

Esmerk jatkaa kasvun tiellä

Kuluva vuosi on alkanut menestyksekkäästi. Olemme laajentaneet mediaseurantaamme voimakkaasti sekä Venäjällä että Malesiassa. Keski-Euroopan markkinoille tehdyt panostukset ovat tuoneet voimakkaan kasvun Ranskassa, Saksassa ja Britanniassa.

Suomessa merkittävä osa kasvusta on syntynyt uusien palveluratkaisujen myynnistä. Sanoman muiden yksiköiden kanssa toteutetuista palveluista viimeisin on ARKISTO ja kehitystyö jatkuu.

Yhteistyö muiden kumppaneidemme, Agentumin ja Suomen Asiakastiedon, kanssa on myös tuottanut tuloksia.

Kasvun hakeminen vaatii luonnollisesti entistä suurempaa näkyvyyttä. Olemme tästä johtuen kohdentaneet mainontaamme sekä modernisoineet palvelujemme ulkonäköä ja markkinointi-ilmettämme.

Tähtäimessämme ovat entistäkin paremmat palvelut, joilla tuomme lisää tehoa asiakkaidemme mediaseurantaan.

Lämmintä kesää toivottaen!

ILKKA RÄSÄNEN
TOIMITUSJOHTAJA
ESMERK OY

Sisältö:

Teijo Salmi ja Irma Salovaara

VTT hyödyntää ja tuottaa tietoa

VTT:n osaaminen on uuden organisaation myötä asiakkaiden käytössä entistä helpommin.



AH

sivu 2

Danuta Nieminen

Stora Enso Packaging seuloo markkinatietoa uutispalvelun avulla

Offset-myyntihenkilöstö saa tiivistettyä tietoa myyntisuunnitelmiansa pohjaksi.



TH

sivu 3

Esmerkissä tapahtuu

Lisää tehoa mediaseurantaan

sivu 4

VTT hyödyntää ja tuottaa tietoa

VTT on Pohjois-Euroopan suurin tutkimusorganisaatio. Muun muassa Esmerkin uutisseurannan avulla se auttaa asiakkaitaan luomaan teknologiasta liiketoimintaa, kertovat Business Intelligence -päällikkö Irma Salovaara ja markkinointipäällikkö Teijo Salmi.

VTT:ssä on otettu käyttöön uusi toimintamalli, jonka myötä tutkimusorganisaatio toimii entistä asiakaslähtoisemmin ja pyrkii tarjoamaan aiempaa kokonaisvaltaisempaa palvelua. VTT kytkee teknologiaosaamisensa entistä vahvemmin yritysten liiketoiminnan, kansantalouden ja ihmisten käyttäytymisen tuntemiseen.

- Uusi organisaatio merkitsee, että koko VTT:n osaaminen on asiakkaidemme käytössä entistä helpommin. Pystymme rakentamaan asiakkaillemme laajempia kokonaisuuksia avaimet käteen -periaatteella, markkinointipäällikkö Teijo Salmi kertoo.

Asiakkaiden liiketoiminnan tuntemus tärkeää

VTT:ssä on havaittu markkinoiden trendi: asiakkaat haluavat yhä useammin saada palveluratkaisunsa yhdestä paikasta. Palveluratkaisujen pilkkominen eri toimittajilta saataviin osiin on liian aikaa vievää ja vaihalloista.

- Meidän haasteenamme on luoda asiakasta kiinnostavia kokonaisuuksia. Asiakaspinnan hoidosta on tullut entistä merkittävämpi osa VTT:n toimintaa. Esmerkin tarjoaman toimialaseurannan avulla saamme ajantasaista tietoa asiakkaidemme liiketoiminnasta. Meille on erittäin tärkeää tietää, mitä asiakaspinnassa eri toimialoilla on tapahtumassa. Näin pystymme toimimaan myös asiakkaiden suuntaan proaktiivisesti, Salmi kuvailee.

BI-päällikkö Irma Salovaaran mukaan yksi uuden organisaatorakenteen tavoitteita on yritysten toimintaympäristön kokonaisvaltainen hahmottaminen.

- Meidän "tuotantokoneistomme" eli tutkimus ja kehitys on nivottu kaikkien toimintojemme eli strategisen tutkimuksen, asiakasratkaisujen, yrityskehityksen ja asiantuntijapalveluiden yhteyteen. Näin VTT:stä on saatu tehokkaampi ja synergisempi kokonaisuus, Salovaara toteaa.

Tiedon tarve monipuolista

Esmerkin uutisseuranta on räätälöity VTT:lle asiakastoimialakohtaisesti. VTT:n kaltaisen organisaation tietotarve on erittäin suuri, joten uutisseurannan laajuus on itsestäänselvyys. Esmerkin palvelu on kaikkien saatavilla VTT:n intranetissä.



Kuva: Antonin Halas

BI-päällikkö Irma Salovaara (oik.) ja markkinointipäällikkö Teijo Salmi auttavat VTT:n asiakkaita tuotteistamaan teknologiaa.

- Lisäksi asiakasjohtajien ja -päälliköiden tiimejä palvelevat informaattikot siivilöivät Esmerkin toimittamasta uutisvirrasta kuhunkin tarpeeseen merkityksellistä tietoa. Iso osa tietotarpeesta kohdistuu yritysprofileihin ja näissä vuorostaan olennaista on yrityksen toimintaympäristö, joka hahmottuu yritykseen liittyvistä uutisista. Esmerkin palvelussa arvostetaan erityisesti hyviä uutistietovälineitä. Niiden avulla yritysten toimintaympäristöstä saa nopeasti hyvän kuvan, Salovaara kertoo.

MIKKO SILVENNOINEN



- Henkilöstö vuonna 2005 yhteensä 2 720
- Korkeakoulututkinto 70 %:lla henkilöstöstä
- Liikevaihto 225 milj. euroa vuonna 2005
- Toiminnan ajalta lähes 1 100 patenttihakemusta
- Viimeksi kuluneen 20 vuoden aikana lähes 2 000 keksintöilmotusta

Stora Enso Packaging seuloo markkinatietoa uutispalvelun avulla

Tärkein tehtäväni on etsiä relevanttia tietoa mahdollisista asiakkaista, kertoo Danuta Nieminen, Esmerk-palvelun tehokäyttäjä Stora Enso Packagingistä.

Stora Enso Packaging Sp.z o.o. palkasi Gdansk'n teknillisestä yliopistosta juuri valmistuneen Danuta Kowalskan asiakaspalveluassistentiksi vuonna 1999. Tytäryrityksen toiminta Puolassa päättyi vuonna 2002. Hieman myöhemmin Kowalska tapasi suomalaisen aviomiehensä Puolassa. Sukunimi muuttui Niemiseksi ja yhteinen koti perustettiin Suomeen. Kieliopinnot ja harjoittelu toivat Niemisen jälleen Stora Ensolle, tällä kertaa Lahteen Stora Enso Packagingiin, jossa hän nyt työskentelee markkinointiasistenttina offset-painettujen tuotteiden parissa.

Työssään Nieminen seuraa tiiviisti, mitä offset-rintamalla tapahtuu. Hän kerää ja käsittelee markkinatietoa, tekee kohdealueita koskevia markkinatutkimuksia, tunnistaa uusia asiakkaita ja asiakassegmenttejä ja hoitaa asiakkuudenhallintaan liittyviä tehtäviä.

Tärkein tehtäväni on etsiä relevanttia tietoa mahdollisista asiakkaista

Offset-myyntihenkilöstöä varten tekemäänsä viikkotiedotteeseen Nieminen ryhmittelee maittain uutisia nykyisistä ja mahdollisista asiakkaista, kilpailijoista, raaka-aineiden toimittajista ja alan kehitysnäkymistä. Tärkein tehtävä on etsiä tietoa mahdollisista asiakkaista. Offset-puolella Nieminen seuraa erityisesti perussegmenttejä: elektroniikkaa, elintarvikkeita, makeisia, alkoholia, kopio-paperia, leluja ja pelejä, kirjoja, kotitalouskoneita ja kylpyhuonetarvikkeita. Koskaan ei kuitenkaan voi tietää, mistä asiakas saattaa löytyä. Siksi työssä täytyy ajatella luovasti; asiakas saattaa tulla myös perinteisten segmenttien ulkopuolelta. Tarvitsemansa markkinatiedon Nieminen kertoo saavansa 90-prosenttisesti Esmerkin kautta.

- En voi enää kuvitella tekeväni työtäni ilman Esmerk-palvelua. Aikaisemmin yritin itse käydä läpi sanomalehtiä ja internet-lähteitä. Kun löysin Esmerk-palvelun, saatoinkin keskittyä miettimään, kuinka kehitan omaa työtäni ja kuinka uutispalvelu voi minua siinä auttaa, toteaa Nieminen. Kun tietoa on tarjolla niin valtavasti, sen läpikäyminen on paras jättää alan asiantuntijoille.



Kuva: Timo M. Hämäläinen

Markkinointiasistentti **Danuta Nieminen**, Stora Enso Packaging.

Välitettävän tiedon on oltava tiiviissä muodossa

Esmerk-palvelun tuottama tieto on Niemiselle raaka-ainetta, jota hän siirtää eteenpäin ja työstää omien sisäisten asiakkaidensa tarpeisiin. Asiakasyrityksistä kertoviin uutisiin hän voi vielä lisätä asiakasta ao. maassa hoitavan henkilön yhteystiedot. Siitä on hyötyä eri markkina-alueilla toimivalle myyntiväelle.

- Välitettävä tieto pyritään pitämään mahdollisimman tiiviinä, sillä myyntihenkilöstöllä ei ole paljoa aikaa. Viikkotiedotteen avulla he saavat nopean katsauksen itseään kiinnostaviin asioihin, korostaa Nieminen. Pyrimme aina pitämään mielessä myyntihenkilöstön näkökulman; tietoa ei saa olla liikaa ja uutisten on oltava lyhyitä.

Niemisen koostama Viikkokirje on nyt palvelut Stora Enso Packagingin offset-myyntihenkilöstöä kesäkuusta 2005 lähtien. Hän seuraa Viikkokirjeen käyttöä ja käyttäjien tyytyväisyyttä säännöllisesti ja kehittää palvelua. Myyjien esittämät toiveet seurattavista yrityksistä ja uusista markkinasegmenteistä hän välittää nopeasti eteenpäin Esmerkille. Palvelu elää tarpeiden mukaan. Myyntihenkilöstö käyttää sen tietoja apuna esimerkiksi myyntisuunnitelmia laatiessaan.

kilöstö käyttää sen tietoja apuna esimerkiksi myyntisuunnitelmia laatiessaan.

Satelliittitelevisio tuo myös Puolan tapahtumat lähelle

Nieminen iloitsee erityisesti työnsä monipuolisuudesta ja mahdollisuudesta työskennellä tietovirran keskipisteessä. Kotioiloissa hän seuraa synnyinmaansa Puolan tapahtumia edelleen päivittäin satelliittitelevision välityksellä; tuntuu tärkeältä pysyä ajan tasalla myös siitä, mitä Puolassa tapahtuu.

LEENA JAHKOLA

Stora Enso Packaging



- Stora Enso Packaging on kansainvälinen täyden palvelun aaltopahvipakkauksen toimittaja.
- Se on osa Stora Enson Pakkauskartongit-tulosryhmää.
- Toimipaikkoja on 30 yhdeksässä Euroopan maassa.
- Suomen tuotantolaitokset sijaitsevat Lahdessa, Heinolassa, Ruovedellä ja Kristiinankaupungissa.
- Stora Enso Packaging omistaa myös pakkaus-koneita valmistavan Formeca Oy:n Lahdessa.
- Stora Enso Packagingin liikevaihto vuonna 2005 oli 392 milj. euroa ja aaltopahvituotanto yhteensä 858 milj. m².
- Henkilöstöä konsernissa on yhteensä noin 2800, joista Suomessa noin 820.

Esmerkissä tapahtuu

Lisää tehoa mediaseurantaan

Esmerk Tracking -palvelu on nykyaikainen ratkaisu viestinnän tehokkuuteen mittaamiseen. Esmerk Tracking on ratkaisu yrityksen ja kilpailijoiden jatkuvaan ja systemaattiseen julkisuuden seurantaan. Palvelu sisältää kattavat työkalut, joiden avulla imagon kehittymistä seurataan erilaisien muuttujien avulla.

Esmerk toimittaa päivittäin sähköiset mediareportit organisaation avainhenkilöille. Uudistetussa Tracking-palvelussa olevat monipuoliset jakelu- ja analysointiratkaisut helpottavat seurantaan. Palveluun kuuluu lisäksi neljännesvuosittain kattava yhteenvetoraportti julkisuuskuvan kehityksestä.

Lisätietoja Tracking-palvelusta saat omalta yhteyshenkilöltäsi.

Voit myös ottaa yhteyttä myyntiimme puhelimitse numeroon (09) 122 4322 tai sähköpostilla esmerk@sanoma.fi.

Yritykset mittaavat viestinnän onnistumista niukasti

Taloussanomien, 21 huhti 2006, s.24:- Manifesto Consulting on tehnyt yritysten viestintää koskevan kyselytutkimuksen, johon vastasi 65 viestintäjohtajaa ja -päällikköä. Tutkimuksen mukaan yritykset mittaavat viestinnän onnistumista kovin perinteisillä mittareilla.

Viestintätehtävissä toimivat ammattilaiset uskovat kuitenkin, että viestinnän mittaaminen yleisty ja monipuolistuu. Viestintäihmiset pitävät mittaamista kalliina, vaikeana ja omasta työstä erillään olevana toimintana. Mikko Koistinen Manifesto Consultingista

arvioi, että viestintä ehkä yrittää mitata liikaa yritystason asioita kuten brändiä tai mainetta. Oikea kohde olisi kuitenkin yksittäinen projektitaso. Yksittäisille viestintäprojekteille yritys pystyy laskemaan jopa sijoitetun pääoman tuoton.

Eniten viestintäosastot mittaavat mediasuhdetoimintaa. Oman yrityksen näkyvyyttä mediassa seurataan mm. Esmerkin ja Observerin avulla. Koistisen mukaan tällaisella mittaamisella on pitkät perinteet. Verkkoviestinnän tehoa viestintäyksiköt seuraavat myös aktiivisesti. Esimiesviestintää yritykset

mittaavat yllättävän vähän, samoin strategia- viestinnän perillemeno.

Fazer-konsernissa viestinnän onnistumista mitataan sekä yleisellä tasolla että projekti-kohtaisesti. Suurin haaste on ollut järkevien mittareiden valinta. Viestintäjohtaja Ulrika Romantschuk korostaa, että on mitattava oikeita asioita, jotta saadaan tietoa, jonka avulla toimintaa voidaan kehittää.

© Esmerk 2006

YHTEYDENOTTO/PALAUTELOMAKE

Haluatko Esmerk Quarterin postituslistalle? Tai antaa palautetta lehdestämme? Kerro siitä meille oheisella lomakkeella.

Quarter nro 2/2006 sisältö Kiinnostava Kesinkertainen Ei minulle tärkeä

Haluaisin lukea lisää _____

Haluan liittyä Quarterin postituslistalle

Nimi _____ Yritys _____

Osoite _____

Sähköposti _____ Puhelin _____ Faksi _____

Faksaa lomake numeroon (09) 122 4325. Voit lähettää palautetta myös sähköpostilla esmerk@sanoma.fi

Julkaisija Esmerk on osa SanomaWSOY-konsernin Sanoma-liiketoimintaryhmää. SanomaWSOY on Pohjoismaiden johtava viestintäkonserni, jolla on toimintaa 17:ssä Euroopan maassa. • **Toimitus** Timo M. Hämäläinen (vastaava toimittaja), Leena Jahkola, Terho Rehmonen, Mikko Silvennoinen • **Osoite** Esmerk Oy, PL 31, 00089 SANOMA • **Puhelin** (09) 122 4322 • **Fax** (09) 122 4325 • **E-mail** esmerk@sanoma.fi • **Internet** www.esmerk.fi • **Taitto ja paino** Käpylä Print Oy • **Esmerk Quarter ilmestyy neljä kertaa vuodessa.**