

Esmerkin seurannalle uusia käyttökohteita

Pohjola Pankin asiakkailleen tarjoama verkostonhallintapalvelu tuo uuden käyttäjäkunnan Esmerkin uutisseurannan piiriin. Uusi verkostonhallintapalvelu on ensimmäinen laatuaan maailmassa ja olemme Esmerkissä ylpeitä saadessamme olla yksi Vergon ympäristönseurannan toimittajista. Vergon palvelu osoittaa varsin konkreettisesti tilanteen, jossa me kaikki tänään elämme: Selvitäksemme työstämme kunnialla meidän tulee olla perillä yhä moninaisimmista asioista ja tähän perilläoloon meillä on käytettävissämme yhä vähemmän aikaa. Vergon innovatiivinen käyttöliittymä auttaa käyttäjää keskittymään oleelliseen.

Heinäkuussa 2008 Esmerkin seurannan liittäminen osaksi LexisNexiksen palvelua toi seurantamme piiriin ison joukon uusia käyttäjiä. LexisNexiksen tietokannoista tehdään päivittäin yli 3 miljoonaa hakua. Yhdessä vuonna 2006 käynnistetyn Factiva-yhteistyön kanssa on Esmerkin lukijamäärä kasvanut voimakkaasti.

Edellä mainitut uudet asiakasryhmät antavat uskoa palvelumme mahdollisuuksiin ja muistuttavat meitä tarvittavasta nöyryydestä kuunnella asiakkaitamme ja pyrkiä aina parempaan.

Toivon lukijoillemme aurinkoista syksyä.

Ilkka Räsänen
toimitusjohtaja
Esmerk Oy

Sisältö:

Suuret muutokset odottavat YTV:tä

Katriina Palmroth

YTV:n viestintäpäällikkö Katriina Palmroth kertoo, että vuoden 2010 alussa yhtiöllä on edessä suuri organisaatiomuutos. Mediaseuranta tulee olemaan entistä tärkeämmässä roolissa kun aihe alkaa näkyä mediassa.



AH

sivu 2

Pohjola kumppaneineen kehitti työväliseen verkoston hallintaan

Ville Jumppanen

Pohjola kumppaneineen on kehittänyt uudenlaisen palvelukokonaisuuden yritys- ja yhteisöverkostojen hallintaan. Rahoitusjohtaja Ville Jumppanen Pohjola Pankista kertoo, että idean kypsyttely alkoi seitsemisen vuotta sitten. Nyt Pohjolan asiakasyritykset pääsevät hyötymään siitä riskienhallinnan osaamisesta, jota Pohjolalla on.



LEHTIKUVA

sivu 3

Esmerkissä tapahtuu

Uskottavuus nostettiin keskiöön Esmerkin Julkisuusaaamussa Esmerk mukana Pohjolan uudessa verkostonhallintapalvelussa

sivu 4

Suuret muutokset odottavat YTV:tä

YTV:ssä eli Pääkaupunkiseudun yhteistyövaltuuskunnassa on edessä kiireiset ajat, sillä oven takana kolkuttelee suuri organisaatiomuutos.

Muutokset pitävät kiireisenä

YTV:n viestintäpäällikkö Katriina Palmroth kertoo, että vuoden 2010 alussa on edessä valtavia muutoksia, sillä YTV:n joukkoliikennepalveluiden ja Helsingin kaupungin liikennelaitoksen HKL:n nykyiset suunnitelu- ja tilaajatoiminnot yhdistetään omaksi organisaatiokseen. Jätehuolto ja ilmansuojelu jäävät YTV:hen, minkä lisäksi YTV:hen yhdistetään Helsingin, Espoon, Vantaan ja Kauniaisten vesilaitokset. Uuden organisaation työnimenä on Pääkaupunkiseudun ympäristöpalvelut.

Periaatepäätökset on poliittisella tasolla tehty ja erilaisia työryhmiä perustettu, mutta monet asiat ovat vielä auki. Sisäinen muutosviestintä YTV:n ja vesilaitosten kesken on kuitenkin jo aloitettu: organisaatioiden välisestä tiedottamisesta vastaava viestintäryhmä on perustettu ja yhteinen extranet saadaan käyttöön viimeistään syyskuun lopussa. Extranettiin syötetään kaikki yhdistymistä koskeva materiaali.

- Tässä vaiheessa ulkoinen viestintä muutoksesta on ollut melko vähäistä, mutta kunhan vesilaitosten yhdistyminen ja muutokset taksoissa tulevat ajankohtaisiksi, aihe alkaa näkyä myös medioissa vuoden 2009 aikana. Ensimmäisestä onkin tulossa erittäin kiireinen. Myös mediaseuranta tulee tällöin olemaan entistä tärkeämmässä roolissa.

Esmerk tuonut lisää avoimuutta viestintään

Esmerkin palvelut ovat olleet YTV:n käytössä kevästä lähtien. Palmroth kiittelee erityisesti



Viestintäpäällikkö Katriina Palmrothin mukaan mediaseuranta YTV:llä tulee olemaan ensi vuonna entistä tärkeämmässä roolissa. Kuva: Antonin Halas

intranetissä olevaa palvelua, jonka ansiosta YTV on ottanut askeleen kohti avoimempaa sisäistä viestintää.

- Esmerkin ansiosta koko henkilöstö pääsee näkemään päivittäin, mitä meistä kirjoitetaan ja mitä toimialalla tapahtuu. Aiemmin tämä mahdollisuus oli vain tietyillä henkilöillä. Lehtileikkeiden monistaminenkin on nyt historiaa.

Esmerkin vahvuudeksi Palmroth katsoo myös sen, että Tracking-referaateista näkee saman tien, onko juttu positiivinen, neutraali vai negatiivinen, eikä aikaa tarvitse käyttää koko artikkelin läpi kahlaamiseen.

Viestinnän henkilöstö nostaa Esmerkin analyysityökalusta ja neljännesvuosittaisista yhteenvedoista tärkeitä asioita intranettiin kaikkien luettavaksi. Tämä auttaa myös talon johtoa hahmottamaan selkeämmin YTV:n mediaajulkisuutta. Yhteenvedot otetaan esille johto- ja

viestintäryhmän kokouksissa vielä erikseen. - Varsinkin analyysityökalun hyödyt korostuvat vielä enemmän ensi vuonna, kun julkisuuskuvaa voi seurata pidemmällä aikavälillä, uskoo Palmroth.

Sensitiivisten aiheiden äärellä

YTV on tekemisissä sellaisten asioiden kanssa, jotka koskettavat kaikkia pääkaupunkiseudun asukkaita. Palmrothin mukaan tietyt aiheet ovat melkoisen herkkiä, esimerkiksi jätteenpolto tai joukkoliikenteen lippuhinnat. Esmerkin uutispalvelun avulla YTV:ssä mm. seurataan ympäristöä ja joukkoliikennettä koskevia tärkeitä uutisia EU-alueelta ja tunnustellaan, miten muualla suhtaudutaan aiheisiin, jotka Suomessakin herättävät keskustelua. Esimerkit muualta antavat myös osviittaa siitä, miten näistä asioista kannattaa asukkailla tiedottaa.

PILVI-ELINA KUPIAS



Kuva: Antonin Halas



- Pääkaupunkiseudun yhteistyöelin, joka nykyisellään huolehtii alueen joukkoliikenteen, jätehuollon, ilmansuojelun ja kehityssuunnittelun palveluiden tuottamisesta ja tilaamisesta
- Omistajat Helsinki, Espoo, Vantaa ja Kauniainen
- Perustettu 1970
- Henkilöstöä 328 (31.12.2007)
- Vuoden 2007 toimintakulut 263,5 milj. euroa

Pohjola kumppaneineen kehitti työvälineen yritys- ja yhteisöverkostojen hallintaan

Pohjola järjesti yhdessä paikallisten osuuspankkien kanssa asiakastilaisuuksia elo-syyskuussa 2008 Suomen kuudessa suurimmassa kaupungissa. Asiakasyrityksille on nyt tarjolla jotakin aivan uutta; Verkostonhallintapalvelu, jolla asiakkaat pääsevät osallisiksi Pohjolan riskienhallintaosaamisesta.



Rahoitusjohtaja Ville Jumppanen Pohjola Pankista haluaa havahduttaa yritykset huomaamaan, millaisessa verkostossa ne toimivat.

Kuva: LEHTIKUVA

Yritykset verkostoituvat, koska maailmanlaajuinen toiminta edellyttää erilaisten kumppanien hakemista. Toimintojen tehostamiseksi yritykset myös keskittyvät enenevässä määrin ydinosaamisensa ja ulkoistavat osia toiminnoistaan muille yrityksille.

-Kaikesta tästä syntyy helposti dilemma; kasvu tuo mukanaan tarpeen johtaa ja hallinoida verkoston muiden toimijoiden tekemisiä nykyistä paremmin, toteaa rahoitusjohtaja Ville Jumppanen Pohjola Pankista.

Tiedätkö verkostosi heikoimman lenkin?

Tyypillisin esimerkki verkostosta lienee päämies alihankkijoineen. Verkostomaisesta toimintatavasta seuraa, että paras verkosto voittaa kilpailun. -Yrityksen on pärjätäkseen varmistuttava siitä, että koko verkosto toimii optimaalisesti, korostaa Jumppanen. Verkoston riskit voivat liittyä kumppanuuksiin, prosesseihin, rahoitukseen ja tuotannon tekijöihin. Verkoston hyvinvointi on kaikkien etu, sillä verkosto on yhtä vahva kuin sen heikoin lenkki.

Jumppanen viittaa McKinsey Quarterlyn tutkimukseen syyskuulta 2006, jonka mukaan 2/3 yrityspäättäjistä katsoi, että toimitusketjuihin liittyvät riskit ovat kasvaneet. Lähes neljäsosalla yrityksistä ei kuitenkaan ollut virallista käytäntöä riskien arviointiin.

Heikkenevässä suhdannetilanteessa kumppanuusriskien hallinta korostuu entisestään. Näihin keskeisiin haasteisiin Pohjola Pankki pyrkii Verkostonhallintapalvelulla vastaamaan.

Verkostonhallintapalvelukin on verkoston tuottama

Pohjola tarjoaa nyt yritys- ja yhteisöasiakkailleen työvälineen kumppanuusriskien hallintaan ja verkostojen toiminnan tehostamiseen. Jumppasen mukaan kyseessä on ainutlaatuinen palvelu, jollaista mikään muu pankki tai vakuutusyhtiö ei tiettävästi tarjoa. Verkostonhallintapalvelun ovat kehittäneet Pohjola, VTT, Vergo Oy ja TietoEnator. Palvelun kehittäminen ja pilotointi on tapahtunut yhteistyössä myös asiakkaiden, muun muassa Aker Yardsin kanssa. Verkostonhallintapalvelu visualisoi yrityksen toimittaja- ja myyntiverkoston sekä verkoston keskinäiset suhteet. Käyttäjä hahmottaa palvelun avulla nopeasti verkoston tilanteen ja siinä tapahtuvat muutokset.

Sisältöä palveluun tuottavat Suomen Asiakastieto, Dun & Bradstreet ja Esmerk

Vergo Oy tuottaa palvelun ja TietoEnator vastaa sen tietoteknisestä toteutuksesta ja ylläpidosta. Sisältöä palveluun tuottavat Suomen Asiakastieto, Dun & Bradstreet ja

Esmerk. Verkostoon syötetään myös sisäistä liiketoimintatietoa ja verkoston jäseniltä kerättävää tietoa.

Suomen Asiakastieto ja Dun & Bradstreet keräävät yritysten taloudellista tilaa koskevia tietoja. Verkostoon liittyvästä uutis seurannasta vastaa Esmerk. Jumppanen uskookin, että uutisvirran seuraaminen tuo lisäarvoa asiakkaalle. Esmerkin uutisvirran myötä palvelun käyttäjäkunta yrityksissä myös laajenee siitä, mitä se muutoin voisi olla.

Palvelu on osa verkostoille suunnattua kokonaistarjoamaa

Palvelu laajentaa Pohjolan pankki- ja vakuutuspuolen asiakastarjoamaa ja on uusi palvelukokonaisuus perinteisten palvelujen rinnalle. Pankki voi tarjota verkoston osana toimivalle pk-yritykselle suuryrityksen edut. Verkoston tehokkuus kasvaa, kun sen rahoitus-, maksuliikenne ja vakuutusratkaisut tehostuvat. Kun pankki pääsee tutustumaan yritykseen paremmin, se löytää uusia mahdollisuuksia tarjota yritykselle lisäarvoa pankki- ja vakuutus tuotteiden myynnin kautta.

-Yhteistyössä Esmerkin kanssa uskomme voivamme tarjota asiakkaillemme uuden ja nykyistä tehokkaamman tavan hallita ja johtaa verkostoja ja niihin kuuluvia kumppaneita, toteaa Jumppanen.

LEENA JAHKOLA

Esmerkissä tapahtuu

Uskottavuus nostettiin keskiöön Esmerkin Julkisuusaamussa

Esmerkin toinen, 8.9. pidetty Julkisuusaamu keräsi jälleen salin täyteen ihmisiä keskustelemaan julkisuuskuvan hallinnasta. - Ollennainen osa julkisuuskuvan hallintaa on viestien uskottavuus ja totuudellisuus, OP-Pohjolan pankinjohtaja Markku Koponen painotti. Aamun aikana keskusteltiin myös medianäkyvyydestä ja blogiseurannasta.

Kun Osuuspankki osti Pohjolan vuoden 2005 syyskuussa, OP:n johto mietti viestinsä tarkasti. Viestien oli oltava uskottavia ja ennen kaikkea tosia. Viestinnässä tuli huomioida useita eri sidosryhmiä, kuten henkilöstö, osakkeenomistajat, asiakkaat ja media.

- Vaikka erilaisia yleisöjä oli paljon, näimme tärkeäksi valita vain viitisen pääviestiä, joihin keskittyä. Yksi viesteistä oli Pohjolan henkilökunnan tasa-arvoinen asema muun henkilöstön kanssa, OP-Pohjolan pankinjohtaja Markku Koponen kertoo.

Koposen mukaan johdon tulee kiinnittää henkilöstöön erityistä huomiota etenkin haastavissa tilanteissa, kuten yrityskaupoissa, joihin liittyy saneeraus.

- Johdon tulee astua esiin ja viestiä henkilöstölle aktiivisesti tilanteen etenemisestä tai mahdollisista viivytyksistä. Henkilöstön luottamus voidaan menettää nopeasti, mutta toisaalta hyvin hoidettu viestintä voi myös tukea ja vahvistaa kertynyttä luottamuspääomaa.

- Pelkkä viestintä ei toki riitä. Viestit on myös kyettävä lunastamaan teoin. Kun lupasimme henkilöstölle tasa-arvoisen aseman, oli selvää, että lupaus myös pitäisi. Jos ei pysty seisomaan sanojensa takana, on parempi olla hiljaa, Koponen linjaa.

Julkisuuskuvan hallinta sujui Pohjola-kaupassa kaiken kaikkiaan hyvin. Tiedot eivät vuotaneet etukäteen julkisuuteen, ja uutisointi oli runsasta ja pääosin neutraalia tai positiivista. OP-Pohjola hyödyntää paitsi osumapohjais- ta seurantaa, myös PR-indeksiä, joka kertoo varsinaisesta medianäkyvyydestä.

- PR-indeksi on uusi palvelumme, joka pyrkii kuvaamaan yhtiön todellista medianäkyvyyttä saavutettujen osumien sijaan. Eihän maininta maakuntalehden sivulauseessa ole yhtä tärkeä kuin Hesarin etusivun uutinen, Esmerkin toimitusjohtaja Ilkka Räsänen toteaa.

Räsänen kyseenalaisti puheenvuorossaan mediaseurannan riittävyyden. Hän kehotti seuraamaan oman yrityksen lisäksi myös kilpailijoita ja toimialaa.

Veronmaksajain Keskusliitto on hyvä esimerkki yhteisöstä, joka on valinnut laajemman näkökulman mediaseurantaan. Veronmaksajat seuraa paitsi perinteistä mediaa, myös veroaiheisia blogi- ja forumkeskusteluja. Tavoitteena on saada tuntumaa, mistä kansalaiset puhuvat.

- Ulkomailta tuodun auton verotus on aihe, joka herättää edelleen kiivasta keskustelua tietyillä foorumeilla. Muita verotukseen liittyviä kestoaiheita ovat muun muassa eläkeläisten sorto ja köyhien asema. Näkemykset ovat usein hyvin yksipuolisia joko puolesta tai vastaan, mutta verotukseen ollaan harvoin tyytyväisiä, Veronmaksajain Keskusliiton viestintäjohtaja Antti Marttinen kertoo.

Verokeskustelun lisäksi Veronmaksajain Keskusliitto seuraa myös itseään ja omia avauksiaan koskevaa keskustelua. Keskusteluun on kuitenkin vaikea osallistua, sillä keskustelu elää nopeasti. Lisäksi Marttinen näkee haastavaksi käydä keskustelua yhteisön pelisääntöjä noudattaen ja siten, että Veronmaksajat ei näyttäyty isovelimäisenä valvojana.

Esmerk mukana Pohjolan uudessa verkostonhallintapalvelussa

Pohjola tarjoaa yritysverkostojen toiminnan tehostamiseen uuden, laajaan liiketoimintatiedon keräämiseen ja jalostamiseen perustuvan analyysityövälineen. Uuden verkostonhallintapalvelun avulla yrityksen on nykyistä helpompi hallita laajaa toimittaja- ja jälleenmyyjäverkostoa. Verkostoon liittyvän mediatiedon palveluun tuottaa Esmerk Oy.

Uusi verkostonhallintapalvelu nopeuttaa päämiehen mahdollisuuksia reagoida verkostossa tapahtuviin muutoksiin. Palveluun on kytketty Suomen Asiakastieto Oy:n ja Dun&Bradstreet Oy:n keräämät yritysten taloudellista tilaa koskevat tiedot sekä Esmerkin informaatiopalvelut.

Pohjola tarjoaa uutta palvelukokonaisuutta suomalaisille suurille ja keskisuurille yrityksille ja yhteisöille, jotka toimivat verkostomaisesti.

Uusi palvelukokonaisuus on kehitetty yhteistyössä Pohjolan, VTT:n, Vergo Oy:n ja TietoEnator Oy:n kanssa. Palvelun tietoteknisestä toteutuksesta ja ylläpidosta vastaa TietoEnator.

Satoja yrityksiä sisältävien verkostojen hallintaan tarkoitettussa työvälineessä korostuu visuaalisuus ja havainnollisuus. Palvelun käyttäjä näkee nopeasti oleelliset tiedot ja muutokset yritysverkoston tilanteessa. Työvälineen avulla verkoston päämies voi yhdellä silmäyksellä hahmottaa toimittaja- ja myyntiverkostonsa rakenteen, niiden jäsenten väliset suhteet sekä verkoston taloudellisen tilanteen.

- Esmerkin mukanaolo uudessa verkostonhallintapalvelussa tuo lisäarvoa käyttäjille. Kullekin asiakkaalle kohdennettavat yritys- ja toimialauutiset taustoittavat hyvin verkostossa tapahtuvia muutoksia. Oli luonnollista



että lähdimme mukaan yhteistyökumppaniksi, toteaa Esmerkin toimitusjohtaja Ilkka Räsänen.

Lisätietoja:
Ilkka Räsänen, toimitusjohtaja
Esmerk Oy
puh. (09) 122 4300
ilkka.rasanen@sanoma.fi

Julkaisija Esmerk on osa Sanoma-konsernin Sanoma News -liiketoimintaryhmää. Sanoma on Pohjoismaiden johtava mediatalo, jolla on toimintaa 20:ssä Euroopan maassa. • **Toimitus** Timo M. Hämäläinen (vastaava toimittaja), Leena Jähkola, Pilvi-Elina Kupias • **Osoite** Esmerk Oy, PL 31, 00089 SANOMA • **Puhelin** (09) 122 4322 • **Fax** (09) 122 4325 • **E-mail** esmerk@sanoma.fi • **Internet** www.esmerk.fi • **Taitto ja Paino** Speedmaster Oy, Esmerk Quarter -lehti painetaan uusiopaperille.