
  - Lisäksi ratkaisumyynnin, tuotteistamisen ja strategian projekteja
- Aiemmin konsulttina McKinsey & Companyssa



# Symbioosin esittely

## Johtaminen

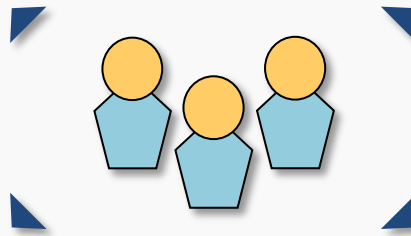
### MYNNIN JOHTAMINEN

Strateginen johtaminen

Prosessien johtaminen

Myyjien johtaminen

Symbioosin tiimi liikkuu ketterästi  
koko myynnin tuloksellisuuden kentässä



## Idea

Liiketoimintamalli ja  
myyntikonsepti

## Suunnitelma

Myynnin prosessit ja  
organisaatio

## Tekeminen

Myyntitoiminta

# Mitä Symbioosi on tehnyt?

## Referenssiasiakkaita

**FIRA**

**metso**

**7 SIGNAL**  
WIRELESS BUSINESSGUARD

**Metsäteollisuus**

**Helprint Oy**

**idean**

**TVÖ- JA ELINKEINOMINISTERIÖ**  
ARBETS- OCH NÄRINGSMINISTERIET  
MINISTRY OF EMPLOYMENT AND THE ECONOMY

**RUUKKI**

**Outotec**

**ISS**

**TeliaSonera**

**FINNAIR**  
TECHNICAL SERVICES

**Nordic  
Healthcare  
Group**

**PRICEWATERHOUSECOOPERS**

**K.HARTWALL**

**ABB**

**Pohjola**

**hrm**  
PARTNERS

## Yhteistyökumppaneita

**A?** Aalto-yliopisto

**OAK**  
VENTURES

**Myyntihanke**

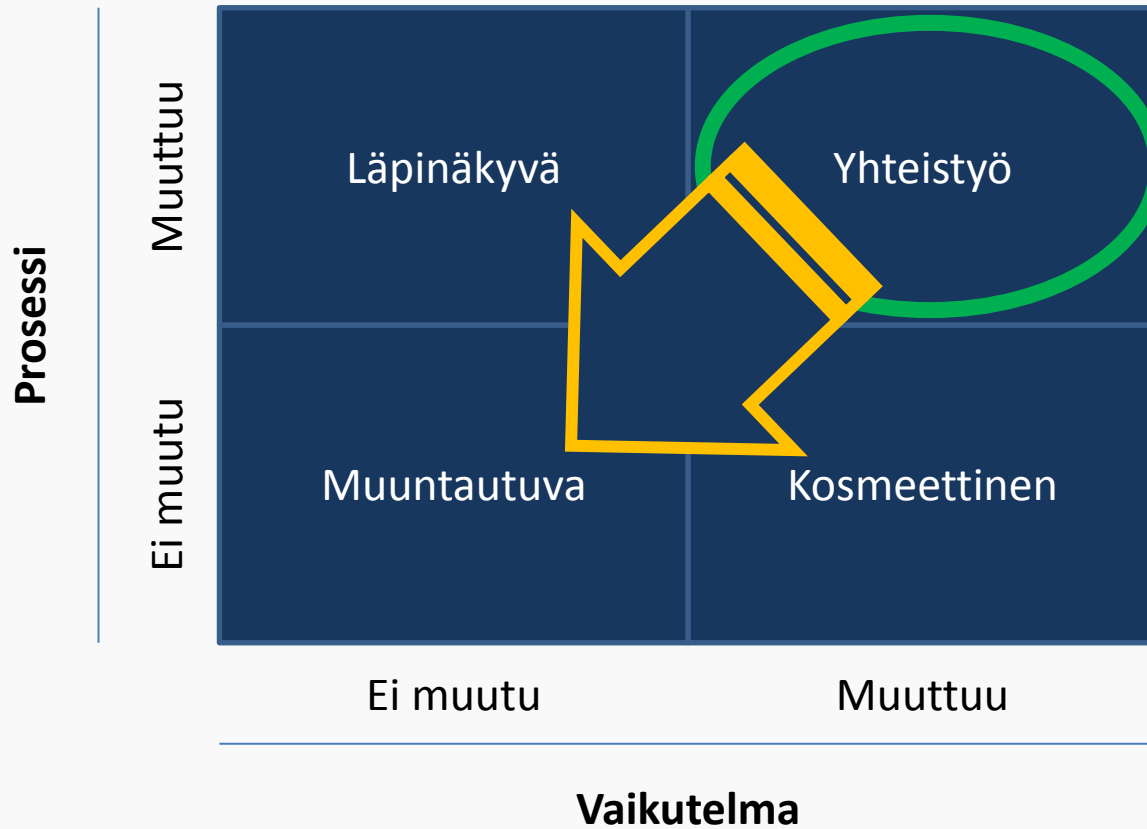
**AEE** Aalto University  
Executive Education

# Palvelujen tuotteistaminen? Mitä se on?

*Yksinkertaisesti: palvelujen tuotteistaminen tähtää palvelujen tuottamiseen tuotteiden tapaan, standardoituna toistettavana suoritteena*

*Huomattava: tuotteistamista tapahtuu niin tietoisesti kuin tiedostamatta. Esimerkiksi ravintolan henkilökunta tottuu toimimaan tietyllä tavalla vaikkei tätä olisi mitenkään tietoisesti ohjeistettu.*

# Palvelun tuotteistaminen massakustomoinnin näkökulmasta

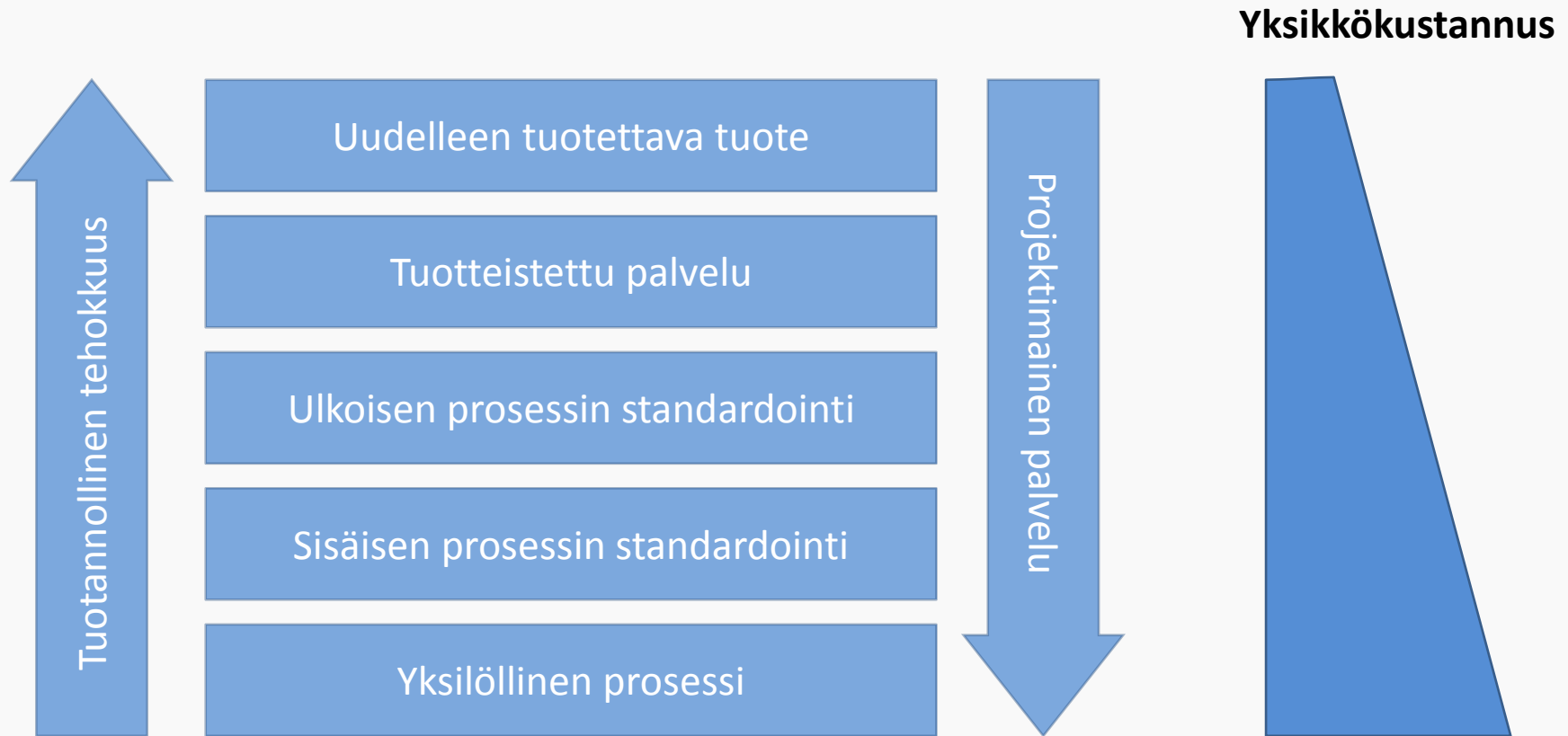


# Palvelujen tuotteistaminen tuotannollisen tehokkuuden näkökulmasta

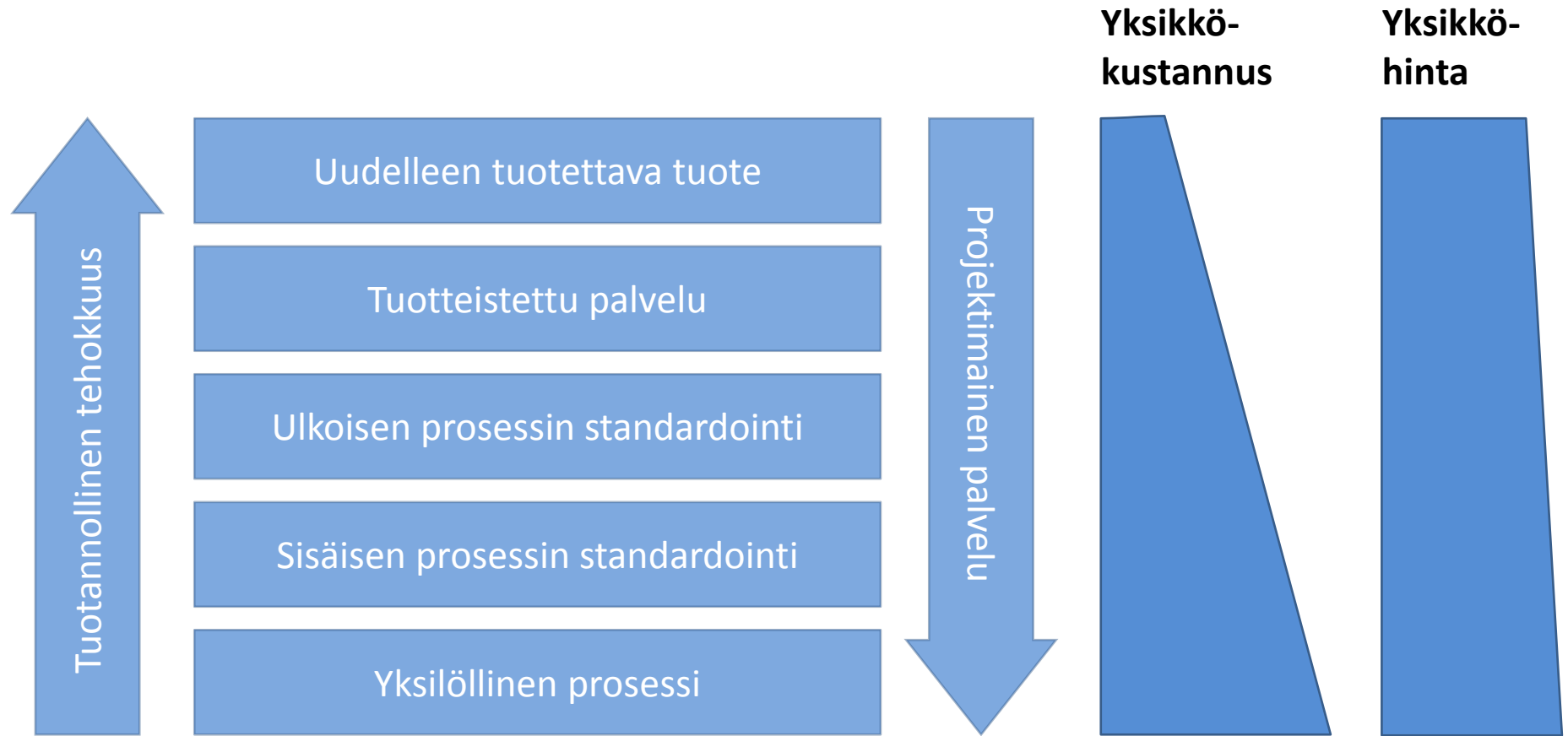




# Miksi tuotteistamista pitäisi tehdä?



# Yksikköhinta ja yksikkökustannus eivät kuitenkaan kulje käsikädessä

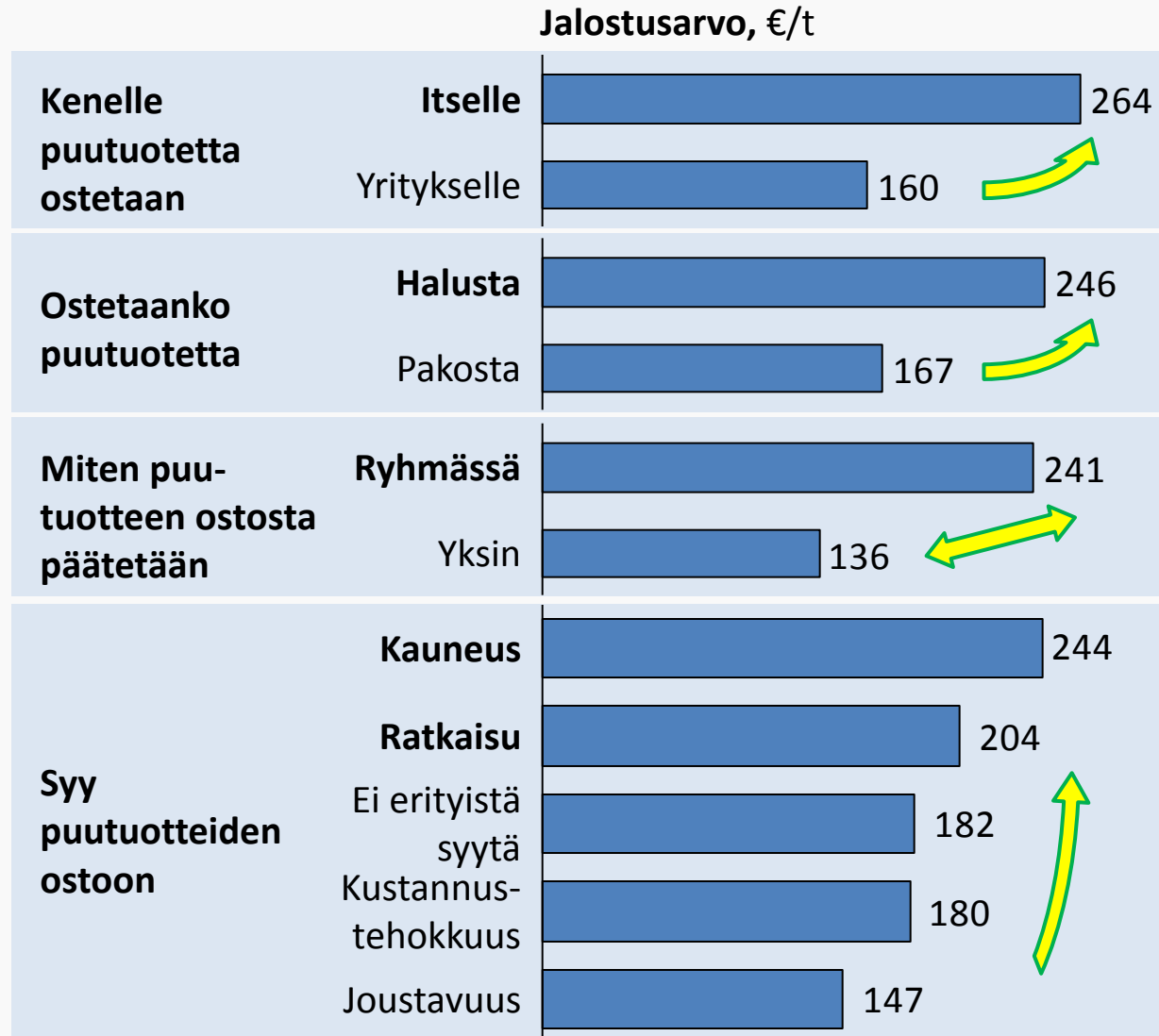


**MIKSI?**

# Yksikköhinta perustuu ennen kaikkea asiakkaan saamaan hyötyyn

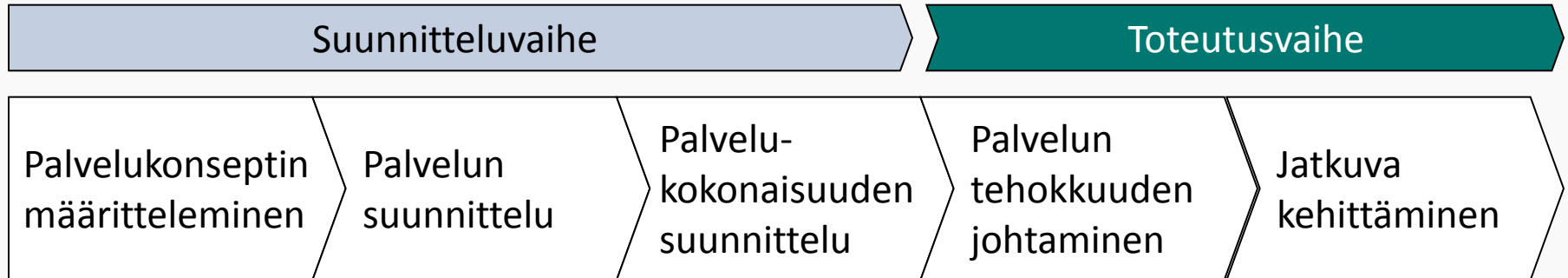
*Asiakasta kiinnostaa ratkaisu omaan ongelmaan, ei se, maksaako joku muukin saman ongelman ratkaisusta.*

# Asiakkaan ymmärtäminen – miksi se on tärkeää?

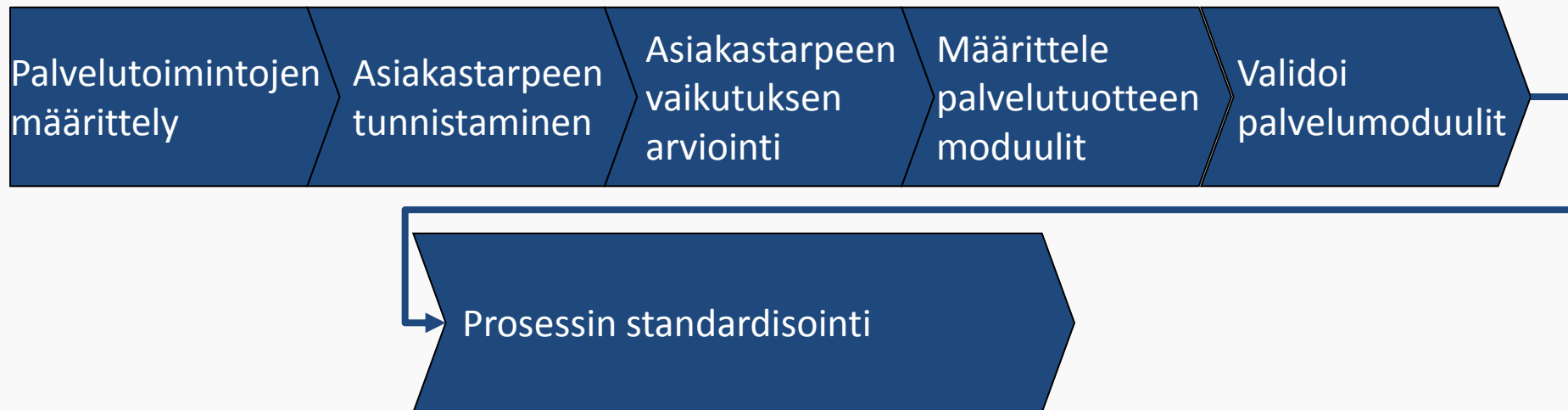
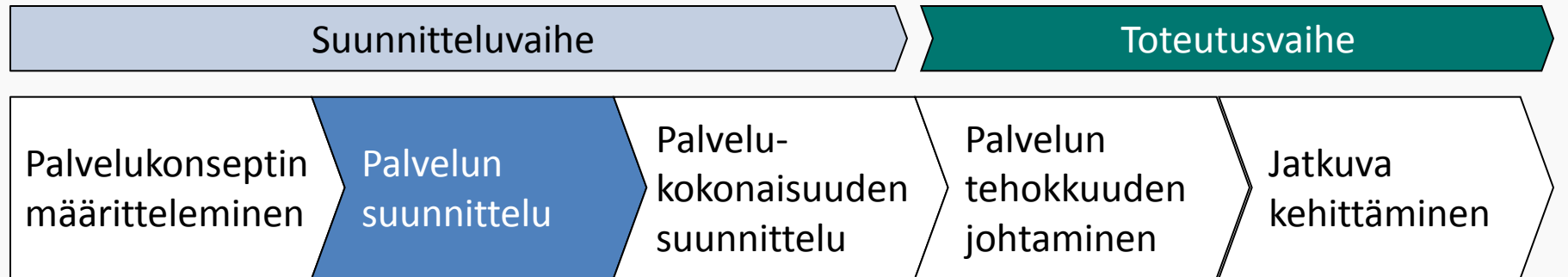


Kun ymmärretään asiakkaan tarpeita ja haluja ja niihin pystytään tarjoamaan ratkaisua, voidaan tämä hinnoitella myös paremmin

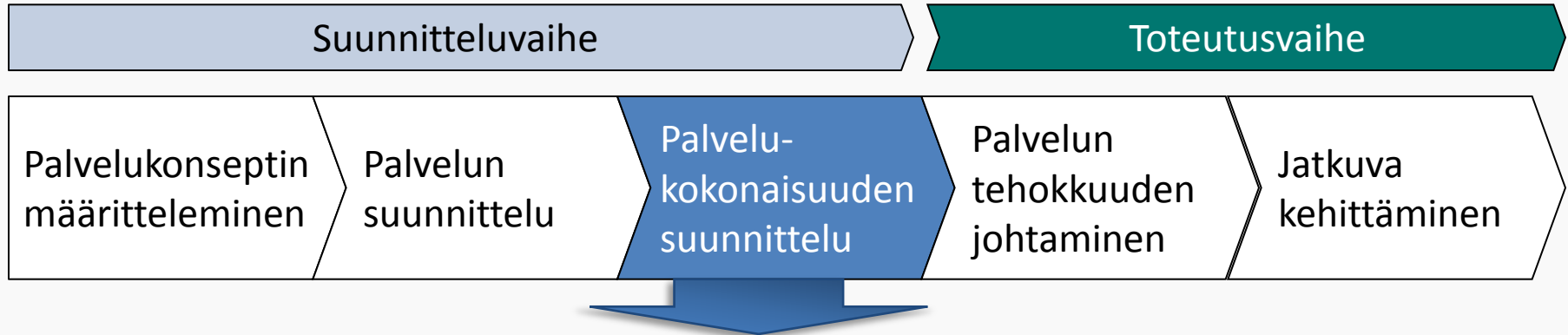
# Tuotteistaminen



# Tuotteistaminen



# Tuotteistaminen



# Tuotteistamisen tarkkuus vaihtelee

**Uudelleen  
tuotettava tuote**

- Tuotemyyntiä, palveluilla käytännössä mahdotonta

**Tuotteistettu  
palvelu**

- Myynti, tuottaminen ja toimitus täysin tuotteistettuja
- Käytännössä hyvin lähellä tuotemyyntiä

**Ulkoisen prosessin  
standardointi**

- Esimerkiksi ostoprosessi on standardoitu, mutta itse toimitus koostuu ”moduuleista” tai tapahtuu yksilöllisesti

**Sisäisen prosessin  
standardointi**

- Esimerkiksi asiakkaan palvelu noudattaa selvää kaavaa

**Yksilöllinen  
prosessi**

- Ei mitenkään tuotteistettu palvelu, jokainen kerta yksilöllinen



# Esimerkkejä tuotteistuksesta



**RUUKKI**



# Case McDonald's

- Kassapalvelut hyvin tuotteistettuja  
→ tehokas toiminta, ei tinkaamista
- Eri aterioiden valmistuksen kaikki vaiheet valmiiksi suunniteltu ja koulutettu
  - Helppo kouluttaa uusilla työntekijöille
  - Ei tarvitse korkeasti koulutettua työvoimaa
  - Vakioi lopputuloksen
  - Tehokkuus äärimmäisen hyvä
- Asiakkaalle sopiva määrä valinnanvaraa



# Case ISS



- Erittäin tarkat palvelukuvaukset
- Siivoojat helppo kouluttaa myös uuteen kohteeseen
- Asiakas saa heti käsityksen mitä saa
- Luo asiakkaalle ammattimaisen kuvan
- Hinnoittelu helppoa
- Palvelukuvauksista keskusteltaessa asiakas usein valitsee korkeamman kustannustason kuin alun perin ajatteli
- Arvon osoittaminen helpompaa kun selvästi määritelty tehtävät



# Case Rautaruukki, rakentaminen

# RUUKKI

- Valmis myyntikonsepti asiakkaalle: Kokonaistoimituksena runko, paneelit, julkisivu, katto sekä asennus
- Suunnitteluun tuotteistetut työkalut auttamaan arkkitehtejä ja suunnittelijoita rakentamaan teräksestä
- Myyntikonsepti tuotteistettu: Myydään kokonaistoimitusta, jos ei onnistu niin myydään komponentteja kilpailun voittaneelle



# Case Palvelutalot



- Palvelukuvaus usein tarkka vrt. ISS
- Aikataulutus, rutiinit
- Tuotteistamisen avulla työntekijöiden tulos paranee, toisaalta asiakkaat saavat odotettua palvelua
- Uusien kohteiden rakentaminen ja lanseeraus opitun konseptin mukaisesti

# Case Alko



- Myyjien asiakaspalveluprosessi mahdollisimman pitkälle tuotteistettu
- Kassapalvelut (kuten muissakin kaupoissa) hyvin tuotteistettuja → tehokas toiminta, ei tinkaamista
- Helpottaa myyjän tehtävää palvella asiakasta
- Lähtökohtana asiakkaan tarpeet



# Case Ekovilla



- Jälleenmyyjät myyvät asennuspalvelun
- Toimitus paikallisen kumppanin kautta
- Asennusprosessi mahdollisimman vakioitu



# Mitä voi tuotteistaa puutuotealalla?

- Myynti- ja ostoprosessien vakiointi
- Valikoima – kannattaako laajentaa vai supistaa
- Asennuspalvelu
- Rakentaminen/pystytys
- Toimituspalvelu (esim. toimittaa tarvikkeet suoraan työmaalle)
- Täyttöpalvelu
- Ylläpitopalvelut
- Suunnittelupalvelut
- Muiden tuotteiden yhdistäminen omaan tarjoamaan
- Myös yksittäistilauksissa mahdollisimman monen osan, ”moduulin”, vakioiminen
- Palvelun ”modularisointi”



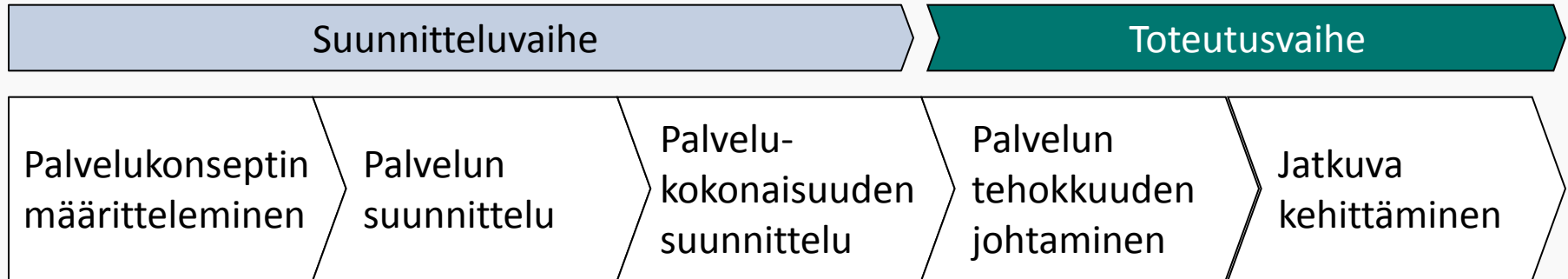
# Kuinka tuotteistaa?

## Peukalosääntö

- Kysy asiakkaalta
- Kokeile, kokeile, kokeile
- Asiakkaan ymmärtämistä voidaan analysoida loppumattomiin, mutta lopullinen ymmärrys on aina testattava asiakkaalla
- Kysy ulkopuoliselta mielipidettä
- Mieti itseäsi asiakkaana



# Palaa suunnittelun eri vaiheisiin




Tuotteistaminen lähtee siitä, että miettii kunkin vaiheen läpi tuotannollisen tehokkuuden, asiakkaan ja toteuttamisen näkökulmasta.

Asioiden laittaminen paperille harvoin on haitannut.

# Miten pääsen alkuun?

- Paikalliset asiantuntijat
- Ideoiden pallottelu
- ELY-keskuksella on rahoitusinstrumentteja, esim. VARA
- Metsäalan toimijat
- Oma liitto
- Ulkopuolisten asiantuntijoiden käyttö



A blue-tinted photograph of a speaker at a podium with an audience raising their hands. The speaker is in the background, and the audience is in the foreground, with many hands raised. The image is overlaid with a semi-transparent white rectangle containing the text 'Q&A'.

**Q&A**

# Yhteystiedot

**Ilmari Ollila**

+358 400 261 491

[ilmari.ollila@symbioosi.fi](mailto:ilmari.ollila@symbioosi.fi)

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

