



Dassault Systemes Oy
 Vaisalantie 2, 02130 Espoo
 puh. 040 922 1281

Yhteyshenkilö
Juha Burtsoff
Asiakasjohtaja
<https://www.3ds.com/>

Kasvot datan takana – miten tuotetieto ohjaa asiakasarvoa koko elinkaaren ajan

Tuotetiedon merkitys kasvaa tuotteen elinkaaren jokaisessa vaiheessa – ei vain suunnittelussa – vaan myös myynnissä, tuotannossa, asennuksessa, huollossa ja jopa kierrätyksessä. Dassault Systemesin suomalaiset asiantuntijat uskovat, että avoin keskustelu ja paikallinen läsnäolo ovat avain kestävämpään ja asiakaslähtöisempään teollisuuteen.

Mikä on tuotetiedon arvo, jos sitä ei osata käyttää oikein? Entä jos tieto ei tavoita myyntiä, asiakasta tai jälkipalvelua – vaikka se olisi jo olemassa?

Näihin kysymyksiin törmäävät päivittäin mm. **Samuli Seppälä, Pekka Lähteinen, Jorma Tärkki, Olli Kämäräinen, Antti Puurunen, Eetu Autio, Saani Shakil ja Lasse Pulkkinen, Sami Grönstrand, Rami Valpas, Janne Ranta**. He työskentelevät **Dassault Systemesin Suomen konsultointi-tiimissä**, mutta heidän työnsä ei näy PowerPoint-esityksinä – vaan asiakkaiden prosesseissa, järjestelmissä ja arjen haasteissa.

“Meillä on asiantuntijatiimi, joka tuntee suomalaisten teollisuusyritysten toimintatavat ja rakenteet. Emme myy – vaan autamme rakentamaan ratkaisemaan haasteita yhdessä”, kuvailee Samuli Seppälä, joka on työskennellyt useiden kotimaisten valmistavien yritysten kanssa digitalisaation parissa.

Tuotetieto ei ole IT-projekti

Yksi tiimin yhteinen havainto on se, että **myynti ja myynnin kasvu vaativat yhä enemmän tuotetiedon yhdistämistä liiketoiminnan ja tuotteen elinkaaren eri vaiheisiin**: tuotekehityksestä myyntiin, toimitukseen, käyttöön ja takaisin kierrätykseen tai uusiokäyttöön. Staattisesta tuotetiedosta on tullut yrityksille kasvun pullonkaula.

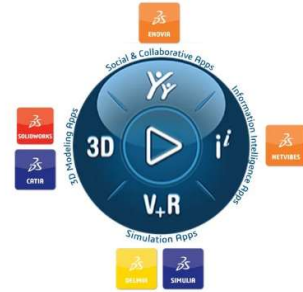
Pekka Lähteinen kertoo **virtual twin** -konseptista, joka ei ole pelkkä IT-sovellus tai CAD-malli. Virtual twin on johtavien yritysten strategia, joka laajentaa perinteisen tuotesuunnittelun tuotehallinnan

	<i>Samuli Seppälä</i>
	<i>Saani Shakil</i>
	<i>Eetu Autio</i>
	<i>Jorma Tärkki</i>
	<i>Pekka Lähteinen</i>
	<i>Olli Kämäräinen</i>
	<i>Jari Summanen</i>
	<i>Lasse Pulkkinen</i>
	<i>Sami Grönstrand</i>
	<i>Rami Valpas</i>
	<i>Janne Ranta</i>
	<i>Matti Koskipää</i>

huomioimaan mm. tuotannon, toimitusketjun, asennuksen, palvelujen, modernisointien tarpeet. Virtual twinin tavoitteena on mahdollistaa liiketoimintamallien kehittäminen ja hallinta.

Sami Grönstrand kertoo, että asiakasta kiinnostaa usein enemmän konfiguraatio ja huoltotieto kuin 3D-malli. Kaikki alkaa siitä, että suunnittelussa luodaan yhtenäinen virtuaalinen malli ja perusta simuloida ja optimoida erilaisia liiketoimintatilanteita.

“Tämä vähentää virheitä, nopeuttaa reagointia ja luo asiakkaalle arvoa, jota ei muuten olisi mahdollista saavuttaa.”



Virtual twin ja AI kasvattavat yrityksen arvoa

AI:n taika – logiikkakiihdyttimet, generatiiviset ehdotukset, työn avustajat jne – vaatii taakseen kontekstissa olevia malleja ja dataa. Virtual twin vastaa tähän tarpeeseen. Se yhdistää yrityksen mallit, datan sekä relevantit AI-mallit (esim. ML tai LLM-mallit). Yrityksen tuotteiden näkökulmasta AI on toimiala- ja yritysspesifistä, ja siitä tulee huomaamaton osa tuote- ja toimitusprosessien sovelluksia.

Saani Shakil painottaa asiakasymmärrystä ja dataa:

“Kun tuotetieto on rikastettu asiakaspalautteella ja käytön datalla, syntyy pohja fiksummalle tuotesuunnittelulle – ja samalla paremmalle liiketoiminnalle.”

Kasvot tuotteiden takana

Monelle suomalaiselle Dassault Systèmes on tuttu lähinnä **3DEXPERIENCE** -alustan kautta ja esim. **CATIA**-, **SIMULIA**-, **ENOVIA**-, **DELMIA**- tai **SOLIDWORKS**-tuoteniminä, mutta ihmisten nimet jäävät usein piiloon. Tähän halutaan muutos.

“On tärkeää, että suomalaiset asiakkaat näkevät meissä kumppaneita – ei vain globaalia teknologiaa. Siksi haluamme näkyä enemmän, osallistua tapahtumiin, keskustella avoimesti ja ennen kaikkea: kuunnella”, sanoo Jorma Tärkki.

Pienessä tarinassa suuri viesti

Lopuksi Olli Kämäräinen kertoo esimerkin konepajasta, jossa asiakas oivalsi, että vanhojen laitteiden varaosien tiedot voivat auttaa suunnittelemaan uuden tuoteperheen ekologisemmin. “Tieto ei ollut uutta – mutta sen yhdistäminen myynnin ja huollon tarpeisiin oli. Se vaati vain keskustelun ja vähän rohkeutta.”

Tämä pieni tarina kiteyttää paljon: **tuotetieto on arvoa vain silloin, kun se yhdistää ihmiset ja vaiheet toisiinsa.**

Haluatko kuulla lisää?

Suomen Dassault Systèmes -tiimi on avoin ajatuksille, palautteelle ja yhteistyölle. Löydät meidät alan tapahtumista – tai vaikka LinkedInistä nimellä.