

VISMA Aqazine

NRO 2 / 2011

VISMAN ASIAKASLEHTI

Palkanlaskennan modernit
mahdollisuudet:
pilvipalvelu ja ulkoistaminen

Ulkoistamispalveluiden ja
ohjelmiston yhdistelmä

Vinkkejä ostolaskujen
käsittelyyn ja
CRM-ohjelmiston
käyttöön

Asiantuntija Maggie Fox:

**HYÖDYNÄ SOSIAALISEN MEDIAN
MAHDOLLISUUDET LIKETOIMINNASSASI**

 **VISMA®**



Sosiaalinen media ja muutos: Tänä päivänä sosiaalisen median kohdalla kyse ei ole enää ohimenevästä ilmiöstä, vaan arkipäiväisistä työkaluista, joita ilman ei yritys tule enää toimeen. "Jos ei teillä ole aikaa sosiaaliselle medialle, voisitte yhtä hyvin sanoa, ettei teillä ole aikaa asiakkailenne", julistaa Erik Eskedal. Asiakkaat eivät välitä tuotteista, vaan he haluavat ongelmiinsa ratkaisuja. Erilaiset sosiaaliset mediat ovat siihen loistava apuväline.

Ostolaskurutiineista yksinkertaisempia ja tehokkaampia: Ostolaskujen käsittelyyn kuluvia resursseja pystytään säästämään. Prosessissa auttavat verkkolaskut, automaattinen tulkinta, ylläpidetty perusrekisteri sekä sähköinen kierrätys ja arkistointi. Miten Teidän yrityksessänne käsitellään ostolaskut?

Viisi ohjetta CRM:n käyttöönottoon: Monia yrityksiä arveluttaa käynnistää CRM-projekti korkeiden kustannusten ja epävarmojen tulosten pelossa. Järjestelmän käyttöönotossa painotetaan liikaa teknistä puolta ja unohdetaan itse työprosessit sekä henkilöstön osaamisen kehittäminen. Riku Hakalan ohjeet auttavat onnistumaan CRM-projektissa.

Palkkahallinto rasittaa työnantajaa: Palkkoihin liittyy paljon vaatimuksia, velvoitteita ja määräyksiä. Palkat on maksettava oikein laskettuina ja oikeana päivänä, kaikissa olosuhteissa ja tilanteissa. Palkanlaskijalta vaaditaan asiantuntemusta, jota on kaiken aikaa ylläpidettävä. Vaatimusten ristitulessa palkkahallinnon ulkoistaminen on yhä houkuttelevampi vaihtoehto. Lue miten Pohjoismaiden pankkivakuuttamisen edelläkävijä Tryg ulkoisti palkkahallintonsa.

Tilitoimisto kuin oma talousosasto: Onrakenne hankki toimitustensa tueksi helpon ohjelmisto- ja palveluratkaisun. Aloittavilla yrityksillä ei ole usein mahdollisuutta investoida tietojärjestelmiin tai talousosaston muodostamiseen. Onrakenne käyttää samaa järjestelmää yhdessä tilitoimiston kanssa, jolloin se voi panostaa ydinliiketoimintaansa rauhassa.

Miten onnistua käyttöönottoprojektissa? Tämän lehden kantavana teemana ovat asiakkaidemme ja asiantuntijoidemme kanssa toteutetut vinkit tehokkaaseen toimintaan. Johdon vahva sitoutuminen on ohjelmistoprojektin onnistumisen keskeinen elementti. Jotta ohjelmiston käyttöönotosta saisi maksimaalisen liiketoimintahyödyn, kannattaa yrityksen johtohenkilöiden paneutua siihen. Norris Cosmeticsin toimitusjohtaja Minna Laakkonen ja Visma listasivat kuusi tärkeää onnistumisen osa-alueita.

Värikästä syksyä ja lämpimiä lukuhetkiä!

Terhi Karasjärvi
Terhi Karasjärvi

SISÄLTÖ

AJANKOHTAISTA..... 3

Maggie Fox uskoo
sosiaalisen median potentiaaliin..... 4

Visma Payroll,
palkanlaskentaa pilvissä..... 6

Näin tehostat ostolaskujen käsittelyä..... 8

Helposti käyttöönotettava CRM-järjestelmä..... 9

Palkanlaskennan ulkoistaminen
houkuttelee yrityksiä..... 10

Onrakenne Oy valitsi
ohjelmisto+palvelu -konseptin..... 12

Erik Eskedalin vinkit
sosiaalisen median hyödyntämiseen..... 14

Riku Motor -ryhmä saa
taloushallintoon tukea Vismalta..... 16

Norris Cosmetics Oy
Kosmetiikkaa ja varastonhallintaa 18

Sosiaalisen median
yrittäjä ja uranuurtaja Rick Marini..... 20

MVP-palkittu Marius Bancila..... 22

KURSSI&KOULUTUS..... 23

Palautte

Toiko asiakaslehtemme mieleesi
kysymyksiä, artikkelehdotuksia
tai muuta kommentoitavaa?

Lähetä meille palautetta asiakaslehtemme liittyen
osoitteeseen vismagazine@visma.com



Visma tehokkuuden asiantuntijana seminaarissa Helsingin Pörssitalolla

Visma Services osallistui kutsuttuna asiantuntijana Taloushallinnon palvelukeskukset -seminaarin, joka järjestettiin 15.6. Helsingin Pörssitalolla.

Talentum Eventsin järjestämän seminaarin teemoja olivat taloushallinnon best practices -vinkit, tehokkuuden johtaminen sekä palvelukeskuksen roolit ja rajanvedot. Muina kutsuttuina asiantuntijoina toimivat edustajat mm. Nokialta ja Deloittelta.



Visman tehokkuuden asiantuntijana toimi Espen Vestli, joka vastaa Business Process Outsourcing (BPO) -projekteista Norjassa. Suomen Vismaa edusti Visma Services Oy:n kansainvälisen laskentaosaston päällikkö Ulla Rantanen-Sund.

Lue Espenin kommentit seminaaripäivästä sekä puheenvuoro aiheesta Visman blogista.



<http://blog.visma.fi/>



Eikö SEPA kiinnosta? Visman helppo SEPA-peli neuvoo siirtymässä

Kotisivuiltamme löytyvän SEPA-pelin avulla yrityksesi käy läpi SEPA-siirtymän kirjain kerrallaan helposti ja selkeästi. Yritysten on erittäin tärkeää selvittää omat SEPA-valmiutensa ja oman SEPA-siirtymän tehtävät nyt heti.

Uusi SEPA-maksustandardi, ISO20022, tuli pakolliseksi 1.1.2011, mutta pankit jatkavat vielä vanhojen standardien käyttöä 31.10.2011 asti. Huomioitava on, että siirtymän takaraja ei koske maksukanavien muutosta, vaan jokaisella pankilla on oma WS/PKI-liikennöintikanavan käyttöön-ottoaikataulu. Useimmissa pankeissa ftp/PATU-kanava tulee säilymään SEPA-maksuille uuden kanavan rinnalla. Kysy pankistasi lisätietoja.

Finanssialan Keskusliiton ja Elinkeinoelämän Keskusliiton yhdessä toteuttaman kyselyn tuloksista selviää, että yritysten SEPA-valmiustilanne on erittäin haastava.

SEPA-siirtymässä keskeinen kehitysrooli on Suomen SEPA-foorumin ydinryhmällä, johon Visma kutsuttiin mukaan pk-yritysten maksuliikenteen edustajaksi ja pk-sektorin asiantuntijaksi. Visman edustajana ydinryhmässä toimii Heikki Kotimäki, Product Manager eFinance, Visma Software Oy:stä.

Pelaa Visman SEPA-peliä >> www.visma.fi/sepa

Tukea SEPA-käyttöönottotoimenpiteisiin saat Visman koulutuksista >> www.visma.fi/kurssit
Lisätietoja SEPA-siirtymästä saat omalta yhteyshenkilöltäsi tai Visma-partneriltasi.

Visman ohjelmistokoulutukset saivat osallistujilta hyvät arvosanat

Visma ohjelmistokoulutuksia on viime vuosien aikana uudistettu paitsi koulutussisältöihin myös koulutusjärjestelyihin liittyen. Olemme siirtäneet materiaalit sähköiseen muotoon, aloittaneet Internetin ylitse pidettävät webinaarikoulutukset sekä suunnitelleet asiantuntijoidemme kanssa lisää ajankohtaisia täsmäkoulutuksia. Uudistukset ovat tuottaneet tyytyväisiä kurssiosallistujia, sillä kevään koulutusten arvosanaksi muodostui 4,3 (maksimin ollessa 5). Näin ollen koulutuksiin osallistuneista 80 % on tyytyväinen saamaansa palveluun. Tästä on hyvä jatkaa kehitystyötä.

Syksyn kurssiakataulut löydät tämän lehden takasivulta tai osoitteesta www.visma.fi/kurssit. Tule mukaan kouluttautumaan!



Seuraa Visman kuulumisia Twitterissä ja Facebookissa, lue blogistamme asiantuntijoidemme kannanottoja ajankohtaisiin aiheisiin ja katso VISMAgazine webTV -haastatteluja tai tuotevideoita YouTubesta.



- Kyse on yksinkertaisesti siitä, että kalastetaan siellä, missä kalat ovat. Yrityksille on haitaksi, jos ne eivät ymmärrä sosiaalisten medioiden arvoa ja vaikutusta liiketoimintaan. Asiakkaiden kanssa täytyy kommunikoida siellä, missä he aikaansa viettävät. Lähde rohkeasti mukaan, kyseessä ei ole mikään salaseura, kannustaa kanadalainen asiantuntija Maggie Fox.

Näetkö potentiaalia sosiaalisessa mediassa?

Maggie Fox

- Kanadalainen yrittäjä ja sosiaalisen median asiantuntija
- Jäsen The Social Media Collectiv ja Enterprise Irregulars -ryhmissä
- Social Media Groupin perustaja ja pääjohtaja
- Social Media Group on maailman johtava sosiaalisen median strategioihin keskittynyt yritys



Erään maailman johtavan sosiaalisen median asiantuntijan arki on täynnä myös perinteistä sosiaalisuutta. VISMAGazine tapasi Maggie Foxin New Yorkissa, missä tämä vieraili asiakastapaamisen merkeissä.

Torontossa Kanadassa asuva Fox perusti sosiaalisen median yrityksensä, Social Media Groupin, jo vuonna 2006. Kansainvälisestikin ajatellen yritys oli alansa edelläkävijä ja sen myötä Foxista on tullut sosiaalisen median johtava asiantuntija. Tällä hetkellä yrityksellä on muutamia kymmeniä työntekijöitä, jotka ovat keskittyneet tunnistamaan sosiaalisten medioiden potentiaalinen yritysmaailman käytössä. He auttavat maailman suurimpia brändejä luomaan sosiaalisen median strategioita ja toteuttamaan niihin liittyviä aktiviteetteja.

Edellisen illan Maggie Fox oli viettänyt erään asiakkaansa kotona mukavan päivällisen merkeissä. Vastaavia kutsuja ei tule usein ja iloinen ilta herätti halun kokea samanlaisia lisää. Foxin mukaan näin käy usein myös sosiaalisen median kanssa; onnistumiset herättävät halun saada yhä vain lisää kontakteja asiakkaisiin. Ilmiö on nähty mm. sellaisten brändien kanssa kuin CNN, Ford, Norwegian Cruise Lines ja Thomson Reuters, mitkä kaikki hyödyntävät Foxin asiantuntijuutta. Neuvoja hän mielellään antaakin.

TEKNOLOGIA LUO MAHDOLLISUUKSIA

- Aikanaan yritysten piti oppia ymmärtämään radion, television ja Internetin, eli muiden suurien ihmismassoja tavoittavien viestintäkanavien hyötyarvo. Nyt on samalla lailla aika hahmottaa sosiaalisten medioiden ja verkostojen kaupallinen arvo. Ero perinteisiin kanaviin on siinä, että viestin lähettäjän ja vastaanottajan välillä ei enää ole "välittäjää", vaan toiminta on suoraa, avointa ja rehellistä. Teknologian ansiosta ihmisten perinteistä sosiaalista käyttäytymistä voidaan vahvistaa verkossa, mikä edesauttaa siirtymistä fyysisistä kokoontumispaikoista Internet-yhteisöihin. Nämä yhteisöt perustuvat jäsenien yhteisiin kiinnostuksenkohteisiin ja kasvavat nopeasti hyvin laajoiksi. Verkossa jokainen on oma itsenäinen yksikkönsä, mutta teknologia tekee massasta suurta. Tämä luo yrityksille yhteistyömahdollisuuksia sekä kuluttajien että muiden yritysten suuntaan, Fox kuvailee.

Eniten Maggie Foxin asiantuntijaneuvoja pyytävät suuryritysten markkinointi- ja viestintäosastot. Niiden investointihalua sosiaaliseen mediaan on toistaiseksi suurinta. On kuitenkin odotettavissa, että kiinnostus niihin kasvaa myös yritysten muissa liiketoimintayksiköissä. Heidän kanssaan keskitytään enemmän siihen, kuinka verkkoyhteisöjä voidaan hyödyntää osana kaupallisia prosesseja. Suuntausta kutsutaan nimellä "Social business" ja sillä tarkoitetaan sosiaalisen median hyödyntämistä liiketaloudellisesti.

- Kysymys kuuluu: miten yritysten on mahdollista sopeutua ja muokata liiketoimintaprosessejaan siten, että pystyvät hyödyntämään sosiaalisen median voimaa? Vastaus on yksinkertainen:

muutos on mahdollinen sosiaalisen median avaamien uusien mahdollisuuksien vuoksi. Yritysten on arvioitava uudelleen omia arvoketjujaan ja mietittävä, kuinka mukauttaa toimintaansa hyödyntääkseen tätä uutta todellisuutta. Asia ei ole vaikea, vaikka itse muutos onkin joskus vaativa prosessi, Fox kertoo ja jatkaa:

- Social Business -termin lisäksi Enterprise 2.0 on toinen sosiaalisiin medioihin liittyvä ilmiö. Se tarkoittaa teknologioita, jotka uudistavat työntekijöiden yhteistyö- ja tiedonjakotapoja. Pääosassa Enterprise 2.0 -ilmiössä on siis se, mitä yritysten sisällä tapahtuu. Sen monet mahdollisuudet sisäisen yhteistyön lisäämisessä liittyvät uusien sosiaalisten työkalujen ja vaikutuskeinojen käyttöönottoon. Joskus ilmiöön liittyy myös ulkoinen viestintä- ja markkinointipotentiaali, tarkoittaen, että yritykset ikään kuin kutsuvat asiakkaita sisään omaan sosiaaliseen ympäristöönsä. Sellainen toimintatarjoa läheisen, sosiaalisesti modernin mahdollisuuden luoda brändejä sekä rakentaa tuoteymmärrystä ja suhdetta yrityksen tärkeimpiin kohde-ryhmiin.

Fox näppäilee haastattelun aikana useaan otteeseen

puhelintaan, mikä on hänen mukaansa täysin luonnollista nykyisessä sosiaalisessa

"Nyt on aika hyödyntää sosiaalista mediaa liiketoiminnassa"

arkipäivässä. Hän lähettää puhelimella jatkuvasti Twitter-päivityksiä jakaen kokemuksiaan tapaamisestamme. Foxin Twitter-tilin yli 10 000 seuraajaa siis tiesivät VISMAGazine haastattelevan ja kuvaavan häntä jo melkein ennen kuin se oli tapahtunut. Maggie Fox ei pidä kameralla poseeraamisesta ja sen tietävät nyt hänen tilinsä seuraajatkin. Tämä on hyvä esimerkki siitä, kuinka Internet-yhteisöt luovat avoimuutta uusilla tavoilla.

HUOMIO ON ANSAITTAVA

"Tunne yleisösi ja tiedä, mitä se haluaa" on Foxin motto:

- Ihmiset usein haluavat yrityksen markkinointimateriaaleja, mutta oikea huomio on ansaittava. Internetissä tarjottavan sisällön täytyy olla hyvin korkealaatuista. Tällä osa-alueella maailma on muuttunut paljon. Ihmiset eivät tule teidän luoksenne, jos ette ole kiinnostava ja houkutteleva. Nykyisin yritysten on luotava sisältöä ja tarkoituksia ansaitakseen asiakkaiden huomion. Ennen sama huomio voitiin hankkia ostamalla. Mutta nämä ovat uudet pelisäännöt, ja siksi on

tärkeää olla aktiivinen ja tavoitettavissa sosiaalisissa medioissa.

Foxin mukaan sosiaalisessa mediassa ei ole suurta eroa kuluttaja- ja yritysviestinnän välillä. Monet samat periaatteet pätevät niin yritysten välisessä kuin yrityksiltä kuluttajille suuntautuvassa kommunikaatiossa. Nykyisin useimmat

suuret kuluttajabrändit ovat mukana sosiaalisessa mediassa. Toiset tosin muita enemmän. Suurin harppaus tullaankin näkemään yritysten välisessä B2B eli "business to business"-kommunikaatiossa. Tällaiset yritykset seuraavatkin nopeasti kuluttajabrändien verkostoitumista huomattuaan, kuinka suuri sosiaalisten medioiden potentiaali on. Nyt monet yritysjohdajat pohtivat, kuinka heidän yrityksensä voisivat hyödyntää sosiaalisia kanavia kehittäessään yritysasiakassuhteitaan.

- Haasteena B2B-yrityksissä on usein se, että ne kuvittelevat olevansa erityisiä ja erilaisia, vaikka eivät yleensä olekaan – ainakaan sosiaaliseen mediaan liittyen – sillä ihmiset ovat aina ihmisiä. Samat säännöt pätevät edelleen arvosuuntautuneessa viestinnässä ja sen keinoissa, vaikka tekniikka ja kohderyhmät ovatkin erilaisia, Fox pohtii.

- Haasteena B2B-yrityksissä on usein se, että ne kuvittelevat olevansa erityisiä ja erilaisia, vaikka eivät yleensä olekaan – ainakaan sosiaaliseen mediaan liittyen – sillä ihmiset ovat aina ihmisiä. Samat säännöt pätevät edelleen arvosuuntautuneessa viestinnässä ja sen keinoissa, vaikka tekniikka ja kohderyhmät ovatkin erilaisia, Fox pohtii.

ME OLEMME MITÄ OLEMME

- Myös B2B-ostajat käyttävät uusien, sosiaalisten media-kanavien sisältöä ja tietoja. Internet ei ole kuin puku-

huone, jossa muutetaan henkilökohtaista tyyliä, vaan siellä jokainen on oma itsensä vaikka kantakin ostajan tai päätöksentekijän roolia oman yrityksensä puolesta. Roolit siis sekoittuvat ja verkossa olemme aina oma itsemme, Maggie Fox kuvailee.

-Tulevaisuudessa näemme, kuinka sosiaaliset toiminnot integroidaan perinteisten ratkaisujen ja yrityssovellusten kanssa, kuten ERP- ja CRM-järjestelmien. Sosiaalista CRM:ää ei vielä käytännössä ole, mutta se on nerokas tulevaisuuden idea. Sellainen antaisi suuria mahdollisuuksia asiakasviestintään ja asiakkaiden toiveiden sekä tarpeiden seurantaan.

- Yritysten on syytä tarkastella organisaatiotaan, prosessejaan ja viestintäänsä sekä arvioida sitä, kuinka sosiaalisia medioita voitaisiin hyödyntää yrityksessä liiketoiminnallisen lisäarvon luomiseksi. Ei ole mitään syytä odotella, sillä kyseessä on luonnollinen osa kaikkien yritysten tulevaisuutta, Fox toteaa viimeiseksi.



PIENIN ASKELIN PILVEEN: VISMA PAYROLL, PALKANLASKEN



Visma lanseeraa tänä syksynä uuden selainpohjaisen Visma Payroll -palkanlaskentaohjelmiston, joka nostaa käyttäjänsä pilviin.

Visma Payroll on selainpohjainen OnDemand-palkanlaskentaohjelmisto, jolla käsittelet, lasket ja raportoit yrityksesi henkilöstön palkat sujuvasti. Myös yhteiskäyttö tilitoimiston kanssa sujuu ohjelmistolla vaivattomasti.

Helppokäyttöinen ja joustava Visma Payroll -palkanlaskentaohjelmisto on suunniteltu erityisesti pk-yritysten palkanlaskennan ja raportoinnin tehokkaaseen hoitamiseen.

- Yritykset, jotka epäröivät koko toiminnanohjauksen siirtämistä pilveen, voivat aloittaa pienin askelin Visma Payroll -ohjelmistolla. Perinteinen OnPremises-ERP saa meillä rinnalleen enenevässä määrin lisää pilvipalveluita ja siten voimme tarjota asiakkaillemme parhaat puolet molemmista – olemme avautuvista mahdollisuuksista hyvin innoissam-

me, kertoo Visma Payroll -tuotepäällikkö Sari Kantokoski.

HELPPO KÄYTTÄÄ

- Palkanlaskenta on vaativaa, sääntöihin perustuvaa ja siihen liittyviä monia osa-alueita – juuri siksi työvälineen pitää olla mahdollisimman helppokäyttöinen. Visma Payroll kehitettiin yhdessä suomalaisten palkanlaskennan ammattilaisten kanssa mahdollisimman käyttäjäystävälliseksi ja helposti omaksettavaksi työvälineeksi. Käyttäjä- ja yritysmäärää ei ole rajoitettu, mikä helpottaa esimerkiksi tilitoimistoyhteistyötä, kertoo Sari Kantokoski ja jatkaa:

- Kehitysprojektin johtoajatukseksi olikin mukava käyttäjäkokemus – ovathan tuotteidemme käyttäjät tärkeämpiä kuin hienot ohjelmointikoodit.

NOPEASTI KÄYTTÖÖN EIKÄ PÄIVITYSHUOLIA

Pilvipalveluna käytettävä Visma Payroll -palkanlaskentaohjelmisto toimii selaimessa ja eikä sitä tarvitse erikseen asentaa. Tarvetta suurille laitteistoinvestoinneille tai -asennuksille ei siis ole. Näin ollen käyttöönotto on mahdollista hoitaa nopeasti ja tehokkaasti. Lisäksi perusasetuksia sisältävät oletusmallipohjat nopeuttavat käyttöönoton yhteydessä tehtävää perustietojen määrittelyä.

- Pilvipalvelussa on monia hyviä puolia, mutta luulen, että asiakkaamme ihastuvat erityisesti ylläpitorutiinien vaihtavuuteen. Visma Payrollin kanssa säästyt asennushuolien lisäksi myös päivityshuolilta. Me Vismalla hoidamme ohjelmiston versiopäivitykset automaattisesti ja käytössäsi on aina viimeisin ohjelmistoversio, Kantokoski selvittää.

KÄYTETTÄVISSÄ AJASTA JA PAIKASTA RIIPPUMATTA

Erilaiset pilvipalvelut ja SaaS-ohjelmistot ovat niitä moderneja ”toimitarvikkeita”, joita IT-alan lehdistö on tällä hetkellä pullollaan. Kantokosken mukaan Visma Payroll -ohjelmiston kehittämiseen lähdettiin kuitenkin puhtaasti pk-yritysten ja yrittäjien tarpeista.

- Jotta palkkojen käsittely, laskenta, raportointi ja seuranta olisi mahdollisimman vaivatonta myös pk-yrityksille, on selainpohjaisuus ylivoimainen ratkaisu. Kun haluat päästä ohjelmaan, tarvitset käyttöösi vain Internet-yhteyden ja selaimen. Yrityksen henkilöstön palkat voi Visma Payroll -ohjelmiston avulla laskea paikasta riippumatta vaikka kotitoimistolta, kertoo Kantokoski.

Visma näkee erityisesti palkanlaskennan ja henkilöstöhallinnon osa-alueilla paljon potentiaalia muil-

”Nopea käyttöönotto ilman suuria investointeja”

TAA PILVIEN YLLÄ

Perustiedot, -asetukset ja parametrit

Henkilön perus- ja työsuhdetiedot

Oletusmallipohjat

Palkka-ajo

Lomapäivien seuranta

Laaja peruseräraportointi

Palkkakausien ja -tapahtumien käsittely

Porautumistoimintoja

Sähköisiä TYVI-ilmoituksia

Kirjanpitoviennit tiedostona

Palkanmaksuaineistot

Integraatio MS Excel

lekin uusille pilvipalveluille. Helppokäyttöiset pilvipalvelut on mahdollista laajentaa niin yrityksen omien käyttäjien kuin myös ulkoisten tahojen, kuten tilitoimistojen käyttöön.

HELPPOKÄYTTÖISYYS JA JOUSTAVUUS

Visma Payroll -ohjelmistossa käytettävyyttä lisäävät pienet yksityiskohdat, kuten mahdollisuus lukea käyttö-ohjeita suoraan ohjelmassa. Kantokosken mukaan helppokäyttöisyyden lisäksi ohjelmistosuun-

nittelun toinen ohjenuora oli joustavuus.

- Joustavan palkkalajimäärittelyn sekä monipuolisen tiliointien ja tiliointisääntöjen käsittelyn lisäksi olennainen osa Visma Payroll -palkanlaskentaohjelmistoa ovat sääntötiedostot. Niiden avulla voidaan määrittellä erilaisia laskentasääntöjä ilman kovakoodausta, sanoo Kantokoski.

SEURANTA PORAUTUU YKSITYISKOHTIIN

Visma Payroll sisältää selkeät peruseräraportit ja sähköisten ilmoitusten avulla hoidat raportointia viranomaisille. Raportoinnin kautta muodostetaan myös niin palkanmaksu- kuin esim. kirjanpitoventtien tiedostot.

- Hienoa raporteissa on kätevä porautumisominaisuus, jolla raportin lukija pääsee tarkistamaan summien muodostumisen aina peruslukuihin saakka. Epäselvyydet ja poikkeavuudet on nopea tarkistaa ja niihin päästään käsiksi ilman aikaa vievää mappien selausta, Kantokoski selvittää.

OnPremises:

Tarkoittaa ohjelmistoa, joka asennetaan yrityksen omaan palvelimeen tai tietokoneeseen, ja joka sijaitsee yrityksen sisällä ns. "paikan päällä".

OnDemand/SaaS:

Tarkoittaa palvelua, joka ei sijaitse yrityksen omalla palvelimella, vaan yritys käyttää sitä Internetin ylitse.

NÄIN VISMA PAYROLL TEHOSTAA TYÖNTEKOA YRITYKSESSÄSI

Palkanlaskijana haluat, että palkanlaskuprosessi on virheetön ja tehokas. Näin Visma Payroll auttaa sinua rutiineissasi:

- Teet palkanlaskennan sujuvasti lakien ja säännösten mukaisesti
- Muodostat maksuaineistot pankkiohjelmalle
- Saat tarvittavan viranomaisraportoinnin ohjelmasta – myös sähköisesti!
- Hyödynnät raportteja sisäisen laskennan apuna ja tarvittaessa avaat luvut porautumisominaisuudella yksityiskohtaiselle tasolle

Kirjanpitäjänä haluat palkanlaskennanprosessin toimivan saumattomasti yhteen kirjanpidon kanssa. Näin Visma Payroll auttaa sinua työssäsi:

- Saat palkkatapahtumat tiliointeineen raporteille, jolloin tiedonsiirron virhemarginaali pienenee
- Automatisoit sivukululaskentaa tekemällä palkkalajeille erilaisia sivukulumäärittelyjä
- Pilkkot kustannuspaikkajaot jopa prosentuaaliselle tasolle, jolloin kustannusten seuraaminen on entistäkin helpompaa ja tarkempaa
- Muodostat kirjanpitoventtien tiedostot taloushallinnon ohjelmistoon, mikäli yrityksessäsi on käytössä Visma Business -ratkaisu

Esimiehenä haluat olla ajan tasalla osastosi palkanmaksuun liittyvistä asioista. Näin Visma Payroll auttaa sinua rutiineissasi:

- Seuraat alaistesi palkkatapahtumia ja lomakertymisiä
- Seuraat kustannuspaikkasi toteutumia
- Hyödynnät monipuolisia raportteja ja avaat lukuja yksityiskohtaisemmalle tasolle porautumistoiminnon avulla

TEE RUTIINEISTA YKSINKERTAISEMPIA JA TEHOKKAAMPIA NÄILLÄ VINKEILLÄ TEHOSTAT OSTOLASKUJEN KÄSITTELYÄ

Ostolaskujen käsittelyyn, kierrätykseen ja arkistointiin kuluvia turhia resursseja pystytään säästämään hyödyntämällä skannauspalvelua ja käsittelemällä kaikki ostolaskut yhdessä yksinkertaisessa sähköisessä ratkaisussa. Tässä Heikki Laakkosen, Visma Document Center -ohjelmiston tuotepäällikön, vinkkejä ostolaskujen käsittelyn tehostamiseen.

1 HELPOTA VASTAANOTTOA VERKKOLASKUILLA

- Suosittelisin ehdottomasti siirtymään verkkolaskutukseen myös ostolaskujen vastaanotossa, se on helppo tapa aloittaa tehostaminen. Muun muassa Finanssialan Keskusliiton tekemässä Ympäristöystävällinen verkkolasku -tutkimuksessa todetaan verkkolaskutuksen säästävän ostolaskun käsittelyyn kuluva aikaa 50 %, luettelee Laakkonen.

Visma Document Centeriin verkkolaskut luetaan automaattisesti. Mikäli toimittaja ei voi lähettää laskua sähköisessä muodossa, on mahdollista käyttää esimerkiksi Maventan skannauspalvelua, jonka kanssa järjestelmä toimii saumattomasti yhteen.

2 SIIRRY KÄSITYÖSTÄ AUTOMAATTISEEN TULKINTAAN (OCR)

- Laskujen tietojen syöttäminen järjestelmään on yksi aikaa vievä vaihe, jossa teknologia voi auttaa. Skannatuista laskuista voidaan poimia tiedot OCR-tekstintunnistuksen ja tulkinnan avulla. Tulkinnalla vältytään työläältä tietojen syöttämiseltä, selvittää Laakkonen.

Paperiset laskut voidaan skannata suoraan Visma Document Centeriin, tai ensin tiedostoiksi ja sitten lukea ohjelmaan. Visma Document Center tulkitsee OCR:n sekä laskumallien ja viitesanastojen avulla skannattujen laskujen otsikkotiedot ja tallentaa ne automaattisesti.

3 HYÖDYNNÄ TALOUSJÄRJESTELMIEN PERUSREKISTERIT

- Ensinnäkin, kun ostolaskut kirjaetaan vain kerran ja yhteen järjestelmään, vältetään kaksinkertainen kirjaustyö ja virheet. Mutta kun myös perusrekistereitä ylläpidetään vain yhdessä pääjärjestelmässä, aikaa säästyy entistä runsaammin. Lisäksi käyttöönottoon kuluva aikaa säästyy useita tunteja, jopa päiviä, kertoo Laakkonen.

Visma Document Center hyödyntää suoraan Visma Nova- tai Visma Business -järjestelmien perusrekistereitä, kuten käyttäjiä, tilikarttaa, toimittajia, kustannuspaikkoja, projekteja sekä muita seurantakohteita.

4 KIERRÄTÄ LASKUT PILVIPALVELUSSA

- Sähköisellä ostolaskujen kierrätyksellä säästät runsaasti aikaa, kun laskuja ei tarvitse kierrättää kädestä käteen eikä etsiä työpöydän paperipinoista. Vielä merkittävämpiä säästöjä saadaan, mikäli ostolaskut kierrätetään pilvessä. Pilvipalvelu säästää myös IT-kuluja mm. web-palvelinympäristöön, tietoturvaan ja ohjelmiston ylläpitoon liittyen, Laakkonen kertoo.

Visma Document Center mahdollistaa laskujen kierrättämisen pilvipalvelun, Visma On Demand -portaalin, kautta. Ostolaskun hyväksyjät voivat kommentoida ja tiliöidä laskuja sekä lisätä liitteitä ennen hyväksymistä.

5 HANKKIUDU EROON MAPEISTA

- Minusta sähköisesti kierrätetyt laskut on luonnollista myös arkistoida sähköisesti. Hankkiutamalla eroon pölyisistä mapeista säästät paitsi tilaa, myös aikaa, kun seuraavan kerran etsit vanhoja laskuja. Sähköisestä arkistosta laskut löytyvät muutamalla hiiren klikkauksella helposti ja luotettavasti, kertoo Laakkonen.

Visma Document Centeristä laskut siirtyvät automaattisesti sähköiseen arkistoon, josta ne voidaan aina tarvittaessa hakea uudestaan näytölle monipuolisilla hakuominaisuuksilla.

VISMA DOCUMENT CENTER OSTOLASKUJEN KÄSITTELYN KÄRJESSÄ


Visman toiminnanohjausjärjestelmiä laajentava Visma Document Center on ostolaskujen käsittely- ja kierrätys -ohjelmisto.

- Uutta on Visma Document Centerin yhdistäminen Visma Nova -järjestelmään, sillä aikaisemmin se oli Suomessa tarjoamistamme ratkaisuista yhteensopiva vain Visma Business -ratkaisun kanssa. Ja kehitystyö jatkuu edelleen, seuraavaksi työpöydälläni odottaa laskujen automaattinen täsmäytys ostotilausten kanssa, Laakkonen kertoo ja jatkaa:

- Haluaisin vielä korostaa ohjelmiston tilitoimistoille tarjoamia mahdollisuuksia. Tilitoimisto nimittäin voi Visma Document Centerin avulla tarjota asiakkailleen verkkolaskun vastaanottopalvelun, skannattujen ostolaskujen tulkintapalvelun sekä laskujen kierrätyspalvelun web-selaimen kautta.



Nyt
Visma Document Center
saatavissa myös
Visma Nova -ohjelmistoon



CRM:N KÄYTTÖ EI OLE KOSKAAN ENNEN OLLUT NÄIN HELPPOA

Oletko epävarma sen suhteen, kuinka myynnin ja asiakashallinnan yritysohjelmisto voi tukea yrityksen toimintaa? Monia yrityksiä arveluttaa käynnistää CRM-projekti korkeiden kustannusten ja epävarmojen tulosten pelossa. Visma tarjoaa Internet-pohjaisen kokonaisratkaisun, jossa painopiste ei ole teknisissä kysymyksissä, vaan siinä mikä on tärkeää, eli yksinkertaisessa käyttöönotossa ja tehokkuudessa.

- Internet-pohjaisen ratkaisumme ansiosta myynti- ja asiakastyöstä tulee järjestelmällistä luoden kestäviä ja kannattavia asiakassuhteita, kertoo Visma SuperOffice Onlinen tuotepäällikkö Riku Hakala. Hän on työskennellyt Vismalla pitkään CRM-ratkaisujen parissa ja on osa-alueensa vahva asiantuntija.

YHTEINEN KULTTUURI RATKAISEVAA

- CRM- eli asiakashallintajärjestelmän käyttöönoton onnistuminen voi olla vaativa haaste. Useimmissa yrityksissä halutaan yhteinen ja yhtenäinen paikka tiedoille, jotka liittyvät myyntiin ja asiakasyhteyksiin koko yrityksessä, ei vain myynti-, markkinointi- ja palvelutoiminnoille. Siksi on tärkeää panostaa ennen kaikkea yrityksen sisäisen yhteisen kulttuurin muodostamiseen, painottaa Riku Hakala.

- Ominaista epäonnistuneille CRM-projekteillemme on se, että niissä on kiinnitetty liikaa huomiota teknologiaan ja liian vähän toimintatapoihin. CRM-järjestelmän tarkoituksena on tukea yrityksen määrittelemiä prosesseja. Mutta koska järjestelmä itsessään edustaa jotain konkreettista ja siihen liittyy kustannuksia, monessa yrityksessä painotetaan liikaa tekniseen puoleen järjestelmän käyttöönotossa ja unohdetaan itse työprosessit ja henkilöstön osaamisen kehittäminen.

INTERNET YKSINKERTAISTAA

Internet-pohjainen ratkaisu vähentää asennus- ja ylläpito toimintojen tarvetta. Yrityksen ei itse tarvitse hankkia järjestelmälle palvelinta, hallinnoida lisenssitietoja tai ylläpitää ja päivittää ohjelmistoa. Internet-pohjainen CRM-järjestelmä (niin sanottu SaaS, Software as a Service -palvelu) maksaa per käyttäjä vain muutaman kymppin kuuksikaudessa. Yrityksenne voi keskittyä olennaiseen, jolloin onnistumisen edellytykset kasvavat.

Monet Internet-pohjaiset ratkaisut ovat ns. kevytversioita, joissa on vähemmän ominaisuuksia kuin paikallisesti asennetuissa ohjelmissa. Tämä ei kuitenkaan koske Visma SuperOfficea, joka on täysverinen CRM-järjestelmä sisältäen kaikki samat toiminnallisuudet kuin sen Windows-versiokin.

HELPPO KOKEILLA

- Visma SuperOffice Online on selkeä ja nopeasti omaksuttavissa oleva CRM-järjestelmä ilman investointikuluja. Käytössänne on aina uusin versio ja se on käytettävissä missä tahansa, kunhan saatavilla on nettiyhteys. Näiden kaikkien etujen ansiosta Visma SuperOfficen avulla on helppo onnistua ja siksi yhä useammat yritykset uskaltavatkin ryhtyä CRM:n käyttäjiksi, Hakala toteaa.

RIKUN VIISI OHJETTA CRM:N KÄYTTÖÖNOTTOON

- 1** Ajattele yksinkertaisesti ja etene yksi askel kerrallaan.
- 2** Älä ajattele CRM-järjestelmää uutena ja hankalana, vaan sen jatkeena, mitä olette aikaisemminkin tehneet – nyt kaikki vain tapahtuu yksien ja samojen puitteiden sisällä.
- 3** Tarjoa työntekijöillesi koulutusta asiakashallintajärjestelmän käyttöönoton yhteydessä. Näin varmistat sen, että kaikilla käyttäjillä on tarvittavat tiedot siitä, miksi ja kuinka järjestelmää käytetään.
- 4** Ole rohkea – näytä esimerkkiä ja kannusta työntekijöitä käyttämään järjestelmää.
- 5** Muista, että hyvät asiakassuhteet ja niiden huolellinen hoito ovat ylivoimaisia etuja tämän päivän markkinoilla. Asiakkaat valitsevat kumppanikseen sen, joka onnistuu vastaamaan heidän tarpeisiinsa parhaiten.

Oma palkkahallinto rasittaa työnantajaa:

ULKOISTAMINEN YHÄ HOUKUTTELEVAMPI VAIHTOEHTO

Työnantajien palkanmaksua koskevat velvoitteet ja määräykset ovat lainsäädännön alati muuttuessa jatkuvan valvonnan kohteena. Siksi myös käytännön palkanmaksun hoitaminen vaatii perusteellisempaa asiantuntemusta, jota on lisäksi kaiken aikaa ylläpidettävä.

Tässä tilanteessa yrityksen tai muun työnantajaorganisaation olisi panostettava yhä enemmän oman palkanlaskijan tai palkkaosaston tietojen ylläpitämiseen, palkkarutiinien hallintaan sekä viranomaisille tehtävään raportointiin. Palkkahallinnon hoitaminen yrityksen sisäisin järjestelyin käy monessa mielessä haasteellisemmaksi. Organisaatiossa saatetaan käyttää rinnan erilaisia työehtosopimuksia, mistä seuraa, että yrityksellä on erilaisia palkkaustapoja ja sopimusten antamia sääntöjä palkanlaskentaan. Työntekijät saattavat olla kuukausipalkkaisia, tuntipalkkaisia, tilapäistyöntekijöitä tai yrityksellä voi olla vaihteleva määrä maksettavia palkkioita henkilöille, jotka eivät ole työsuhteessa.

TOIMINTAVARMUUS SITOO RESURSSIJA JA MAKSAA

Yrityksen palkkahallintoon liittyvä tehtäväkenttä laajentuu ja mutkistuu. Palkanlaskennan on edelleen selvittävä palkanmaksun tinkimättömistä

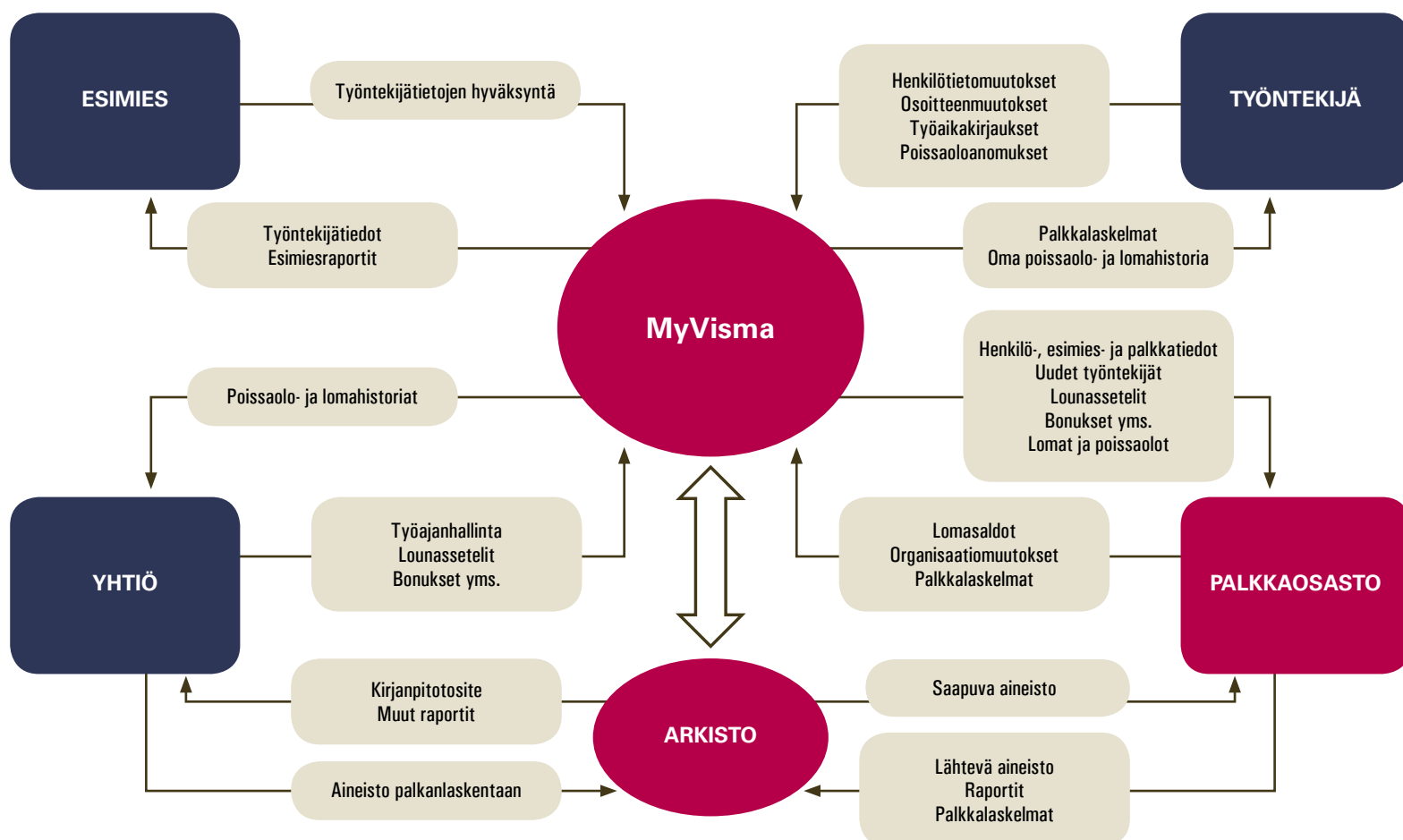
perusvaatimuksista. Palkat on maksettava oikein laskettuina ja tarkalleen oikeana päivänä, kaikissa olosuhteissa ja tilanteissa. Yrityksellä on oltava käytettävissä tehtävään tarvittavia resursseja myös lomakausina, vanhempainvapaiden aikana ja sairaudesta tai muusta syystä johtuvissa poissaolotilanteissa. Lisäksi palkkahallinnossa käytettävien ohjelmistojen ja laitteiden on toimittava ilman häiriöitä ja katkoja. Kehitys on johtamassa siihen, että yritykset yhä kiihtyvässä määrin ovat ulkoistamassa palkkahallinnon toimintoja. Pätevän ja luotettavan ulkoistamispartnerin käyttäminen tarjoaa yritykselle toiminnallisia etuja sekä vaihtoehtolaskelmien valossa selvää taloudellista hyötyäkin.

SÄHKÖISTYKSEN TUOMAT HYÖDYT

Visma tarjoaa palkkahallinnon asiakkailleen selainpohjaisen MyVisma-palkkaportaalin kommunikointivälineeksi asiakasyrityksen ja Visman välille. Selainpohjainen portaali toimii SSL-sa-

laustekniikalla eikä vaadi paikallisia ohjelmistoasennuksia. Lisäksi portaali toimii myös työajanseurantajärjestelmänä ja henkilöstörekisterinä. Palkkaportaali palkkayhteyshenkilön sekä esimiesten ja työntekijöiden käyttöliittymät on toteutettu hyvin yksinkertaiseksi ja käyttäjäystävälliseksi.

Asiakasyrityksen työntekijät käyttävät portaalilla omalla henkilökohtaisella käyttäjätunnuksella ja salasanalla. Työntekijät käyvät portaaliin ilmoittamassa tunti- ja poissaolotietojen lisäksi myös omiin henkilötietoihinsa kohdistuvat muutokset. Esimiehet puolestaan hyväksyvät alaisensa merkitsemät tiedot, jotka siirtyvät sähköisesti liittymän kautta palkkaohjelmaan vähentäen siten inhimillisten virheiden mahdollisuutta sekä poistaen turhat manuaalivaiheet. Tarvittaessa palkanlaskija voi tarkistaa tietojen oikeellisuuden palkanlaskentajärjestelmään siirtymisen jälkeen ja tehdä muutoksia tarpeen mukaan. Hyväksymisrakenne voidaan määritellä asiakasyrityksen



Prosessikuvaus MyVisma -palkkaportaalista.

organisaation mukaiseksi. Portaali toimii kaikkien Pohjoismaisten kielten lisäksi myös englannin kielellä ja hyväksyntä voi tapahtua maarajojen yli. Koska portaali on selainpohjainen, tietojen tallennus ja hyväksyminen eivät ole sidottuja aikaan tai paikkaan.

Kommunikaatioyhteyden lisäksi asiakasyritys saa portaalissa sähköisen arkiston palkka-aineistosta. Palkkahallinnossa luodut kirjanpitositteet sekä muut raportit viedään portaalin sähköiseen arkistoon. Arkistoon voidaan luoda erilaiset arkistokansiot kohderyhmittäin; esimerkiksi laskenta- ja HR-osastoille. Palkkalaskelmat voidaan siirtää sähköisesti portaaliin, jossa ne ovat työntekijöiden luettavissa. Helposti, nopeasti ja ympäristöystävällisesti.

AUTOMATISOITUMINEN EI POISTA HENKILÖKOHTAISEN NEUVONNAN TARVETTA

Oikein valittu palkkahallinnon ulkoistamispartneri on ammattimaisena organisaationa alan kehityksen kärjessä. Sen on koko ajan kehitettävä asiantuntemustaan, toimintatapojaan sekä tietoteknistä infrastruktuuriaan. Ulkoistamispartnerilla on tässä puolellaan kokemus tiedonhankinnan väylistä. Taloushallinnon eri työtehtävät ja -vaiheet automatisoituvat, henkilökohtaisen palvelun tarve kasvaa asioiden tullessa yhä mutkikkaammiksi. Taloushallintoalan palveluyritysten perinteisesti tarjoama neuvontatyö on jatkossakin tärkeä osa alan palvelukonseptia. Tietojen tarkistamiseen sekä lakien ja sopimusten tulkintaan tarvitaan asiantuntemusta, jopa aiempaa enemmän.

Palkkahallinnon ulkoistaminen ei missään tapauksessa saa johtaa toiminnon etäännyttämiseen ja kasvottomuuteen. Hyvä asiakasyhteistyö edellyttää, että ulkoistamispartnerilla on erikseen nimetty vastuuhenkilö huolehtimassa yksilöllisestä ja asiakastarpeita vastaavasta palvelusta. Varsinaisen palkanmaksun kohdalla yrityksen ja ulkoistamispartnerin rajapinta ei saa rajoittua pelkästään yrityksen yhteyshenkilöön. Myös asiakkaan niin halutessa, työntekijät voivat kysyä suoraan palkkaan, kulukorvauksiin ja matkalaskuihin liittyvistä asioista sekä pyytää tarvitsemiin todistuksia. Henkilöstömme on sitoutunut toimimaan asiakkaan kanssa yhteistyössä meille uskottujen tehtävien hoitamisessa. Yhteydenpito palkanlaskijaan Vismalla on helppoa. Työntekijä voi itse lähettää palkkaportaalin kautta palkanlaskijalle viestin, ja tällöin palkanlaskijalta ei vaadita erillisiä tunnistamistoimenpiteitä. Laadukas asiakaspalvelu on jokapäiväinen toimintaamme ohjaava periaate.



Asiakkaan niin halutessa, työntekijät voivat olla suoraan yhteydessä Visman palkanlaskijaan.

ASIAKASESITTELYSSÄ: TRYG

Visman asiakasyritys, Tryg, ulkoisti palkkahallinnon Vismalle jo alkuvuonna 2006. Suomessa Tryg työllistää noin 300 henkilöä.

Kaarin Ranta-aho, Trygin HR Manager, miten kuvailisit Visman palkkapalvelua?

- Toimiva, luotettava, ystävällinen ja hyvä palvelu palkanlaskijamme kautta. Sen lisäksi Vismalla on ollut tarjota aina sijainen, jolta on saanut apua tarvittaessa, vaikka oma laskija ei olisi ollut tavoitettavissa, Ranta-aho kuvailee.

Tryg otti Visman asiakasyrityksille tarjoaman MyVisma -palkkaportaalin käyttöön huhtikuussa 2011 Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa.

Visma: Miten Miten MyVisman käyttöönotto on vaikuttanut omaan työhösi, Kaarin Ranta-aho?

- Helpottanut valtavasti, paperiliikenne on nyt minimissään, eikä enää tarvitse toimittaa valtavia määriä materiaalia postitse. Nopeakäyttöinen ja selkeä ohjelma mahdollistaa sen, että aikaa säästyy muihin töihin. Lisäksi voin tehdä jotain kotonakin, ei tarvitse olla työkoneen ääressä, Ranta-aho iloitsee.

Visma: Miten työntekijänne ovat vastaanottaneet MyVisman?

- Henkilökunta on ollut hyvillään tästä uudistuksesta ja tämä on otettu todella hyvin vastaan. Enää ei tarvitse täyttää poissaololappuja ja odottaa niihin esimiehen hyväksyntää, vaan kaiken voi laittaa suoraan MyVismaan. Lisäksi se, että

kun järjestelmä on nettipohjainen, niin merkinnät voi tehdä myös kotona. Henkilökunta käy pääsääntöisesti ajallaan tekemässä kuukausiraporttinsa. Kovasti tietysti odotetaan, että matkalaskutkin saadaan tähän järjestelmään, Ranta-aho tuumailee.

TRYG VAKUUTTAA

Trygin juuret ovat 1720-luvun Tanskassa, jossa Kööpenhaminan tuhonnut tulipalo sai paikalliset kauppiat pohtimaan riskien jakamista. Tuloksesta syntyi vakuutusyhtiö Kjøbenhavns Brand, joka 1900-luvun alussa otti nimekseen Tryg.

Nykyään Tryg on pankkivakuuttamisen edelläkävijä Pohjoismaissa. Yhtiö on Pohjoismaiden toiseksi suurin vahinkovakuuttaja, jolla on lähes 300 vuoden historia takanaan. Tryg listautui pörssiin vuonna 2005 ja se vakuuttaa nykyään yli kaksi miljoonaa yksityistä henkilöä ja yli 100 000 yritystä. Yhtiö työllistää lähes 4000 henkilöä.

Suomessa Tryg on toiminut vuodesta 2001, jolloin Nordea Pankki aloitti Trygin kotivakuutusten myynnin. Yritysvakuutusten myynti alkoi vuonna 2007. Tryg tarjoaa kattavan valikoiman sekä yksityis- että yritysvakuutuksia yhteistyössä Nordea Pankin kanssa. Vakuutusten myynti tapahtuu Nordea Pankin konttoreiden, verkkopankin, autoliikkeiden ja omien myyntikanavien kautta.

ONRAKENTEELLA YHDISTYVÄT OHJELMISTO JA PALVELU

Helppo ja mukautuva OnPiippu sai myyntinsä ja toimitustensa tueksi yhtäläillä helpon ohjelmisto- ja palveluratkaisun Vismalta.

ONPIIPPU JA ONFILOSOFIA

Pitkälle jalostettujen rakennustuotteiden valmistaja Onrakenne Oy aloitti toimintansa vuoden 2010 alussa. Ensimmäiseksi On-tuotteeksi tuli vanhaan piipputuotteeseen perustuva konsepti, OnPiippu. Toiminta on lähtenyt hyvin käyntiin, sillä tänä vuonna yrityksessä arvioidaan tehtaalta valmistuvan lähes tuhat hormia. Kymmenkunta henkilöä työllistävä yritys odottaa kasvun jatkuvan.

Onrakenteen toimitusjohtaja Kari Sivula kertoo, että toimialan markkinat ovat pääosin Etelä-Suomessa ja suurten kasvukeskusten ympärillä. Yrityksen lippulaivatuotteen OnPiipun kilpailijat jakautuvat kahtia kivirakenteisiin ja teräspiippuihin, joihin molempiin nähden tuote on vahvoilla.

- Haasteena piipunrakennuksessa on nykyään se, että työmailla on vaikea löytää piippumuurareita. Onfilosofiamme mukaan haluamme vähentää rakennustyömailla tehtävää työtä. Meillä "piippumuurarit" ovat tehtaalla ja piiput tuodaan valmiina kohteeseen. OnPiippu on markkinoiden ainoa aidosti valmis piippuelementti. Koska OnPiippu valmistetaan teollisesti tehtaassa, piipusta saadaan tasalaatuinen ja paloturvallinen. OnPiipun lisäksi olemme jo kehittelemässä uusia tuotteita samaan Onfilosofiaan perustuen, selvittää toimitusjohtaja Sivula yrityksen strategiaa.

OnPiipun etuna ovat helppous ja räätälöintimahdollisuudet. Erityisesti arkkitehdit ovat ihastuneet tuotteeseen, sillä piipun designia pystyy muokkaamaan juuri kohteeseen sopivaksi. Isojen rakennusliikkeiden ja talotehtaiden lisäksi OnPiippuja tilaavat erilaiset kumppanit kuten takkavalmistajat, mutta myös yksityishenkilöt.

- OnPiippu on markkinoiden ainoa kivirakenteinen valmispiippu, jota patentoinnin ansiosta ei voida kopioida. Muottiin valettavat OnPiiput voivat olla pisimmillään lähes 20 metrisiä. Piiput tuodaan tehtaalta asennuspaikalle useimmiten omalla kuljetuskalustollamme, jonka kuljettaja samalla asentaa piipun. Nopeimmillaan piipputoimituksessa menee työmaalla alle puoli tuntia, kertoo toimitusjohtaja Kari Sivula.

TOIMIALAKOHTAINEN OHJELMISTO JA OSAAVA TILITOIMISTOPALVELU YHDESSÄ

Onrakenteelle oli alusta lähtien tärkeää löytää järjestelmä, joka kasvaa yrityksen mukana vaativampaankin käyttöön. Teollisuustoimialalle suunniteltu Visma L7 -toiminnanohjausratkaisu tuntui siksi hyvältä vaihtoehdolta. Kun vielä löytyi mahdollisuus ratkaisun vuokraukseen sekä tilitoimistopalvelujen liittämiseen samaan järjestelmään, oli voittajapaketti kasassa.

- Aloittavilla yrityksillä ei ole usein mahdollisuutta investoida tietojärjestelmiin tai -laitteisiin suuria summia. Siksi Onrakenteelle sopi hyvin teknisesti huoleton ASP-palvelu, missä ratkaisun alkukustannukset ovat pienet ja lisäksi käyttöönotto kevyempi sekä nopeampi. Tilitoimistopalvelut olivat sitten se mansikka kakun päälle. Sekä Visma L7 ASP -ratkaisun että tilitoimistopalvelut tarjoaa Visma Services Teemuaho, kommentoi Visman Account Manager Jari Jokela.

- Syy, miksi haluamme käyttää samaa järjestelmää yhdessä tilitoimiston kanssa, on aika ja sen säästäminen. Halusimme aloittavana yrityksenä panostaa ydintoimintaamme emmekä käyttää arvokasta aikaamme talousosaston perustamiseen. ASP-palvelun etuna taas on helppous. Meillä ei ole huolta tekniikasta, mutta järjestelmäksi saimme sellaisen, joka tarvittaessa

soveltuu vaativampaankin käyttöön, selvittää valinnan taustoja Onrakenteen Sivula ja jatkaa:

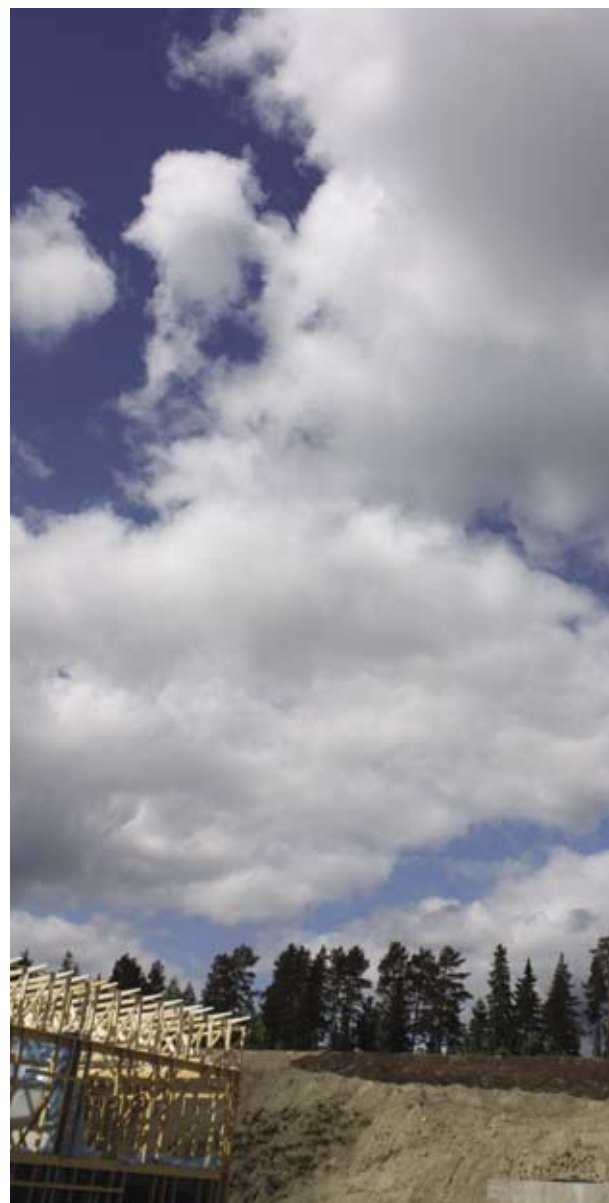
- Säästimme myös rahaa heti hankinnassa, kun emme ASP-palvelun sijasta hankkineet

omia laitteita ja palvelimia tai ostaneet Visma L7 -järjestelmää kokonaan itsellemme. Vuoden käytössä ollut järjestelmä hakee vielä hieman uumiaan, mutta lisää tehostusta ja kustannussäästöjä on kyllä odotettavissa.

TILITOIMISTO KUIN OMA TALOUSOSASTO

Yrityksen valitsema ohjelmisto+palvelu -konsepti koettiin toimivaksi, koska tavoitteena oli integroitu tiedonkulku yrityksessä.

- Onrakenteen toimintaan liittyy paljon tietoa – tuotteista, tarjouksista, asiakkaista – ja halusimme saada kaiken tuon tiedon yhteen järjestelmään. Kolikon käänttöpuolella on toki riippu-





vaisuus järjestelmästä. Jos järjestelmä ei jostain syystä ole käytettävissä, työt seisovat. Olemme suunnitelleet sellaisia tilanteita varten back-up-toimintamalleja, kertoo Sivula.

Kaikki piiput valmistetaan mittatilauksena, joten kaikki lähtee siitä, kun tarjouspyyntö saapuu yritykseen esimerkiksi kotisivujen kautta. Tarjous tehdään suoraan Visma L7 -järjestelmään, jonka kautta se lähetetään asiakkaalle. Tarjouksen hyväksymisen jälkeen muodostetaan suoraan tilaus ja tuotanto voi alkaa. Sitten huolehditaan varaston ja lähetysten hallinnasta.

- Tilitoimiston ammattilaisiin luotetaan taas taloushallinnon toiminnoissa. Lähetämme itse myyntilaskut asiakkaalle järjestelmän kautta. Ostolaskujen käsittelyn hoitaa tilitoimisto. Osto-

“ASP-palveluna järjestelmä, joka soveltuu vaativampaankin käyttöön”

laskut skannataan järjestelmään ja ne tulevat hyväksyttäväksi sähköisesti. Lisäksi tilitoimistossa hoidetaan reskontrat, palkanlaskenta ja kirjanpito. Ja kaikki tämän tapahtuu samassa Visma L7 -järjestelmässä. Tilitoimisto toimii ikään kuin meidän omana talousosastona, myhäilee Sivula.

Onrakenteen arkipäivässä ohjelmiston ja palvelun yhdistäminen näkyy tehokkuutena. Mitään ei tarvitse kirjata useaan kertaan useaan eri järjestelmään, koska tilitoimisto toimii yrityksen työntekijöiden kanssa samassa järjestelmässä. Esimerkiksi raportointi ja yrityksen tilan seuraminen on tehokkaampaa, sillä yrityksen johto saa milloin vain tulostettua reaaliaikaiset tulos- ja tase-laskelmat.

- Onneksi Visma L7 antaa hyvät mahdollisuudet laajentaa toimintaa ja kasvaa, joten ihan heti ei tarvitse olla käyttöönottamassa uutta työkalua. Olemme hyvin tyytyväisiä Visman palvelukokonaisuuteen. Olen suositellut sitä jo muillekin, kertoo Sivula.

ONRAKENNE HOITAA VISMA L7:LLÄ:

- Tarjous
- Tilaus
- Tuotannon suunnittelu
- Tuotannon eri vaiheet
- Viimeistely ja pakkaaminen
- Varastointi
- Lastaus ja lähettäminen
- Myyntilaskutus (aineiston muodostus verkkolaskutusta varten)

TILITOIMISTO HOITAA VISMA L7:LLÄ:

- Myynti- ja osto-reskontrat (verkkolaskujen käsittely ja maksatukset)
- Pankkiyhteyden ylläpito
- Kirjanpito, tilinpäätös ja verotus
- Palkanlaskenta
- Raportointi

Sosiaaliset mediat:

YRITYSTEN OLLAKO VAI EIKÖ OLLA -KYSYMYS

Mitä läsnäolo sosiaalisessa mediassa voi merkitä yritykselle? Sitä, että yritys on olemassa vielä viiden vuoden päästä. Näin sanoo Erik Eskedal, Visman uusi Digital Communication Manager, jonka mielestä kaikkien yritysten pitäisi käyttää enemmän aikaa sosiaalisessa mediassa.

Erik Eskedal on Vismalla uusi, mutta veteraani sosiaalisen median alalla. Hän on ollut kiinnostunut ilmiöstä jo vuosia. Tänä päivänä kyse ei ole enää ilmiöstä, vaan arkipäiväisistä työkaluista, joita ilman ei mikään yritys tule enää toimeen. Ei ainakaan, jos on kiinnostunut keskustelemaan asiakkaidensa kanssa. Asiakkaat



kun ovat mitä suurimmassa määrin halukkaita keskustelemaan yritysten kanssa sosiaalisen median kanavien välityksellä.

- Jos nyt vuonna 2011 olette sitä mieltä, ettei teillä ole aikaa sosiaaliselle medialle, voisitte yhtä hyvin sanoa, ettei teillä ole aikaa asiakkailleen. Erilaisista sosiaalisen median yhteisöistä on tullut ensisijainen kanava asiakkaiden, käyttäjien ja partnerien kanssa käytävälle

keskustelulle, samoin kuin heidän ongelmiansa ratkaisemiselle. Mikä

on muuten juuri sitä, mitä he haluavat teidän tekevän: asiakkaat eivät välitä tuotteistanne, vaan he haluavat apua ongelmiansa ratkaisemiseen. Erilaiset sosiaaliset mediat ovat loistava apuväline juuri tähän tarkoitukseen. Tehkää vaikkapa opetus- tai demovideo tuotteistanne YouTubeen, antakaa asiakkailleen käyttäjätukea Facebookissa, kirjoitakaa blogia, jossa annatte hyviä neuvoja asiantuntijuutenne aiheista ja käyttäkää Twitteriä antamaan vinkkejä tästä kaikesta, Erik Eskedal neuvoo.

Organisaation eri osilla voi olla erilaisia odotuksia sosiaalisissa medioissa tehtävien aktiviteettien suhteen. Myyntijohtajan toiveis-

sa on tietysti korkeampi myynti ja enemmän liidejä. Tuotepäällikkö etsii ideoita ja ehdotuksia ratkaisujen jatkokehitykseen. Markkinointijohtaja haluaa enemmän näkyvyyttä ja parempaa mainetta. Tukitoimintojen päällikkö puolestaan toivoo asiakkaiden olevan mahdollisimman tyytyväisiä. Kaikki näistä näkökulmista eivät ole jokaiselle yritykselle olennaisia, mutta sosiaalisen median strategiasta ja sille asetetuista tavoitteista riippumatta Erik Eskedalilla on kaikille sopivia neuvoja:

”Jos ei teillä ole aikaa sosiaaliselle medialle, voisitte yhtä hyvin sanoa, ettei teillä ole aikaa asiakkailleen”

asiakkaanne sitten yksityishenkilöitä tai yrityksiä, he puhuvat teistä ja tuotteistanne sosiaalisissa medioissa, se on varmaa. On erittäin tärkeää kiinnittää huomiota näihin keskusteluihin, kun halutaan saada asiakkaiden todelliset mielipiteet selville, Eskedal painottaa.

Hän korostaa, että kyse ei ole vain blogeista, Facebookista, Twitteristä tai LinkedInistä. Perinteisistä sivustoista on myös tullut sosiaalisia. Sosiaalinen media kattaa kaikki sivustot, joilla on keskusteluyhteisöjä.

1 KUUNTELE MITÄ YRITYKSESTÄNNE SANOTAAN

-Yksikään yritys ei tänä päivänä selviä, jos ei kuuntele asiakkaitaan. Jos haluatte kuulla, mitä asiakkaanne teistä ajattelevat tai haluatte saada uusia asiakkaita, teidän on kohdattava asiakkaat siellä, missä he ovat – siis Internetissä. Olivatpa

2 OPI KÄYTTÄJILTÄ

Internetissä voitte saada tuotteistanne sellaista tietoa, josta ette itsekään olleet selvillä. Sosiaalisissa medioissa käyttäjät kertovat kokemuksistaan paljon hanakammin kuin muualla. Voitte saada arvokasta palautetta myös yrityksenne toiminnasta.



Yrityksen perinteiset kotisivut ovat edelleen olennaisin osa sen näkyvyyttä Internetissä eivätkä ne saa jäädä sosiaalisen median jalkoihin, Erik Eskedal muistuttaa.

Sellaiset lausunnot on syytä ottaa vakavasti ja toimia niiden mukaan.

- Kohderyhmätietouden ja markkina-analyysin osalta on tapahtunut siirtymä tutkimuksista suoriin palautteisiin, Eskedal toteaa.

3 JAA OSAAMISTASI

Internet on sosiaalinen kanava, jossa jokainen voi osoittaa, mitä osaa ja kuinka voi auttaa muita. Kyse on keskustelujen hallinnasta ja asiakkaiden ongelmiin vastaamisesta heitä tyydyttävällä tavalla.

- Yrityksenne on asiantuntija siinä, mitä se myy. Selvittääkää, ketkä tällaista asiantuntemusta tarvitsevat ja tuokaa esille yrityksenne kompetenssit, neuvoo Eskedal, joka itse kirjoittaa blogia siitä, mitä hän parhaiten osaa eli sosiaalisesta mediasta.

- Ihmisillä on kiire ja he tekevät nopeita valintoja, mutta silti he hakevat mielellään vahvistusta sille, että

heidän tekemänsä päätökset ovat oikeita. Monet sosiaalisen median

”Ihmiset eivät välitä tuotteistanne, he haluavat apua ongelmiansa ratkaisemiseen”

käyttäjistä kysyvät muilta kokemuksista ja neuvoja. Jos he kokevat, että antamanne neuvot helpottavat päätöksentekoa, he kuuntelevat teitä. Tehkää asiakkailenne hyvää, auttakaa heitä onnistumaan ja jakakaa sitä, missä yrityksenne on hyvä. Jos pystytte auttamaan asiakkaitanne olemaan parempia kuin heidän kilpailijansa, omien kilpailijoidenne asiakkaat kääntyvät sen jälkeen teidän puoleenne.

4 TARJOA KIINNOSTAVAA SISÄLTÖÄ

Kuinka huolehtia siitä, että se mitä teette, tulee kuuluksi ja leviää eteenpäin? Ihmisiä kiinnostavat eniten asiat, joista on heille hyötyä tai mistä he innostuvat ja saavat kokemuksia. Tämä asettaa sosiaalisessa mediassa julkaistavalle sisällölle suuret vaatimukset.

Luokaa laadukasta sisältöä, josta on ihmisille hyötyä ja joka on helppo ja

kaa muiden kanssa. Tavoitteena ei ole vain hyvä keskustelu, vaan keskustelujen hallinta ja suhteiden muodostaminen asiakkaiden, käyttäjien ja prospektien kanssa henkilökohtaisella ja epämuodollisella tavalla. Innostakaa luomalla dialogeja, pyytäkää palautetta tai kutsukaa ihmisiä väittelyihin, mutta muistakaa, että peruutuspainiketta ei ole. Kun jokin on julkaistu ja se on levinnyt, on vaikeaa saada sitä enää hallintaan.

5 AJATTELE KOKONAISVALTAISESTI

Eskedalin viimeinen neuvo: koordinoikaa eri Internet-kanaviin suunnatut toimenpiteet niin, että ne ovat yhteydessä toisiinsa.

-Yrityksen perinteiset kotisivut ovat edelleen tärkein osa sen Internet-

näkyvyyttä eivätkä ne saa jäädä sosiaalisen median jalkoihin. Uudempia kanavia, kuten Facebook-sivuja, Twitter-tiliä, blogeja ym. on syytä käyttää sellaisella tavalla, että ne johtavat yrityksen kotisivuille. Mitä enemmän yritys näkyy sosiaali-

sessä mediassa, sitä enemmän kävijöitä sen kotisivut saavat. On laskettu, että blogia pitävillä yrityksillä on 55 % enemmän kävijöitä kotisivuillaan. Toimiva verkkosivusto on siis edelleen yrityksenne luotettavin myyjä ja lähettiläs, joka työskentelee 24 tuntia vuorokaudessa.



RIKU MOTOR RAKENTAA MOOTTORIPYÖRÄILYN YMPÄRILLE MONIALAYRITYSTÄ

Lahtelaisyritys Riku Motor Oy toimii laajalti moottoripyörien parissa. Toimitusjohtaja Riku Routon perheyritys harjoittaa moottoripyörien kauppaa, johon sisältyvät uudet ja käytetyt pyörät, moottoripyörien osat ja tarvikkeet sekä ajovarusteet. Uutta toiminnassa ovat historic-pyörien kaupallinen museotoiminta sekä teemakahvila. Tukea toimintaansa yritys saa Visma Services Teemuaholta.

Riku Routo perusti Riku Motorin jo vuonna 1984, jolloin pelkästään moottoripyöriin erikoistuneita liikkeitä oli Suomessa harvassa. Tällä hetkellä yritys myy kaikkia Suomessa yleisiä moottoripyörämerkkejä ja niiden eri malleja.

Moottoripyörien ohella Riku Motor myy myös toimintaan luontevasti istuvia skoottereita, mopoja ja mopoautoja. Yritys myös tuo Kaliforniasta valikoituja 1960- ja 1970-lukujen autoyksilöitä.

Yrityksen 1 000 neliömetrin myymälä sijaitsee Lahdessa Hankkijan vanhassa vuonna 1927 rakennetussa makasiinissa vastapäätä rautatieasemaa.

VISMA RIKU-RYHMÄN TUKENA

Riku Motorin taloushallintoon on jo useiden vuosien ajan antanut panoksensa Visma Services Teemuahon Lahden toimisto. Nyt se hoitaa koko Riku Motor -ryhmän yritysten taloushallinnon ydintehtävää eli pääkirjanpitoa. Siihen liittyy myös tilipäätössuunnittelu, tilinpäätösennusteet ja verotuksen suunnittelu. Kapean organisaation takia yritys pystyy toistaiseksi hoitamaan itse palkanmaksun ja muut vaadittavat taloushallinnon tehtävät.

Riku Routon mukaan kirjanpidon kanssa ei pidä harrastella, etenkin, kun tiimillä on muutenkin

kädet täynnä töitä. Lisäksi pyöräbisnes on kausiluonteista, joten tilannetta on seurattava tarkoin ja kehitystä ennakkoiden.

PYÖRÄKAUPPA JOHTI MUSEOTOIMINTAAN LAHDESSA

Toimitusjohtaja Routon intohimo moottoripyöriin on johtanut kuin luonnostaan myös muuhun oheistoimintaan. Esimerkiksi viime vuonna Riku Motor järjesti Lahdessa valtakunnalliset moottoripyörämessut, jotka vetivät paikalle 43 000 kävijää.

Suomen Moottoripyörämuseossa on myös edustava kokoelma amerikkalaisen, jo toimintansa lopettaneen Indian-tehtaan pyöriä.





Riku Motorin myymälä sijaitsee vuonna 1927 rakennetussa makasiinissa. Sesonkiaikana myymälää on pakko laajentaa pihalle.

Routo on hiljattain perustanut kaksi uutta yritystä, jotka nekin liittyvät kiinteästi moottoripyöräilyyn. Suomen Moottoripyörämuseo esittelee monipuolisesti eri tehtaiden valmistamia pyöriä sadan vuoden ajalta ja museon yhteydessä toimii motoristihenkkinen Ace Corner -kahvila. Kahvilan toiminnasta huolehtii ulkopuolinen yrittäjä.

- Ace Corner toimii legendaarisen motoristikahvilan Ace Cafe Londonin konseptilla ja nimenkäyttöoikeudella. Lahden kahvila on toistaiseksi ainoa Ace Cafe -lisenssikahvila Britannian ulkopuolella, Routo kertoo.

Museorakennus sijaitsee Lahden satamassa Mukkulan kupeessa. Rakennus on alun perin Niemen sahan puukuivaamo, joka on nyt saneerattu huolellisesti museokäyttöä varten. Näyttelytilaa moottoripyörämuseossa on 470 neliometriä, mutta tiloja on tarvittaessa mahdollista laajentaa. Näytteillä olevat pyörät ovat osin Routon omia ja osin keräilijöiden museolle lainaamia. Näyttelypyörät vaihtuvat kerran vuodessa.

Toukokuusta syyskuuhun avoinna oleva museo avataan myös talvikaudella kerran kuukaudessa. Museon näyttelyitä ja tiloja on mahdollista päästä katsomaan myös yksityistilauksissa.

- Uskon, että museomme kiinnostaa yrityksiä omaleimaisena henkilöstön elämispäivän kohteena. Meille mahtuu enimmillään 50 henkeä ja pystymme järjestämään erilaisia ruoka- ja juoma- tarjoiluja, Routo täsmentää.

Routu kannustaa motoristeja "cruisaillemaan" Lahden suuntaan järjestämällä museolla pitkin kesää erilaisia kokoontumisia. Osanottajat voivat silloin tavata toisiaan ja tutkia kavereiden pyöriä sekä tutustua museonäyttelyyn.

MOOTTORIPYÖRÄMUSEON NESTORINA 100-VUOTIAS PEUGEOT

Riku Routo tuntee paitsi moottoripyörät myös niitä esittelevät maailman museot. Hän on kiertänyt niitä Atlantin molemmin puolin ja hakenut mallia Lahden museoon.

- Erittäin tärkeää on pyörien oikeanlainen, tarpeeksi näyttävä esillepano. Näytteillä olevien pyörien pitää edustaa sekä teknisen kehityksen että muotoilun yleisiä virtauksia, ja todellisia harvinaisuuksia, hän selvittää.

Routon Moottoripyörämuseossa kävijä saa erinomaisen läpileikkauksen 1950- ja 1960 -lukujen moottoripyöräkalustosta. Ajalta, jolloin moni joutui tyytymään työmatka-ajoneuvona moottoripyörään auton asemesta. Museossa ovatkin hyvin esillä tuolloin helposti saatavilla olleet itäpyörät, joita tuli Neuvostoliitosta, Ukrainasta, Tšekkoslovakiasta, DDR:stä ja Unkarista.

Nämä pyörät hallitsivat aikoinaan maanteitä, mutta parempien aikojen koittaessa niiden kohtalona oli jäädä lahoamaan – harvoja sattuman oikusta säilyneitä lukuun ottamatta. Routolla itsellään on kaksi itäsaksalaista MZ-pyörää, joista kummallakaan ei aikoinaan ehditty ajaa lainkaan.

Museon harvinaisuuksia kansainvälisenkin mittapuun mukaan ovat 100-vuotias pioneeripyörä Peugeot ja ilmeisesti ainoa säilynyt Japanissa valmistettu Harley-Davidson.

SATTUMAN KAUPALLA HARRIKAHARVINAISUUS

Routo osallistui vuonna 1996 Riku Motorin näyttelyosastolla Pietarin moottoripyörämessuille. Osastolle Routo pani pienen kyltin, jossa tarjoutui ostamaan lännessä harvinaisia pyöriä. Kyltti tuotti tulosta, sillä tuntematon venäläismies kertoi omistavansa 1930-luvulta olevan pyörän, jonka pitäisi olla Harley-Davidson.

- Ostin edullisen hintaisen pyörän, koska se oli ainakin vanha ja kohtalaisessa kunnossa. Pyörän polttoainetankissa luki oudosti Rikuo, mutta se hän viittasi mukavasti uuteen omistajaan, Riku Routo muistelee huvittuneena.

Pyörän alkuperän tarkempi selvittäminen alkoi Suomessa ja vei Routon lopulta Yhdysvaltoihin saakka. Ilmeni, että Harley-Davidsonin tehdas oli joutunut 1930-luvulla suuren laman takia pahoihin vaikeuksiin ja keksi tarjota HD-pyörien valmistuslisenssejä eri puolille maailmaa.

Japanissa tarjoukseen tarttui yllättäen suuri paikallinen lääkeyhtiö, joka päätti perustaa erillisen konepajateollisuuden tuotantohaaran. Ensimmäinen valmistuserä lähti tehtaalta vuonna 1935. Routon pyörä on juuri tästä erästä ja on siksi herättänyt suurta huomiota.

- Ensimmäinen valmistuserä oli todella historiallinen. Rikuosta tuli Japanin ensimmäinen sarjavalmisteinen moottoripyörä. Nythän Japani kuuluu maailman johtaviin moottoripyörävalmistajiin, kertoo Routo ja jatkaa:

- Suomessakin pitkään pyörineen American Chopper -televisiosarjan päähenkilö ja HD-virityspajan pomo Paul Teutul Sr. matkusti New Yorkin Orangen piirikunnasta meille Lahteen tutustumassa ihmeelliseen

"Visma Services Teemuaho hoitaa Riku Motor -ryhmän yritysten pääkirjanpitoa"

Rikuo. Pyörää näytettiin myöhemmin hänen tv-sarjassaan ja vilkkaudesta myös Discovery-kanavalla. Nyt eräs maailmanlaajuinen satelliittikanava suunnittelee tekevänsä minun Japanin Harrikastani erillisen ohjelman.

Visma Services Teemuahon Lahden toimiston päällikkö Lasse Käkelä on iloinen vauhdikkaasta asiakkaastaan ja vakuuttaa yhteistyön Riku Motorin kanssa sujuvan erinomaisesti.

- Vauhdikas yritys ja varsin poikkeava toimiala eivät aiheuta hämmennystä, vaan sopivat hyvin Lahden toimiston kehyksiin ja palveluasenteseen, Käkelä toteaa.

LAADUKASTA KOSMETIIKKA JA VARASTONHALLINTAA

Kosmetiikan ja tukkukaupan osaaja Minna Laakkonen valitsi yrityksensä toiminnan ohjaukseen Visma Nova -ohjelmiston. Kivisestä EDI-käyttöön otosta huolimatta arkirutiinit ovat tehostuneet ja yritys on työkaluunsa tyytyväinen.

Helsingin ydinkeskustassa Fabianinkadulla sijaitseva Norris Cosmetics Oy:n liiketila on yrityksen kansainvälisten kauneudenhoitotuotteiden maahantuonnin ja tukkukaupan vilkas keskus. Kun yrityksen arkikiireisiin ja tiedonkulkuun haluttiin lisätä tehokkuutta, valitsi yrittäjä ja toimitusjohtaja Minna Laakkonen työvälineeksi Visma Nova -ohjelmiston:

- Olemme ohjelmistoon nyt vuoden käytön jälkeen todella tyytyväisiä. Paras tulos Visma Novan käyttöön otosta on varaston sekä tilaus-toimitus-rytmin parantunut hallinta. Ratkaisusta on todella ollut arkipäivässä apua.

KAUNEUTTA HOIDETAAN NYT LUOMULLA

Norris Cosmetics on ollut tuttu toimija kosmetiikan maahantuonnissa jo 30 vuotta, joista viimeiset neljä vuotta liiketoiminta on ollut Minna Laakkosen käsissä.

- Haluamme panostaa laadukkaisiin ja vahvoihin kosmetiikka-brändeihin. Edustamme Joe Blasco ja Greenpeople -kosmetiikkasarjoja sekä laadukkaita Thal'ion ja Helen Pietrulla -ihonhoitotuotteita. Tavoitteenamme on tarjota kosmetiikka- ja ihonhoitotuotteita, jotka ovat sekä tehokkaita että turvallisia. Joe Blasco, Thal'ion ja Helen Pietrulla onkin listattu Helsingin allergia- ja astmayhdistyksen turvallisten tuotteiden listalle, Laakkonen kertoo.

Minna Laakkosella on runsaasti tukkukauppaosaamista ja hän tietää, että menestyäkseen on kuunneltava tarkasti, mitä markkinoilla tapahtuu. Uusia brändejä on jatkuvasti kiikarissa. Viime toukokuussa Laakkonen otti valikoimiinsa englantilaisen Greenpeople-luomukosmetiikkasarjan.

- Luonnonmukainen kosmetiikka kiinnostaa monia ja erityisesti luomukosmetiikan kysyntä on

markkinoilla nousemassa. Ihmiset kiinnittävät yhä enemmän huomiota siihen, mitä laittavat paitsi suuhunsa myös iholle, sillä sehän on loppujen lopuksi sama asia, toteaa Minna Laakkonen kauneudenhoidon tämän hetkisistä trendeistä.

Norris Cosmetics Oy:n liiketoiminta on ollut viime vuodet hyvällä tasolla. Kauneudenhoito ja kosmetiikka-ala eivät Laakkosen mukaan olekaan kovin suhdanneherkkiä.

- Naiset meikkaavat ja hoitavat itseään, vaikka millainen kaaos ympärillä olisi. Näen myös,

että Suomessa alalla on paljon kasvumahdollisuuksia. Tutkimusten mukaan Etelä-Euroopassa naiset käyttävät edelleen todella paljon enemmän rahaa kosmetiikkaan ja itsensä hoitoon kuin täällä. Kilpailu alalla tosin kiristyy ja uusia brändejä tulee markkinoille koko ajan – yritysten pitää pystyä vastaamaan kilpailuun ja uudistumaan. Ihonhoidossa miehet ovat iso kohderyhmä, jota emme vielä ole valloittaneet, Laakkonen sanoo.

VISMA NOVAN ETUNA LAAJAT OMINAISUUDET

Aikaisemmin Norris Cosmetics hoiti toimintansa ohjauksen vanhalla merkkipohjaisella järjestelmällä, jonka ylläpito oli loppunut jo aikaa sitten. Mahdollisia uusia järjestelmiä yrittäjä Laakkonen kartoitti itse ja päätyi lopulta Visma Nova -ratkaisuun.

-Tuli tilanne, jossa tuntui, että järjestelmä on kerta kaikkiaan pakko uusia. Halusimme järjestelmän varaston ja tilaus-toimitus -prosessin hallintaan sekä inventointiin. Taloushallintomme on ulkoistettu, joten tarvitsimme ratkaisun, jonne myös tilitoimistomme on mahdollista päästä käsiksi, selvittää Laakkonen järjestelmähankkeen lähtökohtia, ja jatkaa:

-Visma Novasta löysimme vastauksen kaikkiin tarpeisiimme. Ylimääräistä etua on moduulirakenteesta, joka mahdollistaa ratkaisun laajentamisen ja uusien ominaisuuksien käyttöönoton tarpeen mukaan.

Visma Nova -ratkaisun Norris Cosmeticsille tarjosi Visma-partner Aames Oy, jota Laakkonen kiittelee vuolaasti:

-Aameksen KimmoTattarin kanssa oli joustava ja sujuva työskentely. Hän on hyvin auttavainen.

KIVINEN EDI-POLKU JOHTI TYYTYVÄISYYTEEN

Visma Novan käyttöönotto aloitettiin Norris Cosmetics Oy:ssä vuosi sitten elokuun alussa. Käyttöönotto sujui odotetusti, kunnes ohjelmistoon tilattua EDI-yhteyttä ei saatu toteutettua. Aikataulut venyivät, eikä EDI-yhteys lukuisista korjauksista ja päivityksistä huolimatta toiminut sovitusti.

- EDI-sanoman toteutuksessa myöhästettiin, mikä oli meille tietenkin harmillista. Olin Vismaan yhteydessä jatkuvasti ja lopulta käyttöönottoprojektiin tuli mukaan tarpeemme ymmärtäviä vismalaisia, jotka ottivat EDI-toteutuksen valmistumisen asiakseen, selvittää Laakkonen ja lähettää terveisiä Arto Kaeralalle, Kari Tryggille sekä Visma Nova -asiakaspalveluun, joka hänen mukaansa toimii hienosti.

- Kivisestä EDI- käyttöön otosta huolimatta Visma Nova -ohjelmisto sopii meille erittäin hyvin ja olemme siihen tyytyväisiä. Ohjelmisto on helppokäyttöinen, selkeä ja kaikin puolin hyvä työväline. Tilaukset ja varaston tilanne ovat nyt kaikkien työntekijöiden nähtävillä, mikä helpottaa arkista aherrustamme. Visma Novan myötä parani myös taloustoimintojen ulkoistusmahdollisuus, joten sain sieltä vapautettua resursseja muuhun, tuottavaan työhön. Ohjelmistosta tuntuu paljastuvan aina vain lisää mahdollisuuksia tehostaa toimintaamme.

NORRIS COSMETICS OY

- Kosmetiikan maahantuonti ja tukkukauppa
- Yrittäjä ja toimitusjohtaja Minna Laakkonen
- Liikevaihto noin 2,5 miljoonaa euroa
- Työntekijöitä noin 25
- Brändit: Joe Blasco, Thal'ion, Helen Pietrulla ja Greenpeople



MITEN ONNISTUA KÄYTTÖÖNOTTO- PROJEKTISSA?

Käyttöönotto on tiimityötä. Se toimii parhaiten, kun toimintamallit on selkeästi sovittu. Kun toteutus on oikea-aikainen ja käyttöönotto tehtävien järjestys oikea, ongelmat on mahdollista välttää ja säästyy aikaa sekä rahaa. Kuten talonrakentamisessa myös ERP-käyttöönotossa on tärkeää tehdä perustukset kunnolla. Liiketoimintaprosessien huolellinen määrittely alussa säästää aikaa pitkän projektin ajan. Selkeä resurssointi taas edesauttaa kaikkien projektin osapuolien sitoutumista. Myös siinä on eroa käyttöönotetaanko valmisohjelmistoa vai vaatiiko projekti paljon räätälöintityötä.

VISMAN JA MINNA LAAKKOSEN 6 TÄRKEÄÄ ONNISTUMISEN OSA-ALUETTA:

- 1** Projektinhallinta – varmistaa etenemisen oikeassa aikataulussa ja järjestyksessä.
- 2** Resurssit – nimetty yhteyshenkilö tuntee tarpeet ja pitää kokonaisuuden hallinnassa.
- 3** Valmistautuminen – varmistaa molempipuolisen ymmärryksen toimituskokonaisuudesta. (Kartoitus yrityksen toimintamalleista, ohjelmistotarpeista sekä kehitystavoitteista ja mittareista)
- 4** Työnjako – antaa jokaiselle vapauden keskittyä omien vastualueidensa hoitoon.
- 5** Dokumentaatio – antaa pohjan seurannalle ja muutosten hallinnalle.
- 6** Seuranta – mahdollistaa muutosten läpiviemisen hallitusti.

Visma hyödyntää käyttöönotoissa yhdessä Suomen Projekti-Instituutin kanssa kehitettyä ProVis-projektimallia. Malli tarjoaa pohjan keskusteluille työnjaosta, resursseista, projektikulusta ja muutostenhallinnasta. ProVis-mallin laajuus sovitetaan yksilöllisesti jokaiseen käyttöönottoon

Yrittäjänä onnistuminen edellyttää, että pitää siitä mitä tekee. Sama koskee sosiaalisia medioita. Ollaan jo pitkällä, jos yrittäjällä on sisäisen palon ja innostuksen lisäksi kyky löytää palvelu tai tuote, jonka ihmiset haluavat. Näin toteaa Rick Marini, sosiaalisen median uranuurtaja.

Rick Marini

- Amerikkalainen yrittäjä sosiaalisen median alueella (39 v.)
- Perustanut yritykset Tickle.com (1999), SuperFan (2008) ja BranchOut (2010)

BranchOut

- Verkkopalvelu, jossa voi rakentaa verkostoja sekä etsiä töitä tai työntekijöitä
- Facebook-tiedot voi jakaa suoraan BranchOut-palvelussa
- Palvelu antaa tietoa Facebook-kavereiden työkokemuksesta, koulutuksesta ja suhteista
- Päätaivoite on mahdollistaa käyttäjien maailmanlaajuinen verkostoituminen Facebookin tapaan
- Palvelun kautta voidaan etsiä töitä, työntekijöitä, kumppanuuksia tai henkilöitä

**AVAIMENA
SOSIAALINEN OSALLISTUMINEN
JA INNOSTUS**

-Tälle uralle haluavia neuvoin miettimään, mikä on itselle tärkeää ja mistä innostuu. Tänä päivänä on jännittävää ja hauskaa olla sosiaalisen median yrittäjä, mutta ala ei sovi kaikille. Yrittäjän elämä on yhtä vuoristorataa: kaiken kaaoksen keskellä on selvittävä ylä- ja alamäistä sekä pidettävä yritys pystyssä, kuvailee Rick Marini, BranchOut.com -verkkopalvelun perustaja. Hän on ollut sosiaalisen median uranuurtaja viimeiset 11 vuotta.

Rick Marini yhdistää sosiaalisen median ja yrittäjyyden. Osallistuminen ja innostus ovat sekä sosiaalisuuden että mediatyön olennaisia osia, mutta myös onnistumisen kantavia voimia.

VERKOSTOJA JA REKRYTOINTIA

BranchOut on Facebook-sivustoa alustanaan käyttävä verkostoitumis- ja rekrytointipalvelu, jonka toiminta-ajatus kuuluu: "Career Networking on Facebook" eli uraverkostoitumista Facebookissa. Kuten LinkedIn-sivusto, BranchOut rakentaa Internetissä rekrytointiin ja työnhakuun liittyvää palveluverkostoa.

BranchOut avattiin heinäkuussa 2010. Melko uuden palvelun käyttäjien määrä kasvaa nopeasti. Viimeisten kuukausien aikana aktiivisten käyttäjien määrä on Insidefacebook-sivuston mittarinen mukaan kolminkertaistunut lähes miljoonaan. Marini kertoi VISMA-gazinelte, että ihmisten kiinnostus BranchOutiin on kasvanut erityisesti Pohjoismaissa.

- Pohjoismaissa, erityisesti Ruotsissa ja Norjassa, palvelustamme ollaan hyvin kiinnostuneita. Tämä johtuu luultavasti siitä, että teillä käytetään sosiaalista mediaa runsaasti niin yksityis- kuin työelämässä. Lisäksi Pohjoismaissa ollaan teknologisesti paljon muita maita edellä, joten tällaisten palveluiden käyttöönotto on helppoa, Marini pohtii.

KUTSU OBAMALTA

Tämän päivän makroekonomisessa tilanteessa USA:n työmarkkinoiden kehitys on hyvin tärkeää koko maailman talouskehitykselle. Yhdysvaltojen presidentti Barack Obama kutsui Rick Marinin mukaan neuvonantajaryhmään, jossa pohditaan keinoja luoda amerikkalaisille työpaikkoja. Kutsu osoittaa paitsi sen kuinka arvostettu Marini on, myös minkälaista roolia BranchOut -sivusto esittää niin poliittisesti, taloudellisesti kuin työelämässä. Neuvonantajaryhmässä on mukana monia suurten amerikkalaisten yritysten johtajia, mutta BranchOutin kilpailijan LinkedIn-sivuston pääjohtaja ei ole mukana. Marinin BranchOut eroaakin LinkedIn-sivustosta monessa suhteessa.

- LinkedIn on ehdottomasti kilpailijamme. Suurin ero sivustoissa on siinä, että me käytämme alustana Facebookia. Meillä on siis noin 800 miljoonaa aktiivista käyttäjää, joiden kanssa muilla käyttäjillä on mahdollisuus verkostoitua. LinkedInillä on noin 100 miljoonaa aktiivista

käyttäjää, joten Facebookin ulottuvuus on paljon suurempi, Marini huomauttaa.

BranchOut tarjoaa mahdollisuuden rakentaa itselleen ammatillisen sosiaalisen verkoston. Sekä LinkedIn että BranchOut on perustettu rekrytointia ja työmarkkinoita varten. Niistä kahdesta BranchOut on kuitenkin enemmän sosiaalinen verkosto, vaikka LinkedIn on myös viime aikoina panostanut sosiaalisiin toimintoihin. Pääasiallisena erona sivustojen välillä on sosiaalisuus. Koska Facebook on hyvin sosiaalinen alusta, on sen kyljessä toimiva BranchOut myös sosiaalisempi ja henkilökohtaisempi. Vaikka monet haluavat edelleen pitää yksityiset ja työelämän verkostot erillään, sosiaalisten medioiden käytön lisääntyminen on alkanut murtaa tätä erottelua. Sosiaalista verkostoitumistahan tapahtuu molemmilla elämäntilanteilla.

HYÖDYLLINEN JA VIHEDYTTÄVÄ

- Olemme muodostaneet sivustoon sellaisia sosiaalisia aktiviteetteja, jotka auttavat käyttäjiä parantamaan uramahdollisuuksiaan, mutta ovat samalla innostavia ja hauskoja. Näin saamme käyttäjiksi myös nuoremman sukupolven edustajia, Marini kertoo varsin tietoisena siitä, että nuoria kiinnostavat uudet teknologiat ja mediat.

BranchOut-käyttäjät saavat automaattisesti tiedon avoimista työpaikoista niissä yrityksissä, joita he Facebookissa seuraavat. Vastavasti yritykset voivat käyttää BranchOutia ilmoittaessaan työpaikoistaan Facebookissa.

BranchOutin käyttäjämäärän valtava kasvu kuluneena kesänä johtuukin pääasiassa keskittymisestä työpaikkailmoituksiin. Tämä osoittaa, että ihmiset ovat kiinnostuneita rakentamaan

sosiaalista verkostoa myös työelämässä. BranchOut onkin lanseeraamassa Facebookiin uutta edistynyttä hakupalvelua, jossa avoimia työpaikkoja voidaan helposti etsiä, ja jossa yritykset voivat kohdistaa työpaikkailmoituksensa tietyille kohderyhmälle. Yhdessä LinkedInin vastaavan

palvelun kanssa verkosta on tulossa merkittävä työpaikkojen välittäjä.

PARAS IDEA

Rick Marini on yksi aikamme merkittävimmistä sosiaalisen median johtohahmoista, sillä hän on perustanut useamman menestyneen verkkoyrityksen viimeisen yhdentoista vuoden aikana. Ennen BranchOutin perustamista vuonna 2006 Marini perusti sosiaalisen SuperFan-ajanvietesivuston. Yritys tuotti sosiaalisia pelejä suurille

yrityksille, kuten CBS:lle, MTV:lle ja Universal Musicille.

Vuonna 1999 Marini perusti Tickle-sivuston, josta tuli yksi maailman suurimmista sosiaalisen median sivustoista. Myös Tickle keskittyi työelämään ytimenään erilaiset testit. Tickle selviytyi ns. dotcom-kriisistä ja se myytiin vuonna 2004 kansainväliselle Monster.com -rekrytointijättiläiselle yli sadalla miljoonalla dollarilla. Marinin innostus sosiaalisesta mediasta ei kuitenkaan loppunut siihen.

- Ticklesta tuli maailman 18. suurin verkkosivusto, sillä oli yli 300 miljoonaa käyttäjää ja se hyödynsi ensimmäisenä kaikista viraalimarkkinointia mm. persoonallisuustestien ja kuvien jakamisen muodossa. Tickle oli hyvä idea, mutta BranchOut on parempi. BranchOut tarjoaa valtavat mahdollisuudet ammatilliselle verkostoitumiselle Facebookin 800 miljoonan käyttäjän kesken. Ihmiset voivat verkostoitua kavereidensa ja kavereiden kaverien kanssa. Tämä mahdollistaa ihmisten kontaktit ympäri koko maailman, Marini innostuu.

IDEOINTI ON HELPPOA, TOTEUTTAMINEN VAIKEAA

- Monilla on kiinnostavia ideoita, mutta usein ne eivät konkretisoidu, koska heillä ei ole keinoja eikä kykyä löytää oikeita rahoittajia tai muodostaa tiimejä. Minä olen onnistunut rakentamaan

ympärilleni kokeneista rahoittajista ja neuvonantajista koostuvan tiimin. Olemme työskennelleet yhdessä pian kymmenen vuotta ja käytämme toisiamme sparraajina, kun saamme uusia ideoita. Keskustelen usein myös muiden yrittäjien kanssa. Onnistumisen kannalta olennaista on, että ympärillä on ahkeria ja innostuneita ihmisiä, joiden kanssa ideoita voi keskustella. Ajoitus on erittäin tärkeää kuten myös suunnitelmallisuus. Lisäksi

kyky toteuttaa ideoita on keskeistä, Marini toteaa.

NOPEA LIIKKEELLE LÄHTÖ

BranchOutin nopealla kehitys- ja lanseerausaikataululla ei näytä olleen negatiivisia seurauksia, vaan pikemminkin päinvastoin. Tähän asti palvelu on ollut suurmenestys. BranchOutin avulla Facebookissa on ilmoitettu jo yli kolme miljoonaa työpaikkaa, joten ei ole ihme, että itse presidentti Obamakin oli huomannut sen.

- Kaikki lähti erittäin nopeasti liikkeelle. Keksinkin idean toukokuussa 2010, koodauksen aloitimme kesäkuussa ja julkistus tehtiin heinäkuussa. Ideasta julkistukseen kului siis vain kuusi viikkoa. Piilaaksossa, jossa asun, nopeat prosessit ovat osa kulttuuria. Kun keksii hyvän idean, on tärkeää testata sen kysyntä nopeasti. Niin nähdään kannattaako idean työstämistä jatkaa. Näin syntyi myös BranchOut.

"Monilla on kiinnostavia ideoita, mutta usein ne eivät konkretisoidu"

"Kun keksii hyvän idean, on tärkeää testata sen kysyntä nopeasti"



Microsoft on nimennyt Vismalla työskentelevän Marius Bancilan "Vuoden arvokkaimmaksi ammattilaiseksi" osaamisalueenaan C++ -ohjelmointikieli. Microsoftin yli 100 miljoonan jäsenen teknisestä yhteisöstä vain parikymmentä saa vuosittain tämän tunnustuksen omalla osaamisalueellaan.

MAAILMAN PARAS OHJELMOIJA TYÖSKENTELEE VISMALLA

Most Valuable Professional (MVP) -palkinto jaetaan vuosittain Microsoftin maailmanlaajuisen teknisen yhteisön arvostetuimmille jäsenille. Palkittavien valinta perustuu kehittäjien ammatilliseen panokseen fyysisissä ja sähköisissä yhteisöissä menneen vuoden aikana. Palkinto on tunnustus teknisesti poikkeuksellisen lahjakaille henkilöille, jotka myös aktiivisesti jakavat osaamistaan muiden ammattilaisten kanssa.

OHJELMOINTIA KAKSITOISTAVUOTIAASTA

MVP-palkittu Marius Bancila on jo vuosien ajan saavuttanut loistavia tuloksia erilaisissa Microsoftin teknisissä verkostoissa sekä verkkoyhteisöissä, jotka hän on itse perustanut.

- Aloitin ohjelmoinnin kaksitoistavuotiaana BASICin kaltaisella kielellä. Kun menin lukioon, ohjelmoinnista tuli vakavampaa ja päätin mennä opiskelemaan informaatiotekniikkaa Timisoaran tekniseen yliopistoon. Vuosien varrella olen työskennellyt monilla eri ohjelmointi- ja skriptikielillä, kuten Pascal, C, C++, Java, JavaScript, LISP, Prolog, C #, VB.NET, MC++, C++/CLI, HTML, PHP ja CSS. Mutta C++ on kuitenkin aina ollut suosikkini, hän toteaa hymyillen.

TEHOKKUUTTA POHJOISMAISIIN YRITYKSIIN

31-vuotias Bancila työskentelee Visman toimipisteessä Romaniassa. Hän on lukuisissa yrityksissä ja monissa eri maissa käytettävän Visman talousohjelmiston kehityksen kantava voima.

- Bancila on ollut avainhenkilö siirtäessämme talousohjelmistoa uudelle, modernille palvelinalustalle. Hänen työpanoksensa on ollut merkittävä rakentaessamme käyttäjillemme teknisen kehityksen kärjessä olevaa järjestelmää, joka käyttää myös tulevaisuuden tarpeet täyttävää palvelintekniikkaa, kuvailee Einar Håbrekke, Visman kehitysosaston tiiminvetäjä ja Bancilan esimies.

TÄRKEÄ OSAAMISYMPÄRISTÖ

Visma on toiminut Romaniassa menestyksekkäästi jo viisi vuotta.

- Monet ohjelmistotalot ovat yrittäneet toteuttaa ohjelmistokehitystyötä Itä-Euroopan mais-

Marius Bancila Vismalta on Microsoftin "Vuoden arvokkain ammattilainen" osaamisalueenaan C++ -ohjelmointikieli.



sa, mutta ilman menestystä. Me taas olemme onnistuneet todella hyvin rakentamalla työlle järjestelmällisen perustan ja huomioimalla kulttuurierot. Erinomaisen henkilöstöpolitiikan ansiosta olemme saavuttaneet Romaniassa hyvän maineen ja Vismasta on tullut houkutteleva työnantaja romanialaisten ohjelmistokehittäjien keskuudessa, Einar Håbrekke kertoo.

- Visma aikoo edelleen panostaa Romanian tuotekehitysosastoonsa. Romanialaisten kehittäjien koulutustaso on hyvin korkea eivätkä he jää osaamisessa toiseksi kenellekään, kuten Bancilankin esimerkistä voimme selvästi nähdä.

HYÖDYNNÄ JÄRJESTELMÄÄSI TAIDOLLA JA TIEDOLLA!

VISMA AVENDO -OHJELMISTOKOULUTUKSET

	pvm		Euroa
Espoo	28.10.	Visma Avendo Aika	390
Jyväskylä	01.11.	Visma Avendo Laskutus	390
	02.11.	Visma Avendo E40	390

Huom! Kaksi koulutuspäivää yhteensä 700 euroa / henkilö.

VISMA ECONET -OHJELMISTOKOULUTUKSET

	pvm		Euroa
Espoo	15.09.	Lomapalkkalaskenta	420
	05.10.	Visman Econet Tilinpäätöstoimet	420
	15.11.	Kustannuspaikkojen hyödyntäminen	420
	16.11.	Visma Econet tehokkaassa käytössä	420
Webinaari	26.09.	Visma Econet Palkanlaskenta: Kustannuspaikat	230
	27.09.	Visma Econet Palkanlaskenta: Lomapalkkalaskenta	230
	28.09.	Visma Econet Palkanlaskenta: MS Excel ja Omat raportit	190
	18.10.	SEPA käyttöönotto: Visma Econet ja SEPA-konversio	125
	18.10.	SEPA käyttöönotto: Visma Econet ja Visma Monipankki	125
	01.11.	Tilikartan päivittäminen tililuokkiin	230
	02.11.	Tiliotekirjanpidon käyttöönotto	125
	08.11.	Visma Econet Kirjanpito: Erityistoimet	230
	09.11.	Visma Econet Kirjanpito: Budjetointi	190
	22.11.	Visma Econet Sähköiset laskut ja arkistointi	230
	23.11.	Visma Econet Materiaalihallinnon perusteet	250

VISMA L7 -OHJELMISTOKOULUTUKSET

	pvm		Euroa
Espoo	29.09.	Crystal Reports XI -peruskurssi	420
	30.09.	Pääkäyttäjä	420
	19.10.	Pääkäyttäjä	420
	20.10.	Tehosta ostotoimintoja	420
	21.10.	Tuotannonohjaus ja materiaalihallinto	490
	02.11.	Crystal Reports XI -jatkokurssi	420
	03.11.	Myyntitilaukset ja -hinnoittelu	420
	17.11.	Kirjanpidon tehokäyttö	420
	18.11.	Kirjanpidon raportointi (Kiha)	420
	28.11.	Palkanlaskennan peruskurssi	420
	29.11.	Palkanlaskennan jatkokurssi	420
Jyväskylä	22.09.	Pääkäyttäjä	420
	06.10.	Tehosta ostotoimintoja	420
	18.10.	Palkanlaskennan jatkokurssi	420
	27.10.	Crystal Reports XI -jatkokurssi	420
	08.11.	Kirjanpidon perusteet	420
	09.11.	Kirjanpidon tehokäyttö	420
Webinaari	20.09.	Visma L7 ja SEPA	220
	21.09.	Visma L7 ja SEPA (Kiha)	220
	11.10.	Crystal Reports XI -vinkki kurssi	220

VISMA NOVA -OHJELMISTOKOULUTUKSET

	pvm		Euroa
Espoo	13.10.	Crystal Reports	420
	26.10.	Kirjanpidon ja reskontrien perusteet	420
	27.10.	Kirjanpidon jatkokurssi	420
	09.11.	Tilausten käsittelyn perusteet	420
	10.11.	Materiaalihallinnon perusteet	420
	11.11.	Tehokkuutta sisäiseen laskentaan	420
	24.11.	Palkanlaskennan peruskurssi	420
	25.11.	Palkanlaskennan jatkokurssi	420
Jyväskylä	19.09.	Kirjanpidon ja reskontrien perusteet	420
	20.09.	Kirjanpidon jatkokurssi	420
	26.09.	Tilausten käsittelyn perusteet	420
	27.09.	Materiaalihallinnon perusteet	420
	04.10.	Palkanlaskennan peruskurssi	420
	05.10.	Palkanlaskennan jatkokurssi	420
	19.10.	Tehokkuutta sisäiseen laskentaan	420
Webinaari	22.09.	Verkkolaskujen lähetys ja vastaanotto	150
	04.10.	Pääkäyttäjä	220
	06.10.	SEPA käyttöönotto: Visma Nova ja SEPA-konversio	110
	06.10.	SEPA käyttöönotto: Visma Nova ja Visma Monipankki	110
	07.10.	Hinnastojen käsittely	150
	18.10.	SEPA käyttöönotto: Visma Nova ja SEPA-konversio	110
	18.10.	SEPA käyttöönotto: Visma Nova ja Visma Monipankki	110
	19.10.	Pääkäyttäjä	220
	20.10.	Budjetointi	220
	11.11.	Verkkolaskujen lähetys ja vastaanotto	150
	15.11.	Pääkäyttäjä	220
	28.11.	Hinnastojen käsittely	150

VISMA MONIPANKKI -OHJELMISTOKOULUTUKSET

	pvm		Euroa
Webinaari	17.10.	Visma Monipankin käyttöönotto	230

WEBINAARIT

Visma webinaarit tarjoavat koulutukseen joustavuutta ja kustannustehokkuutta. Voit nimittäin osallistua koulutukseen omalta tietokoneeltasi.

Haluatko kokeilla webinaaria? Järjestämme testiwebinaareja, joissa tutustut sähköiseen koulutusmuotoon maksutta. Löydät testijat netistä: www.visma.fi/webinaari.

Uusia koulutuksia julkaistaan syksyn aikana, seuraa kalenteriamme osoitteessa: www.visma.fi/kurssit.

ILMOITTAUTUMINEN

Visman ohjelmistokoulutusten lisätiedot ja ilmoittautumiset www.visma.fi/kurssit. Voit myös lähettää meille sähköpostia osoitteeseen koulutus@visma.com.

Visma Avendo -kursseille ilmoittautumiset avendo@visma.com.

PERUMISEHDOT

Viimeinen ilmoittautumispäivä on viikkoa ennen kurssia. Mikäli peruutat osallistumisesi ilmoittautumisaikana umpeuduttua, veloitamme 50 % kurssin hinnasta. Mikäli poisjääntiä ei ilmoiteta lainkaan ennen kurssia, veloitamme kurssin hinnan täysimääräisenä. Estyneen henkilön tilalle on mahdollista vaihtaa toinen henkilö veloituksetta. Hintoihin lisätään arvonlisävero 23 %. Visma varaa oikeuden kurssin peruuttamiseen, mikäli osallistujamäärä on liian pieni. Viimeisen ilmoittautumispäivän jälkeen voit tiedustella vapaana olevia paikkoja ottamalla meihin yhteyttä sähköpostitse koulutus@visma.fi tai puhelimitse 0207 560 518.





Nopeuta tahtia – Tule mukaan tehokkuustanssiimme

Visma tarjoaa laajan valikoiman ratkaisuja ja palveluja, jotka kaikki tehostavat yrityksen toimintaprosesseja. Asiakkaamme toimivat monenlaisilla toimialoilla pienissä, keskikokoisissa ja suurissa yrityksissä sekä julkisella sektorilla ja organisaatioissa. Nyt jo 240 000 pohjoiseurooppalaista yritystä tai yhteisöä käyttää ratkaisujamme ja palvelujamme – ja nauttii tehokkaammista työpäivistä.

Ratkaisujemme ja palvelujemme osa-alueita ovat:

- taloushallinto
- henkilöstöhallinto
- kirjanpito
- palkanlaskenta
- ulkoistuspalvelut
- materiaalihallinto
- projektinhallinta
- asiakkuuksienhallinta, CRM
- tuotannonohjaus
- hankintaketjunhallinta
- sähköiset yhteydet
- verkkolaskutus
- webkauppa
- selain/mobiiliratkaisut
- kiinteistötoimialan erikoissovellukset
- teollisuuden erikoissovellukset
- tukku- ja erikoistavarakaupan erikoissovellukset
- urakoinnin erikoissovellukset
- energia-alan erikoissovellukset
- tilitoimistojen erikoissovellukset
- taloussuunnittelu- ja raportointisovellukset

Tehokkuusasantuntijat