

## HAASTEITA

Maailman muutosnopeus kiihtyy, ja ns. perinteisen liiketoimintatiedon ohella tulevaisuutta arvioivan liiketoimintatiedon tärkeys korostuu.

# Uudistava liiketoimintatieto

Liiketoimintatiedon kerääminen, analysointi ja jakaminen ovat oleellinen osa yrityksen strategia- ja päätöksentekoprosessia. Sen tarkoituksena on laajentaa yrityksen ja sen työntekijöiden ymmärrystä sekä informaatiopohjaa ja -näkömää. Hyvin jalostettu ja kommunikoitu liiketoimintatieto auttaa yritystä löytämään mahdollisimman optimaalisen toimintaympäristön ja elintilan sekä vahvistaa tulevaisuuden menestyksen.

## Rohkeasti katseet tulevaan

**1** Valtaosa liiketoimintatiedosta perustuu historiaan; monet mittarit, indeksit, kilpailija- ja asiakasraportit sekä tulos- ja taselaskelmat koostuvat luvuista ja malleista, jotka on rakennettu menneen maailman ehdoilla ja ymmärryksellä.

Vaikka ihmisen on usein helpompaa käsitellä konkreettisia lukuja ja kuvioita kuin epävarmaa tulevaisuutta, jatkossa pitää rohkeasti katsoa eteenpäin maailmaan, jota kukaan ei voi pelkästään faktapohjalta ennustaa. Tämä aiheuttaa muutospaineita erityisesti perin-

teiselle johtajuusmallille, joka nojaa pitkälti numerotietoon ja kurinalaisiin prosesseihin.

Uudistava johtajuus ja sitä oikealla tavalla tukeva liiketoimintatieto kykenee tehokkaasti analysoimaan menneen maailman, mutta samalla luomaan vahvistusta yrityksen johdon intuitiiviselle ”minälle”, joka rakentuu historian kunnioituksen ohella vahvaan huomisen tutkimiseen. Huomista maailmaa ei voida ohjata pelkästään numeroilla, vaan tulevilla areenoilla yrityksen on kyettävä luomaan yrityskulttuuri, missä perinteisen faktatiedon lisäksi intohimoisesti etsitään ja uskalletaan tehdä oletuksia tulevaan.

## Seulo tietovirrasta olennainen

**2** Tulevaisuuden skenaarioita analysoitaessa ihmisten välinen kommunikaatio ja ajatusvaihto nousee merkittävään rooliin ja muodostaa tärkeän osan myös tulevaisuuden liiketoimintatiedosta. Organisaatioiden sisällä oleva yrityksen omien ihmisten tieto jää liian usein taustakohinaksi, vaikka se oikein kuultuna ja jalostettuna voi olla pääroolissa oikeita liiketoimintapäätöksiä



**Aki Saarinen**  
Johtaja, Humap Oy, MSc (Tech.)  
Kuva: Saarisen oma arkisto

“Jatkossa pitää rohkeasti katsoa eteenpäin maailmaan, jota kukaan ei voi pelkästään faktapohjalta ennustaa.”

tehtäessä.

Tieto ja sitä seuraavat päätökset eivät sinällään takaa yrityksen tai yksilöiden menestystä. Lisäksi tarvitaan tiedon jatkuvaa rajavaa jalostamista ja jakamista. Hyvin jalostetun tiedon jakaminen erilaisilla kanavilla ja välineillä on erityisen merkittävässä roolissa. Joku meistä pitää lukemisesta, toinen raporttien tutkimisesta ja kolmas elektronisesta mediasta, missä tekstiä, kuvaa ja ääntä voidaan sopivasti yhdistellä. Tärkeää on myös supistaa tarjolla olevaa valtavaa tietomäärää, jotta emme hukuta oleellista epäoleelliseen.

## Oikea tieto oikeaan paikkaan

**3** Tieto ja tietäminen on suhteellista ja kehittyy jatkuvasti. Taidokas tiedon hyödyntäminen ei ole enää niinkään itse tiedosta kiinni vaan kyvykkyydestä yhdistää oleellinen tieto. Mikäli yksilö tai yritys uskoo tekemiensä ja on valmis laittamaan itsensä peliin sopivan, oikea-aikaisen takatuulen vallitessa, viimeisen rivin tuloksesta jää varmasti jaettavaa niin yrityksen työntekijöille kuin osakkeenomistajillekin.

Mediaplanet on  
30.9. – 1.10.2011  
järjestettävän  
Tuottava vastuullisuus  
-viikonloppuseminaarin  
päämediayhteistyö-  
kumppanina

## SUOSITTELEMME



**Petri Hakanen**  
hallituksen  
puheenjohtaja,  
TDWI Finland

SIVU 6

“Tietoarkkitehtuurissa kieli ja yhdistävät tekijät ovat puuttuneet, mikä on hidastanut käytännön sovellusten esille tuloa.”

**Raportointi järjestyksessä s. 5**  
1. Päättämisen ja johtamisen tiedonhallinta näkyy aina asiakkaalle asti.

**Sosiaalinen media s. 6**  
2. Yritykset voisivat hyödyntää sosiaalista mediaa tehokkaammin tiedonhallinnassa.

# MEDIA PLANET

Autamme lukijoitamme onnistumaan!

LIIKETOIMINTATIEDONHALLINTA  
NRO 1, MAALISKUU 2011

**Julkaisija:**  
Suomi Mediaplanet Oy  
Unioninkatu 18, 00130 Helsinki  
**Toimitusjohtaja:** Sauli Asikainen  
**Toimituspäällikkö:** Päivi Puhtila  
**Layout:** Triin Metusaleht  
**Business Development Manager:** Jarmo Perälä

Vastuussa tästä julkaisusta  
**Projektipäällikkö:**  
Sakari Ylönen  
**Puhelin:** 09-565 84 014  
**E-mail:** sakari.ylonen@mediaplanet.com

**Jaetaan** Kauppalehden liitteenä  
18.3.2011  
**toimitus@mediaplanet.com**  
**www.mediaplanet.com**

Mediaplanetin liikeidea on luoda yhteistyökumppaneilleen uusia asiakkaita. Konseptimme perustuu korkealaatuisen toimukselliseen sisältöön, joka saa lukijamme toimimaan.

## VINKKI

Ovatko IT-aiheet yrityksellesi tärkeitä? Ohessa tulevia IT-aiheisia Mediaplanetin julkaisuja!

Yritysturvallisuus, 20.4.  
Ulkoistaminen, 6.5.  
Pilvipalvelut, 21.9.  
Liiketoimintatiedonhallinta, 12.10.

Haluatko varata näkyvän paikan ylläolevissa julkaisuissa?

Ota yhteyttä.  
Puh:  
09 565 84 014

## Edelläkävijä



© Isoamis Kounadeas, www.fotoila.com

Data Quality | Data Governance | Master Data Management

[www.datpro.fi](http://www.datpro.fi) • [info@datpro.fi](mailto:info@datpro.fi)



## AJASSA

VINKKI

3

ENNAKOI  
TULEVAA

**AIKA NÄYTTÄÄ**  
"Tietoarkkitehtuurin tasolla yhteinen kieli ja yhdistävät tekijät ovat puuttuneet, mikä on hidastanut käytännön sovellusten esille tuloa", toteaa Hakanen.  
KUVA: SHUTTERSTOCK

**Kysymys:** Onko tietoarkkitehtuurissa mahdollista löytää yhteinen kieli informaation muokkauksessa ja käsittelyssä?  
**Vastaus:** Liiketoiminnan, johtamisen ja tietotyön ammattilaisten muodostaman asiantuntijayhteisö TDWI Finlandin hallituksen puheenjohtaja Petri Hakanen uskoo, että BI:n ja ECM:n yhdistävät ratkaisut ovat pian kaikkien ulottuvilla.

## AJANKOHTAISTA

Yli 15 vuotta business intelligenen parissa työskennellyt Petri Hakanen sai kolme vuotta sitten mahdollisuuden tarkastella yritysten liiketoimintatiedon hallintaa enterprise content managementin näkökulmasta.

- Havaitsin nopeasti, että erityisesti ECM-ratkaisualueella tuotettavan sisällön (mm. dokumentit, kuvat, videot) ja BI-ratkaisualueella tuotettavan, liiketoiminnan kannalta kriittisen informaation välillä on edelleen hyvin vähän tietoarkkitehtuuritaso yhteyksiä. Erityisen vähän on havaittavissa liiketoimintaprosessien taseoista yhteyksiä. Näiden yhdistämisen toisi merkittävää liiketoiminnallista etua kaikkien organisaation sisällön ja informaation tuottamisen ja kuluttamisen työväleihin.

Hakasen mukaan BI-ratkaisualueella tietoarkkitehtuurit sekä informaation muokkaus- ja esittämisasiat ovat olleet keskeisiä.

- Mutta esimerkiksi yritystasoisista koko organisaation yhteistyötä päätöksenteossa tukevia järjestelmiä ei ole juurikaan ollut yksittäisiä ja hyvin vahvasti asiakaskoh-



"Erityisen vähän on havaittavissa liiketoimintaprosessien taseoista yhteyksiä."

**Petri Hakanen**  
Hallituksen puheenjohtaja, TDWI Finland  
Kuva: Hakasen oma arkisto

taisesti räätälöityjä ratkaisuja lukuun ottamatta.

## Ajatukset paperille

Petri Hakasen päässä raksuttaneet kuviot siitä, kuinka prosessit ja tietoarkkitehtuuri (ECM- ja BI-maailmat) tulevat yhdistymään muodostuivat paperille kuviksi, joita hän esitteli työtovereilleen. Aivan kaikille ajatukset eivät auenneet.

## MIKÄ TDWI?

**TDWI Finland** on jo vuonna 1997 perustettu osaamisyhteisö, jossa liiketoiminnan, johtamisen ja tietotyön ammattilaiset kokoontuvat jakaen tietoja ja taitoja ja kehittävät omaa ja organisaationsa osaamista.

**Osaamisyhteisö tukee** yksilöitä, tiimejä ja organisaatioita hyödyntämään tietoaan, parantamaan päätöksentekoaan, optimoimaan suorituskykyään ja saavuttamaan liiketoimintansa tavoitteet.

**Arvoinaan yhteisöllä** on olla alan johtava yhteisö Suomessa

toimien laadukkaasti ja neutraalisti. TDWI Finland yhdistää asiakkaat, kumppanit ja toimittajat kehittymään yhdessä.

**TDWI Finland järjestää** 5.4. tapahtuman Katajanokan Kasinolla osoitteessa Laivastokatu 1, aiheena "From Business Intelligence to Fully Integrated Enterprise IT". Puhujana on Barry Devlin, joka on yksi maailman arvostetuimmista asiantuntijoista informaatioarkkitehtuurin saralla. [www.tdwi.fi](http://www.tdwi.fi). Ilmoittautumiset osoitteeseen [tdwif@hen-nax.fi](mailto:tdwif@hen-nax.fi).

- Tietoarkkitehtuurin tasolla yhteinen kieli ja yhdistävät tekijät ovat puuttuneet, mikä on hidastanut käytännön sovellutusten esille tuloa. Myös asiantuntijat ovat jakautuneet vahvasti kahteen eli BI- ja ECM-asiantuntijoiden leiriin, eikä niiden yhdistämien käy käden käänneessä.

## Räätälöinneistä eroon

Petri Hakanen sanoo, että hankkeita on hidastanut myös tekniikka, joka ei ole vielä riittävän kypsää oikeanlaisen yhdistelmän tehokkaaseen ja liiketoimintaa hyödyttävään tuotoksen toteuttamiseen. Päätäjätkin ovat suhtautuneet kehityshankkeisiin varsin laimeasti.

- Niin kauan kun vain kokeillaan ja räätälöidään paljon, kustannukset hienostakin ratkaisusta ovat mitattaviin hyötyihin nähden usein niin suuret, ettei hanketta haluta aloittaa tai sitten se keskeytetään ennen maaliiviavaa.

Hakanen ei kuitenkaan heittäydy pessimistiksi vaan uskoo, että uuden, kaiken liiketoiminnan ja päätöksenteon kannalta oleellisen informaation ja prosessit löytää jo muutaman vuoden kuluttua yhdestä järjestelmästä.

- Kovin kauaa se ei tule enää viemään, Hakanen ennustaa ja viittaa Master Data Managementiin ja Collaborative Decision Makingiin, jotka tekevät vahvasti tuloaan suomalaisen yritysmaailmaan.

**TARU SCHRODERUS**  
[toimitus@mediaplanet.com](mailto:toimitus@mediaplanet.com)



**Marjukka Nyberg**  
Hallituksen varapuheenjohtaja,  
Tietoasiantuntijat Ry  
Kuva: Nybergin oma arkisto

## Tieto löytyy sosiaalisesta mediasta

Tietoasiantuntijat Ry:n hallituksen varapuheenjohtaja Marjukka Nybergin mukaan sosiaalisella medially voi olla yritykselle monenlaisia funktioita. Erilaisten työkalujen avulla voidaan selvittää mm., mitä sosiaalisessa mediassa yrityksestä puhutaan, mitä alalla tapahtuu ja miten kilpailijat toimivat. Myös tiedon koostamiseen ja analysointiin on olemassa monia teknisiä apuvälineitä.

Hankitun tiedon perusteella yritys voi toimia sosiaalisessa mediassa impulssien antajana ja keskustelujen avaajana. Tiedon analysoinnin perusteella tehtävien johtopäätösten avulla yritys voi puolestaan pyrkiä ennustamaan tulevaisuutta.

- Jatkuvasti puhutaan sosiaaliseen mediaan menemisestä, mutta ei siellä olevan tiedon hyödyntämisestä. Yrityksen ulkopuolella olevan liiketoimintatiedon hankkimiseen se on kuitenkin erinomainen väline, jossa yrityksillä on vielä paljon hyödyntämätöntä potentiaalia, Nyberg toteaa.

## Harkitusti liikkeelle

Ennen Facebook-sivuston tai blogin perustamista Marjukka Nyberg kehottaa yrityksiä pohtimaan tarkasti, miksi sosiaaliseen mediaan mennään, mitä sieltä halutaan ja miten siellä toimitaan.

- Sosiaalinen media ei uutena asiana kuulu yrityksessä oikein kenellekään. Jos se on sälytetty viestintän vastuulle, se nähdään viestintäkanavana ja sitä seurataan maineenhallinnan kannalta. Markkinointiosasto näkee sen puolestaan myyntikanavana, ja sosiaalista mediaa analysoidaan kuluttaja- tai asiakasinformaation lähteenä. Ennen sosiaaliseen mediaan menemistä tulisi selvittää, miten sosiaalisen median halutaan vaikuttavan yritykseen ja sen sidosryhmiin, ja kenen vastuulla se oikein on. Vasta oman tilanteen ja tarpeiden määrittämisen jälkeen on järkevää ottaa seuraava askel, Nyberg painottaa.

**TARU SCHRODERUS**  
[toimitus@mediaplanet.com](mailto:toimitus@mediaplanet.com)