

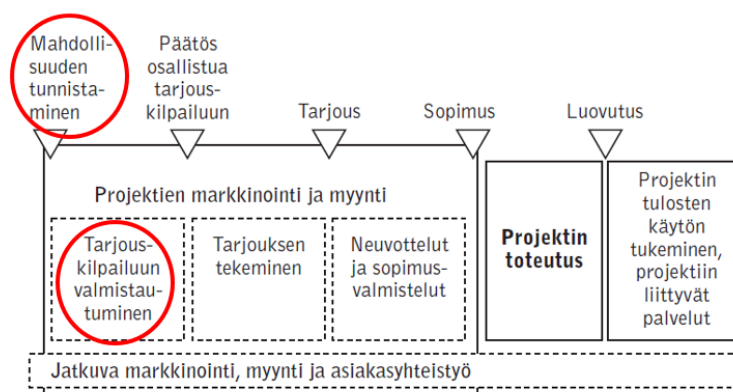
Viestintä ja projektinhallinta (77A00300)

Projektitehtävä

Tehtävän kuvaus

Kurssin aikana toteutetaan tiimissä projekti, jonka tarkoituksena on konkreettisesti perehtyä projektinhallinnan ja viestinnän keskeisiin osa-alueisiin.

Sinä ja tiimisi olette **projektitoimittajan myyntiryhmä**, jonka tehtävä on tunnistaa valitussa yrityksessä projektimahdollisuus ja siten tarjota yritykselle ratkaisua sen liiketoiminnan kehittämiseen. Tavoitteena on osallistua tarjouskilpailuun, saada myytyä projekti yritykselle ja luoda toimiva asiakassuhde. (Ks. tarkemmin Arto ym. 2008, luvut 3.1–3.4.)



Projektien markkinointi ja myynti osana toimitusprojektin elinkaarta (Arto ym. 2008, 55)

Projektimahdollisuuden tulee liittyä joko valitun yrityksen **digitaalisen palvelun** kehittämiseen tai uuden digitaalisen palvelun luomiseen. Projekti koostuu taustatutkimuksesta, palvelukonseptin (idea, toimintaperiaate) suunnittelusta sekä perustellun ja houkuttelevan palvelukonseptin valmistelusta tarjouskilpailua varten.

Tehtävä edellyttää hyvää perehtyneisyyttä valittuun yritykseen (mm. strategia ja arvot) ja digitaaliseen murrokseen sekä uskottavaa ja oivaltavaa ongelman hahmottamis- ja ratkaisutaitoa. Koska kyseessä on Liiketoimintaosaamisen perusteisiin kuuluva kurssi, on tärkeää miettiä palvelun tai sen kehittämisen kustannuksia ja ylipäänsä toteuttamiskelpoisuutta sekä markkinoilta saatavaa tekniikkaa osana projektiliiketoiminnassa menestymistä.

Eteneminen

1. Valitse MyCoursesin etusivulla **toimiala**, jonka digitaalisen palvelun kehittäminen sinua kiinnostaa, ja **tiimi**, jonka jäseneksi haluat kuulua.

Kauppa: Miten ihmiset tekevät ostoksia nyt ja tulevaisuudessa?

Terveys: Miten ihmiset pitävät huolta terveydestään nyt ja tulevaisuudessa?

Pankki: Miten ihmiset käyttävät pankkipalveluita nyt ja tulevaisuudessa?

Liikenne: Miten ihmiset liikkuvat nyt ja tulevaisuudessa?

2. **Päätäkää tiimissä,**

- minkä yrityksen haastetta tai ongelmaa lähдете miettimään
- ketkä ovat yrityksen asiakkaat
- miten rajataan haaste tai ongelma, jota pyritään ratkaisemaan.

3. Tehtävänä on siis ottaa selvää valitusta toimialasta, yrityksestä ja asiakkaista sekä projektitoimittajana tehdä esitys siitä, miten yrityksen digitaalista palvelua pitäisi kehittää

Monet perinteiset toimialat ovat **digitaalisen murroksen** kynnyksellä tai digitaalinen murros on jo kovaa vauhtia käynnissä. Yritystoiminnan näkökulmasta digitaalinen murros on saanut alkunsa asiakkaiden muuttuneista odotuksista ja yhtä lailla teknologioiden tarjoamista mahdollisuuksista palvella heitä paremmin. Uudet teknologiat, työkalut ja toimintatavat muuttavat ja haastavat yritysten perinteisiä ydinprosesseja. Näitä ovat esimerkiksi markkinointi- ja myyntityö, tuote- ja palvelukehitys, asiakaspalvelu, sisäinen ja ulkoinen viestintä sekä talous- ja henkilöstöhallinto. Yrityksen brändikin määrittynyt yhä useammin digitaalisen käyttökokemuksen kautta.

4. Seuraavassa on esimerkkejä yrityksistä, asiakkaista, ongelmista ja digitaalisista palveluista:

Yritys voi olla...

- kulutuspalvelut (Stockmann, Kesko, S-Ryhmä, Kotipizza, Hesburger...)
- terveydenhuolto (julkinen/yksityinen terveydenhuolto ja sairaalapalvelut...)
- pankki (Nordea, OP, Danske Bank, Aktia, Handelsbanken...)
- suomalainen tai ulkomainen pörssi-yhtiö
- teknologia-alan yritys (Apple, Google, F-Secure...)
- liikenne (lentoasema, HSL, taksiyhtiö...)

Asiakkaat voivat olla...

- kulutuspalveluiden tai -tuotteiden asiakkaita
- yrityspalveluiden tai -tuotteiden asiakkaita
- institutionaalisia tai yksityissijoittajia
- opiskelijoita
- edunsaajia

Ongelma voi olla...

- hidas asiakaspalvelu
- huono ostokokemus verkkokaupassa
- epäselvä neuvonta
- vaikea ajanvaraus
- toimimaton ovelta ovelle -matkaketju

Digitaalinen palvelu voi olla...

- mobiilisovellus (esim. apu ostosten tekemiseen, asiakaspalveluun, neuvontaan, maksamiseen, liikkumiseen, biohakkerointiin...)
- uuden teknologian hyödyntämismahdollisuudet (esim. tekoäly ja palvelualustat liikennealalla MaaS, älypeilit, lohkaketjut...)
- nettisivu tai nettisivun osa (esim. sijoittajasivut, verkkokauppa, chatbotit...)
- palvelu osana sosiaalista mediaa (esim. kaikki- tai monikanavaisuus eli ostopolon kontaktipisteet...)
- pankkipalvelu (esim. vertaislaina-alustat, robotti- ja algoritmipohjaiset sijoitusstrategiat, digitaalisen alustan arvoketju finanssialalla, pankkien uudet laajat palvelukonseptit, GAFA-pankin hyödyt asiakkaille, biometriset tunnistusmenetelmät maksamisessa)
- terveydenhuollon palvelu (esim. oman terveystiedon tuottaminen, ohjelmistojen ja rekistereiden yhteiskäyttö, sähköinen terveystarkastus tai oirearviointi...)
- neuvontapalvelu (esim. ennakoiva analytiikka ja virtuaaliset assistentit tulevaisuuden ауtoissa, kansalaisneuvonta meillä ja muualla, sähköiset julkiset palvelut EU-tasolla)

5. Projektitehtävä on kurssin päätehtävä, johon kaikki muut tehtävät liittyvät viikoittain palautettavina osatehtävinä (sulkeissa niiden painoarvo kokonaisarvioinnissa):

Projektinhallintatesti (yksilötehtävä, 10 %)

Projektisuunnitelma (tiimitehtävä, 20 %)

Taustatutkimus (yksilötehtävä 1 ja 2, yhteensä 30 %)

Projektitehtävän tulosten esittely (tiimiesitys, 20 %)

Toteutettavuusanalyysin raportti (tiimitehtävä, 20 %)

Tehtävien ohjeet ja arviointiperusteet esitetään tarkemmin kurssin MyCourses-sivustolla. Katso myös kurssin ohjelmasta (syllabus) osatehtävien palautusajat.

Lähde

Artto, K., Martinsuo, M., & Kujala, J. (2008). *Projektiliiketoiminta*. 2. painos. Helsinki: WSOY.