

RATKAISU

CGI:N ASIAKAS- JA SIDOSRYHMÄLEHTI 01.2017

Signmark
LUOVUUDESTA
GLOBAALIA
BISNESTÄ

CGI

Stora Enso

Uusiutuvien materiaalien
kasvuyhtiö

Nordea

Miljardiluokan
investointiloikka

Finnair

Asiakaskokemus digitaalisen
kehittämisen kärjessä

01.2017

8

Liikettä ilmassa
Marko "Signmark"
Vuoriheimon matka
startup-yrittäjäksi



18

**Digiaika avaa
ovia uuteen
liikemaailmaan**
Stora Enson
muutos
uusiutuvien
materiaalien
kasvuyhtiöksi



22

**Tampere
vuonna 2025**
Pormestari Ikonen
rakentaa älykästä
kaupunkia

29

**Miljardiluokan
investointiloikka**
– miten digiaika
muuttaa Nordeaa



26

**Ilmassa ja maassa
asiakkaan asialla**
Digitaaliset palvelut
asiakaskokemuksen
kehittämisessä



24

**Lifestyle-
operaattori**
Mobilcomin
muutosmatka
asiakkaiden
elämäntapa-
kumppaniksi



15

**Globaalit IT-palvelut
tukemaan Eltelin
kasvua**
Ulkoistuksella uutta
kustannustehokkuutta



12

Q&A
Miten digitalisaatio muuttaa
toimintaa? Vastaamassa
CGI:n kumppanit



RUN, CHANGE, GROW

Kolme sanaa, jotka jäsentävät tätä numeroa, Ratkaisu-tapahtumaamme – ja jokaisen yrityksen liiketoimintaa. Jokaisen yrityksen on löydettävä edullisempi tapa ottaa tehot irti IT:stä (run), polku digitaalisen muutoksen läpivientiin (change) ja apukeinot uuden kasvun rakentamiseen (grow).



**pääkirjoitus
01.2017**

TAPIO VOLANEN
TOIMITUSJOHTAJA, CGI

Tulevilla sivuilla Ratkaisu-tapahtuman puhujamme raottavat verhoa siihen, miten heillä johdetaan IT:tä, muutosta ja kasvua. Syvemmin aiheisiin sukellaan 26.1. Finlandia-talossa.

Antoisia lukuhetkiä ja menestystä vuoteen 2017!

CGI

CGI on globaali IT-palveluyritys, jonka palveluksessa on 68 000 asiantuntijaa yli 40 maassa. Ratkaisu on CGI:n asiakaslehti Suomessa. Lisätietoja cgi.com, cgi.fi

Päätoimittaja **Jarkko Virtanen**, jarkko.virtanen@cgi.com | Toimituspäällikkö Esa Luoto, esa.luoto@cgi.com
Toimitus yhteistyössä Legendium Oy:n kanssa. Osoitteenmuutokset: myynti.fi@cgi.com | Kansikuva Sampo Korhonen | ISSN-L 1455-1934, ISSN 1455-1934 (Painettu), ISSN 2323-153X (Verkkójulkaisu)



CGI



www.facebook.com/CGIFI



www.twitter.com/CGI_FI



www.linkedin.com/company/cgi



youtube.com/user/CGISuomi

CGI NEXT PAKETOI DIGIPALVELUJA

CGI paketoit uudet teknologiat sekä niihin liittyvät asiantuntija- ja design-palvelut uuteen yksikköön. Keskitämällä CGI vahvistaa kykyään tukea yritysten ja julkishallinnon laajentuvia digitalisaatiohankkeita.

Uuteen yksikköön on keskitetty erityisesti sellaisia teknologioita, palveluja ja osaajia, joita voidaan hyödyntää eri toimialoilla. Näitä ovat esimerkiksi lisätyn ja virtuaalitodellisuuden ratkaisut, IoT-ratkaisut, ohjelmistorobotiikka, tekoäly- ja koneoppimisen ratkaisut, mobiilisovellukset, kyberturvallisuuspalvelut, Big Data ja analytiikkapalvelut, palvelumuotoilu ja business design-konsultointi sekä verkkopalvelut monikanavaiseen asiakaskohtamiseen.

Suurimmalla osalla yrityksiä on haasteenaan kokonaisuuden johtamisongelma ja näkömänn rajoittuminen vain omaan toimintaan tai toimialaan. Paketoimalla tietotaitoa ja eri toimialojen osaamistaan CGI auttaa yrityksiä myös digitaalisten liiketoimintamallien, roadmapien ja innovaatioiden kehittämisessä sekä niiden käytännön jalkauttamisessa.

”Monialaisena ja teknologisesti riippumattomana yrityksenä pystymme tuomaan innovaatioita toimialalta toiselle sekä hyödyntämään aina sitä teknologiaa, joka on aidosti tarpeeseen soveltuvin. Ja mikä tärkeintä, pystymme varmistamaan, että jokainen kehitetty sovellus tai palvelu toimii osana kokonaisuutta eikä siiloratkaisuna”, kertoo uuden yksikön vetäjä **Niko Halonen**. ●

Lisätietoa
Niko Halonen
CGI Next
040 833 2083

niko.halonen@cgi.com

YEL-palvelut mobiiliin

Työeläkevakuutusyhtiö Elo ja CGI kehittivät uudenlaisen mobiilisovelluksen Elon yrittäjäasiakkaille. Jatkossa YEL-vakuutusasioiden hoitaminen onnistuu Yrittäjän mobiililla ajasta ja paikasta riippumatta.

Elo vastaa noin 500 000 työntekijän ja yrittäjän tulevista eläkkeistä sekä huolehtii 210 000 eläkkeensaajan eläketurvasta. Yritys- ja yrittäjäasiakkaiden kirjo on laaja, ja

mobiilisovellus helpottaa etenkin niiden asiakkaiden työeläkeasioita, joiden pääasiallinen työntekopaikka on jossain muualla kuin toimistossa.

”Koska yrittäjille aika on rahaa, haluamme vapauttaa sitä heidän pääasialliseen liiketoimintaansa tarjoamalla nopean ja helpon mobiilisovelluksen työeläkevakuutusasioiden hoitamiseen”, kiteyttää Elon kehitysjohtaja **Maija-Liisa Kervinen**. ●



Yli 70 % suomalaisyrityksistä digitalisoi täyttä häkää – vain harva silti maalissa, kirjoittaa Tivi-lehti tutkimuksemme tuloksista.

www.twitter.com/CGI_FI



Onko yritykselläsi oma lätkä-joukkue? CGI:n joukkue kohtasi syyskaudella OP:n ja SOK:n joukkueet. Katso kuvat:

<http://bit.ly/cgi-latka>

facebook.com/CGIFI



Chabla-mobiilisovellus yhdistää kuurot ja viittomakielen tulkit maailmanlaajuisesti.

<http://bit.ly/cgi-chabla>

www.linkedin.com/company/cgi



Digitalisaatio iskee luihin ja ytimiin. Katso Zora-robotin tervehdys:

<https://youtu.be/WPFRhv9KG2w>

youtube.com/user/CGISuomi

Rekrytoimme 1 000 nuorta osaajaa

CGI käynnistää Suomessa mittavan rekrytoinnin, jossa tavoitteena on palkata 1 000 nuorta osaajaa IT-alan työtehtäviin vuoteen 2020 mennessä. Rekrytoinnit alkavat 27.1.2017 Future Talent -tapahtumassa Finlandia-talossa, jossa tavoitteena on löytää heti 50 uutta kykyä. Tapahtuman jälkeen rekrytoinnit jatkuvat eri puolilla Suomea.

Tammikuun Future Talent -tapahtumasta käynnistyvien rekrytointien tavoitteena on auttaa erityisesti opiskelijoita ja vasta valmistuneita pääsemään kiinni työelämään, löytää uusia osaajia CGI:lle ja täydentää suomalaisten

nuorten koulutusta käytännön taidoilla.

”Digitalisaatio on luonut IT-alalle uusia osaamistarpeita samalla, kun se on kiihdyttänyt alan globaalia kilpailua. Haluamme nyt auttaa nuoria osaajia täydentämään taitojaan käytännön työkokemuksella ja hakea samalla heitä joukkoomme”, tiivistää CGI Suomen toimitusjohtaja **Tapio Volanen** rekrytointien taustat.

CGI on tehnyt yhteistyötä suomalaisten korkea- ja ammatikorkeakoulujen kanssa aiemmin esimerkiksi Helsingissä, Tampereella, Lahdessa, Joensuussa ja Lappeenrannassa. Future Talent -ohjelmalla yhteistyötä laajennetaan myös muille paikkakunnille.

Future Talent

-rekrytapahtuma 27.1.2017

CGI järjestää opiskelijoille ja vasta valmistuneille suunnatun Future Talent -rekrytointitapahtuman Finlandia-talossa 27.1.2017.

Tapahtumassa esitellään CGI:n tarjoamia uramahdollisuuksia, järjestetään workshoppeja eri aiheista ja kuullaan kiinnostavista hankkeista, kuten **Marko Vuoriheimon** a.k.a. Signmarkin Chabla-startupista.

CGI järjestää opiskelijoille maksuttomia bussikuljetuksia tapahtumaan Tampereelta, Turusta, Lahdesta, Lappeenrannasta ja Espoon Otaniemestä. ●

Lisätietoa

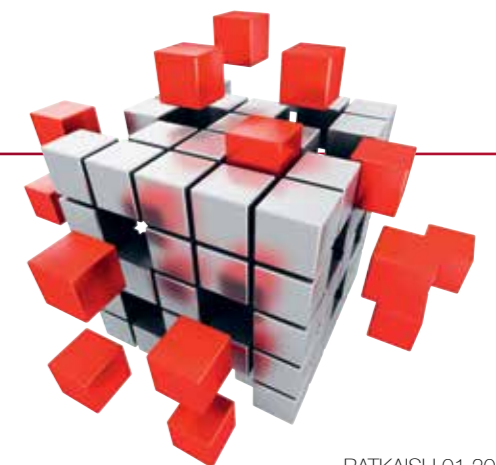
www.cgi.fi/harjoittelupaikat
www.cgi.fi/future-talent

LYHYET

TAMPEREEN kaupunki ja CGI sopimukseen yhteistyön syventämisestä.

CGI:N FINANSIALAN tutkimus paljasti kulluttajien varauksellisen suhtautumisen Fintech-yrityksiin.

CGI KEHITTI robotiikkapalvelun kuntien taloushallinnon tehostamiseen.



GLOBAL 1000 -TUTKIMUS JULKAISTU

CGI:n vuotuisessa, digitalisaatiokehitystä luotaavassa tutkimuksessa ilmeni, että yritykset ja julkiset organisaatiot ovat nyt siirtymässä kokeilevista digiprojekteista laajempiin, koko liiketoiminnan läpäiseviin digitaalisen muutoksen hankkeisiin.

CGI Global 1000 -tutkimuksessa johtajat nimesivät viisi keskeistä trendiä, jotka nyt kiihdyttävät organisaatioiden muutosta:

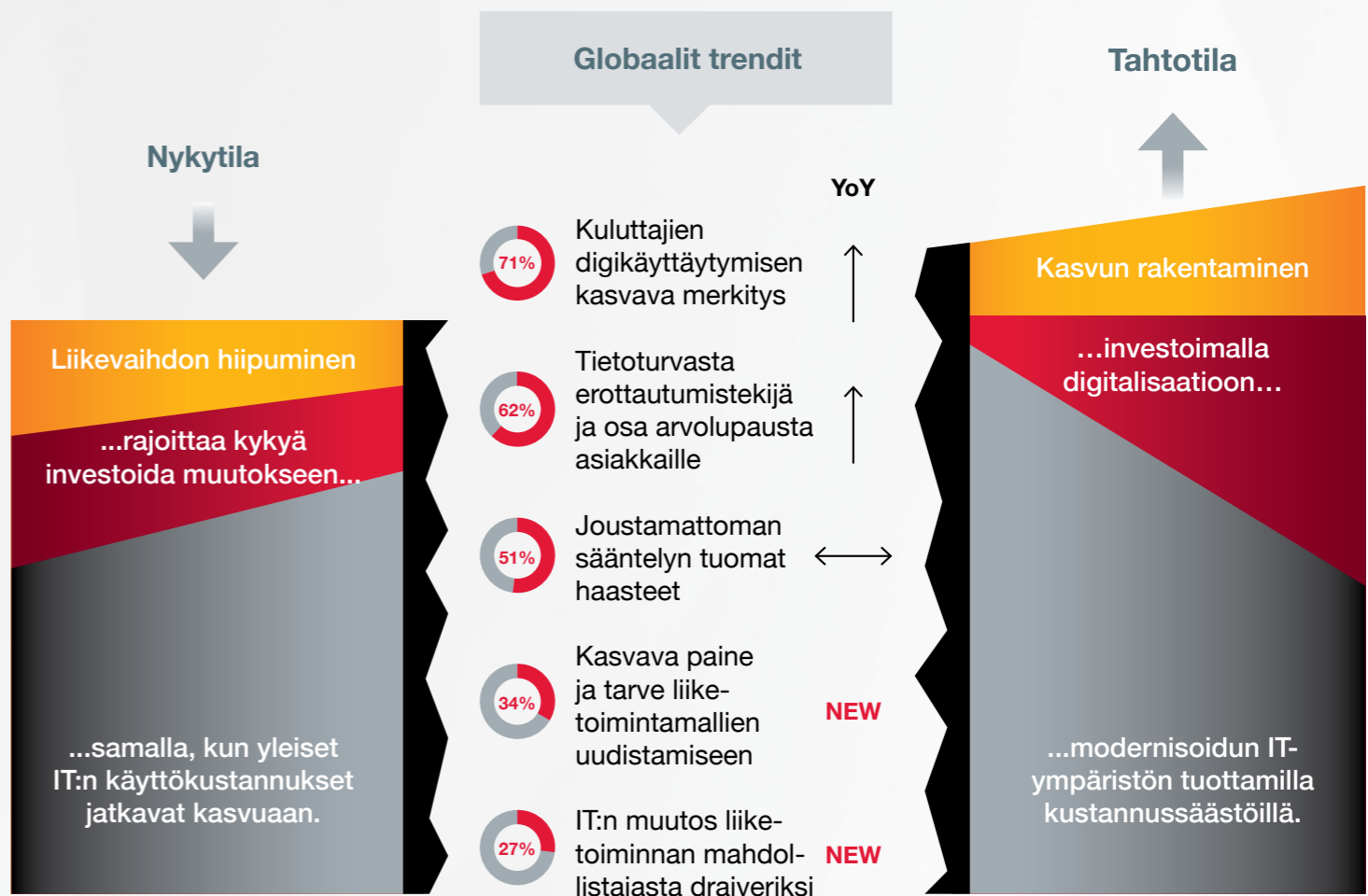
- 1 Yli 70 % johtajista mainitsi kuluttajien ja kansalaisten digikäyttäytymisen kasvavan vaikutuksen. Asiakkaat odottavat räätälöityä ja saumatonta digitaalista käyttäjäkokemusta kanavasta riippumatta.
- 2 Tietoturvasta on tulossa erottava tekijä jo 62 %:lle organisaatioista.

Kyberturvallisuustoiminnot kehittyvät reaktiivisista ja sääntöjen noudattamiseen perustuvista proaktiivisiksi. Tietoturva integroidaan osaksi asiakkaille annettua arvolupausta.

- 3 Puolet organisaatioista kokee sääntelyn joustamattomuuden taakkana. Johtajien agendalle on noussut etenkin yksityisyyden suoja ja tietosuojaa koskevan lainsäädännön liiketoimintavaikutuksiin perehtyminen.

4 Kolmasosa johtajista toteaa, että heidän liiketoimintamallinsa kaipaavat uudistamista. Ensimmäistä kertaa johtajat totesivat, että heidän täytyy muuttaa perusteellisesti organisaatioidensa ja liiketoimintamallinsa rakenteita uuden kasvun aktivoimiseksi.

- 5 Useampi kuin joka neljäs (25 %) organisaatioista kokee tietotekniikan vauhdittavan liiketoiminnan muutosta. Teknologian rooli on vaihtumassa



mahdollistajasta uusien liiketoiminta- ja toimintamallien veturiksi. Yli 70 % johtajista sanoi, että he aikovat kasvattaa IT-budjettiaan tai pitää sen nykyisellään vauhdittakseen digitaalista muutosta.

Leimallista on myös tarve nopeuttaa digitaalisen muutoksen läpivientiä organisaatioissa sekä halu muuttaa kustannusrakenteita. Perinteisten järjestelmien ja IT-ympäristöjen käyttökustannuksia halutaan painaa alas, jotta resursseja va-


pautuisi enemmän digitaalisen muutoksen investointeihin. ●



Lisätietoa

CGI Global 1000 -tutkimuksesta, yhteenveto tuloksista ja mahdollisuus varata aika keskustelulle tutkimuksen tuloksista löytyvät osoitteesta

www.cgi.fi/global1000



Kuuro rap-artisti ja yrittäjä Signmark taistelee viittomakielisen kulttuurin puolesta. Hän uskoo musiikin ja digitalisaation tuovan kuurot ja kuulevat lähemmäksi toisiaan.

TEKSTI ARI RYTSY | KUVAT SAMPO KORHONEN



Liikettä ilmassa

Signmark, oikealta nimeltään **Marko Vuoriheimo**, muistaa saaneensa ensikosketuksen musiikkiin isovanhempiensa luona. Yhteiseen joulunviettoon kuului hetki, jolloin isoäiti ja isoisä siirtyivät pianon ääneen soittamaan ja laulamaan joululauluja. Muissa kuuroissa perheenjäsenissä tämä ei aiheuttanut ihmetystä, mutta kahdeksanvuotiaan Vuoriheimon mieleen siitä jäi lähtemätön jälki.

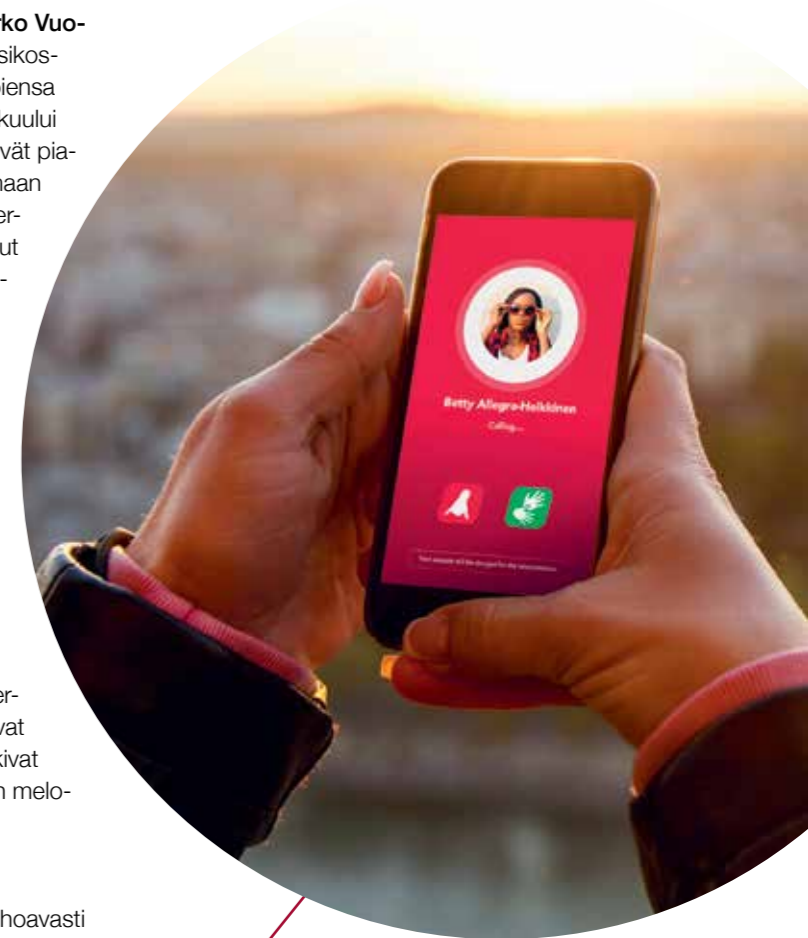
– Osasin lukea huulilta, joten kysyin mummolta, mitä he oikein tekevät. Mummo selitti minulle, mistä oli kyse. Sen jälkeen yritin parhaani mukaan tulkata joululauluja viittomakieliselle perheelleni, Vuoriheimo muistelee.

Joululaulut vaihtuivat vuosien edetessä musiikkivideoiden katseluun ja niiden kappaleiden kääntämiseen viittomakielelle. Teini-iässä motivaation lähteenä toimivat kuurot tytöt, joille Vuoriheimo avasi populaarimusiikin sanoitusten merkityksiä.

– Kuuro kokee musiikin tuntoaistin välityksellä. Esimerkiksi rumpu- ja bassoäänissä on isoja eroja, jotka tuntuvat kehossa. Konsertti- ja klubitilanteissa valot ja värit ruokkivat näköaistia. Omassa musiikissani pyrin myös välittämään melodiaa viittomalla sekä tilankäytöllä, kuvailee Vuoriheimo.

Levykauppaa selkäreputa

Yliopistossa Vuoriheimo havahtui tajuamaan, kuinka holhoavasti yhteiskunta suhtautui kuuroihin. Jääkiekkokaukalosta muita pelaajia terveyskeskukseen taklannut nuori mies ei kokenut tarvetta kuntoutukseen ja elämänsä ohjaamiseen. Tänä päivänä →





Kyllästymisen hitaaseen ja hankalaan tulkkauspalveluun sai Vuoriheimon ideoimaan Chabla-mobiilisovelluksen, joka yhdistää viittomakieliset ja viittomakielen tulkit maailmanlaajuisesti.

hän näkee kuurot vammaisten sijaan kielivähemmistönä, jolla on oma kulttuurinsa ja historiansa.

– Vielä 1940-luvulla kuuroja lapsia rangaistiin kouluissa fyysisesti viittomakielen käytöstä. Kuurot nousivat kapinaan 1970-luvulla, jolloin he ryhtyivät vaatimaan omia ihmisoikeuksiaan. Lopulta viittomakielen tulkkeja ryhdyttiin kouluttamaan 1980-luvulla, Vuoriheimo kertoo.

Historiansa tunteva kasvatustieteiden maisteri ja viittomakielen lehtori jatkoi omaa kapinaansa musiikin avulla. Omakustanteisen debyyttilevyn julkaisun jälkeen kaupungilla levisi huhu kuurosta kaverista, joka myi kaduilla omaa albumiaan. Määrätietoisien työn ansiosta keikkapyyntöjä alkoi vähitellen sadella aina ulkomaita myöten.

Kotimainen läpimurto tapahtui vuoden 2009 Eurovision laulukilpailun myötä. Signmark voitti Suomen alkukarsinnat kappaleella Speakerbox ja sijoittui loppukilpailussa toiselle sijalle. Menestys avasi ovet levy-yhtiöiden suuntaan. Signmarkin kolmas pitkäsoitto Silent Shout julkaistiin vuonna 2014.

Digitulkkaus avaa uusia ovia

Vuoriheimo on päässyt tutustumaan kuurojen oloihin ympäri maailmaa esiintyvänä artistina sekä ulkoministeriön nimeämänä erityisavustajana. Puhuminen eri foorumeissa kuurojen oikeuksista on vahvistanut näkemystä viittomakielisten tiivistä yhteisöllisyydestä.

– Jos näen toisen kuuron vaikka Espanjassa, menen varmasti tervehtimään häntä. Tämä tapahtuu siitä huolimatta, että viittomme eri kielillä, Vuoriheimo sanoo.

Kuurot tarvitsevat edelleen monien arkisten asioiden hoitamiseen tulkkeja. Suhteessa kuurojen määrään heitä on liian vähän, mikä aiheuttaa ongelmia tulkkauspalveluiden saatavuudessa. Esimerkiksi Vuoriheimon haastattelutilanteeseen apu on järjestynyt, mutta iltapäivän tapaamisesta hänellä ei ole vielä tietoa. Vaikeuskerroin kasvaa kun siirrytään puhelimen ääreen. Käytännössä kuuro tilaa itselleen tulkin, joka tulee paikalle ja soittaa puhelun hänen puolestaan. Monissa paikoissa on kuitenkin käytössä takaisinsoittopalvelu, mikä hankaloittaa tällaista asiointia.

Kyllästymisen hitaaseen ja hankalaan tulkkauspalveluun sai Vuoriheimon ideoimaan Chabla-mobiilisovelluksen, joka yhdistää viittomakieliset ja viittomakielen tulkit maailmanlaajuisesti. Chablan avulla kuuro pystyy nopeasti etsimään online-tilassa olevan tulkin mistä päin maailmaa tahansa.

– Lähdin alusta alkaen rakentamaan palvelua globaalisti. Enkä halunnut tehdä kompromisseja laatu- ja käytettävyyssvaatimusten suhteen. Siksi päädyin valitse-



maan CGI:n kumppaniksi hankkeeseen, sanoo Vuoriheimo.

Palvelun kehittäminen alkoi palvelumuo-
toilun projektilla, jossa Vuoriheimon ideaa konseptoitettiin CGI:n asiantuntijoiden johdolla. Eri-
laisten prototyyppien rakentamisen kautta kehitystyö eteni tekniseen toteutukseen ja perusteelliseen testaukseen ennen lanseerausta.

– Pääsin Chablan kehitysprosessissa koodaajien kanssa samaan huoneeseen selittämään asioita kuurojen näkökulmasta. Meille esimerkiksi kuvanlaatu on erittäin tärkeä asia, sillä ilman riittävää resoluutiota viittomakielen videotulkkaus ei onnistu, Vuoriheimo havainnollistaa.

Marraskuussa Chabla julkaistiin iPhoneille ja iOS-tableteille Suomessa, Isossa-Britanniassa, Saksassa, Ranskassa ja Tanskassa. Android-versio ilmestyy vuoden vaihteessa tulkeille ja keväällä kuuroille. ●

Lisätieto
Markku Myllylahti
Service Design
-palvelut
040 172 1001



markku.myllylahti@cgi.com

Mitä tehostaminen, muutos ja kasvu tarkoittavat CGI:n kumppaneille digitalisaation aikakaudella?

IT-ympäristön on toimittava jatkuvasti joustavammin, tehokkaammin ja turvallisemmin. Uusien teknologioiden hyödyntäminen mahdollistaa paitsi kiristyvät vaatimukset myös resurssien vapauttamisen digitaalisen muutoksen läpivientiin.



Ari Heiniö
CTO
Hitachi Data Services

1 Yritykset haluavat IT:stä enemmän vähemmällä, ja pilvipalvelujen suosio kasvaa. Miten tämä trendi näkyy Hitachilla?

Asiakkaiden liiketoimintaympäristö muuttuu niin nopeasti, etteivät he enää kykene sitoutumaan kolmen, saati viiden vuoden jaksoihin. Hitachilla on muutettu tuotelinjoihin ja kaupallisia malleja niin, että pysymme tässä trendissä hyvin mukana – itse asiassa trendi usein jopa suosii meidän ratkaisujamme.

2 Miten markkinoiden murros näkyy käyttäjillä ja konesaleissa?

Uuden sukupolven käyttäjät haluavat, että työhön liittyvät järjestelmät toimivat yhtä hyvin kuin järjestelmät kotona. Usein yritysten järjestelmät eivät tosiaankaan ole sillä tasolla kuin mikä kotikokemus on, mutta CGI:n ratkaisut kuten CGI Drive muuttavat tilannetta nopeasti. Konesaleissa kehitys tarkoittaa myös sitä, että meillä on joustavampaa, nopeammin ja helpommin liikuteltavaa palvelua kuin ennen.

3 Millä tavoin Hitachi näkyy Ratkaisu 17 -tapahtumassa?

Tuotamme CGI:n kanssa paikalliseen markkinaan pilvipalvelua lähipalveluna. Näin voimme yhdessä määritellä merkittävästi paremmat palvelutasot ja sen lisäksi toteuttaa tulevat EU:n tietoturva- ja yksityisyysäädökset hyvinkin tarkasti paikalliseen markkinaan sopivasti. ●



Taira Tepponen
Country Manager
SAP Finland Oy

1 Yritykset pyrkivät tehostamaan IT:tään ja vapauttamaan resursseja uusien digiratkaisujen ja innovaatioiden kehittämiseen. Mitä onnistuminen tässä mielestäsi vaatii?

Tiukkaa priorisointia. Innovaatioiden koeponnistaminen on oma taiteenlajinsa: villitkin ideat pitää uskaltaa kokeilla ja toisaalta myös myöntää epäonnistumiset. Lisäksi on arvioitava, mikä on mielekästä tehdä itse ja mikä kannattaa ostaa muualta.

2 Yritysten vaatimukset myös ydintietojärjestelmille kiristyvät jatkuvasti. Miten tämä näkyy SAPilla?

Digitaalisen ytimen merkitys on korostunut. Sen on oltava uudenaikainen ja ketterästi yhdistettävissä muihin ratkaisuihin, jotka tuottavat sille syötteitä tai käyttävät tuloksia hyväkseen asiakas-, kumppani- ja toimittajakentässä tai vaikkapa fyysisessä tuotantolaitte- tai huoltoympäristössä.

3 CGI:n Ratkaisu-tapahtumassa esittelette SAP S/4HANA -ratkaisua. Mikä tekee siitä erityisen?

SAP S/4HANA on täysin uudenlainen digitaalinen ydin liiketoiminnalle. Sen käyttökokemus on moderni: SAP Fiori -teknologiamme, jolla käyttökokemus on toteutettu, on voittanut Red Dot Design -palkinnon. S/4HANA toimii reaaliaikaisella HANA-alustalla ja tarjoaa tehokkaat ja joustavat liiketoimintaprosessit, jotka voi helposti yhdistää esimerkiksi ympäröiviin pilviratkaisuihin. ●



Pasi Vilén
Country Manager Finland
CA Technologies

1 Mitkä ovat digitaalisen muutoksen tärkeimmät tekijät?

Tärkeintä on ymmärtää, että muutos koskee koko organisaatiota ja että sen toimintatapa ja -prosesseja tulee muuttaa. Organisaation täytyy olla paljon nopeampi ja joustavampi. Enää kehittämiseen ei ole aikaa kuukausia tai vuosia, vaan uudet palvelut ja tuotteet täytyy saada markkinoille viikoissa tai päivissä.

2 Miten CA auttaa yrityksiä digitaalisen muutoksen toteuttamisessa?

Nopeutta ja joustavuutta ei ole aivan helppoa saavuttaa. CA:lla on digitaalisesta muutoksesta vankka kokemus sekä ratkaisut toimintojen ja testauksen automatisointiin. Asiakkaan digitalisaatio saadaan toteutetuksi mahdollisimman kivuttomasti.

3 Esittelette Ratkaisu 17 -tapahtumassa DevOpsia. Mikä se on ja mitä hyötyjä se tarjoaa asiakkailenne?

DevOps on ketterä ja automatisoitu kehittämisen ja testauksen toimintamenetelmä, jonka avulla asiakkaamme voivat tuoda uudet tuotteensa ja palvelunsa markkinoille huomattavasti joustavammin ja nopeammin kuin aiemmin. ●



Timo Jolkin
Tekninen johtaja
Cisco Systems Finland

1 Miten teknologia voi parhaiten auttaa yrityksiä toteuttamaan digimurroksen vaatimat muutokset?

Isoin haaste yrityksissä on kulttuurin, ihmisten kanssakäymisen ja työn tekemisen muutos. Jos ihmiset eivät muuta tapojaan, jäädään kelkasta. Uudenlaiset tekemisen tavat ja teknologiset alustat auttavat ihmisiä kommunikoimaan ja innovoimaan keskenään. Näin pysytään mukana digimurroksessa ja ollaan edelläkävijöitä omalla alalla.

2 Työntekijäkokemuksesta ja työn tekemisen sujuvoittamisesta puhutaan paljon. Mitä ne Ciscolle tarkoittavat?

Ihmisen kokemus omasta työstään ja työpaikastaan vaikuttaa siihen, miten paljon hän pystyy antamaan työleen. Meidän tavoitteenamme on helpottaa ihmisten ja asioiden yhteistoimintaa ja kommunikaatiota – sitä tähän tämä digitaalinen muutos aika pitkälti on.

3 Esittelette Ratkaisu 17 -tapahtumassa Spark-ratkaisunne uusia ominaisuuksia. Mitä on odotettavissa?

Cisco Spark on tiimiviestintäsovellus. Nykyisin tiimit ovat hajallaan eri paikoissa, aikavyöhykkeissä ja organisaatioissa. Se on haaste työn sujuvuudelle. Luottamus on hyvin tärkeää, ja sitä on vaikea saavuttaa meilitse ja pikakokouksilla parin viikon välein. Spark on luonteva paikka keskustelulle ja ideoille, joista syntyy innovaatioita. ●



Digitalisaatio pakottaa jokaisen toimialan ja organisaation muutokseen. Samalla se tarjoaa mahdollisuuden tehdä asiat tehokkaammin, tuottavammin ja asiakaslähtöisemmin.

Mitä tehostaminen, muutos ja kasvu tarkoittavat CGI:n kumppaneille digitalisaation aikakaudella?

Digitaalinen muutos avaa ovia paitsi tehostamiselle myös liiketoiminnan uudelle kasvulle. Organisaatioilta se edellyttää uudenlaista ketteryyttä ja rohkeutta tarttua digitaalisen liiketoiminnan kehittämiseen.



Petteri Poutiainen
Country Manager
Salesforce

1 Digitalisaatio on nostanut esiin aivan uudenlaisia yrityksiä ja palveluja. Mitkä ovat tämän uuden kasvun tärkeimmät tekijät?

Modulaariset pilviratkaisut ja muut teknologiset muutokset ja kyvykkyydet sekä toisaalta kuluttajakäyttäytymisen muutos ovat luoneet ohituskaistoja innovatiivisille yrityksille. Yritykset ovat voineet rakentaa aivan uudenlaisia tapoja olla asiakkaisiinsa yhteydessä. Uusien liiketoimintamallien avulla taas voidaan tarjota muun muassa parempaa asiakaskokemusta.

2 Salesforcekin on kasvanut viime vuodet voimakkaasti. Mikä on salaisuutenne?

Yksi monista kasvumme salaisuuksista on Customer Success Platform -alusta, jolla yritykset voivat rakentaa uudenlaisia järjestelmiä ja yhteyksiä asiakkaaseen. Me innovoimme asiakkaidemme, kumppaniemme ja työntekijöidemme kesken. Salesforce-ekosysteemissä on IDC:n mukaan jo kaksi miljoonaa työpaikkaa vuoteen 2020 mennessä.

3 CGI:n Ratkaisu-tapahtumassa tuote esiin erityisesti IoT:tä. Mitä tarkemmin?

Keskitymme Ratkaisu-tapahtumassa muutokseen ja alustamme innovatiiviseen käyttöön. Demoamme paikan päällä pilvipohjaista IoT-ratkaisuumme, jonka avulla voi seurata CGI:n teknisten ihmisten liikkeitä tapahtuman tiloissa. ●



Vesa-Matti Paananen
Digitalisaatiojohtaja
Microsoft Digital Advisory Services

1 Mitä digitalisaatio on?

Digitalisaatio on eri asia kuin ATK. Kyse ei ole vain siitä, että liiketoimintaprosesseja tai liiketoimintaa digitalisoitaisiin, vaan siitä, että siirrytään digitaaliseen liiketoimintaan.

2 Mitä digitalisaatio käytännössä tarkoittaa Microsoftille?

Aihe on laaja, ja olemme jakaneet sen neljään pilariin. Ensimmäinen on se, miten voidaan parantaa asiakkaan osallistamista ja asiakaspalvelua. Toinen on se, miten vapautetaan henkilöstö tekemään tuottavampaa työtä. Kolmas – ja ehkä perinteisin – on se, miten voidaan optimoida operatiivista toimintaa. Usein kyse on kulujen karsimisesta, mutta se ei ole digitalisaation päätarkoitus. Neljäs ja varsinainen tavoite on se, että syntyy uusia (digitaalisia) tuotteita ja palveluita.

3 Ratkaisu-tapahtumassa tuote esiin erityisesti Microsoft Azurea. Mistä siinä on kyse?

Azure on älykäs ja turvallinen pilvi. Se on oikeastaan yrityksen digitalisaation ydin, koska sen avulla voidaan kerätä ja analysoida tietoa eri paikoista, tulee se sitten automaattisesti IoT-sensoreilta tai jostain muualta erilaisista prosesseista. Käytössä on koneoppiminen ja tekoäly, ja niiden avulla voidaan luoda ihan uusia digitaalisia palveluita ja tuotteita, jotka auttavat yritystä eteenpäin digitaalisessa murroksessa. ●



Kun vuotuinen kasvutavoite on kymmenen prosenttia, muutosvoimaakin tarvitaan. Eltelin ratkaisu on IT-palvelujen yhtenäistäminen.

TEKSTI MALIN WESTLUND | KUVAT ELTEL

GLOBAALIT IT-PALVELUT TUKEMAAN ELTELIN KASVUA

Michael Langendorf
tietohallintojohtaja
Eltel



Eltel

Johtava eurooppalainen teknisten palveluiden toimittaja yhteiskunnalle tärkeässä infrastruktuurissa sekä erityisesti sähkö- ja teleliikenteessä, ns. infranet-palveluissa.

Yhtiön tekniset palvelut jakautuvat infranetin alueella kolmeen liiketoiminta-alueeseen: Power, Communication sekä Transport & Security.

Eltel-konsernin liikevaihto oli 1,255 miljardia euroa vuonna 2015. Konsernin henkilöstömäärä on tällä hetkellä lähes 9600.



ja neuvovaa sekä konsultoivaa roolia, Michael Langendorf huomauttaa. Hän korostaa yhteistyökonseptin tärkeyttä Eltelille. Yhtiötä kehitetään yhdessä yhteistyökumppanien kanssa.

Ja olennaista on, että voidakseen tukea Eltelin toiminnallista kasvua ja helpot- taakseen konsernin yhteisiä aloitteita, tulee IT-organisaation muuttua palvelutarjonnassaan paikallisesta globaaliksi. IT-palveluiden tulee näin suurimmaksi osaksi olla yhteisiä kaikissa niissä maissa, joissa yritys toimii.

– Luomme helposti käyttöön otetta- van skaalattavan struktuurin. Toimittajien lukumäärää vähentämällä ja keskittymällä entistä yhtenäisempiin palveluihin pystymme alentamaan kustannuksiamme ja tarjoamaan myös olennaisesti parempia ja modernimpia palveluita konserniimme kuuluville yhtiöille, Langendorf kertoo.

Alentuneista kustannuksista saatava säästö voidaan puolestaan investoida uusiin palveluihin.

– Kaikki tuo kokonaisuutena parantaa IT- tarjontaamme.

Keskittämällä volyymietuja ja joustavuutta

Edellä mainittu tulee mahdolliseksi siten, että strategisia IT-palveluita yhdistetään yksittäisis- tä maista globaaleille palvelutoimittajille.

– Datakeskuksiin liittyvissä palveluissa kumppanimme on CGI. Meille on tärkeää, että kyseessä on pitkäaikainen ja luotettava toi- mija, joka on läsnä myös paikallisesti maissa, joissa itsekkin olemme. Siitäkin huolimatta, että suurin osa IT-palvelutoimituksistamme toteutetaan Brömollan datakeskuksessamme, Langendorf huomauttaa.

IT-toimituksia keskittämällä luodaan volyymietuja ja vältetään palvelullista päällekkäisyyttä. Samalla tavoitteena on toimituksellinen joustavuus.

– Pystymme skaalaamaan toimituksia ja ottamaan palveluja käyttöön tarpeidemme

mukaan. Ja maksamme vain palveluista, joita faktisesti käytämme.

CGI:n infrastruktuuripalveluiden avulla yksinkertaisempia muutoksia voi tehdä myös suoraan portaalin kautta – näin Eltel voi itse rakentaa esimerkkimäisiä testiympäristöjä eri palvelimille.

Eltelin datakeskusmuutostyöt ovat juuri meneillään – maalikuussa 2017 kaikki Pohjoismaiden serverit ovat CGI:n ohjauksessa ja hallinnassa Brömollassa.

Palvelukehitys on jatkuvaa

Eltelin tietohallintojohtajan mukaan juuri nyt haastavaa on, kuinka vapauttaa aikaa ja voimia paikallisista toiminnoista – sillä ne ovat kuitenkin jatkuvasti käytössä.

– Ja saada ne samalla osallistumaan tärkeisiin globaalitoimittajuuteen liittyviin muutoksiin.

Tavoitteena on, että suurin osa Eltelin palveluista on globaalisti yhtenäisesti toimivia vuonna 2019.

– Silloin toivoaksemme näemme suurimmat muutokset.

Langendorfin mukaan muutos luo myös mahdollisuuksia uusien digitaalisten palveluiden kehittämiseen – sekä ulkoisille asiakkaille että oman konsernin piirissä toimiville sisäisille asiakkaille.

– Saamme paljon tietoa kentältä palvelles- samme asiakkaitamme. Mutta tarvitsemme kumppaneita, joiden kanssa pohtia erilaisia mahdollisuuksia. Siksi keskustelemme palvelukehityksestä paljon sekä CGI:n että muiden kumppanien kanssa. Kun pääsemme selvyteen palveluista, joita itse tarvitsemme, saattavat ne kiinnostaa muitakin, hän huomauttaa. ●

Lisätietoa
Jussi Partanen
IT-infra- ja
pilvipalvelut
0400 639 680



jussi.partanen@cgi.com

Eltelin IT-organisaatio käykin parhaillaan läpi toimintansa kannalta merkittävää muutosta tietohallintojohtajansa **Michael Langendorfin** johdolla.

Apuna työssä on myös CGI, jonka kanssa on jo solmittu laajennettu ulkoistuspartneri- sopimus. Sopimus koskee Eltelin datakes- kustoimintoja, joiden konsolidoinnista CGI vastaa.

Yhtiöillä on yhteistyöhistoriaa jo aiemmin Ruotsissa, mutta nyt yhteistyötä ollaan laajentamassa muuallekin Pohjoismaihin sekä Baltiaan – ja mahdollisesti myös Puolaan, Saksaan sekä Iso-Britanniaan.

– CGI on muuttunut toimittajasta part- neriksemme, jolta odotamme proaktiivista

Eltel on eurooppalainen teknisten palveluiden toimittaja – sen asia- kaskuntaan kuuluu muun muassa sähköyhtiöitä ja teleoperaattoreita.

Yhtiön kasvutavoitteen pohja rakennetaan yhtenäisellä globaalilla IT-organisaatiolla, jossa samat modernit palvelut tarjotaan kaikissa Eltelin edustamissa maissa.

Ison IT-työmaan aika

Jopa kymmenen prosentin vuotuista kas- vua lupaava toiminnallinen strategia vaatii onnistuakseen muun muassa sitä, että yritys pystyy integroimaan IT-struktuuriinsa nopeasti uusia ominaisuuksia ja näin uutta joustavuutta ja tehokkuutta.

IT-toimituksia keskittämällä luodaan volyymietuja ja vältetään palvelullista päällekkäisyyttä.



Digi*a*ika

AVAA OVIA UUTEEN LIIKETOIMINTAAN

Metsäjätti Stora Enso panostaa uusiutuvien tuotteiden innovointiin. Digitalisaatiolla on oma roolinsa kestävien liiketoimintojen kehittämisessä.

TEKSTI ARI RYTSY | KUVAT JAAKKO LUKUMAA JA STORA ENSO

Digitaalisten medioiden esiinmarssista toipunut metsäteollisuus on edelleen yksi Suomen tärkeimpiä vientivaltteja. Pelkästään paperi- ja puuteollisuuden osuus maamme kansainvälisestä kaupasta on yli 20 prosenttia. Ala työllistää kotimaassa suoraan tai välillisesti yli 150 000 henkilöä. Ei ole siis liioittelua puhua metsästä Suomen samppanjana.

Digitalisaatio, väestönkasvu, kaupungistuminen ja ympäristötietoisuus ovat muutamia syitä siihen, miksi perinteinen metsäteollisuusyrittäjä Stora Enso on profiloitumassa uusiutuvien materiaalien kasvuyhtiöksi. Asiakkaiden vaatimukset sekä kasvava tarve vähentää riippuvuutta uusiutumattomista materiaaleista ovat avanneet puu- ja biomassasaamisesta tunnetulle Stora Ensolle monipuolisia liiketoimintamahdollisuuksia. →

Kati ter Horst
Paperi-liiketoiminta-
yksikön johtaja
Stora Enso



Metsäala työllistää kotimaassa suoraan tai välillisesti yli 150 000 henkilöä.



– Meillä on vahva usko ja osaaminen siihen, että pystymme tekemään puusta uusia ja innovatiivisia tuotteita. Tästä hyvä esimerkki Suomessa on Sunilan sellutehdas, jossa on maailman ensimmäinen ligniinin erottamo. Ligniinillä voidaan muun muassa korvata öljypohjaisia fenoleja. Siksi se tarjoaa kestäväen ratkaisun esimerkiksi puuteollisuuden liimaksi, kertoo Stora Enson Paperi-liiketoimintayksikön johtaja **Kati ter Horst**.

Tällä hetkellä puusta käytetään vain noin 50 prosenttia – pääasiassa kuitu – ja loppu menee energiantuotantoon. Toinen puolikkaa on kuitenkin arvokasta raaka-ainetta, josta valmistettavien uusiutuvien tuotteiden kirjo kasvaa erotteluteknologian kehittymisen myötä. Tuotekehityksen kannalta kiinnostavia puun ainesosia ovat hemiselluloosa sekä ter Horstin mainitsema ligniini, joka toimii puukuitujen sidosaineena.

Älypakkaukset viestintäkanavana

Digitalisaation myötä kasvanut verkkokauppa on lisännyt tarvetta nykyaikaisille logistiikka- ja pakkausratkaisuille. Stora Enso tarjoaa ja kehittää RFID-radiotaajuustunnistusta ja NFC-lähitunnistusta logistiikkaan ja kuluttajapakkausiksi. Niiden avulla saavutettua pakkausten älykkyyttä voidaan hyödyntää laajasti muun muassa kuluttajainformaation välittämiseen, logistiikkaketjun tehostamiseen sekä tuotteiden alkuperän vahvistamiseen. Sensortechnologia puolestaan helpottaa esimerkiksi herkästi pilaantuvien tuotteiden lämpötilan

Pakkauksesta on tulossa entistä enemmän kommunikaatioväline, jonka avulla brändin omistaja pystyy olemaan suorassa yhteydessä kuluttajaan.

seurantaa. Virtuaalikaupoissa pakkausten myyntikykyä pystytään testaamaan silmien liikkeen seurannalla.

– Pakkauksesta on tulossa entistä enemmän kommunikaatioväline, jonka avulla brändin omistaja pystyy olemaan suorassa yhteydessä kuluttajaan. Tällaisen älykkyyden lisäksi on tietysti edelleen tärkeää, miltä pakkaus näyttää, pohtii ter Horst.

Tuotekehityksen ohella teknologia auttaa Stora Ensoa tehostamaan tuotantoprosessejaan sekä uudistamaan toimintamallejaan. Tehdasympäristössä tämä tarkoittaa automatisaation ja sensoridataan pohjautuvan analytiikan syvällisempää hyödyntämistä. Stora Enson omistama teollisuuden kunnossapitoon ja Engineering-palveluihin erikoistunut Efora toteuttaa metsäyhtiön tehtailla ennakoivaa ja itseohjautuvaa kunnossapitoa sekä paperikoneiden varaosien älykästä seurantaa. Huoltohenkilöstöllä on koko ajan reaaliaikainen tilannekuva tarvittavista toimenpiteistä ja työtehtävistä.

– Tulevaisuudessa tuotantoketjun digitalisoituminen lisää toiminnan tehokkuutta ja läpinäkyvyyttä. Lisäksi uusi teknologia edistää myyntiä ja mahdollistaa helpompia tapoja tehdä bisnestä. Esimerkiksi ostoprosesseista tulee automatisoituja tilauksen hyväksymisen jälkeen, sanoo ter Horst.

Puukauppa kasvaa verkossa

Stora Enso on kehittänyt CGI:n kanssa metsänomistajille suunnattua eMetsä-verkkopal-



– Meillä on vahva usko ja osaaminen siihen, että pystymme tekemään puusta uusia ja innovatiivisia tuotteita, Kati ter Horst sanoo.



Lisätietoa
Markku Myllylahti
Service Design -palvelut
040 172 1001

markku.myllylahti@cgi.com



velua. Käyttäjät ovat ottaneet metsäomaisuuden hoitoa helpottavan ratkaisun vastaan positiivisesti. Palautteessa on kiiteltä esimerkiksi metsäveroilmoituksen sähköistä tekemistä.

– eMetsä tarjoaa metsänomistajille paljon dataa, joka auttaa heitä tekemään metsäomaisuutta koskevia päätöksiä ja toimenpiteitä. Verkkopalveluiden tarve tulee varmasti lisääntymään, sillä yhä useampi metsänomistaja asuu kaupungissa ja on tottunut käyttämään digitaalisia palveluita. Tämä näkyy verkossa tehtyjen puukauppojen kasvuna, kertoo ter Horst.

Hänen mielestään digitalisaation paperiteollisuudelle langettamat haasteet ovat muuttumassa mahdollisuuksiksi. Sama älykkyyks, joka käänsi kuluttajan katseen sanomalehdestä tabletin ja älypuhelimien näytölle, on nyt kehittämässä metsäteollisuuden tuotteita, kunnossapitoa ja tuotantoprosesseja. Stora Ensossa on esimerkiksi mietitty vaarallisten työtehtävien tekemistä kauko-ohjauksella työturvallisuuden parantamiseksi. Suuressa kuvassa koko metsäteollisuuden palvelut ja analytiikka ovat parantuneet merkittävästi digitalisaation myötä.

– Stora Ensolle on tärkeää, että meiltä löytyy riittävästi keskitettyä osaamista digitalisaation eteenpäin viemiseksi. Samalla on mietittävä, mitä uutta se tuo meille ja miten sitä voidaan tehokkaasti hyödyntää eri liiketoiminnoissa. Valmistusprosesseissa on paljon mahdollisuuksia, jotka ulottuvat aina molekyytilitasolle asti, listaa ter Horst. ●



TAMPERE VUONNA

2025

Tampereen siirtyminen digiaikaan näkyy niin hoivatyössä, opetuksessa kuin liikenteessäkin. Digivision mukaan kaikki tamperelaiset käyttävät ensisijaisesti sähköisiä palveluja vuoteen 2025 mennessä.

TEKSTI MARJO TIIRIKKA | KUVAT TAMPEREEN KAUPUNKI



Virtuaalinen Tampere suunnittelun tueksi

Tampere vastaa digihaasteeseen proaktiivisesti. Kaupunki käynnisti tammikuussa 2017 osana Smart Tampere -ohjelmaa Tampereen Digiohjelman. Vision mukaan kahdeksan vuoden kuluttua tamperelaiset käyttävät ensisijaisesti digitaalisia palveluita.

Digiohjelmassa on kaikille kaupungin palvelualueille tehty tiekartta, jossa on kuvattu lähivuosina digitalisoitavat palvelut.

– Etenemme käytännön kokeiluihin.

Nopeilla piloteilla etsitään vaikuttavuuden, asiakaslähtöisyyden ja kustannustehokkuuden tavoitteet parhaiten toteuttavia ratkaisuja. Huonot kokeilut lopetetaan ja hyviä laajennetaan pysyviksi, sanoo Tampereen pormestari **Anna-Kaisa Ikonen**.

Tampereen johtamassa 6-Aika -ohjelman Open Data -hankkeessa kehitetään avoimen datan portaalia, joka toteutetaan avoimella lähdekoodilla. Demoversio avattiin viime syksynä. Keskeiset avattavat rajapinnat ovat avointa lähdekoodia.

– Olemme Open data -ohjelman puitteissa julkaisseet kaupungin tietokannoista noin 150 datasettiä, joissa on dataa eri hallinnon aloilta. Tuorein taitaa olla Tampereen koko rakennuskannan avaaminen. Sieltä löytyvät muun muassa asemakaavat ja kantakartta, kaupungin henkilöstö toimipaikkojen mukaan, kaupungin palvelupisteet, kadut, pyörätiet, valopylväät ja parkkipaikat.

Avoimen datan päälle on kehitetty kymmeniä sovelluksia. Aika moni sovelluksista liittyy joukkoliikenteen käytön ja liikkumisen sujuvoittamiseen, mutta joukossa on myös matkailijoita palvelevia sovelluksia ja aurinkoenergian optimointiin tarkoitettu sovellus.

– Kaupunkiympäristön dataa on jo runsaasti liikenteestä, viheralueista, infra- rakennuksista ja palveluista. Tulevaisuudessa tämän ja muun avoimen datan pohjalta voidaan rakentaa virtuaalinen Tampere yhteiseksi alustaksi kaupunkilaisille, matkailijoille ja kaupungin kehittäjille.

sekä kotihoidossa olevien vanhusten videopuhelu-yhteyttä.

Pari vuotta käytössä ollut kodinhoidon mobiilipalvelu poistaa aikahukkaa aamuisin työnjaossa, reittiongelmista ja päivän loppuksi kirjaamisessa.

– Kodinhoidon työntekijöille jää päivässä 40 minuuttia enemmän aikaa asiakastyöhön sisäisten prosessien tehostumisen ansiota. 550 työntekijän joukossa säästetty aika per työntekijä on merkittävä.

pysäkeillä todelliset lähtöajat. Myös pysäköintitalojen opastusjärjestelmä perustuu todelliseen pysäköintitietoon.

Tällä hetkellä Tampereella on käynnissä useita isoja työmaita, jotka aiheuttavat liikenteeseen poikkeusjärjestelyjä ja ruuhkia.

– Olisi tarpeen kehittää vielä tehokkaampia liikkumisen ohjausjärjestelmiä, jotka antaisivat esimerkiksi autoilijoille aina sujuvimman reitin, Ikonen kertoo.

Digitalisaatio on muutosjohtamista

Mitä pormestari antaa vinkiksi muille kunnille ja kaupungeille digitalisoitumisen vauhdittamiseen?

– Aiheeseen panostetaan meillä oikeasti. Vuonna 2017 digiohjelmassa on yli 20 henkeä viemässä muutosta eteenpäin. Kannattaa myös muistaa, että digitalisaatiosta on kyse muutosjohtamisesta, ei vain teknologiasta.

Älykkään kaupungin kehittäminen ja digitalisaatio on nostettu kaupungin strategiseksi tavoitteeksi. Molemmista on käynnistetty ohjelma, niihin on resurssoitu ja valtuusto on asettanut niille selkeät tavoitteet.

– Strategisuus tarkoittaa myös sitä, että ohjelmat koskevat koko kaupunkiorganisaatiota, ja ne toteutetaan läpileikkaavasti. ●

Open data -hankkeessa on myös tehty roadmap siitä, mitä kaikkea dataa tullaan vielä avaamaan. Se löytyy databusiness.fi-sivustolta, joka on suurten kaupunkien yhteinen avoimen datan sivusto.



Lisätietoa
Pauli Päivärinta
Kunta-alan palvelut
040 759 1366

pauli.paivarinta@cgi.com

Jo nyt digitalisaatio näkyy tamperelaisen elämässä. Sähkömittarinlukijat ovat kadonneet, kun kiinteistöjen sähkö luetaan etämittareilla. Fyysinen ja manuaalinen pysäköinninvalvonta on katoamassa älylasien ja älykännykkään perustuvan pysäköintioikeuden tunnistamisen yleistessä.

Kouluissa digitaaliset oppimisympäristöt arkipäiväistyvät, ja oppilaat etsivät tietoa enemmän verkosta. Opettaja muuttuu luennoijasta yksilölliseksi ohjaajaksi ja kannustajaksi.

Digitalisoituminen on osa myös Tampereen pormestari **Anna-Kaisa Ikonen** arkea. Koukousmateriaali tulee sähköisesti. Keskustelut virkamiesten, luottamushenkilöiden ja kaupunkilaisten kanssa käydään yhä enemmän sähköisesti – joskin kasvokkain kohtaamisille Ikonen haluaa varata aikaa jatkossakin.

– Digitalisaatio näkyy arjessani myös älykkään kaupungin johtamistavoitteena. Haluan edistää toimintakulttuuria, jossa kaupunki hakee uusia ratkaisuja ja toimii mahdollistajana, Ikonen sanoo.

Terveysseuranta etämittareilla

Vanhusten kotihoidossa raportoidaan suoraan vanhusten luota kännykän avulla, eikä raporteja tarvitse enää kirjoittaa jälkikäteen toimistossa.

Terveyspuolella digitaaliset etä- ja omahoidon teknologiat lisääntyvät nopeasti.

– Terveystietojen ja lääkäreiden seuranta asiakkaiden tilaa etänä, ja asiakkaat voivat tehdä monia mittauksia itse. Tieto siirtyy suoraan hoitajan näytölle. Parhaillaan pilotoimme verenpaineen ja astman seuranta etämittareilla

Anna-Kaisa Ikonen
Pormestari
Tampere



Liikennetiedot reaaliaikaisesti

Tampere on panostanut liikenteen sujuvoittamiseen ja kehittäminen jatkuu yhä. Rantatunneli on jo valmis, raitiotieliikenne on päätetty toteuttaa ja joukkoliikennettä on parannettu digitalisaatiolla, muun muassa CGI:n kanssa.

– Tampereella on kehitetty liikenteen reaaliaikaista tilannetietoa ja sen päälle sovelluksia, joilla bussien kulkua voi seurata kännyköillä. Matkustajat näkevät



LIFESTYLE- OPERAATTORI

Noin 12 miljoonaa asiakasta sekä 600 omaa myymälää – ja käynnissä yrityksen historian suurin uudistuminen. Mobilcom lähti muutosmatkalle asiakkaidensa elämäntapakumppaniksi.

TEKSTI PEKKA VÄNTTINEN | KUVAT MOBILCOM

Kansalaisesta, kuluttajasta, asiakkaasta on tullut paitsi kuningas myös muutoksen airut. Ja siinä muutoksessa on yrityksillä tekemistä pysyvä mukana.

– Kuluttajat ovat selvästi olleet valmiita toimimaan omnichannel-ympäristössä. Emme ole erityisesti edes esitelleet uudistuksiamme, toteaa saksalaisen Mobilcom-Debitelin **Florian Wolf** (Head of IT Customer & Commerce Systems).

Johtopäätös on väistämätön: uudistuminen ei ole yrityksille vaihtoehto vaan klausuuli. Asiakkaiden tarpeisiin ja käyttäytymismalleihin on vastattava.

– He ikään kuin johdattavat meitä uuteen maailmaan. Se on peruuttamaton muutos. Meille se on pakko, muuten menetämme asemaamme markkinoilla, Florian tunnustaa.

Yhtenä Freenet Groupin kahdeksasta brändistä Mobilcom-Debitel markkinoi itseään ”digitaalisen elämäntyylin tarjoajana”. Teleoperaattori arvioi asiakaskuntansa määräksi noin 12 miljoonaa. Hieman yllättäen bisneksestä edelleen peräti 80 prosenttia kulkee kivijalkakauppojen kautta. Omia liikkeitä on kuutisen sataa.

Vaikka kivijalkakaupat säilyvät jatkossakin, siirtymä on käynnissä. Florianin arvion mukaan jo kolmessa vuodessa saatetaan olla tilanteessa, jossa verkon ja muiden digitaalisten sovellusten osuus kaupasta nousee puoleen.

Vuoropuhelua ja läpinäkyvyyttä

Tämä tavoite mielessä yritys käynnisti loppuvuodesta 2014 digitalisaatioprojektin, maalinaan omnichannel-toimintaympäristö.

Mitä omnichannelillä oikeastaan tarkoitetaan?



Florian Wolf
Head of IT Customer
& Commerce Systems
Mobilcom



– Kivijalka, verkkokauppa, mobiilisovellukset ja sosiaalinen media ovat asiakkaalle tasa-arvoisia ja integroituja. Hän voi liikkua niiden välillä saumattomasti, löytää ja hankkia tuotteen mistä niistä tahansa.

Sohvalla surffatessa voi tilata tuotteen verkosta, lähettää sen liikkeeseen, hakea sen sieltä aamulla tai tilata kotiin, kuvailee CGI:n johtava retail-konsultti **Petri Anttila**.

Yrityksille muutos on Anttilan mukaan enemmän kulttuurinen kuin teknologinen. Tarvitaan uusi mielenmaisema.

– Isoin asia on mentaalinen – asiakkaan laittaminen keskiöön. Myös johtamisen on muututtava ja siilot purettava, Anttila kiteyttää. Florian Wolf korostaa dialogia.

Yrityksen kannalta sitä voisi ajatella eräänlaisena nöyrytyksenä, laskeutumisenä norsunluutornista.

– Ennen ei ollut asiakkaan ja yrityksen vuoropuhelua. Oli ostettava, mitä oli tarjolla. Nyt yrityksen on oltava läpinäkyvä ja ketterä. Asiakkaalle on annettava näkymä yrityksen sisään. Hänen on joka hetki saatava tarvitsemansa apu ja informaatio. Vertaiskokemukset nousevat suureen rooliin. Yrityksille on iso haaste luoda brändin ympärille yhteisö ja huolehtia siitä. Tavallaan se lisää myös haavoittuvuutta, sillä yhteisö on voimakkaampi kuin perinteinen mainonta. Asiakkaiden pitäminen on entistä vaikeampaa, liikkuvuus on lisääntynyt.

Tuloksellista yhteistyötä

Matkalleen kohti näitä tavoitteita ja yritysmallia Mobilcom-Debitelille oli olennaista

Lisätietoa
Matti Rossi
Digitaalisen
asiakas-
kohtaamisen
ratkaisut
040 767 3660



matti.rossi@cgi.com

löytää kumppani, jolla on osaamista ylikannavaisuuden rakentamisessa.

– Päädyimme nopeasti CGI:hin, koska heillä oli tarjottavana paitsi kokemusta omnichannel-konsepteista myös toimialastamme. Projektimme käynnistyi oikea-aikaisesti ja oli kaksisuuntaista, toiveitamme ja siten myös asiakkaitamme kuunneltiin. Hyödyllistä oli se, että CGI kykeni puhumaan paitsi IT- niin myös bisnespuolen kanssa, ottamaan heidät mukaan ja vakuuttamaan työn tarpeellisuudesta, Wolf kertoo.

Yhteistyön alku oli teknologiapainotteinen, koska tekninen alusta oli ajanmukaistettava nopeasti. Liikkeelle lähdettiin työpajasta, jossa perehdyttiin bisnespuolta muutosten hyödyistä. Teknologiaksi valittiin SAP Hybris.

Vielä on askelia otettavana.

– Nyt vaaditaan uutta ajattelua. Ihmiset ovat konservatiivisia ja kokevat, että vanhassa on vara parempi. Vuoden 2017 tavoitteemme onkin henkilökunnan syvälinen kouluttaminen. Muutosvaihti vain kiihtyy.

Vielä pari vuotta sitten yrityksessä pohdittiin koko hankkeen mielekkyyttä. Käänteiden saamisessa CGI:n rooli oli keskeinen.

– Olen äimistynyt siitä kuinka nopeasti ja onnistuneesti se eteni. Vain puolessatoista vuodessa saavutimme enemmän kuin kukaan osasi odottaa. Asiakaspohjamme on laajentunut ja viivan alla tulokset näkyvät tänä vuonna. Mutta prosessi on jatkuva, seuraavaksi esittelemme digitaalisen asiakaskortin, raottaa Florian Wolf tulevaisuutta. ●



Ilmassa ja maassa ASIAKKAAN ASIALLA

Finnairin rooli paljon matkustavien suomalaisten vapaaajassa ja arjessa on vahva. Asiakaskokemusta kehitetään ja vahvistetaan myös digitaalisin palveluin.

TEKSTI JAAKKO LIIKANEN, KUVAT JAAKKO LUKUMAA



CGI:llä on ollut merkittävä rooli Finnairin uusien digitaalisten ratkaisujen käyttöönotossa, kiitos CGI:n pragmaattisen toimintatavan.

Tiivistä yhteistyötä on tehty esimerkiksi Amazon cloud -infrastruktuurin suunnittelussa, ohjelmistotuotannon automaatiassa

ja DevOps-mallien hyödyntämisessä sekä tiettyjen digialustojen avainkomponenttien, kuten API gatewayn, kehittämisessä.

Myös osa digitaalisten palvelujen taustajärjestelmistä on CGI:n rakentamia ja ylläpitämiä.

SHUTTERSTOCK

Digitalisaatiokehitystä Finnairille keväällä 2016 johtamaan tullut **Katri Harra-Salonen** huomauttaa ikään kuin ohimennen, että verkkopalvelu (www.finnair.com) on tätä nykyä suurimpia suomalaisia verkkokauppoja.

– Meillä on siellä kuukausittain lähes kaksi miljoonaa kävijää. Ja pitää myös muistaa, että olemme varsin poikkeuksellinen suomalaisyritys. Meillä on vahva kosketuspinta sekä eurooppalaisiin että aasialaisiin kuluttajiin ja asiakkaisiin.

Harra-Salonen puhuu digitaalisuuden tuomasta toimialaliukumasta, jossa perinteiset toimialojen väliset rajapinnat hälventyvät. Myös rajapinnat asiakkaan ja palveluntarjoajien välillä laimenevat ja asiakkaat osallistuvat yritysten toimintaan eri tavoin.

Asiakaskokemus on kaikki

Toimialaliukuma vaatii silloajattelusta luopumista. Vaikka Finnair on lentoyhtiö, on asiakkaille entistä epäolennaisempaa, mistä he kokonaispalvelua saavat.

– Digitaalisten palvelujen yleistessä kokonaispalvelujen merkitys korostuu. Olennaista on hyvä asiakaskokemus koko asiakasmatkan aikana, ja sen vahvistaminen on tärkeää digitaalisten palvelujemme kehittämisessä. Asiakkaat miettivät, että sainpa hyvää tai huonoa palvelua matkaani liittyvässä kokonaisuudessa.

Asiakkuuden kokonaiskokemuksen parantamiseen tähdätään muun muassa mobiilisovelluksella, jolla on tällä hetkellä kuukausittain yli 100 000 käyttäjää. CGI:n teknologia huolehtii siitä, että sovellus toimii saumattomasti yhteen moninaisten taustajärjestelmien kanssa.

Sovellus on kaikkien käytössä, aiempi kytkös Finnair Plus -kanta-asiakasohjelmaan on poistettu. Sovellus on asiakkaan apuna kaikissa matkan vaiheissa lähtövalmisteluista laskeutumiseen. Kuten Finnair nettisivuillaan sanoo, ”asiakkaalle jää oikeastaan vain pakkaaminen.” →

Sovellus on asiakkaan apuna kaikissa matkan vaiheissa lähtövalmisteluista laskeutumiseen. ”Asiakkaalle jää oikeastaan vain pakkaaminen.”

Katri Harra-Salonen
Chief Digital Officer
Finnair



Nousukiidossa myös digitaalisesti

Harra-Salonen on yhtiön ensimmäinen Chief Digital Officer (CDO). Jo pitkän uran digitaaliseen transformointiin liittyvissä tehtävissä tehnyt Harra-Salonen on myös Finnairin johtoryhmän jäsen.

– Työtehtäväni yhtiön ensimmäisenä CDO:na kertoo erityisesti siitä, että digitaalisuus nähdään osana ydinstrategiaamme. Miksi juuri nyt kertoo puolestaan siitä, että pitkien kustannussäästöjen ja rakennemuutosten jälkeen jälleen Finnair on jälleen iskussa. Finnairin strategia lähtee maantieteestä. Lyhyin tie Euroopan ja Aasian välillä kulkee Helsingin kautta. Helsinki-Vantaan status Euroopan ja Aasian yhdistävänä lentoasemana on muodostunut vahvaksi. Suuria kalustoinvestointejaakin on jo tehty ja strategiaamme toimii. Uusista Airbus A350 -koneista on jo toimitettu seitsemän. Niissä on lennonaikaisen asiakaskokemuksen kannalta tärkeät wifi-yhteydet. A330-koneisiin ne jalkiasennetaan kevään 2017 aikana.

Muutoksen hahmottamisen tärkeys

Digitalisaation ymmärtäminen alkaa Harra-Salosen mukaan kehityksellisten draivereiden hahmotuksesta.

Hän viipaloi digitaalisen muutoksen kolmeen palaan. Kaikkia niistä on ymmärrettävä ja seurattava, jos haluaa kehittää sähköisiä palveluja. Olennaista on muutoksen ymmärtäminen.

– Mahdollistava teknologiamuutos on ensimmäinen. Kun tänään tuomme esimerkiksi linjahuoltoon digitaalisia palveluja mietimme samalla miten huomenna voimme jo hyödyntää tekoälyyn perustuvia ratkaisuja.

Teknologiamuutoksen ohella pitää ymmärtää kuluttajakäyttäytymisen muutoksia ja erityisesti sitä, millaisia digitaalisia palveluja asiakkaat haluavat ottaa käyttöönsä ja miten heidän toimintansa ohjaavat palvelujen kehitystä – ajatus ekosysteemistä on vahvasti läsnä.

– Kolmantena on muutos kilpailukentässä – perinteisten verrokkiyhtiöiden lisäksi tämän ajan kansainväliset digitaaliset alustatoimijat, innovatiiviset startupit sekä muilta toimialoilta tulevat disruptorit ovat aktiivisesti mukana toimialamme tulevaisuuden muokkaamisessa.

Kaikki tämä muuttaa liiketoimintaympäristöämme ja luo mahdollisuuksia kasvullemme ja kehitymisellemme.

Suunnistuskykyä tarvitaan

Tehtävä ei ole ihan helppo. Harra-Salonen myöntää, ettei hänellekään ole suotu kykyä ennustaa tulevaa.

– Kun miettii digitalisaatiota vaikkapa viiden vuoden päähän, niin vaikeaksi menee. Ei kukaan voi sanoa tarkasti, millaisia palveluja silloin on olemassa. On tärkeää muodostaa iso kuva siitä mitä on tapahtumassa ja yrityksen oma visio eli tahtotila tulevaisuudesta. Kehitystyön tukena toimivat tiekartat rakentavat polkua visioon ja niitä tarkastellaan lyhyemmällä aikajänteellä jatkuvasti.

Myös isoa kuvaa tarkennetaan ja kohdennetaan koko ajan, mutta epävar-

maan ympäristöön on silti katsottava ja näkemystä pitää olla.

– Transformaatioissa tarvitaan selkeää ja uskottavaa visiota siitä, mihin ollaan menossa. Ajopuuna ei voi olla, ainoastaan aktiivinen toiminta auttaa. Yritysten oma toiminta vaikuttaa vahvasti tulevaisuuteen.

Slush rekrytointikanavana

Marraskuinen Slush-tapahtuma oli Finnairille tärkeä. Siellä käynnistetyllä rekrytointilla tavoitellaan yhtiöön 70 uutta digiosaajaa. Liiketoimintojen kehitykselle olennaisen, perinteisemmän IT-osaamisen rooli on toki jatkossakin äärimmäisen tärkeä.

– Se kulkee uuden digitalisaatiokehityksemme kanssa jatkuvasti rinnakkain. IT on yrityksille keskeinen kilpailukyvyntekijä.

Harra-Saloselta on myös kysytty, kuinka monta ihmistä Finnairin digitiimiin kuuluu.

– Vastaan aina, että noin 5000, koko henkilöstömme. Toki harva meistä on digitaalinen superosaaja, mutta kyse ei olekaan siitä. Vaan asenteesta digitaalisuutta kohtaan ja halusta osallistua yrityksen kehittämiseen tälläkin osa-alueella. Henkilöstö on meille iso voimavara. ●

Lisätietoa
Matti Rossi
Digitaalisen
asiakas-
kohtaamisen
ratkaisut
040 767 3660



matti.rossi@cgi.com

TEKSTI OLLI MANNINEN | KUVA NORDEA



NOIN MILJARDIN EURON INVESTOINTILOIKKA – MITEN DIGIAIKA MUUTTAA NORDEAA

Pankkitoiminta on myllerrysten kourissa. Uudet pelurit, sääntelyjen purku ja kuluttajakäyttäytymisen muutokset pakottavat perinteiset pankit uudistumaan. Nordean tavoitteena on jatkaa 2020-luvullakin vahvana asiakaslähtöisenä ja kilpailukykyisenä pankkina rakentamalla laaja ekosysteemi, jonka avulla se voi tarjota asiakkailleen monipuolisia palveluja.



Sophia Wikander
Business Innovation
-yksikön johtaja
Nordea

– Toimintamme perustuu jatkossakin vahvaan asiakassuhteeseen ja asiakkaiden tarpeiden ymmärtämiseen, mutta palveluvalikoimamme tulee olemaan nykyistä huomattavasti laajempi. Perinteisen pankin sijasta meistä kasvaa nykyistä laajempi ja joustavampi palveluntarjoaja asiakkaillemme, sanoo Nordean Business Innovation -yksikön johtaja **Sophia Wikander**.

Wikanderin mukaan pankkitoimiala elää nyt jännittävää aikaa, kun muutospainetta tulee yhtä aikaa monelta eri suunnalta.

Nopeasti kehittyvä digitaalitekhnologia on tuonut alalle uusia kilpailijoita, esimerkiksi Starbucks lukeutuu jo kymmenen suurimman säästöpankin joukkoon Yhdysvalloissa. Ruotsalainen Klarna ja virolainen TransferWise tarjoavat verkkokaupoille suosittuja ja kustannustehokkaita maksujärjestelmiä. Verkkokauppa Amazon markkinoi kuluttajille myös lainapalveluja. Uudet fintechit, finanssialan startup-yritykset, kehittävät pankkien ja yritysten väliseen maksuliikenteeseen uusia innovatiivisia palveluja hyödyntämällä hajautetun arkkitehtuurin teknologiaa.

PSD2 vapauttaa, GDPR velvoittaa

– Uusien toimijoiden ja muuttuvan kuluttajakäyttäytymisen lisäksi vuonna 2018 voimaantulevan EU:n PSD2-maksupalveludirektiivin ja GDPR -tietosuojasetuksen jälkeinen aika tarjoaa meille paljon uusia mahdollisuuksia miettiä uusiksi toimintatapojamme ja palvelutarjoamamme, Wikander sanoo. →



– Perinteisen pankin sijasta meitä voisi kutsua tulevaisuudessa informaatiopalvelu- ja tarjoavaksi palvelutaloksi, Sophia Wikander sanoo.



SHUTTERSTOCK

Nordean tulevaisuuden menestyksen perustana tulee olemaan vahva ja monipuolinen ekosysteemi.

PSD2 velvoittaa pankit avaamaan oman infrastruktuurinsa kolmansille osapuolille, jolloin ulkopuoliset palveluntarjoajat saavat pääsyn asiakkaiden tileihin ja maksutapahtumiin. Wikander näkee API-ohjelmointirajapintojen avaamisen ulkopuolisille toimijoille enemmänkin mahdollisuutena kuin uhkana.

– Uskon sääntelyn purkamisen hyödyttävän sekä yksityis- että yritysasiakkaitamme. Pääsemme kehittämään nykyistä monipuolisempia palveluja digitaalisen integraation avulla. Oman kilpailuetumme ydintä on jatkossakin laaja asiakaskuntamme, osaamisemme sääntely- ja vastuukysymyksissä, investointikykyemme sekä asiakaslähtöisten palvelujen kehittäminen, Wikander sanoo.

GDPR merkitsee yrityksille puolestaan uusia vaatimuksia henkilötietojen keräämisen, käsittelyn ja suojaamisen suhteen, mikä edellyttää nykyisten tietojärjestelmien ja prosessien päivittämistä.

Nordeassa käynnissä oleva monivuotinen peruspankkijärjestelmää uudistava Simplification-hanke on osaltaan jo vastaus näihin muutosaasteisiin. Noin miljardin euron investointiloikan tavoitteena on uudistaa pankkikonsernin it-infrastruktuuri ja yksinkertaistaa toimintamalleja. Nordea

on investoinut myös vahvasti online- ja mobiilipalvelujen kehittämiseen sekä on aktiivisesti mukana Fintech-yhteisön tapahtumissa.

– Lisää ketteryyttä innovaatiotointaan ja nopeammin uusia palveluja markkinoille, Wikander kiteyttää Nordean tavoitteita käyttäjärajapintaan päin.

Uudistusta varten taloon on palkattu it-osaajia pankkitoiminnan ulkopuolelta, minkä lisäksi Nordea aikoo tulevaisuudessa verkostoitua nykyistä enemmän kumppaneiden kanssa.

Strategiana monipuolinen ekosysteemi

Wikander kertoo, että Nordean strategia tukeutuu lähivuosina entistä enemmän eriasteisiin kumppanuuksiin.

– Tarvitsemme tueksemme erilaisia kumppanuuksia. Ne voivat olla strategiselta luonteeltaan pitkäjänteisiä tai löyhempiä, joustavia kumppanuuksia. Haemme uusia tekijöitä esimerkiksi palveluvaikeimmamme rikastamiseen tai innovaatiotoiminnan kehittämiseen, hän sanoo.

Wikander visioi, että Nordean tulevaisuuden menestyksen perustana tulee olemaan vahva ja monipuolinen ekosys-

teemi, jonka avulla pankkikonserni voi tarjota niin yksityis- kuin yritysasiakkailleen alan parhaimmat palvelut.

Millainen on Nordean näkökulmasta hyvä yhteistyökumppani?

– Hyvä yhteistyökumppani jakaa avoimesti tietoa ja osaa kuunnella. Yhdessä voimme luoda erilaisia skenaarioita, mihin suuntaan olemme menossa. CGI:n toteuttamat raportit toimialastamme antavat kiinnostavia näkökulmia siihen, mitä me pankit oletamme asiakkaidemme odottavan meiltä ja mitä puolestaan yritykset odottavat meiltä. Kun muutoksen vauhti alallamme on niin nopeaa, odotan hyvältä yhteistyökumppanilta tukea myös operatiivisissa tehtävissä, kun on kyse esimerkiksi tietojärjestelmien tai sovellusten siirtämisestä uuteen ympäristöön, hän sanoo. ●

Lisätietoa
Mikko Pilkama
Pankkialan
ratkaisut
040 828 3717



mikko.pilkama@cgi.com



ASIAANTUNTIJAT ÄÄNESSÄ

Pidä sormi päivän pulssilla ja seuraa asiantuntijoitamme osoitteessa www.cgi.fi/blogi



Karri Mustonen:

Puutteellinen tuotetieto ankeuttaa asiakaskokemuksen

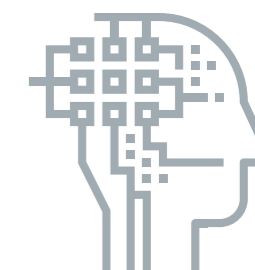
Etsin jokin aika sitten pesuallasta suomalaisista verkkokaupoista. Etsintä päättyi pettymykseen. Samalla sain muistutuksen siitä, että hyvää asiakaskokemusta ei voi rakentaa ilman laadukasta tuotetietoa (PIM).

Lähes jokainen verkkokauppa-alusta tarjoaa nykyisin toiminnot hakutulosten suodattamiseen fasettien avulla, samoin tuotevertailun. Toiminnot ovat asiakkaan näkökulmasta peruskauraa, mutta tuotetiedolle ne asettavat haasteen, johon suuri osa suomalaisista verkkokaupoista ei onnistu vastaamaan kattavasti.

Suodatus ja vertailu edellyttävät, että tuoteattribuutit on suunniteltu tuoterühmäkohtaisesti. Tuotteilla pitää myös olla täydennetyt ajantasaiset arvot kaikissa attribuuteissa. Suomeksi: Kaupan järjestelmissä on oltava tieto siitä, että esimerkiksi etsimäni allas kuuluu wc-kalusteiden tuoterühmään, pesuallaiden alatuoterühmään, sen on tuotevariantina ovaalin muotoinen ja väriltään valkoinen ja sitä löytyy varastosta tiettyyn hintaan. ●



Lue Karrin blogaus ja vinkit tuotetietojen kehittämiseen:
bit.ly/karrinblogi



SHUTTERSTOCK

Samu Paajanen:

Tuomiopäivä toimistorutiineille – Ohjelmistorobotiikan lyhyt oppimäärä

Teollisuusrobotit poistivat rutiinityön tuotantolinjoilta. Nyt ohjelmistorobotiikalla (robotic process automation, RPA) poistetaan rutiinitehtäviä toimistotyöstä.

Ohjelmistorobotit ovat ohjelmia, jotka ohjelmoidaan käyttämään toisia ohjelmistoja ihmisen puolesta. Jos esimerkiksi kaikki sähköpostiin tulleet tilauslomakkeet käsitellään samojen sääntöjen mukaan, voidaan robotti ohjelmoida tekemään tilausten käsittely ihmisen puolesta.

Robottiautomaatio tehdään kuvaamalla työprosessi ja siihen liittyvät syötetiedot erittäin tarkasti. Kun jokainen polku läpi työprosessin kaikkein mahdollisine poikkeuskäsittelyineen on näppäintasolla kuvattu, noudattaa robotti saamaansa ohjetta kellontarkasti.

Ohjelmistorobotit tuovat kustannussäästöjä ja tehostavat työntekoa vapauttamalla ihmiset aidosti tuottavaan työhön rutiinien pyörittämisen sijaan. Asiakaskokemus paranee vastausaikojen parantuu ja inhimillisten virheiden poistuessa. Usein myös työntekijöiden työtyytyväisyys nousee ja vaihtuvuus pienenee. Toimistolla yksikään työntekijä ei pidä rutiinityöstä.

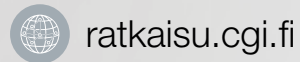
Ohjelmistorobottien hyödyt ovat ilmeiset. Ja robotit ovat tulleet jäädäkseen. ●



Lue lisää:
bit.ly/samunblogi

RATKAISU17

26.1.2017, FINLANDIA-TALO



#RenewedBusiness

– kohti asiakaskeskeistä, digitaalista organisaatiota

Tervetuloa tutustumaan CGI:n ja kumppaneiden asiantuntijoihin ja ratkaisuihin tapahtuman teemapisteillä:



RUN

Hybrid IT & pilvipalvelut
Ohjelmistorobotiikka
Tieto- ja kyberturvallisuus



CHANGE

Ketterät menetelmät
Mobiiliratkaisut
Operatiiviset ratkaisut



GROW

Lisätty & virtuaalinen todellisuus
Digitaalinen asiakaskokemus
Esineiden internet
Tiedolla johtaminen ja analytiikka



SMART
CITY

Digitaaliset sote-palvelut
Älyliikenne & -autot
Digitaalinen yhteiskunta

Pääkumppanimme



Muut kumppanimme

