

**Matka- ja harjoitteluraportti**  
**Syyskuu 2007 – Helmikuu 2008**

**SGEE / France Espace**

Petteri Hilska  
[petteri.hilska@lut.fi](mailto:petteri.hilska@lut.fi)

# Sisällysluettelo

1.	JOHDANTO.....	3
2.	TYÖHARJOITTELU SGEE / FRANCE ESPACE'SSA.....	4
2.1	UltimateVenue UK & Ireland.....	4
2.2	Työtehtävät.....	5
2.2.1	Tuote .....	5
2.2.2	Markkinointi .....	6
2.2.3	Myynti & kommunikointi.....	7
3.	ELÄMÄ PARIISISSA .....	8
4.	YHTEENVETO OPPIMASTANI.....	10

# 1. JOHDANTO

Tämän raportin tavoitteena on selvittää hiukan niitä kuvioita ja kokemuksia mitä kansainväliseen työharjoitteluun liittyy, ainakin näin meikäläisen osalta. Raporttini kirjoitan sekä osastoani että kv-keskusta varten, joka ehkä jopa julkaisee tämän kotisivuillaan, joten yritän tasapainoilla harjoittelun aikana oppimani sekä Pariisissa kokemani välillä.

Sysäyksen työharjoitteluuni sain käytännössä heti vaihdosta palattuani. Viettämäni 8 kuukautta eteläisessä Ranskassa olivat olleet siihenastisen elämäni parasta aikaa, joten tiesin haluavani ulkomaille uudestaan. Aikomukseni oli odotella kuitenkin hetken aikaa ja totutella taas suomalaiseen koulu-elämään, mutta törmättyäni puolivahingossa newsseissä olleeseen ilmoitukseen harjoittelijan paikasta Pariisissa, en voinut sivuttaa sitä. Harjoittelijan ei edes tarvinnut osata ranskaa, sillä työkielenä olisi pääasiallisesti suomi, joskin englantia oli myös vaatimuksena, sillä kyseessä oli ranskalainen yritys. Tartuin tilaisuuteen ja pistin hakemuksen menemään ja loppujen lopuksi sitten syyskuussa 2007 huomasin olevani Pariisissa edessäni puoli vuotta kestävä työharjoittelu.

Työnantajani oli pieni ranskalainen yritys nimeltä SGEE / France Espace. Olen unohtanut mitä nuo S, G, E ja E symboloivat, Société Générale jotain. Toimisto sijaitsi aivan Louvren kupeessa Pariisin keskustassa ja toimistossa työskenteli vaihtelevasti 10–20 ihmistä. Yritys operoi lukuisilla eri markkinoilla Euroopassa sekä USA:ssa. Omana vastuualueenani oli esitiedoistani poiketen UK ja Irlanti.

## **2. TYÖHARJOITTELU SGEE / FRANCE ESPACE'SSA**

Kuten edellä mainittu, SGEE / France Espace on suhteellisen pieni internet-pohjainen yritys Pariisissa. Yrityksen toiminta sijoittui Pariisiin ja sen lähialueille yrityksen muutaman ranskalaisen työntekijän voimin, seitsemään maahan Euroopassa (Suomi, Saksa, Italia, Espanja, Norja, Irlanti ja UK) sekä USA:han kansainvälisten harjoittelijoiden voimin. Jokaisella maalla oli omat kotisivut, pois lukien Irlanti ja UK, jotka oli yhdistetty samalle sivustolle.

Yrityksen ranskalaiset työntekijät olivat vakituisia ja he toimivat välittäjinä tiloja etsiville yrityksille ja yksityisille henkilöille Pariisissa. Muut sivustot olivat sähköisiä kokous- ja juhlatilarekisterejä joita asiakkaat pystyivät käyttämään ilman meidän apuamme. Sivustot listasivat kunkin maan kokous- ja juhlatiloiksi sopivia tiloja joita pystyi vuokraamaan yksityiseen käyttöön. Sivustojen käyttö on täysin maksutonta.

### **2.1 UltimateVenue UK & Ireland**

Vastuulleni annettiin ensimmäisenä työpäivänäni UltimateVenue.com, eli yrityksen Brittein saarten ja Irlannin sivusto. Kyseistä sivustoa hoiti saapuessani syyskuun alussa toinen suomalainen harjoittelija ja hän jatkoi kanssani sivuston hoitamista marraskuun loppuun asti. Tästä eteenpäin jatkoin itsenäisesti kunnes viikkoa ennen harjoitteluni päättymistä helmikuun lopussa seuraajani Englannista saapui ja viimeisen viikon kulutin hänen opastamiseensa.

Saapuessani UltimateVenuen rekisterissä oli reilut 3500 tilaa listattuna eri puolelta Englantia ja Irlantia, Irlannin tilojen osuuden ollessa vaivainen 250 tilaa. Sivuston rakenne oli kopioitu kohtalaisen suoraan yrityksen kohtalaisesti menestyvältä Italian sivustolta, joka näkyi paikoitellen italian kielisinä teksteinä englannin keskellä. Myöskään kaikkia rakenteita ei ollut sovitettu sopimaan UltimateVenuen tilanteeseen. Kaikesta huomasin että tuotteen lanseeraus oli tehty nopeasti ja vähäisin kustannuksin.

UltimateVenue oli ollut olemassa hiukan reilut 2 vuotta saapuessani. Tänä aikana yrityksen omistaja oli markkinoinut ankarasti tuotetta Googlessa ja muualla, mutta laihoi

tuloksin. Edeltäjäni olivat saaneet solmittua vain yhden sopimuksen Lontoolaisen hotelli/ravintolan kanssa. Tehtävänäni olikin saada sivusto siihen kuntoon että sitä pystyttiin markkinoimaan tiloille paremmin, potentiaaliset asiakkaat löytäisivät sen helpommin ja ennen kaikkea että sivusto alkaisi tuottaa omistajalleen.

## **2.2 Työtehtävät**

Suurin painoarvo harjoitteluni aikana oli sähköisen rekisterin laajentaminen. Tämä työ, vaikka onkin hyvin tärkeä osa markkinointia, tuntui työsuhteen aikana painolastilta, sillä uusien tilojen lisääminen rekisteriin ei juuri vaadi korkeampaa koulutusta. Mutta jälkeensä ymmärsin tämän olleen hyvin tärkeä osa perehdytystäni tuotteeseen. Harjoitteluni päättyessä tiesin tuntevani sivustomme Irlannin osion (rekisterin laajentaminen aloitettiin Irlannista) kuin omat taskuni ja tunsin tietynlaista varmuutta puhuessani siitä työtovereille ja asiakkaillemme.

### **2.2.1 Tuote**

Kuten edellä mainittu, tärkein tehtäväni harjoittelun aikana oli rekisterin laajentaminen. Käytännössä tämä tarkoitti erilaisten hakusanojen avulla uusien tilojen etsimistä, tarvittavien tietojen syöttämistä tietopankkiimme ja oman rekisterini päivittämistä. Benchmarkkaus oli myös hyvin tärkeä osa tätä toimenpidettä, sillä kilpailijoita sähköisellä tilarekisteri-alalla oli runsaasti. Useimmat kilpailijoista eivät tosin julkistaneet omaa rekisteriään kotisivuillaan, mutta muutamia löytyi ketkä tekivät näin ja heiltä oli kohtalaisen helppo kopioida tiedot omaan rekisteriimme.

Myös hyvin tärkeä tehtävä oli jo olemassa olevan rekisterin tarkistus. Tuotteen lanseerauksen aikana oli tiloja lisätty hyvinkin heppoisin perustein, eikä niihin välttämättä edes oltu yhteydessä. Tilojen profiilit olivat myös hyvin karkeita ja valitettavan usein tiedot olivat virheellisiä. Hotelli- ja ravintola-alalla kilpailu on kovaa ja hotellit saattoivat vaihtaa ketjua, mennä konkurssiin tai vaihtaa nimeä. Jo olemassa olevan rekisterin tarkistus vei hyvin suuren osan ajastani ja tämä toimi ulkoistettiinkin harjoitteluni loppuvaiheessa Argentiinalaiselle konsultti-yhtiölle.

Toinen tärkeä osa työtehtäviäni oli vikojen löytäminen sivustosta. Kuten jo mainitsin,

sivuston rakenne oli kopioitu toimivasta italian kielisestä sivustosta, joten vikoja oli. Sivuston kasvaessa vikoja ilmeni jatkuvasti lisää ja koska käytössä oli vain yksi webmaster korjaamassa vikoja yli 5 sivustolle, korjaamista sai odotella pitkiäkin aikoja. Tähän tehtävään sisältyi myös sivuston rakenteen kehittäminen. Samalla kun etsin selviä virheitä ja ongelmia, koetin myös miettiä miten asiat voisi esittää paremmin ja miten sivustosta saisi paremmin toimivan. Erilaiset tekstien pyörittelyt ja muunnelmat olivat myös osa toimenkuvaani.

Harjoitteluajani lopussa pääsin myös miettimään sivuston optimointia eri hakusanojen avulla. Käytössäni oli vajaa vuosi ennen saapumistani käytössä ollut Google Adwords -kampanja ja sen antamat tulokset. Näiden avulla jouduin selvittämään että mitä hakusanoja ihmiset käyttivät ja mitkä olivat olleet UltimateVenuen kannalta tuottavimmat. Apunani oli myös Google Ranking -työkalu jolla näin nopeasti sivustomme sijoituksen Googlen hakukoneessa näillä hakusanoilla. Opin työssä nopeasti Googlen merkityksen UltimateVenuen kaltaisten yritysten kannalta. Hyvä sijoitus relevanteilla hakusanoilla Googlessa tarkoitti tasaista kävijämäärää sivustolle ja kasvavaa määrää asiakaskontakteja. Huonompi sijoitus taas ei tuonut lisää asiakkaita eikä siten tuloja. Sekä pomoni että webmasterimme ohjasivat minua lukuisille sivustoille jotka puhuivat sivuston optimoinnista: Kuinka "huijata" hakukoneita, mitkä osat sivuston koodissa ovat hakukoneiden kannalta merkityksellisiä, kuinka tuoda asiat esille ja mikä kaikki oikeastaan vaikuttaa edes sijoitukseen kullakin hakukoneella.

## 2.2.2 Markkinointi

Tärkeä osa e-markkinointia sivuston hakukone-optimoinnin ohella on sen markkinointi. Tärkeimmäksi markkinointikeinoksi harjoitteluni alussa huomasin linkkivaihdon toimintamme kannalta relevanttien sivustojen kanssa. UltimateVenuen kannalta potentiaalisia asiakkaita olivat häitään suunnittelevat, syntymäpäiväjuhlien viettäjä ja yritysasiakkaat. Kiinnostavia sivustoja olivat siis kaikki häihin ja juhlimiseen liittyvät sivustot sekä yritystapahtumien kannalta tärkeitä oheispalveluja tuottavat yritykset. Tehtävänäni olikin ottaa yhteyttä näihin yrityksiin, markkinoida omaa sivustoamme ja kertoa miksi linkkivaihto hyödyttäisi heitä. Linkkivaihdon yhteydessä törmäsin sivuston Page Ranking -järjestelmään, joka kertoo jokaisen yksittäisen sivun merkityksen Googlessa. Jo mainittujen sivuston vikojen tähden, UltimateVenuen linkki-sivun page rank oli 0, joten en

suoranaisesti ihmetellyt mikseivät lähestymäni yritykset juurikaan innostuneet linkkivaihdosta. Sainpahan tätä tehdessäni hyvin perusteellisen käsityksen Irlannin ja Skotlannin kokous- ja juhlasektorista; kävinhän läpi lähes kakki pitopalvelu-, kuljetus-, ja viihde-yritykset näissä maissa.

Tämän lisäksi pidimme lyhyitä palavereita pomoni ja työkavereideni kanssa miettien miten sivustojen markkinointia voisi tehostaa. Aivan harjoitteluaikani loppupuolella pomoni sai ajatuksen anonyymien blogien pitämisestä. Blogin tarkoitus olisi anonyymisti markkinoida sivustojamme. Me harjoittelijat emme olleet ihan täysin samaa mieltä ajatuksen toimivuudesta, joten sen toteuttaminen jäi vähän puolittiehen, pomomme kun ei suostunut kuuntelemaan vastaväitteitä. Tämän lisäksi olin itse aktiivisesti yhteydessä erilaisiin nettikeskusteluihin ja blogeihin, anonyymisti ja virallisesti, mainostaen sivustoamme. Joissain tilanteissa anonyymi mainostus toimi, toisissa ei. Asiaan enemmän perehtyen olisin saattanut onnistua paremmin, mutta keskittymiseni oli tässä vaiheessa vielä rekisterin laajentamisessa, markkinointi oli toissijaista.

### 2.2.3 Myynti & kommunikointi

Kommunikointi rekisterissä olevien tilojen kanssa sekä lisäpalvelujen myynti olivat myös hyvin tärkeä osa työtäni, vaikka tulinkin hoitaneeksi tätä puolta hiukan toissijaisesti. Harjoitteluajan loppua kohden vahvistui mielipiteeni siitä että palvelujen markkinointi aloitettiin liian aikaisin. Sivusto ei vielä lähtiessänikään ollut täysin toimiva ja mielestäni onnistuneen markkinoinnin perusta on toimiva tuote. En siis juuri ihmetellyt sitäkään etteivät tilat halunneet investoida maksullisiin palveluihimme.

Kommunikointi tilojen kanssa kuitenkin siis oli osa tehtäviäni. Kommunikoinnin tarkoitus tuntui asettuvan vain yhteen päämäärään, vastauksen saantiin. Kilpailu sähköisellä rekisterialalla on erittäin kovaa, joten toimintamme kannalta oli tärkeää että listaamamme tilat tiesivät olevansa listattuina ja olivat tarkastaneet profiilinsa. Täten mahdollisen varauspyynnön tullessa tilat reagoisivat tähän ja toimintamme olisi luotettavaa. Jo mainituista puutteista johtuen vastausprosentti oli reilusti alle 20 %. Sähköposti-kampanjat olivat hyvin aggressiivisia, lähetimme lähes viikoittain jonkinasteisen sähköpostiviestin jokaiselle rekisterissämme olleelle tilalle, joka ei vielä ollut vastannut sähköposteihimme. Pari kolme ensimmäistä sähköpostia oli valmiiksi kirjoitettuna edeltäjäni toimesta, mutta

lopun joutuimme keksimään itse. Harjoitteluni aikana pääsimme 9:een sähköpostiin. Toiminnastamme puuttui järjestelmällisyys ja johdannaisuus. Jo valmiiksi kirjoitetut sähköpostit tuntuivat sanovan kaiken tarpeellisen ja lähtökohtamme oli aggressiivisuus ja toivoimmekin saavamme vastauksen muutaman ensimmäisen sähköpostin aikana. Kun näin ei käynyt, joutuimme improvisoimaan seuraavien sähköpostien sisällön ja päädyimme lähinnä muotoilemaan saman asian hiukan eri tavalla eri viesteihin.

Varsinaista palvelujemme myyntiä en ehtinyt tehdä kuin ensimmäisten kahden viikon aikana. Yritimme myydä maksullisia lisäpalveluita jo rekisterissä olleille tiloille jotka olivat edellisen mainoskampanjan aikana saaneet runsaasti varauspyyntöjä. Edellisestä kampanjasta oli kuitenkin jo kulunut aikaa eikä tilojen profiileja ollut tarkistettu ennen tätä. Myynti-kampanjamme olikin aikamoinen floppi sillä suurin osa tiloista halusi poistaa profiilinsa tai palauttaa sen ilmaiseen kuvattomaan tilaan. Juteltuamme esimieheni kanssa päädyimme pysäyttämään myynti-kampanjan määrittelemättömäksi ajaksi.

### **3. ELÄMÄ PARIISISSA**

Ei työtä ilman huvia. Vaikka viikot kuluivatkin aika tehokkaasti töiden parissa, niin viikonloput olivat aina vapaat. Työpäivät tosiaan alkoivat siinä yhdeksän ja kymmenen välillä, riippuen miten jaksoi herätä ja kestivät pitkälle iltakuuteen tai seitsemään, parhaimpina iltoina istuin vielä kahdeksan aikaan illalla toimistolla puurtamassa jotain sähköpostikampanjaa.

Viikonloppuisin maailma avautui. Ensimmäisten viikkojen aikana tilanteen laajuutta ei vaan käsittänyt, kävelimme ystäväni kanssa Champs-Élyséellä, katselimme Eiffel-tornia, joimme jääkahvia Seinen rannalla. Lauantai-illat olivat juhlimisen aikaa. Pariisi on täynnä erilaisia yökerhoja ja baareja. Tavalliset baarit ovat auki suomalaiseseen tapaan aamukahteen, mutta yökerhoissa juhlat jatkuvat aamukuuteen, parhaimmissa paikoissa niin kauan kun porukkaa riittää. Uutena vuonna muistan hämärästi tanssineeni vielä aamukymmenen maissa pienessä yökerhossa nimeltä La Luna.

Juhlimisen lisäksi on myös valtavat shoppailu mahdollisuudet. Pariisista löytyvät niin huippumuodin suurnimet kuin halvat kiinalaisten ylläpitämät alekaupat. Chateletin alue Pariisin keskustassa on ihanteellinen paikka shoppailuun, sillä sieltä löytyvät molemmat

äärilaidat ja kaikkea siltä väliltä, kävelymatkan päässä toisistaan. Sieltä löydät myös laajan valikoiman ravintoloita, joissa tyydyttää nälkäsi. Valikoimasta löytyvät niin perinteiset ranskalaiset ravintolat, Mc Donaldsit, kiinalaiset, turkkilaiset, italialaiset, japanilaiset, meksikolaiset... listaa voisi jatkaa loputtomiin.

Julkinen liikenne yllättää myös toimivuudellaan. Pois lukien satunnaiset lakot, Pariisin metrojärjestelmä on lähes vertaansa vailla. Metroja kulkee usein ja lähes koko Pariisi on katettu tällä järjestelmällä. Metron vaihtaminen sujuu useimmiten helposti ja vaivattomasti ja näköaloistakin pääsee nauttimaan tällä maanalaisella kun sen kulku paikoitellen siirtyy maanpäälle. Esimerkiksi Eiffel-tornista pääsee nauttimaan linjalla 6. Julkisen käyttäminen ei myöskään verota kukkaroasi suunnattomasti, kuukauden kortti kustantaa vaivaiset 51 euroa ja sillä voit käyttää myös busseja. Busseista en osaa sen kummemmin sanoa, sillä en itse niitä käyttänyt, metrot palvelivat minua riittävän hyvin.

#### 4. YHTEENVETO OPPIMASTANI

Uskoisin voivani sanoa oppineeni suunnattomasti työharjoitteluni aikana. Aikaisemmat opinnot olivat valmistaneet minua uuden informaation vastaanottamiseen sekä antaneet vahvan pohjaymmärryksen. Varsinaisesti opinnoistani ei ollut apua työtehtäviä suorittaessani sillä e-markkinointi on hyvin dynaaminen ja muuttuva markkinoinnin osa-alue. E-markkinointia ei ollut ehditty käsitellä jo käymilläni kursseilla sen syvemmin ja uskoisin että painettu sana on ehtinyt vanhentua siinä vaiheessa kun se menee painoon. Harjoitteluni aikana erityisesti webmasterimme opasti minua suunnattomasti www-sivujen toimintaan ja niiden rankingiin liittyvissä asioissa. Hänen kauttaan opin meta-informaation tärkeyden ja lukuisia pieniä sääntöjä ja tapoja joita noudatetaan www-sivuja luotaessa ja ylläpitäessä. Työssäni www-sivujen toiminta oli tärkein tekijä joten luen sen siksi tärkeäksi osatekijäksi e-markkinointia.

Uskoisin että muille kansainvälisen markkinoinnin lukijoille voisi olla eduksi jos e-markkinoinnin osuutta opetuksessa lisättäisiin. Se on kuitenkin kasvavassa määrin tärkeä tekijä nyky-markkinointia ja säännöt ja mahdollisuudet ovat hyvin erilaiset kuin perinteisessä markkinoinnissa.

Harjoittelukokemus vahvisti myös muilta osin jo käymiäni opintoja Lappeenrannassa. Valmiuteni ja varmuuteni ulkomailla työskentelyyn vahvistuivat, olinhan selvinnyt tästäkin puolesta vuodesta. Kielitaitoni parani, erityisesti työenglanti. Työskentelin englannin kielisellä sivustolla ja jouduin myös ottamaan puhelimitse yhteyttä asiakkaisiimme Irlannissa ja Skotlannissa. Näin sekä kirjallinen että oraalinen englanninkielen taitoni kehittyi.

Suosittelenkin työharjoittelua ulkomailla kaikille niille jotka joskus aikovat ulkomaille töihin. Harjoittelu on hyvä testi, jotta näet onko kokemus sen vaivan arvoinen ja löytyykö osaamista ja rohkeutta siihen. Omalta osaltani voin sanoa että löytyi ja takaisin on jo kova hinku.