



# Pikaopas Keskitetty tuotetiedon hallinta

Tehosta myyntiä ja paranna asiakaskokemusta  
B2B-liiketoiminnan tarpeisiin kehitetyllä ratkaisulla

1. Tiedon lähteet



2. Tiedon rikastaminen



3. Tiedon julkaisu



# Tiedosta on tullut B2B-yrityksen menestyksen kulmakivi

Asiakkaat etsivät tuotetietoa ostopäätöksensä tueksi. Heidän ongelma-  
naan ei ole tiedon puute, vaan sen räjähtänyt määrä. Siksi laadukkaan ja  
ajankohtaisen tiedon tarjoamisesta on tullut ratkaiseva tekijä yritysten  
menestyksessä. Asiakkaiden tiedontarpeisiin muotoiltu tuotetiedon hal-  
linta edistää ja parantaa yrityksen myyntiä ja asiakaskokemusta.

## Tuotetiedon hallinnassa tunnistetut haasteet



Konkreettisten tuotteiden, kuten rakennusmateriaalien, myynnissä on valtava määrä erilaista ja eri järjestelmissä olevaa tietoa yksittäiseen tuotteeseen liittyen.



Laaja tuotevalikoima sisältää paljon teknistä tuotetietoa, muuttujia ja vaihtoehtoja.



Kun tuotteita on satoja, tuhansia tai kymmeniätuhansia, tiedon hallinta vie merkittävästi aikaa niin tiedon tuottajalta kuin jakelijalta.



Kun tieto on hajallaan eri järjestelmissä, myös tiedon rikastaminen esimerkiksi käyttöohjeiden, kuvien ja videoiden avulla on työlästä.



Kun tieto ei ole keskitettynä yhdessä paikassa, sen päivittäminen, jakelu ja julkaisu vie paljon resursseja.



Tietojen verkkolöydettävyys on kiinni hakukoneista. Hajallaan oleva tieto tekee vaikeampaa myös hakukonelöydettävyydestä ja -optimoinnista.

*Keskitetyllä tuotetiedon hallinnalla vastataan kaikkiin näihin haasteisiin.*

# Mitä on tuotetieto ja sen hallinta?

Konkreettisia tuotteita myyvillä yrityksillä on valtavat määrät erilaista ja eri järjestelmissä olevaa tietoa yksittäiseen tuotteeseen liittyen. Kun tuotteita ja tuotevalikoimaa alkaa olla satoja, tuhansia tai kymmeniä tuhansia, tiedon hallinnasta muodostuu yritykselle kriittinen menestystekijä.

Tuotteisiin liittyvää perustietoa ovat mm. tuotteen nimi, tuotenumero, hinta ja koko. Perustiedon lisäksi tuoteinformaatio koostuu tuotekuvista, käyttökohteiden esittelystä, yksityiskohtaisesta teknisestä tiedosta sekä käyttämiseen liittyvästä infomaatiosta (esim. asennus-, käyttö- ja huolto-ohjeet). Laajennettua tuotetietoa voidaan rikastaa vielä kuvausteksteillä, videoilla, sertifiikaateilla ja muulla markkinoinnillisella tekstillä.

Tietoa myös tuotetaan monessa eri muodossa (mm. teksti, kuva, video), eri puolella organisaatiota sekä eri järjestelmissä (kuten ERP, Excel, tietokannat). Tietoa löytyy usein myös työntekijöiden omilta tietokoneilta ja printattuna eri muodoissa.

## Keskitetty järjestelmä kokoaa kaiken tiedon ylläpidettäväksi yhteen paikkaan

Tuotetiedon hallinta (Product Information Management, PIM) tarkoittaa prosessia ja ratkaisua, jolla tuotteisiin liittyvää ja erityisesti niiden markkinointiin ja myyntiin tarvittavaa tietoa hallitaan eli tuotetaan, rikastetaan ja julkaistaan keskitetysti yhden järjestelmän avulla. Käytännössä tuotetiedon hallinta on järjestelmä, johon tietoa kerätään keskitetysti eri kohteista ja järjestelmistä, yhdenmukaisessa muodossa. Järjestelmässä tietoa voidaan rikastaa ja jakaa helposti yrityksen verkkosivuille ja muihin jake-lukanaviin.

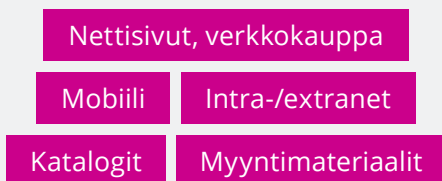
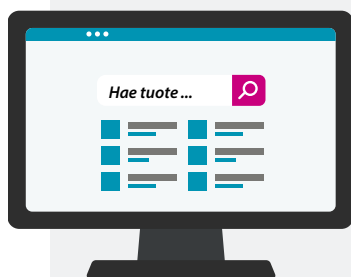
### 1. Tiedon lähteet



### 2. Tiedon rikastaminen



### 3. Tiedon julkaisu



# Keskitetyn tuotetiedon hallinnan **hyödyt** yritykselle

Yrityksessä sähköinen tuotetiedon hallinta tehostaa toimintaa monella osa-alueella. Kaikkia välillisiä positiivisia vaikutuksia ei etukäteen pysty edes arvioimaan, mutta ainakin seuraavilla alueilla hyödyt ovat selkeästi nähtävissä.

## 1. Prosessien tehostuminen

Tuotetiedon hallinta vie usein valtavasti aikaa usealta eri ihmiseltä. Tuotetieto on hajallaan eri osastoilla, järjestelmissä, työntekijöiden koneilla ja jopa printtimateriaaleissa. Samaa tai samantapaista tietoa ylläpidetään monessa paikassa, siitä on monta versiota, ja monessa paikassa se on jo vanhentunutta.

Yrityksen tarpeisiin suunniteltu ratkaisu tehostaa tuotetiedon hallinnan prosessia niin myynnissä, markkinoinnissa, viestinnässä kuin tuotannosakin. Työntekijäresursseja saadaan vapautettua rutiineista ja virheiden korjaamisesta tuottavampaan työhön. Myös tuotteiden toimitus markkinoille nopeutuu.

## 2. Laadun parantuminen

Keskitetty tuotetiedon hallinta varmistaa jalostetun tiedon jakamisen eri käyttäjien (kuten asiakkaat, myynti, markkinointi) tarpeisiin. Ajantasaisen ja laajan tiedon tarjoaminen luo laadukkaan kuvan myytävistä tuotteista, ja se toimii hyvänä kilpailuvalttina markkinoilla.

## 3. Kustannusten pieneneminen

Prosessien tehostamisen kautta yrityksen toiminnasta tulee entistä kannattavampaa. Lisäksi tuotetiedon hallinnan sähköistäminen voi poistaa tarpeen erillisen tuotekatalogin tuottamiselle ja vähentää siten merkittävästi esimerkiksi markkinointikustannuksia.

## 4. Asiakaskunnan laajeneminen

Kun keskitetty ja hakukoneoptimoitu tuotetiedon hallinta yhdistetään verkkokauppaan, asiakkaalla on aina laadukas ja ajantasainen tieto käytössään. Verkkokauppa tarjoaa uuden myyntikanavan, joka tavoittaa uusia asiakasryhmiä maantieteellisestä välimatkasta riippumatta. Verkkokaupan kautta yrityksellä on mahdollisuus palvella myös niitä asiakkaita, joita ei tavoiteta henkilökohtaisen myynnin keinoin.

**Sähköinen tuotetiedon hallinta on hyvä keino nostaa yrityksen prosessien tehokkuus uudelle tasolle.**



# Keskitetyn tuotetiedon hallinnan **hyödyt asiakkaalle**

Kun hyödynnät keskitettyä tuotetiedon hallintaa ja rikastat sisältöä asiakastarpeen mukaan, helpotat ja nopeutat asiakkaan ostopäätöstä. Laadukkaan ja ajankohtaisen tiedon tarjoamisen tuloksena on parempi asiakaskokemus ja sitoutuminen yrityksesi toimintaan.

## Tieto lisää tyytyväisyyttä

Kun laajennat ja rikastat tuotetietoa asiakkaan tarpeen ja tuotteen käyttötilanteiden pohjalta, helpotat asiakkaan ostamista. Julkaisemalla saman tiedon kaikkiin kanaviin: myyntiin, markkinointimateriaaleihin, mainontaan ja verkkosivuille, asiakas saa aina laadukkaan ja ajankohtaisen tiedon käyttöönsä. Ajantasainen ja kattava tieto on yhtä kuin hyvä asiakaspalvelu. Ja mitä enemmän tarjoat asiakkaalle tietoa, sitä pienempi on reklamaation määrä.

hinnat ovat heti nähtävissä ilman erillistä yhteydenottoa myyjään, on kynnys ostopäätöksen tekemiseen matalampi.

## Asiakaskokemus parantuu

Reaaliaikaisesti päivittyvät tuotetiedot säästävät asiakkaan turhilta pettymyksiltä. Kattava ja laadukas tuotetieto varmistaa, että asiakas saa oikean tuotetiedon prosessin eri vaiheissa. Myös inhimillisten virheiden todennäköisyys pienenee sähköisen tuotetiedon hallinnan myötä.

## Ostoprosessi helpottuu

Keskitetty tuotetiedon hallinta mahdollistaa tehokkaan tuotehaun ja -vertailun. Samalla myös ostoprosessi helpottuu ja nopeutuu. Kun tuotefaktat, käyttötarkoitukset ja asiakkaan omat

**Sähköiseen tuotetiedon hallintaan panostaminen on kannattava tapa parantaa asiakastyytyväisyyttä.**



# Tapaus Fescon: Keskitetty tuotetiedon hallinta tuo tehoja läpi organisaation

Yrityksen liiketoimintaan ja myynnin prosesseihin soveltuva tuotetiedon hallintajärjestelmä tehostaa toimintaprosessia läpi koko organisaation – myynnistä tuotantoon asti. Keskitetyn tuotetiedon hallinnan avulla tieto voidaan päivittää automaattisesti kaikkiin kanaviin, joissa tuotetietoa käytetään ja julkaistaan.

Rakennusalan kuivatuotteiden ja ratkaisujen valmistajan Fesconin yli 500 eri tuotteen tuotetieto oli aikaisemmin hajallaan palvelimilla, netissä, hinnastoissa, ERP:ssä, tuoteselosteissa ja esitteissä. Tuotetiedon kerääminen, rikastaminen ja hallinta oli virheherkkää ja aikaa vievää toimintaa. Fescon etsi pitkään ratkaisua, jolla koko tuotepaketin pitäminen pysyisi hallussa.

## Kevyt ja helposti integroitava SOLU-ratkaisu

Fescon otti käyttöönsä e21:n SOLU-järjestelmän kun yli 500 tuotteen tuotetietojen hallinta alkoi viedä liikaa aikaa ja aiheutti turhaa työtä eri puolilla organisaatiota. SOLU-järjestelmä toimii nyt yrityksen keskitettynä tuotetiedon hallintajärjestelmänä, josta käsin hallitaan koko yrityksen tuotevalikoimaa ja tuotetietoja viidellä eri kielellä. Järjestelmän avulla on helppo päivittää tuotetietoa sekä julkaista sitä automaattisesti eri kanavissa.

## Tehokkaampaa toimintaa vähemmällä virheillä

Tuotetiedon hallinnan ansiosta Fesconin toiminta tehostui ja virheet vähenivät. Keskitetyn järjestelmän käyttöönotto mahdollisti Fesconille sekä tiedon päivittämiseen liittyvän prosessin nopeutumisen että julkaistavan tiedon laadun parantumisen. Koska julkaisu tapahtuu nyt yhdestä paikasta, kaikilla tuotetietoa tarvitsevilla on aina viimeisin tieto käytössään. Tuotetiedoista on olemassa vain yksi ajantasainen tieto ja sen hallintaan aiemmin liittynyt sählyäys ja uudelleen tekeminen poistuivat. Uusi järjestelmä mahdollistaa tehokkaan työskentelyn sekä paremman asiakaspalvelun, kun asiakkaillakin on ajankohtainen ja päivitetty tieto aina käytössään.

*”Meillä on hinnastossamme yli 500 tuotetta ja tuotevalikoimamme lisääntyy koko ajan. Haimme pitkään ratkaisua, jolla saisimme koko tuotepaketin pidettyä hallussa. Kun e21:n henkilöt sitten kävivät täällä, meillä syttyi lamppu ja tajusimme, että tämä tuote on juuri etsimämme. Kellään muulla ei ollut valmiina pakettina vastaavaa,”*

kertoo Fesconin toimitusjohtaja Kimmo Peltola.



# Valitse liiketoimintaa ymmärtävä kumppani

Tuotetiedon kehittämiseen ja hallintaan kannattaa valita kumppani, joka ymmärtää liiketoiminnan ja myynnin kannalta relevantit tekijät: mitä myydään, kenelle myydään, millaisiin käyttötarkoituksiin tuotetta tai ratkaisua myydään ja miten sitä ostetaan. Asiakkaan ostoprosessin ja siihen tarjottavan myyntiprosessin mallintaminen antaa raamit, joiden pohjalta tuotetiedolle luodaan hierarkia. Kun hierarkia ja rakenne on mallinnettu, voidaan rakentaa tuotetiedolle keskitetty järjestelmä. Näin järjestelmä tukee aidosti yrityksen liiketoimintamallia.

## 1 Kirjaa ylös ne asiat, jotka ovat oman liiketoimintasi kannalta kriittisiä.

Esim.

- ✓ B2B-myyntien prosessien tehostaminen
- ✓ Markkinoinnin tehostaminen
- ✓ Tuotteiden toimitusajan nopeuttaminen
- ✓ Reklamaatioiden vähentäminen

## 2 Etsi kumppani, jolla on kokemusta vastaavista tapauksista.

Parhaiten yhteistyö sujuu kumppanin kanssa, jolla on oman toimialasi erityispiirteiden ymmärrystä. Yleisiä tuotetiedon ratkaisuja ja järjestelmiä löytyy pilvin pimein, mutta kaikki eivät välttämättä ratkaise juuri sinun liiketoimintasi kaltaisia ongelmia.

## 3 Sitoudu uusiin toimintatapoihin.

Sähköiseen tuotetiedon hallintaan siirtyminen vaatii motivaatiota ja sitoutumista koko yrityksen henkilöstöltä ja johdolta. Keskitetty tuotetiedon hallinta vaikuttaa useiden eri yksiköiden prosesseihin, joten yhteisen toimintamallin sopiminen ja työkalujen käyttöönotto edellyttää aluksi hieman ylimääräistä vaivannäköä. Sekä rahallinen että ajallinen investointi maksaa kuitenkin itsensä takaisin nopeasti.

### B2B-kaupan tuotetiedon hallinnan asiantuntija.

e21 Solutions Oy yhdistää B2B-kaupan alan erityispiirteet asiakaslähtöisten digitaalisten ratkaisujen suunnitteluun. Mahdollistamme ylivoimaisen kilpailuedun rakentamisen verkkoon tarjoamalla mm. keskitettyjä tuotetiedon hallinnan ratkaisuja. Autamme sinua palvelemaan asiakkaitasi paremmin!

**Lue asiakastarinoitamme osoitteesta**

[www.e21.fi/asiakkaat](http://www.e21.fi/asiakkaat)



# Rikas ja ajankohtainen tuotetieto aina myyjän mukana

Keskitetty tuotetiedon hallinta mahdollistaa uudenlaisten työkalujen tarjoamisen myynnin tueksi. Verkkopohjaiset työkalut kulkevat myynnin mukana ajasta ja paikasta riippumatta ja tarjoavat myynnille lähes rajat-

## Tehoa myyntiin

Myynti ulosmittaa tuotteen kehityksessä, valmistuksessa ja ostossa kulutettujen resurssien arvon. Tuliko tästä nyt sitten floppi, perustuote vai hitti-tuote? Menikö kaikki vai vieläkö jäi jotain viivan alle?

Myyjälle tulee olla salkussaan paras tuotedata, rikastettu tieto, käyttökohteiden esittely, videot ja muut työkalut, joilla hän voi vakuuttaa asiakkaan tekemään ostopäätöksen. Kauppaa ei vajailla tiedoilla ihan helposti tule.

## Sähköiset työkalut säästävät myyjän aikaa

Keskitetyn tuotetiedon hallinnan avulla myynnille voidaan rakentaa modernit työkalut, joiden avulla myyntiprosessi tehostuu ja asiakaspalvelu parane.

Moderniin myyjän "salkkuun" kuuluu sähköiset tuoteluettelot, joista hän voi hakea jatkuvasti päivittyvän tuotetiedon ja asiakaskohtaiset sopimukset. Sen lisäksi myyjän työkaluihin voidaan lisätä verkkopohjaisia laskureita, jotka auttavat tuotteiden ja määrien valinnassa sekä hinnoittelussa. Oma tilausten ja tarjousten hallintatyökalu mahdollistaa kaupan teon jo asiakkaan luona.

Lisäksi myyjälle voidaan tarjota 'taiton automatisointi'-ratkaisu, jonka avulla hän voi printata kustannustehokkaasti erilaiset esitteet ja hinnastot vaikka jokaiselle asiakkaalle tai tuoteryhmälle erikseen. Napin painalluksella!

## "Hei hei, katalogit!

*Printtikatalogi alkaa auttamatta olla aikansa elänyt ilmiö. Monisataasivuisiin katalogeihin uusia tuotteita ei ihan heittämällä lisätä kuin ehkä irtolehtinä – mitä oikeasti tehdään edelleen.*

*Eivät ne katalogit ihan hirveästi myy muuttenkaan. Istuin eräänkin kerran palaverissa asiakkaan kanssa heidän tuotetietojaan perkaamassa ja luokittelemassa. Käytimme 200-sivuista luetteloa apuna – tai yritimme. Asiakkaani tuskaili etsiessään katalogista tuotetta, jota ei löytynyt ihan äkkiä. Luettelosta puuttui kuulemma hakutoiminto."*

**Mikko, myyntijohtaja, e21 Solutions**





# Keskitetty tuotetiedon hallinta tehostaa markkinoinnin toimintaa ja vähentää virheitä

Keskitetty tuotetiedon hallinta tarjoaa markkinoinnille työkalun, joka kokoaa kätevästi yhteen niin tekniset faktat kuin kaupalliset tekstitkin havainnollistavilla materiaaleilla rikastettuina. Lisäksi se mahdollistaa tuotetiedon jakamisen markkinoinnin eri kanaviin.

## Rikkaampaa tuotetietoa, vähemmän virheitä

Markkinoinnin tehtävä on tuottaa asiakkaille houkuttelevaa tietoa lanseerattavasta tuotteesta. Ellei käytössä vielä ole keskitettyä järjestelmää, tuotetietoa tuotetaan, kootaan ja julkaistaan moninaisilla tavoilla valituista markkinointikanavista riippuen. Tiedon laatu sekä muoto vaihtelevat ja käytössä olevia järjestelmiä sekä tallennusmuotoja on useita, joten virheiden mahdollisuus on suuri.

Keskitetty tuotetiedon hallinta tarjoaa markkinoinnille työkalun, johon yrityksen IT- ja suunnitteluorganisaatio ovat jo koonneet faktat, tuotetiedan ja ehkä myös kaupalliset tekstit. Markkinointi voi rikastaa tuotetietoa esimerkiksi laadukkailla tuotekuvilla, YouTube-videoilla, ladattavilla materiaaleilla, manuaaleilla ja ohjeilla.

## Helppo tiedon jakelu eri kanaviin

Markkinointi julkaisee tuotteen keskitetyn järjestelmän kautta haluttuihin kanaviin kuten verkkopalveluun, verkkokauppaan tai intraan – manuaalisesti tai ajastettuna haluttuun ajankohtaan. Mikäli eri asiantuntijat huomaavat laatupoikkeamia esitetyissä tiedoissa, he voivat käydä päivittämässä niitä koska tahansa, ja tieto päivittyy kaikkiin kanaviin samanaikaisesti.

Hyvä tuotetiedonhallinnan ratkaisu mahdollistaa tiedon tuottamisen ja julkaisun eri kanavien vaatimuksiin. Esimerkiksi mobiilisivustolla tiedot esitetään eri tavalla kuin www-sivuilla; tila on rajatumpi ja käyttäjä toimii siellä hyvin eri lailla. Sähköinen tuotetiedon hallinta mahdollistaa myös eri kieliversioiden tuottamisen keskitetysti yhdestä paikasta, jolloin tuotteiden lanseeraus eri markkinoille on merkittävästi helpompaa ja nopeampaa.

*”Eräässä yrityksessä oli painatettu suurella vaivalla tuoteluetteloja. Uudet, hienot luettelot olivat saapuneet painosta ja ne olivat yritykseen saapuessani aulassa esillä. Totesin, että jaaha, teille on tullut uudet tuoteluettelot. Isäntä siihen nolona vastasi, että ne ovat itse asiassa lähdessä pois. Niihin tuli vahingossa väärät hinnat.*

*Luettelon eteen oli tehty viikkokausia hommia, mutta oli päässyt sattumaan pieni vahinko. Nyt ainoa keino korjata vahinko oli tilata uudet luettelot. Painotuotteen virheen korjaus ei ole ihan helppo homma.”*

**Mikko, myyntijohtaja, e21 Solutions**

## SOLU-ratkaisu on B2B-markkinoijan ykköstyökalu

e21:n SOLU tarjoaa oivallisen työkalun, joka ratkaisee myös markkinoinnin haasteet. SOLUssa on itsessään mm. materiaalien hallinta-työkalu kuvia ja muita tiedostoja varten. Voit kytkeä SOLUun myös laajennetun aineistopankin, jossa voit helposti selata, hakea, jakaa ja arkistoida tuotetietoon liittyviä materiaaleja. Julkaisurajapinnat on helppo toteuttaa juuri haluttuihin kanaviin.

### Bonusena hakukoneoptimointi

SOLUssa tuotetieto rakennetaan hakukoneoptimoinnin ehdoin, jolloin nykyiset ja potentiaaliset asiakkaat löytävät tuotteesi jo ostoprosessin ensimmäisillä eli silloin, kun he lähtevät hakemaan tietoa tuotteista netissä.

# Valitse helposti integroitava ratkaisu

Keskitetty tuotetiedon hallinta helpottaa yrityksen eri toimintojen välistä yhteistyötä ja auttaa johtoa pitämään langat entistä paremmin käsissään. SOLU-ratkaisu on helposti integroitavissa yrityksen jo käytössä oleviin ohjelmistoihin, kuten ERP:iin. Näin se luo pohjan koko liiketoiminnan digitalisoinnille.

## Tuotetietoa alkaa kerääntyä jo ennen tuotteen myyntiä

Mikäli yritys valmistaa tuotteita itse, yrityksen oma tuotekehitysprosessi tuottaa hyödyllistä tuotetietoa jo ideoinnista asti. Tyypillisesti tässä vaiheessa tuotettu tieto sisältää nimikkeitä, tuoterakenteita, kolmiulotteisia CAD-malleja ja muita dokumentteja.

Tämä tuotetieto on usein arvokasta tuotteen kaupallistamisen yhteydessä, joten se kannattaa tallentaa keskitettyyn järjestelmään. Time-to-market -aika lyhenee, kun tuotetieto on jo olemassa siinä vaiheessa, kun päätös tuotteen valmistuksesta ja myynnistä tehdään.

*”Tilausvaiheessa asiakkaan ja myyjän välillä käydään puhelimessa tiukkaa kaupankäyntiä. Myyjä katsoo tietoja tuotteesta omasta järjestelmästä (ERP) ja asiakas puolestaan yrityksen nettisivuilta. Yllätys yllätys, tuotteiden tiedot ja hinnat eivät olekaan näissä samat eikä kaupankäynnistä meinaa tulla yhtään mitään. Molemmat puhuvat eri tuotteista ennen kuin selviää, että se, mitä asiakas näkee, onkin eri tietoa kuin mitä myyjä luulee hänen näkevän.”*

**Marko, toimitusjohtaja, e21 Solutions**

## Tuotetiedon hallinta (PIM) jalostaa ERP:n tuotedataa

Monissa yrityksissä tuotteiden perusdata, kuten nimikkeet, tuotenumerot, hinta ja mitat, tallennetaan toiminnanohjausjärjestelmään. Tämä tieto ei kuitenkaan riitä asiakkaiden palvelemiseen, vaan tietoa on rikastettava mm. käyttökohteiden kuvausten, kuvien, videoiden, manuaalien avulla.

ERP ja PIM saadaan nykyisin keskustelemaan keskenään hyvin näppärästi ja turvallisesti. Moderni PIM järjestelmä mahdollistaa usein myös vanhojen järjestelmien sulkemisen.



# Tuotetiedon hallinta on koko organisaation asia

Keskitetty tuotetiedon hallinta helpottaa yrityksen eri toimintojen välistä yhteistyötä ja auttaa johtoa pitämään langat entistä paremmin käsissään. Se tuo toimintaan läpinäkyvyyttä ja luo pohjan digitaaliselle liiketoiminnalle.

Tuotetiedon hallinta ja sen kehittäminen on lähes kaikkien yrityksen toimintojen pöydällä. Siksi se on myös asia, joka yhtenä yksittäisenä ratkaisuna tuo yritykseen tehoja ja hyötyjä laajasti. Yhtenäinen tuotetiedon hallinta pakottaa eri toiminnot sopimaan, miten tuotetietoa kerätään, jaostetaan ja tarjoillaan asiakkaalle.

## Yhteinen näkemys läpi koko organisaation

Keskitetty ja yhtenäinen tuotetiedon hallinta mahdollistaa sen, että kaikki yrityksen toiminnot tie-

tävät esimerkiksi, mitä tietoa uudesta tuotteesta tarvitaan, missä muodossa tiedon tulee olla, missä tietoa säilytetään ja miten sitä saatetaan markkinoille.

Hallitun prosessin avulla asiakkaat löytävät tuotteesi ja voivat tehdä informoidun ostopäätöksen. Keskitetty tuotetiedon hallinta yhdistettynä B2B-verkkokauppaan luo yrityksellesi merkittävän kilpailuedun omalla markkinallasi ja mahdollistaa liiketoiminnan laajentamisen uusille markkinoille.

*”Tuotetiedon päivitysrytmi on perinteisesti ollut kerran vuodessa. Yritysten tuotevalikoima kuitenkin elää pitkin vuotta, kun tulee uusia tuotelinjoja ja edustuksia. Ei ole yksi eikä kaksi kertaa, kun kuluvan vuoden aikana on esimerkiksi tullut uusi päämies ja sen mukana laaja uusi tuotevalikoima. Sen saaminen markkinoille ei olekaan sitten ehtinyt perinteiseen tiedonjakoprosessiin.*

*Yrityksen imagolle ei tee hyvää sekään, kun joku tuotelinja häipyä kesken vuoden mutta on edelleen luettelossa. Kun asiakkaat kyselevät sitä, he saavat vastaukseksi ei-oota. Näiden esimerkkien valossa voisi kysyä: mitä, jos liiketoimintaakin muutettaisiin vain kerran vuodessa?”*

**Marko, toimitusjohtaja, e21 Solutions**

## SOLU on B2B-yrityksille kevyt ja helposti integroitava ratkaisu

e21:n SOLU on innovatiivinen ratkaisu B2B-yritysten tarpeisiin. Se antaa työkalut suurten kokonaisuuksien hallintaan ja mahdollistaa tuotetiedon käsittelyn, ylläpidon ja julkaisun eri kanaviin. Helppokäyttöisyyden lisäksi se on myös helposti integroitavissa yrityksen muihin järjestelmiin.

**Lue lisää osoitteesta  
[www.e21.fi](http://www.e21.fi)**

# e21 Solutions Oy tuo tehoa B2B-myyntiin

Autamme B2B-yrityksiä digitalisoituvassa maailmassa jo yli 20 vuoden kokemuksella. Tehostamme yritysten liiketoimintaa, myyntiä ja asiointia automatisoimalla prosesseja, digitalisoimalla myyjien työkaluja, helpottamalla asiointia sekä tarjoamalla B2B-verkko-kaupparatkaisuja ja tuotetiedon hallintajärjestelmiä.

Asiakkaamme arvostavat sitä, että ymmärrämme heidän haasteensa ja ratkomme ongelmia yhdessä heidän kanssaan. Olemme ylpeitä asiakkaistamme, jotka edustavat etenkin teollisuuden ja kaupan vahvoja nimiä – niin kotimaisia kuin kansainvälisiäkin.

Jos jostain haluamme meidät muistettavan, niin se on luotettavuus. Me pidämme sanamme, toimitamme mitä lupaamme ja huolehdimme kustannusten paikkansapitävyydestä. Tyytyväiset asiakkaamme muistuttavat meitä siitä, miksi me tätä hommaa teemme.

” Haimme pitkään toimittajaa, jolla on erinomainen alan ymmärrys, tarpeeseemme parhaat ratkaisut ja kenen kanssa yhteistyö tuntuu luontevalta. e21 täytti kaikki nämä kriteerit.

**Kimmo Peltola**  
Toimitusjohtaja  
Fescon Oy

” Tämä on ollut erinomainen kumppaniliitto.

Me puhumme avioliitosta, koska kehitämme yhteistyössä Ruduksen toimintaa.

**Anette Patterson**  
Kehityspäällikkö  
Rudus Oy

## Ota yhteyttä!



**e21 Solutions Oy**

Itälahdenkatu 18 A, 00210 Helsinki  
Puh. 09 4243 1100, [info@e21.fi](mailto:info@e21.fi)



Tutustu referensseihimme osoitteessa:  
→ [www.e21.fi/asiakkaat](http://www.e21.fi/asiakkaat)

[www.e21.fi](http://www.e21.fi)