DIGIVIISAAN 100 vinkkiä

Miten kasvatat sähköisen omaisuutesi arvoa?

Miksi automaatio kuuluu markkinoinnin työlistan kärkeen?

Kuinka onnistut digitaalisen aineistonhallinnan käytttöönotossa?

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

GREDI

DIGIVIISAAN 100 vinkkiä

1. KÄSITTEET kuntoon 4

Digitaalinen aineistonhallinta eli DAM 4
Digitaalinen omaisuus 4
Metadata 5
Luokittelujärjestelmät 6
Tiedostoformaatit 7
Työnkulut 7
Brändinhallinta 8
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

1

KÄSITTEET kuntoon

VINKKI 1

Digitaalinen aineistonhallinta eli DAM

DAM eli **Digital Asset Management** eli **digitaalinen aineistonhallinta** on järjestelmä tai palvelu, joka avulla hallinnoit yrityksesi sähköistä omaisuutta, kuten brändiä, kuvia, logoja, videoita, tekstitiedostoja ja myyntiesityksiä. Digitaalisella aineistonhallinnalla versioit aineistoa sekä johdat materiaalin tuotantoa. Aineistonhallinta helpottaa bittimuotoon säilötyn 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 uudelleen-kirjoittamisesta yritykselleesi 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 aineistonhallinta ei ole tarkoitettu tietojesi museoimiseen, vaikka se järjestääkin ja varmuuskopioi tiedostosi. Oikein käytettynä aineistonhallinta tarjoaa pääsyn kaikkeen muuttuvaan ja kehittyvään tietoosi, 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 aineistonhallinnan hakutoiminnot paikantavat tarvitsemasi aineistosi sitä tehokkaammin, mitä laadukkaampaa, yhtenäisempää ja ajantasaisempaa aineistojesi metatieto on. Hyvällä metatiedolla saat aiemmin arkistojesi kätköihin jääneen digitaalisen omaisuuden käyttöösi.

Aineistonhallintajärjestelmät 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 metadata. Esimerkiksi tuotannonohjaus- ja tuote- tai asiakastietojen hallintajärjestelmäsi tuottavat valmiiksi määrämittaista 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).

VINKKI 9

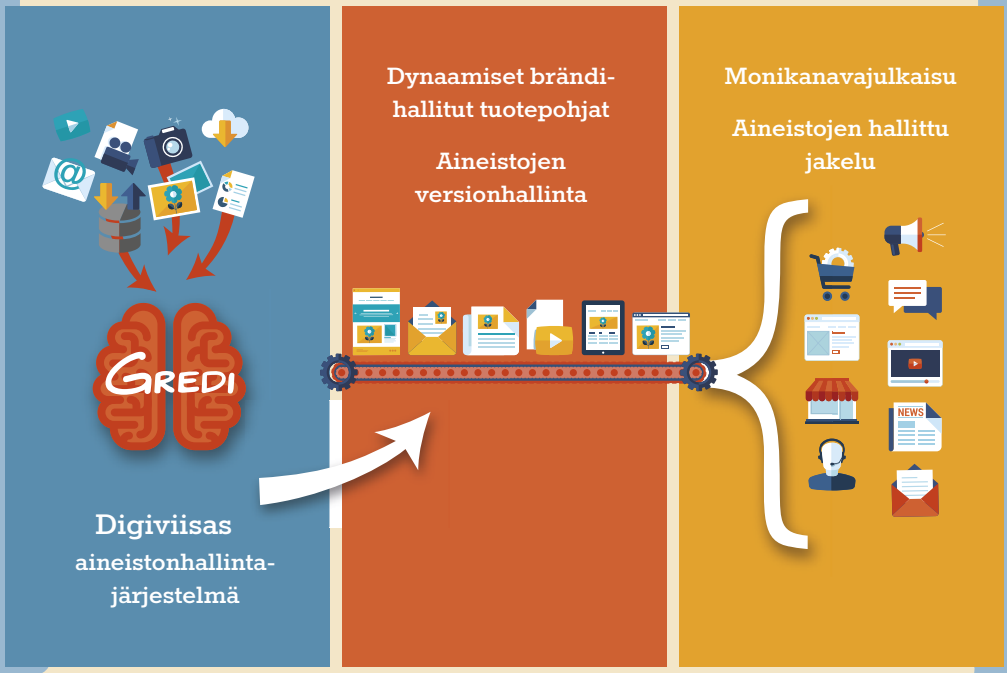
Tiedostoformaatit

Digitaalinen aineistonhallintajärjestelmä 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. Aineistonhallintajärjestelmällä automatisoit työnkulkuja. 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. Automatiikan 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 kasvulle 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. Konsernin 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 tuote-pohjien avulla automati-soit esitteidesi julkaisun ja painotyön. Aineiston-hallintajärjestelmä tallentaa hyväksymästäsi esiteversiosta paino-kelpoisen aineiston ja siirtää sen edelleen kirja-painoon. Voit julkaista esitteestä samalla pdf-version nettisivuillasi tai päivittää esitteen tuotetiedot napin painalluksella verkko-kauppaasi. Tuotepohjia käyttämällä lopputulos on aina brändisi ilmeen mukainen.

Säästät aikaa, kun jälleen-myyjäsi räätälöivät tuote-pohjilla brändi-ilmeesi mukaista ilmoitusmateriaalia itsenäisesti käyttöönsä.

CASE: SINEBRYCHOFF

Aineistonhallinnan tehostamisen avainsanat: dynaamisuus, monikana-vaisuus 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 tarvitse-mansa aineistot, kuten erilliset juoma-listat, 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 verkkosivuillasi ja uutiskirjeenä sekä lähetät aineiston parilla klikkauksella painoon ja edelleen personoituna suorapostituksena asiakkaallesi. Tai automatisoit sosiaalisen median päivitykset Twitteriin, Facebookiin, YouTubeen ja Instagramiin.

2

DIGITAALISEN AINEISTONHALLINNAN 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 kuluvaa 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 kuluvaa aikaa. Digitalisointi tehostaa aineiston jakelua ja automatisoi brändi-ilmeesi hallinnan.

NÄILLÄ VIIDELLÄ ASKELEELLA 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 inhorealistinen 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.

CASE: BROWN-FORMAN FINLAND

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 tuotannonohjausjärjestelmään, 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 määriteltyä 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 listaamallasi tiekartalla eteenpäin. Näin ratkaiset asioita riittävän pieniessä paloissa, eikä homma kasva tavoittamattoman suureksi ja raskaaksi. Massiivisten kertarysäysten sijaan opit mallin, jossa laitat asioita kuntoon muun työn ohella asia kerrallaan.

Kun sähköistät toimintaasi ja teet edellä mainitut tehtävät ajatuksella, saat lopputuloksena selkeän näkymän sähköisen omaisuuden hallintaan investoimiesi 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 aineistonhallintajärjestelmäsi sähköisen omaisuutesi 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 INTEGRAATIOON 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 aineistonhallintaa 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 aineistonhallinnassa koostamasi tieto päätyy saman tien myös asiakkaidesi ulottuville. Käytä automaattisia työnkulkuja, 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 aineistonhallinnan 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 kynnystä.

VINKKI 32

VINKKI 33

Kun integroit toiminnanohjauksen digitaaliseen aineistonhallintajärjestelmääsi, automatisoit tehokkaasti markkinoinnin työnkulkuja. Tuotat aineistonhallinnasta esimerkiksi personoituja uutiskirjeitä ja markkinointimateriaalia. Tai automatisoit kohderyhmillesi, kuten huoltosopimusasiakkaillesi räätälöityjä viestejä. Asiakaskohtainen tieto kampanjoista ja muista markkinointiponnistuksista siirtyy aineistonhallintajärjestelmästäsi automaattisesti toiminnanohjauksesi tietokantoihin.

NÄIN HYÖDYT, KUN KESKITÄT SÄHKÖISEN OMAISUUTESI HALLINNAN AINEISTONHALLINTAJÄRJESTELMÄÄSI:

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 keräät kommentit kätevästi yhteen paikkaan.

6

VINKKI 39

Metadata replikoituu automaattisesti.
Voit integroida aineistonhallintajärjestelmääsi 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 järjestelmistäsi puuttuvia työkaluja visuaalisen omaisuutesi hallintaan.
Aineistonhallintasi tallentaa automaattisesti kuvistasi, 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 julkaisuihin.

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 käyttötapauksen mukaan.

Ennen kuin uusi tuote päätyy 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 käsitellyt 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 kuluvaa 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. Vertailet 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

5 **Roolita.** Jaat aineistoa käyttäjäroolin mukaisesti kumppaneille, asiakkaille ja yrityksesi henkilöstölle. Järjestelmän avulla huolehdit, että käyttöoikeudet ja julkaisuajat ovat automaattisesti oikein kampanjasta toiseen.

VINKKI 46

6 **Integroi.** 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 työnkulkuja 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

CASE: KONE

Räätälöityä aineistonhallintaa globaaliin käyttöön

Gredi räätälöi KONEelle yrityksen globaalit tarpeet täyttävän käyttäjäystävällisen digitaalisen aineistonhallinnan ratkaisun. Gredin palvelusta ovat hyötyneet 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 tuottamiaan sisältöjä ja jakamaan niitä koko maailmanlaajuiselle organisaatiolle.

"Gredin digiviisas aineistonhallinnan 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 aineistonhallinta 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 aineistonhallintasi due diligencen kestävässä kunnossa. Se tarkoittaa myös, että yrityksesi arvo säilyy – tai jopa kasvaa.*

VINKKI 51

Digitaalisen aineistonhallinnan 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).

VINKKI 52

DIGITAALINEN AINEISTONHALLINTA KASVATTAA YRITYKSESI KILPAILUKYKYÄ:

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 formaateissa. 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 aineistonhallinnan kustannuslaskuri = Palvelu + Ihmiset + Kehitys.

Palvelu kattaa digitaalisen aineistonhallinnan järjestelmäkustannukset (esimerkiksi kiinteähintainen pilvipalvelu). **Ihmiset** kuvaa brändin- ja aineistonhallintaan 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 suositteluhalukkuuden kasvua. **Return On Investment eli ROI** puolestaan keskittyy investoinnin rahassa laskettavaan perusteluun.

Tarvitset molempia mittareita, kun haluat kasvattaa ymmärrystäsi digitaalisen aineistonhallinnan 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 aineistonhallinnan 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. Aineistonhallinnan kautta hoidetaan myös aktiivisesti kommunikaatiota loppukäyttäjien suuntaan.

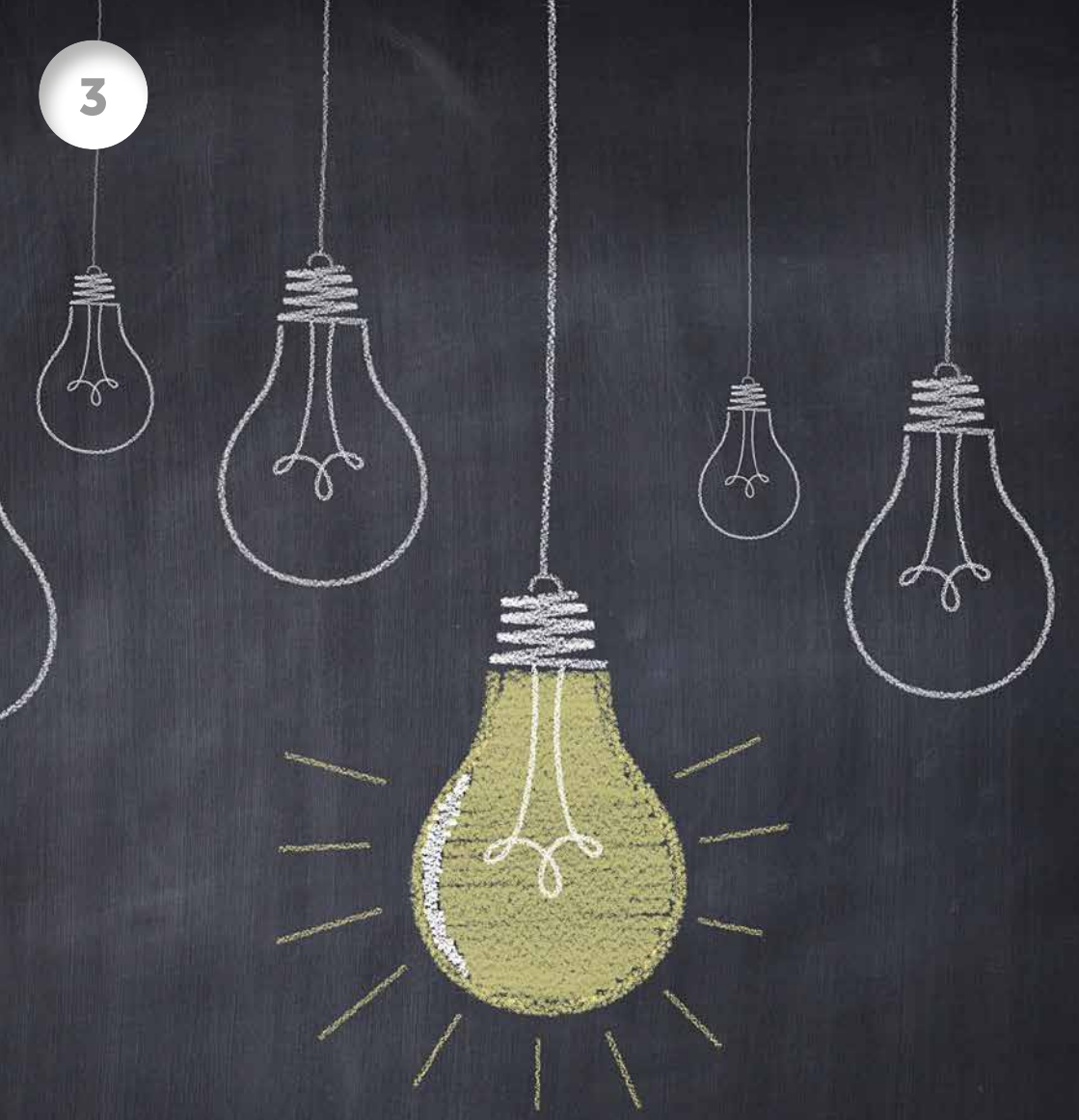
"Digitaalisen materiaalin jakaminen on nyt mahdollista eri käyttäjäryhmille ilman riskiä siitä, että informaatio menisi väärille tahoille", summaa Suunnon Head of Digital Marketing **Janne Kallio**.

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 sisällönhallinta Integraatio tuote-tiedon 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 mainos-toimiston kanssa Markkinointimateriaalin jakelu jälleenmyyjä-kanavaan ajastetusti Tuote-esitteiden versiointi Oikeiden dokumentti-pohjien löytäminen Dynaamiset mainos- ja esitepohjat Brändimateriaalin ja kuvien hallinta ja jakelu Integraatiot muihin järjestelmiin Työnkulkujen automatisointi
Aineiston-hallinnan 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	**75 €/päivä**	**500 €/päivä**	**1 500 €/päivä**

3



DIGIVIISASTA
aineistonhallintaa

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

VINKKI 56

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

VINKKI 57

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

VINKKI 58

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

- **Tehokas markkinointiformaatti** lisää sähköisen pääomasi tuottoa kertaheitolla. Sen avulla julkaiset ja versioit kerran tuotetun sisällön kattavasti kaikissa kanavissa.
- **Valmiit työnkulut** 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 59

Kehitä omaa ja organisaatiosi digiosaamista säännöllisesti. Pelkkä kertaluontoinen aineistonhallintajärjestelmän käyttöönotto ei vielä takaa yrityksesi digiviisauden kasvua. Varaudu tuoreuttamaan sähköisiä toimintamallejasi ja täydentämään datanhallinnan osaamistasi. Esimerkiksi datanhallintaa on hyvä kehittää ja seurata jatkuvasti, ei vasta silloin kun kaikki tieto on jo onnellisesti sekaisin ja kadoksissa.

VINKKI 60

Oikeilla työvälineillä luot keskitetyn näkymän tietoihisi. Digitaalinen aineistonhallintajärjestelmä auttaa sinua digitalisaation ja digi-informaation haltuunotossa. Säästät aikaa ja rahaa, kun sujuvoitat työnkulkujasi ja automatisoit rutiinejasi aineistonhallinnan avulla.

VINKKI 61

Aineistonhallinnan työkaluilla yhtenäistät jakelu- ja kommentointikäytäntösi. *Hyödynnät brändihallittuja dynaamisia tuotepohjia lokalisoinnissa ja kieliversioinnissa ja saat painovalmiit aineistot ilman mainostoimistoa.*

VINKKI 62

Perusta liiketoimintayksiköillesi, kumppaneillesi tai jälleenmyyjillesi oma aineistoportaali, joka tarjoilee kullekin käyttäjäryhmälle olennaiset brändimateriaalit yhdestä pisteestä. Voit toteuttaa jakelun sekä oikeuksien ja julkaisuajan hallinnan digitaalisen aineistonhallinnan järjestelmällä.

VINKKI 63

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

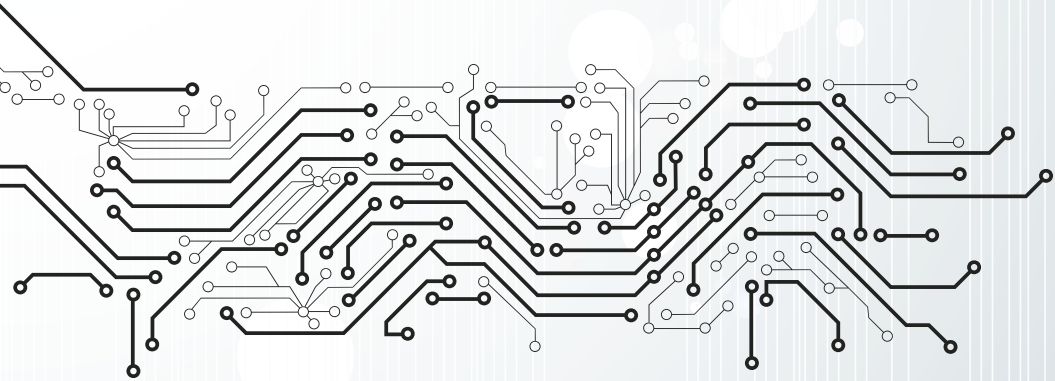
VINKKI 64

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 ylpeänä johtoryhmäsi edessä.

VINKKI 65

Hyödynnä tiedostojen massakäsittelyä. Voiko satojen tai tuhansien kuviesi 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 aineistonhallinnalle 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 lisäänny.

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 vastuuhenkilö.

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**. Nyrkkisääntö 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 brändiaineisto), mutta **yhteiset pelisäännöt tietojen tallentamiseen ja jakeluun määritellään 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:

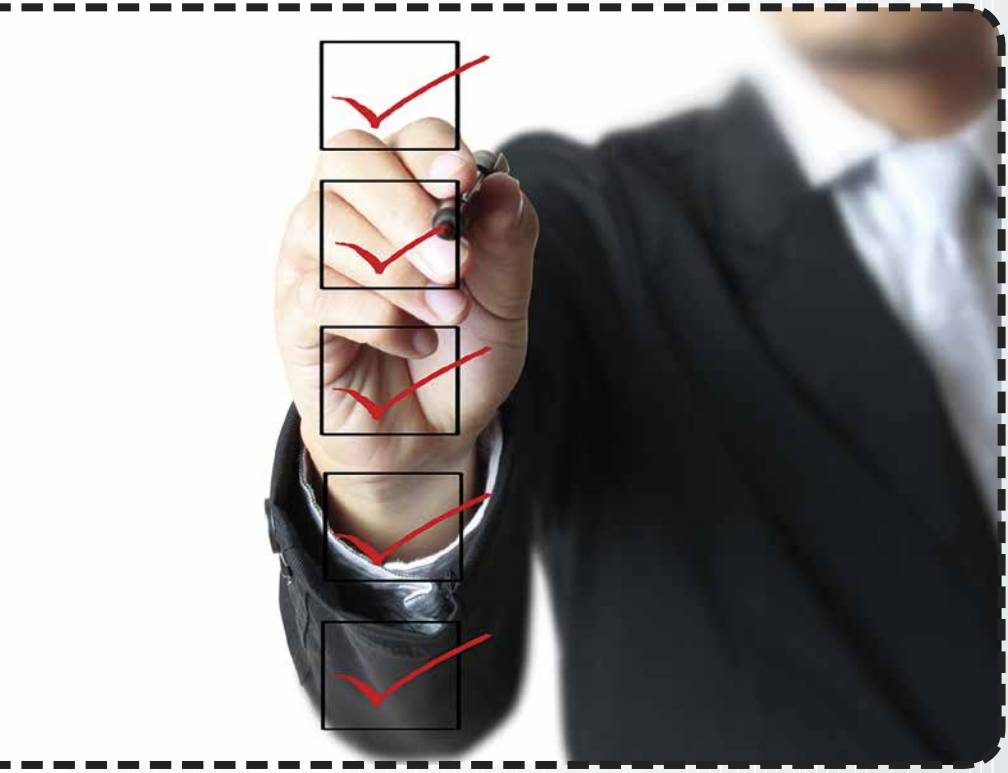
- Onko jokaisella tietovarastolla omistaja, joka on myös dokumentoitu suunnitelmaan?
- Onko tiedon omistaja mukana käytön suunnittelussa ja kehittämisessä?
- Onko päivittäiseen tukeen ja tehtäviin tarvittavat resurssit tunnistettu?
- Onko kriittiset tiedot tunnistettu ja merkitty metadatan avulla?
- 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, metadatan 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 KÄYTTÖÖNOTON 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 saavutat.

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 aineistonhallinnan käyttöönottotiimissä on edustettuna sekä **bisnes** (esimerkiksi markkinointiprosessin omistaja) että **tekniikka** (esimerkiksi aineistonhallintasovelluksen kehittäjä ja/tai sisällön ylläpitäjä). Käyttöönottotiimiä johtaa DAM-pääkäyttäjä.

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 tavoitteenasi 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 tavoitetilaan. Varmista eteneminen mittaamalla.

VINKKI 81

Pelillistä aineistonhallintasi.
Palkitse käyttäjiä, jotka hyödyntävät eniten dynaamisia aineistopohjia, automatisoituja työnkulkuja ja monikanavajulkaisua. Jaa osa syntyvästä tuottavuushyödyistä organisaatiosi digitaalisen aineistonhallinnan tiennäyttäjille.

CASE: SUOMEN PARTIOLAISET

Partio-brändi pysyy yhtenäisenä keskitetyllä aineistonhallinnalla

Suomen partiolaiset – Finlands Scouter ry on maamme suurin nuorisojärjestö, 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 lippukuntakohtaisilla tiedoilla, päivämäärillä ja muilla vaihtuvilla tiedoilla. Aiemmin aineistot toimitettiin sähköpostilla ja piirit lisäilivät 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.

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 työaikaa, parantavat laatua tai kasvattavat myyntiäsi – vaihtoehtoja on useita. Voit verrata vaikkapa monikanavajulkaisuun kuluvaa työaikaa 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 jälleenmyyjiäsi.

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 suosikkibrändistään 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.

VINKKI 86

Digiviisas prosessi ottaa oppia Lean-mallista.
Se tarkoittaa esimerkiksi seuraavia asioita:

- *Tavoitteena 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 digitalisaatiosta. 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 työnkulut, 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 työnkuluista. Varmista, että se on riittävän helppokäyttöinen ja suojaa tietosi.
5. **Ohjeista työntekijät sisällöntuotantoon.** Julkaise esimerkit keskeisistä työnkuluista. Älä keskity aineistonhallinnan työkalujen ominaisuuksiin, vaan kuvaa tyypillisiä käyttötilanteita alusta loppuun. Valmenna pääkäyttäjiä, 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

Aineistonhallinnan perus-mittareiden 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 aineistonhallinnan järjestelmän tehokkuutta, lataus- ja tallennus-määriä, käyttöastetta ja muita keskeisiä teknisiä ominaisuuksia.*

VINKKI 92

Voit mitata tuottavuutta vaikka tiedosto kerrallaan. Silloin seuraat tyypillisesti digitaalisen aineistonhallinnan 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 markkinointikampanjoidesi 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 tavoittavuutta 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, pienkehitys-hankkeiden 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 markkinointipäällikköäsi hihasta ja pyydä heitä hakemaan ja julkaisemaan jotakin saman tien. Näet hetkessä, jos homma tökkii.

Gredi juhlistaa 100-vuotiasta Suomea julkaisemalla ***100 digiviisasta vinkkiä digitaalisen aineiston hallinnasta****. Jaamme tässä oppaassa kanssasi parhaat vinkkimme organisaatiosi digiviisaista ratkaisuista ja integraatioista, paljastamme tehokkaimmat toimintamallit ja arkirutiinejasi helpottavat digitaalisen aineistonhallinnan ominaisuudet.*

Poimi herkullisimmat palat osaksi omia toimintatapojasi!

GREDI

THAT´S **AMAZING!**

Gredi auttaa asiakkaitaan kokoamaan digitaalisen omaisuuden älykkäästi hallittavaksi kokonaisuudeksi.

Kotimaisella aineistonhallintapalvelullamme 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.

Kysy lisää palveluistamme!

GREDI

Tekniikantie 14, 02150 Espoo
puh. 010 778 7100
info@gredi.fi
www.gredi.fi