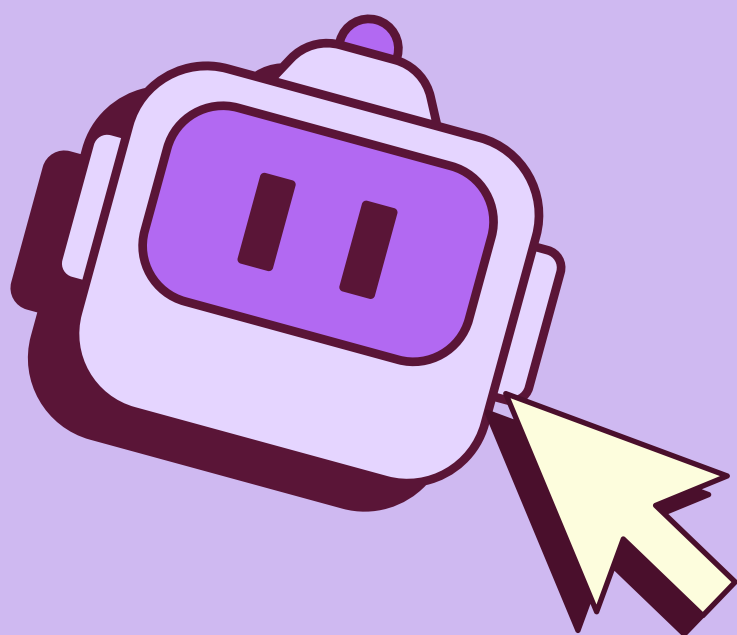




Tekoälyn mahdollisuudet

yrityksen toiminnanohjauksessa



Lukijalle

Tekoäly (AI) ravistelee parhaillaan kaikkia toimialoja, organisaatioita ja yksittäisiä työnkuvia. Paine tekoälyn omaksumiseen on suuri: AI-koulutukset ovat huippusuosittuja ja generatiivisten tekoälyjärjestelmien kysyntä on räjähtänyt.

Tekoälystä on tullut nopeassa ajassa osa arkeamme, mutta emme vielä ymmärrä täysin sen potentiaalia ja riskejä. Parhaimmillaan AI on strateginen neuvonantaja ja tehokas assari, joka vapauttaa luovan potentiaalimme.

Joka tapauksessa tekoäly disruptoi työelämää juuri nyt. Se koskettaa sinua, oletpa sitten johtaja, työntekijä tai mitä tahansa siltä väliltä. Ymmärrätkö sinä jo AI:n merkityksen ja mahdollisuudet osana omaa työtäsi?

Aloita tekoälyn hyödyntäminen tai häviä kilpailussa – tekoäly osana yrityksen strategiaa

Organisaatioissa halutaan ymmärtää tekoälyn käytännön sovelluskohteet sekä sisäisissä prosesseissa että kaupallisesti, mutta vielä harvoissa yrityksissä AI on osana strategiaa. Käytännössä tekoälyä kokeillaan tällä hetkellä hajanaisesti yksilöiden toimesta. Tällä hetkellä tarvitaan koko yrityksen läpäisevää yhteistyötä, jonka avulla oppiminen yksilöiltä ja tiimeiltä saadaan siirrettyä tehokkaasti organisaatioon.

Tekoälystrategia edellyttää kykyä hahmottaa ja ymmärtää AI:n potentiaali ja rajoitukset. Olennaista strategiatyössä on pohtia, miten voimme luoda tekoälyn avulla kilpailuetua yrityksemme. Strategiatyöhön osallistuessasi voit herätellä keskustelua siitä, mitä toimintaympäristössä tapahtuu, mitä kilpailijat tekevät, mistä asiakkaat puhuvat ja millaista osaamista ja innokkuutta tekoälyn käyttöön yrityksestämme jo löytyy. Yrityksen liiketoimintastrategia, eli visio, missio ja arvot ohjaavat vahvasti keskustelua.

Tekoälystrategian tulisi kytkeytyä vahvasti liiketoiminnan tavoitteisiin, ja samanaikaisesti on tärkeää rakentaa kulttuuria, joka tukee AI-innovointia yrityksen eri toiminnoissa. Innovaatiot puolestaan mahdollistetaan johtamisella, esimerkeillä, koulutuksilla

ja aktiivisella vuoropuhelulla läpi organisaation. Ennen kaikkea tarvitaan olosuhteet, jotka mahdollistavat luovan ajattelun.

Isossa kuvassa organisaatiot ovat helisemässä AI:n kanssa, joten tällä hetkellä juuri yksilölliset kyvyt ja motivaatio omaksua analyyttisen ja generatiivisen tekoälyn käytännön sovellustapoja korostuvat. Organisaatioista onkin tärkeää tunnistaa innokkaat AI-muutosagentit, jotka pienten onnistumisten kautta kiihdyttävät AI:n käyttöönottoa koko yrityksen laajuudelta.

Huomioi tekoälyn eettiset kysymykset

Samalla kun ihmiset tarvitsevat suunnan ja raamit tekoälyn käytölle, liitty tekoölyyn ja sen harjoitustietojen käyttöön liuta oikeudellisia ja moraalisia kysymyksiä. On hyvä ymmärtää, että tekoälyn data koostuu sisällöstä, joka on kaavittu Internetistä ilman sisällöntuottajan lupaa. Yrityksen tulisi pohtia tekoöly- ja dataprosesseja eettiseltä kannalta, tai hintana voi olla negatiivisia maineellisia, oikeudellisia tai taloudellisia vaikutuksia.

Epäonnistuneet tekoöly- ja datahankkeet ovat kalliita, jos niiden tuotekehitys- tai käyttöönottovaiheessa päädytään hukkaamaan resursseja eettisten kysymysten laiminlyönnin seurauksena. Nosta pöydälle keskustelu, kuinka teillä käytetään dataa ja kehitetään tekoölytuotteita joutumatta eettisiin ongelmiin matkan varrella.

Tuntuvatko nämä asiat liian vaikeilta edistää? Strategia se on sekin, että päätätte jättää hyödyntämättä koko tekoälyä yrityksen tasolla, mutta samalla valitsette poistua kilpailusta. Tekoäly ei ole itsessään mikään erottautumiskeino, vaan ennemminkin vastaus tämän päivän kohonneisiin tuottavuusvaatimuksiin.

Kaksi henkilökohtaista assaria: sisällöntuottaja ja analyytikko

Tekoälyllä on kaksi ulottuvuutta: generatiivinen ja analyyttinen. Generatiivinen AI keskittyy uuden luomiseen, käyttäen algoritmeja innovatiivisten ideoiden, sisältöjen ja ratkaisujen generointiin. Analyyttinen AI puolestaan mahdollistaa datan analysoinnin; koneoppimisen ja muiden tekniikoiden avulla se tunnistaa kuvioita, tekee ennusteita ja tuottaa näkemystä. Nämä kaksi henkilökohtaista assaria saat rekryttyä heti, ottamalla ChatGPT-työkalun käyttöösi.

Seuraavaksi tarkastellaan tekoälyn käytännön sovelluskohteita.

Tekoäly mullistaa markkinoijien ja myyjien työpäivät

Tekoäly on mullistanut tavan tehdä markkinointia lyhyessä ajassa. Generatiivinen AI hyödyttää erityisesti yritysten markkinointia ja nopeuttaa sisällöntuotantoa, muuttaen samalla markkinoijien työnkuvia rutiinistyöstä luovempiin rooleihin. Markkinoinnissa AI kiihdyttää ajatusjohtamisen murrosta, jossa ihminen synnyttää luovan idean, ja AI:n tehtäväksi jää toteuttaa idea konkreettiseksi sisällöksi: artikkeliksi, videoksi ja somepostauksiksi.

Promptaaminen on arvokas taito

Erityisesti markkinointiviestinnän parissa työskentelevien on syytä opiskella tekoälyn hyödyntämistä, sillä kokemattoman promptaajan käsissä sisältö muuttuu mitänsanomattomaksi sisältöhötköksi. Ihmisen ajattelua ja luovuutta tarvitaan, jotta AI:n tuottama sisältö pysyy tasokkaana ja näkemyksellisenä. Kirjoittaessasi blogiartikkelia ChatGPT:n kanssa, älä siis julkaise tekstiä sellaisenaan, vaan lue se kriittisesti läpi ja parantele tekstiä promptaamalla.

AI vapauttaa ihmisen luovan potentiaalin

AI mahdollistaa uudenlaisen digitaalisen taiteen luomisen ja vapauttaa luovan potentiaalimme uudella tavalla. Sinun ei tarvitse enää hallita erilaisia tekniikoita, jos osaat promptata eli kuvata taiteellisen visiosi AI:lle. Isossa kuvassa ihminen siis toimii luovana johtajana ja AI taiteen tuottajana.

Käytännön tasolla AI:n avulla voit luoda täydellisesti blogitekstiin sopivan ja brändin mukaisen kuvan sen sijaan, että yrität löytää neulaa heinäsuovasta kuvapankista.

Kyse ei ole kuitenkaan siitä, että ”tekotaide” korvaisi taiteilijat maailmassa. Generatiivinen tekoäly on vain yksi taiteen tuottamisen muoto muiden joukossa.



Kuva tehty [OpenArt](#) AI:n avulla

Myy tehokkaammin ja personoidusti tekoälyn avulla

Myyntityössä analyyttinen AI toimii assarina, joka auttaa analysoimaan oman datan pohjalta asiakaskäyttäytymistä ja tuottavimpia asiakassegmenttejä. Vastaavasti tekoäly voi analysoida ulkoista dataa, kuten markkinatilannetta, trendejä ja tapahtumia, ja

muodostaa myyjälle ehdotuksia, minkä alan yrityksiin juuri nyt on hedelmällisintä olla yhteydessä.

Muistellaanpa hetki korona-aallon alkua, jolloin saimme ennusteita sen leviämisestä. AI:n avulla olisimme voineet ennustaa, että vessapaperit loppuvat pian kaupoista, jolloin tukkukauppias olisi voinut varautua tilanteeseen täydentämällä varastoja ennakkoon.



Tekoäly auttaa myyjää maksimoimaan outbound-aktiiviteettien tehokkuuden

Myynnissä generatiivinen AI auttaa luomaan kohdennettuja ja tehokkaita sähköpostisuoria, soittorunkoja tai muita myyntiprosessia tehostavia sisältöjä. Asiakashankinnan taso nousee uudelle asteelle, kun viesti tuntuu henkilökohtaiselta. Voimme tulkita potentiaalisen asiakkaan julkista LinkedIn-profiilia, puhetyyliä ja kiinnostuksen kohteita, ja lähestyä häntä näiden pohjalta personoidulla LinkedIn-yksityisviestillä.

Muista, että tekoäly ei tunne empatiaa. Vaikka myynnissä hyödynnettäisiin vahvasti tekoälyä, ostopäätöksiä tekevät edelleen ihmiset. Nämä päätökset tehdään tunteella, joten tekoälyn luoma

sisältö ei välttämättä puhuttele yhtä vahvasti ja johda ostopäätökseen asti verrattuna ihmisten väliseen tunnepohjaiseen kommunikaatioon.

Idea pöytälaatikosta myyntituotteeksi nopeammin tekoälyn avulla

Tuotekehitys toimii parhaiten, kun ideat uusiin konsepteihin tulevat suoraan myynniltä ja asiakasrajapinnasta. Tuotekehityksen pöydällä on tyypillisesti tuoteaihiota, joiden kysyntä validoidaan yhdessä myynnin kanssa. Generatiivinen AI auttaa luomaan tuoteaihiosta tuotekonseptin ja analyttinen AI toimii apuna pohtiessa parhaita myynti- ja markkinointistrategioita.

Esimerkkejä ChatGPT-kehotteista tuotekehitykseen

1. Hahmottele liiketoimintamalli Canvas-muodossa uudelle SaaS-alustallemme.
2. Muunna joukko tuoteominaisuuksia yksityiskohtaisiksi käyttäjätarinoiksi ketterää sprinttiämme varten.
3. Priorisoi seuraavat ominaisuudet projektinhallintaohjelmistollemme käyttäjäpalautteen ja liiketoimintavaikutusten perusteella.
4. Laadi kattava luettelo teknisistä määrittelyistä tulevalle tekoälypohjaiselle analytiikkatyökalullemme.
5. Luo yhden sivun esite uudelle projektinhallintatyökalullemme, jossa korostetaan kolmea tärkeintä ominaisuutta ja hyötyä.

Tuote- ja ohjelmistokehityksessä AI voi auttaa niin parantamaan prosesseja kuin innovoimaan uusia tuotteita. Analyttinen AI voi analysoida tuotekehitysprosessia ja antaa kehitysehdotuksia, kuinka asiakkaalle voidaan tuottaa nopeammin arvoa.

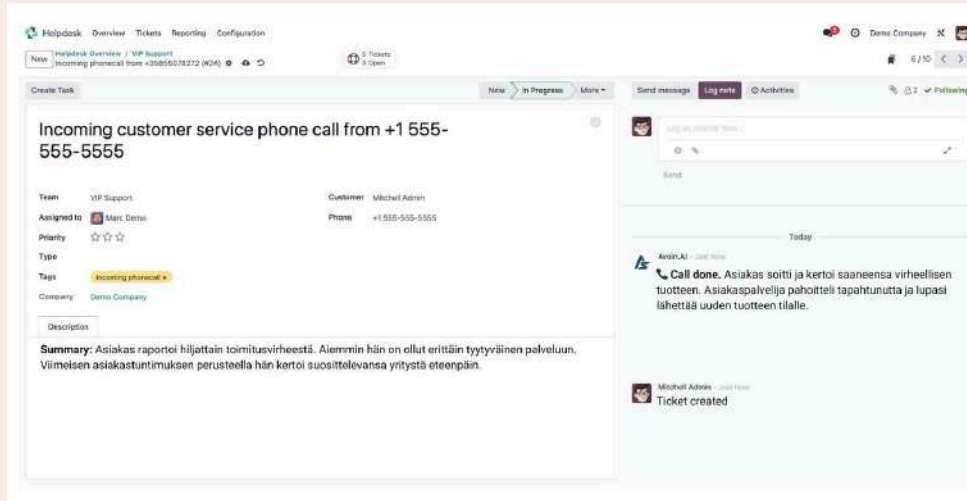
Tuotekehityksessä asiakasymmärrys on kaiken keskiössä. AI voi analysoida asiakaspalvelu- tai neuvontapuheluiden ja tikettien sisältöä, asiakaspalautteita sekä käyttödataa, ehdottaen parannuksia ja optimointeja suoraan tuotekehityksen työlistalle.

Ohjelmistokehityksen puolella aikaa kuluu helposti samojen asioiden uudelleenkeksimiseen ja kirjoittamiseen. Generatiivisella AI:lla voidaan generoida raakakoodi (apuna mm. GitHub Copilot) ja keskittää voimavarat oikeiden ongelmien ratkaisuun. AI voi antaa palautetta koodista, löytää ongelmia ennalta ja luoda automaattisia testejä.

Tekoäly auttaa ehkäisemään asiakaskatoa ja tehostaa asiakaspalvelua

Asiakaspalvelussa AI:n tyypillisin rooli on auttaa ihmisiä käyttämään järjestelmiä, jolloin AI hakee vastaukset järjestelmän käyttöohjeista henkilön puolesta. Käytännössä tekoäly tarjoaa automaattisia ratkaisuja tavallisiin asiakaspalvelun haasteisiin ja kysymyksiin, mahdollistaen saumattomamman asiakaskokemuksen.

Asiakaspalvelusta vapautunut aika voidaan käyttää haastavampaan ongelmanratkaisuun tai paremman palvelukokemuksen suunnitteluun.



Case: Avoin.AI osana Odoota

1. Asiakas soittaa asiakaspalveluun. Puhelussa AI kertoo, että puhelu nauhoitetaan ja äänitettä käytetään ongelman ratkaisemisessa.
2. Puhelusta luodaan helpdesk-tiketti.
3. Nauhoitetun asiakaspalvelupuhelun sisältö tiivistetään tekstiksi ja liitetään helpdesk-tikettiin.
4. Tarvittaessa teksti käännetään eri kielelle ja luodaan yhteenveto jatkotoimenpiteistä.

Tekoälystä voi olla apua myös asiakassuhteen säilyttämisessä: se voi tunnistaa varhaisia merkkejä asiakaskadosta, löytää syitä miksi näin tapahtuu, ja kehittää ennaltaehkäiseviä toimenpiteitä asiakkuuksien säilyttämiseksi.

Microsoft Copilot ja Google Duet ovat esimerkkejä teknologioista, jotka yhdistävät perinteiset yrityssovellukset tekstinkäsittelystä ja taulukkolaskennoista massiiviseen kielimalliin ja organisaation dataan ja kontekstiin. Näiden avulla on mahdollista luoda organisaatiolle oma assaribotti, joka auttaa työntekijää tekemään työnsä nopeammin tai löytämään vastauksia kysymyksiin kuten “mistä löydän asiakkaan X sopimuksen?” tai “mikä on yrityksemme poissaolokäytäntö?”.

Aloita tunnistamalla tärkeimmät kehityskohteet

Tekoäly siis muuttaa perinteisiä toimintatapoja ja luo uusia mahdollisuuksia kaikilla liiketoiminnan alueilla. Mutta mistä aloittaa?

Käytännön tasolla kannattaa aloittaa tekoälystrategiasta ja yrityksen tekoälykäytännöstä. Ratkaiskaa viimeistään nyt, kuka yrityksessänne vastaa tekoälytoiminnasta ja miten toimintaa rahoitetaan. Aihe on ajankohtainen, ja tutkimusyhtiö Forrest suosittaaakin IT-budjetin kohdentamista tekoälyyn. Aloittakaa tekoälystä puhuminen koko yrityksen laajuudelta, mahdollistakaa luova ideointi ja rakentakaa matalan kynnyksen kokeilukulttuuria.

Välillä aihetta on hyvä pallotella ulkopuolisen kanssa, joka keskustelun pohjalta erottaa selkeämmin, mikä yrityksenne toiminnoista olisi olennaisin kehittämiskohde. Nyt on joka tapauksessa korkea aika toimia tekoälyn sovelluskohteiden tunnistamiseksi.



Hyödynnä tekoälyn tarjoamat mahdollisuudet toiminnanohjauksen ja verkkokaupan tehostamiseen

Haluatko vaihtaa ajatuksia tai arvioida pidemmälle jäsenyteen ideasi kaupallista potentiaalia ulkopuolisen kanssa? Kerro ideastasi, niin asiantuntijamme on sinuun yhteydessä.

Ota yhteyttä