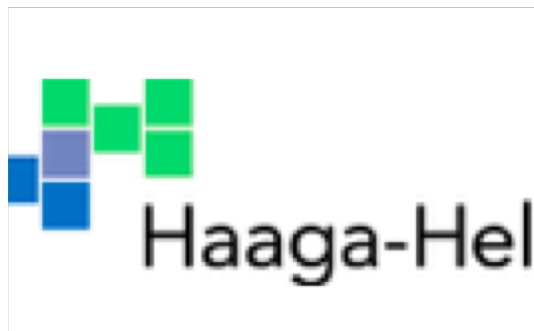




Asiakaspalvelu

Ähtärin lukiokurssi syksy 2018



11/5/18

Katja
Kanerva

HARRASTUKSET

Monipuolinen urheilu ja liikunta
Vanhempain- ja urheiluyhdistystoiminta
Ruoka & viini
Elämysten kartuttaminen

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Katja Kanerva

Ohjelma

Vko 1 (39)

- Tutustuminen kurssiohjelmaan ja teeman
- Asiakaspalvelun määritelmä
- Asiakaspalvelun tiedot, taidot, osaaminen

Vko 2 (40)

- Palvelupelin käynnistys
- Mistä palvelu muodostuu?

Vko 3 (41)

- Milloin asiakaspalvelu on epäonnistunut?
- Mistä huono palvelu johtuu?
- Asiakaskäyttäytyminen

Vko 4 (43)

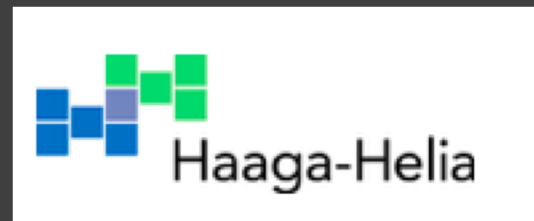
- Palvelupelin purku
- Asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa

Vko 5 (44)

- Asiakaspalvelun menestystekijät

Vko 6 (45)

- Asiakaskokemus – trendi vai pysyvästi keskiössä?



Ennakkotehtävä

Kerro kuka olet ja miksi olet halunnut osallistua asiakaspalvelun koulutukseen?

Mikä on ollut mieleenpainuvuin asiakaspalvelutilanteesi?

Mitä odotat koulutukselta?

Palauta ennakkotehtävä ti 25.9. mennessä
katja.kanerva@haaga-helia.fi

#asiakas-
palvelu

Mitä palvelu on?

- palvelut ovat (ainakin osaksi) aineettomia
 - Aineettomuuden takia sitä on vaikea mitata
- toisen auttamista tai tekemistä jollekulle
- kanssakäymistä asiakkaan ja palveluntuottajan / -tarjoajan välillä
 - Palvelu ei välttämättä ole kasvokkaista, asiakas ei aina ole paikalla palvelun aikana
 - Asiakas osallistuu palvelun tuotantoon



Haaga-H

— *Customer Service* —
IS AN ATTITUDE
NOT A DEPARTMENT.

Mitä palvelu on?

- palvelulla pyritään lisäämään tuotteen haluttavuutta
 - Esim. iPhone ja iMusic
 - Esim. Nike ja runNike
- palvelun avulla yritetään mahdollistaa uusia ominaisuuksia



Haaga-H

— *Customer Service* —
IS AN ATTITUDE
NOT A DEPARTMENT.

Millaisia palveluammattteja on olemassa?



pankki-
virkailija

palveluneuvoja

parturi-kampaaja

matkaopas

tarjoilija

vastaanottovirkailija

kokki

vahtimestari

poliisi

Tehkää pareittain
palvelutilanne kuvauksia
em. palveluammateista

Millaisiin palvelutilanteisiin
näissä ammateissa joutuu?

Minkälaisia taitoja niissä
tarvitsee?



CUSTOMER
FEEDBACK
SUPPORT
iNNOVATIVE
QUALiTY
EXCELLENT
FRiENDLY



1
1

28.9.2018

SWOT- analyysi

Strengths =
Vahvuudet

Weaknesses =
Heikkoudet

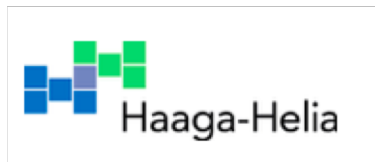
Opportunities =
Mahdollisuudet

Threats =
Uhat

SWOT-analyysi

- Tee SWOT-analyysi itsestäsi
- Tätä sinun ei tarvitse näyttää muille, pidä se omana työkalunasi
- Säästä tämä SWOT-analyysi, että voit peilaa jakson lopussa miten olet kehittynyt ja missä osa-alueissa

Asiakaspalvelijan tiedot ja taidot = osaamisvaatimukset

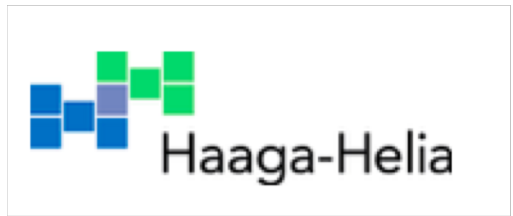


Tuttu tilanne?

**“EN MÄ TIEDÄ,
MÄ OON VAAN
TÖISSÄ TÄÄLLÄ!”**

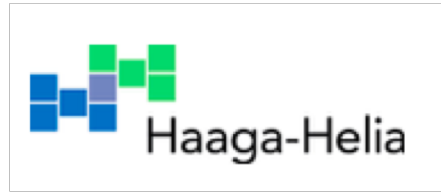


Palvelutaidot



Millaista
osaamista
asiakaspalvelija
tarvitsee?





The six pillars of Customer Service



Asiakaspalvelun peruspilarit

- **Asenne**
 - Välitä
 - Ole ratkaisukeskeinen
 - Tunne empatiaa
 - Ole positiivinen
- **Kiinnostus**
 - Ole aidosti kiinnostunut asiakkaasta
 - Ole läsnä
 - Kysy ja kuuntele
 - Henkilökohtaista asiakassuhde
 - 80 % asiakaspalvelutilanteista epäonnistuu, jos ei ole läsnä
- **Toiminta**
 - Ole aktiivinen
 - Käytä luovuutta
 - Seuraa tilanteita
 - Odottamalla ei tule asiakkaita
- **Puhekieli**
 - Käytä positiivisia sanoja
 - Huomioi asiakas
 - Viesti asiallisesti ja selvästi
- **Elekieli**
 - Katso asiakasta silmiin
 - Hymyile
 - Pidä hyvä ryhti
 - Ole vastaanottavainen
- **Äänensävy**
 - Eläydy mukaan
 - Ole kohtelias
 - Lempeä
 - Lämmin
 - Energinen
 - Ei se mitä sanot, vaan miten sanot



”Tosielämässä myynti ja palvelu
ovat erottamattomia.”

- leonard berry, david bennet & carter brown, service quality



Sosiaalisuus on eri asia
kuin sosiaaliset taidot.

Sosiaaliset taidot

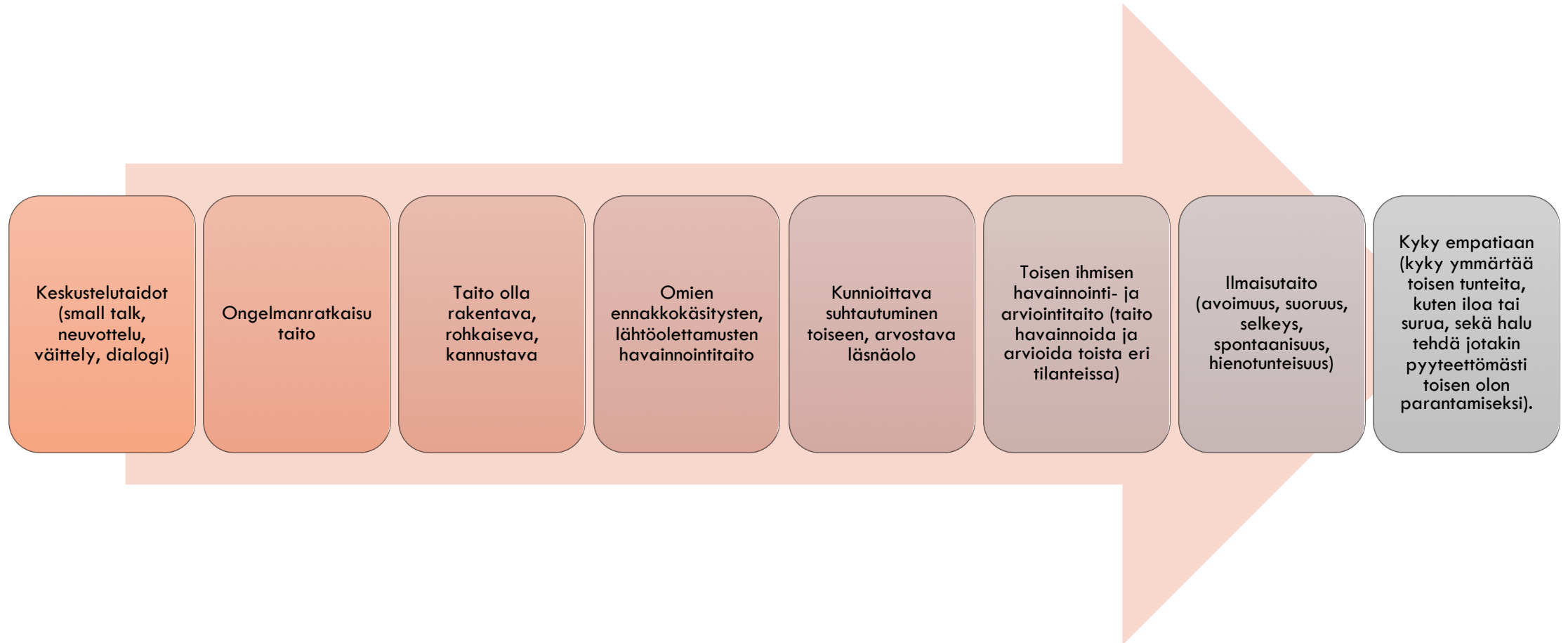
- Sosiaaliset ja vuorovaikutustaidot ovat tärkeimpiä taitojamme ja yksi tärkeä ammattitaidon osa.
- Niiden avulla toimimme ihmisten kanssa ja pärjäämme työelämässä.
- **Sosiaalisuus** on synnynnäinen temperamenttipiirre, joka tarkoittaa halua ja kiinnostusta olla muiden ihmisten seurassa.
- **Sosiaaliset taidot** viittaavat enemmän kokemuksen ja kasvatuksen kautta opittuihin taitoihin. Ne merkitsevät taitoa selvittää erilaisista sosiaalisista tilanteista.

**SOSIAALISUUS
= HALU OLLA
MUIDEN
KANSSA**

The diagram consists of two rounded rectangular boxes. The left box is orange and contains the text 'SOSIAALISUUS = HALU OLLA MUIDEN KANSSA'. The right box is grey and contains the text 'SOSIAALISET TAIDOT = KYKY OLLA MUIDEN KANSSA'. An orange arc connects the top of the orange box to the top of the grey box, and a grey arc connects the bottom of the orange box to the bottom of the grey box, forming a circle around the space between them.

**SOSIAALISET
TAIDOT = KYKY
OLLA MUIDEN
KANSSA**

Mitä ovat sosiaaliset taidot?



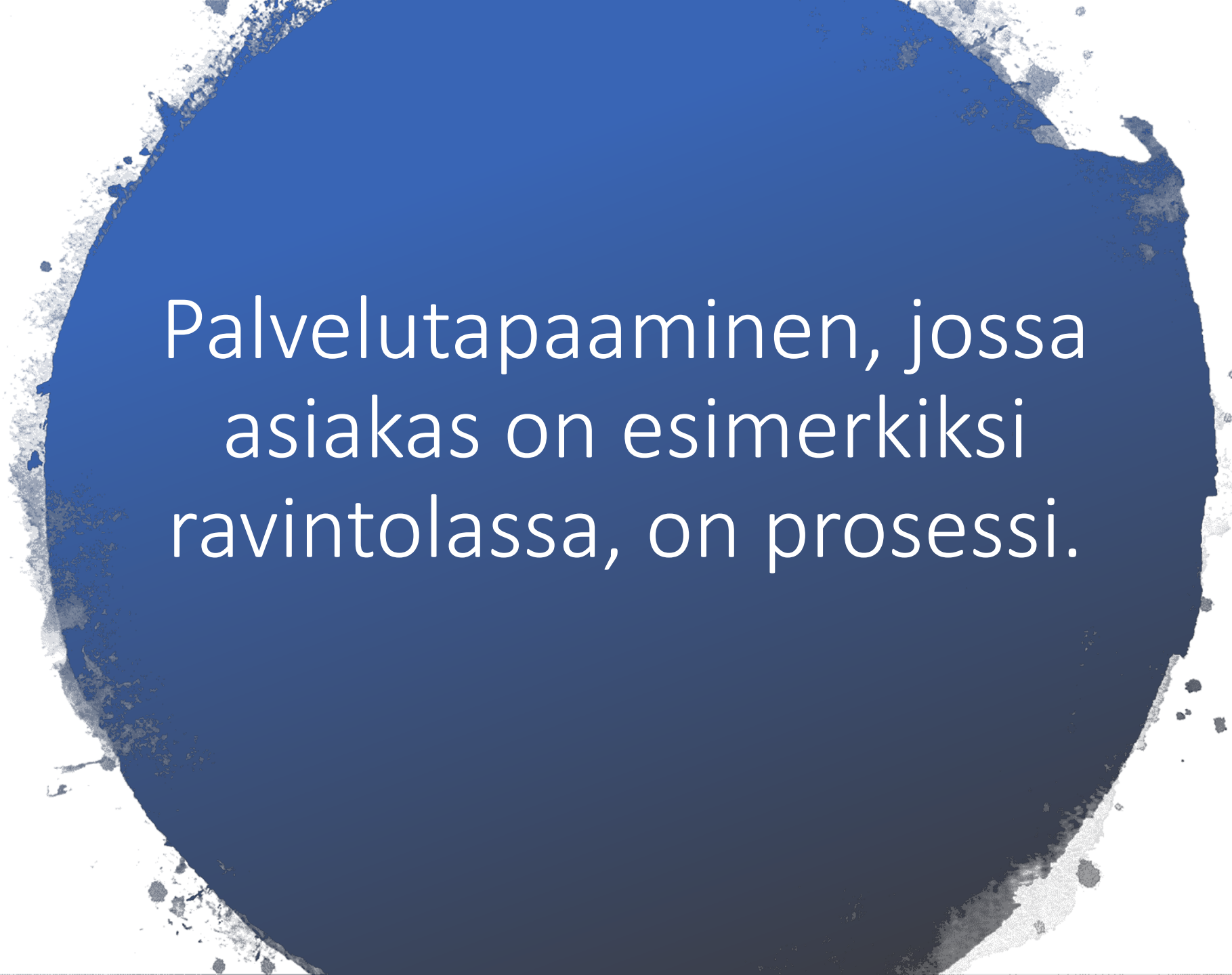


Keskustele parisi kanssa
- lisääisittekö listaan
jotain?
- oletteko jostain
taidosta eri mieltä?

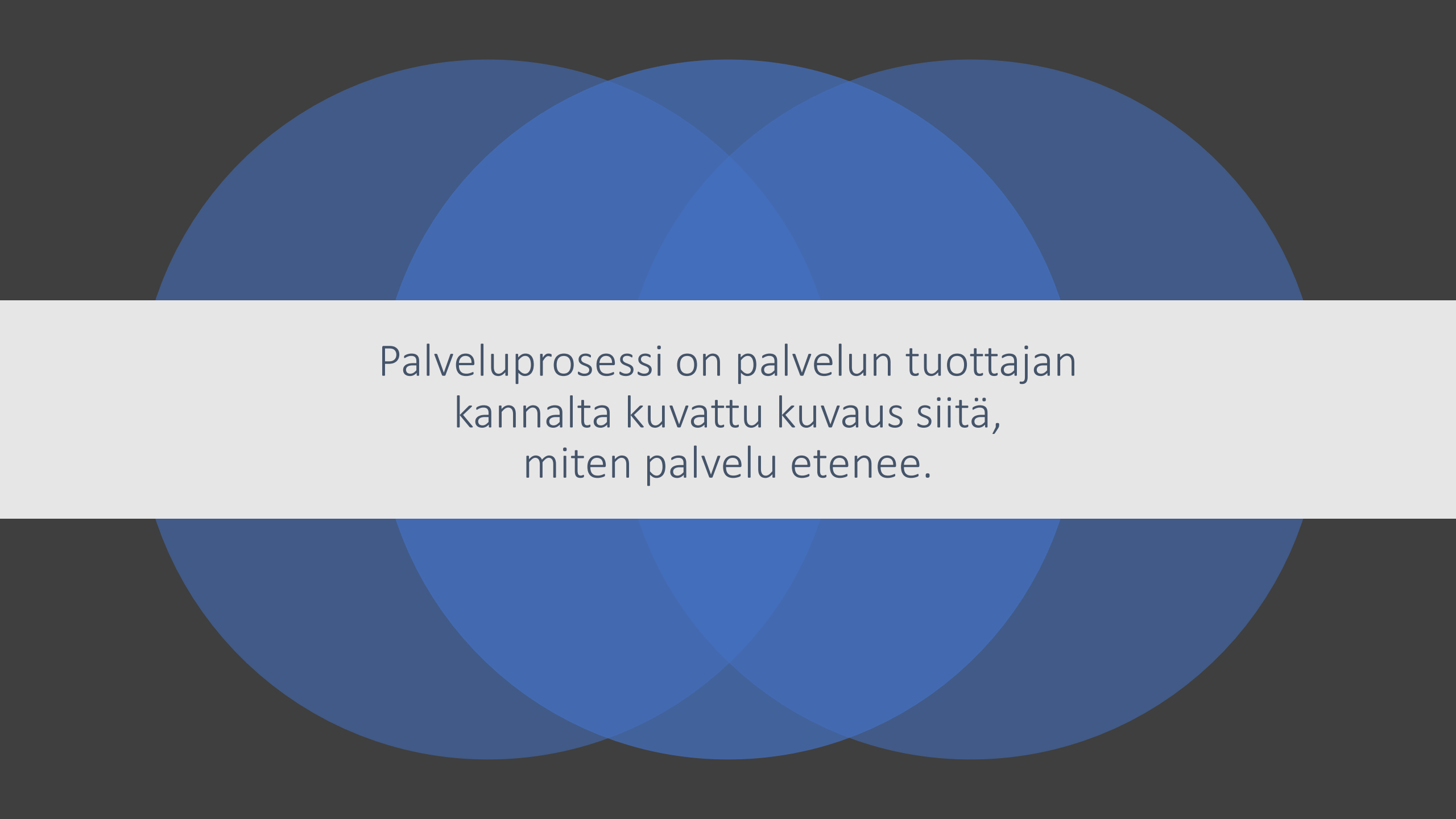


Millaisia sosiaalisia taitoja
tänä päivänä arvostetaan?
Millaisiin arvoihin ne
perustuvat?

- Poika: *"Leiki minun kanssani norsuilla!"*
- Tyttö: *"En leiki, en varmasti leiki sun kanssasi!"*
- Poika: *"Kummasta norsusta tykkäät enemmän – punaisesta vai keltaisesta?"*
- Tyttö: *"Punaisesta tietenkin, kyllä sinä sen tiedät."*
- Poika: *"Jos sinä leikkisit norsuilla, niin tahtoisitko sinä sen punaisen norsun?"*
- Tyttö: *"Juuri sen norsun, sen punaisen norsun minä tahtoisin."*
- Poika: *"Leikitkö minun kanssani norsuilla, jos sinä saat sen punaisen norsun? Minä kyllä tykkään siitä keltaisestakin."*
- Tyttö: *"No anna mulle se punainen norsu ja leikitään sitten!"*



Palvelutapaaminen, jossa
asiakas on esimerkiksi
ravintolassa, on prosessi.



Palveluprosessi on palvelun tuottajan
kannalta kuvattu kuvaus siitä,
miten palvelu etenee.

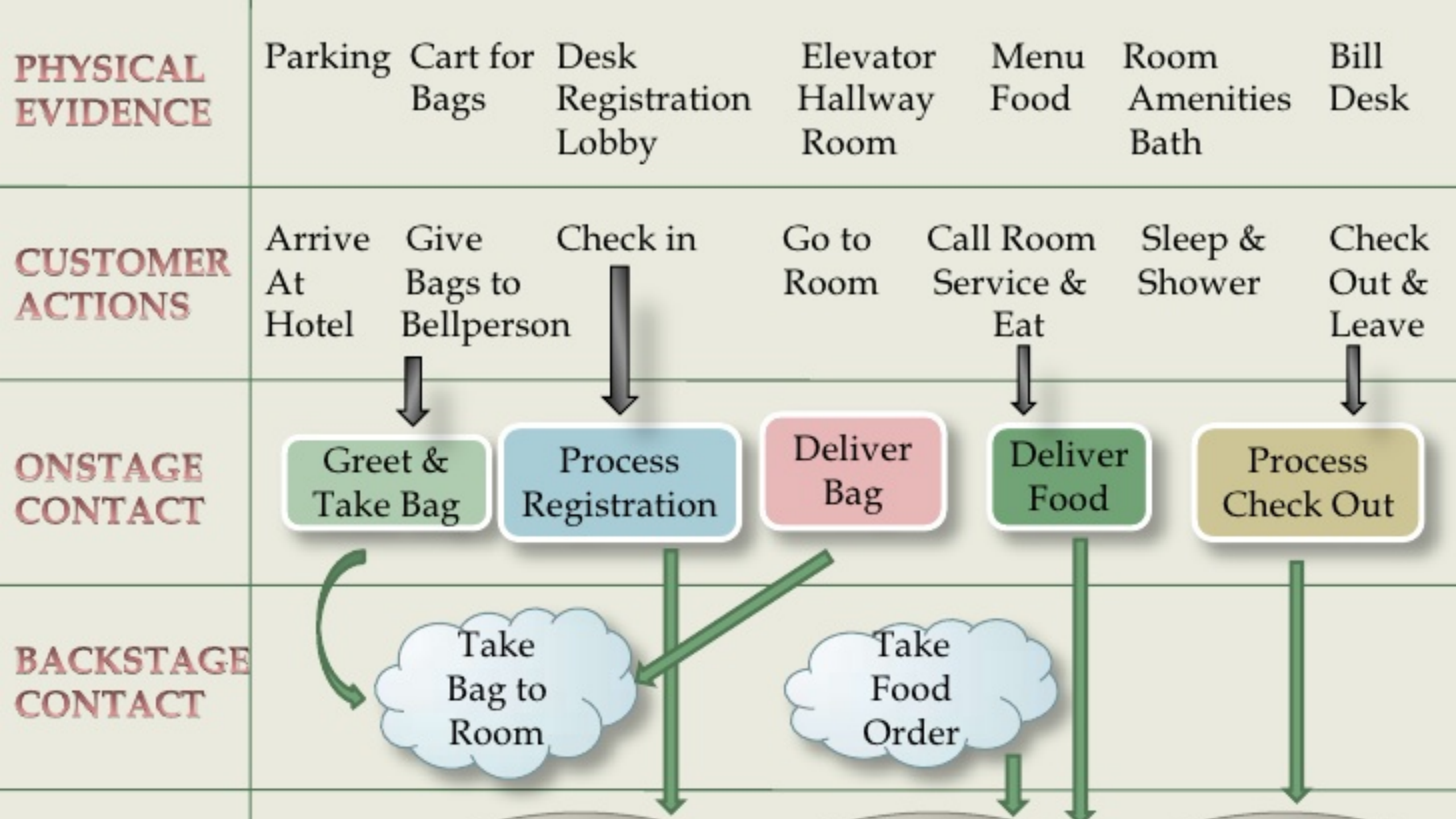
Palveluprosessi

- Samassa palveluprosessissa on niin monta palvelupolkua kuin on käyttäjääkin.
- Asiakas muodostaa siis palveluprosessista omannäköisensä palvelupolun.
- Palveluprosessissa asiakkaan kulkema reitti, palveluntuottajan ja asiakkaan kontaktipisteet sekä prosessiin keskeisesti kuuluvat tekijät saadaan esiin
- Prosessin tuloksena saadaan aina aikaan tuloksia
- palvelun kuluttamisella tarkoitetaan palveluprosessin kuluttamista eikä niinkään palvelun lopputuloksenkuluttamista

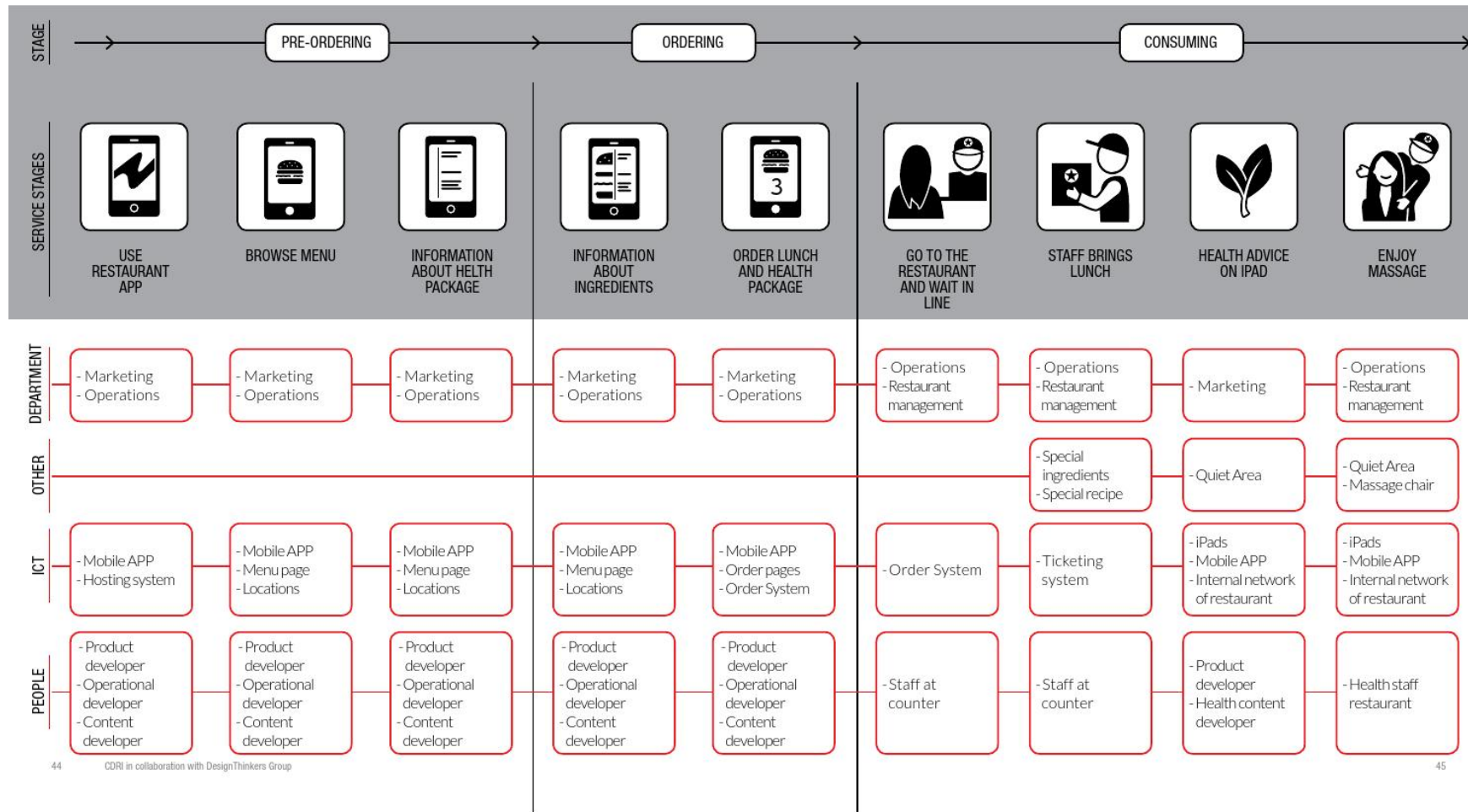
Palveluprosessin hyödyt

- Prosessi auttaa ymmärtämään palvelun kokonaisuutta ja sitä miten asiat ovat nitoutuneet toisiinsa.
- Prosessin pohjalta voidaan laskea kustannukset, joita palvelun tuottaminen aiheuttaa (työmäärä, raaka-aineet ja muut resurssit).
- Prosessi auttaa toteuttamaan palvelun aina samalla tavalla.
- **Miinuksena:**
 - liian tarkasti tehty kuvaus saattaa haitata kokonaisuuden näkemistä.

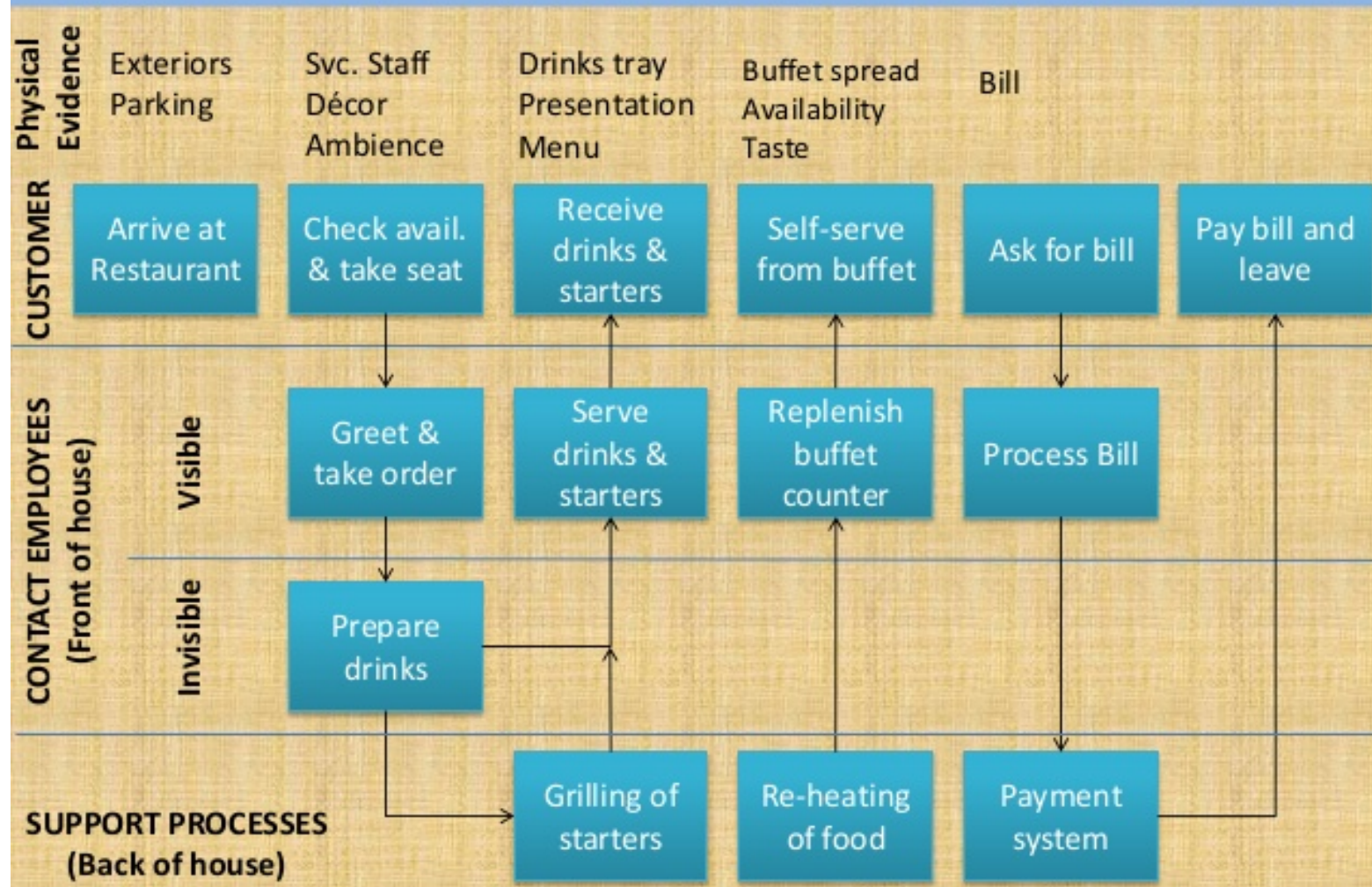
Tuulaniemi 2011



3 | 4 restaurant case >> service blueprint



SERVICE BLUEPRINT



Asiakkaan palvelupolku

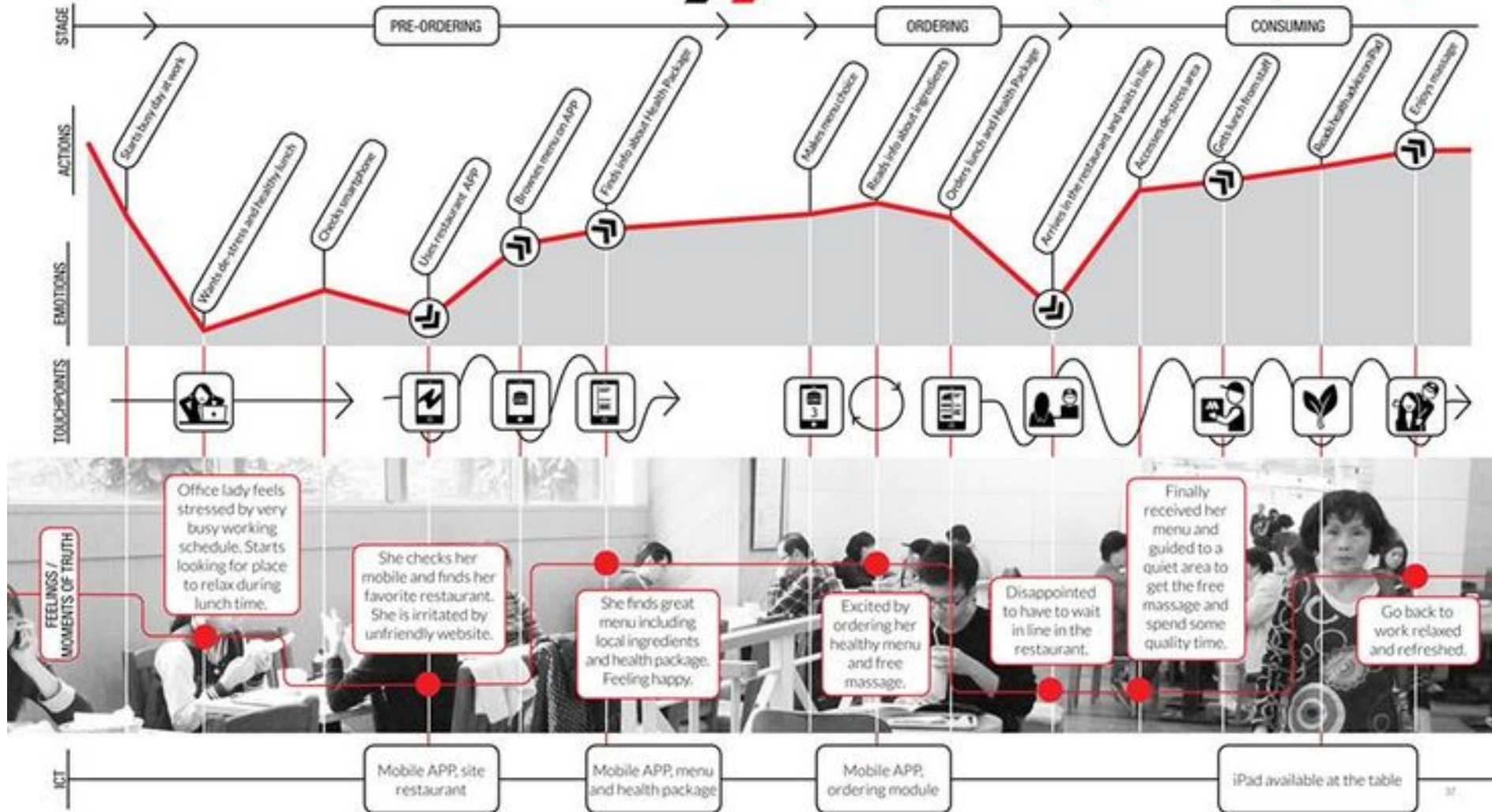
(customer journey map)

- Visuaalinen kuvaus asiakkaan toiminnan eri vaiheista
- Kuvataan kontaktipisteet
 - Tapahtumat ja toimenpiteet (asiakkaan näkökulmasta)
- Asiakkaan matka polulla jaetaan kolmeen vaiheeseen
 - Ennen, aikana ja jälkeen

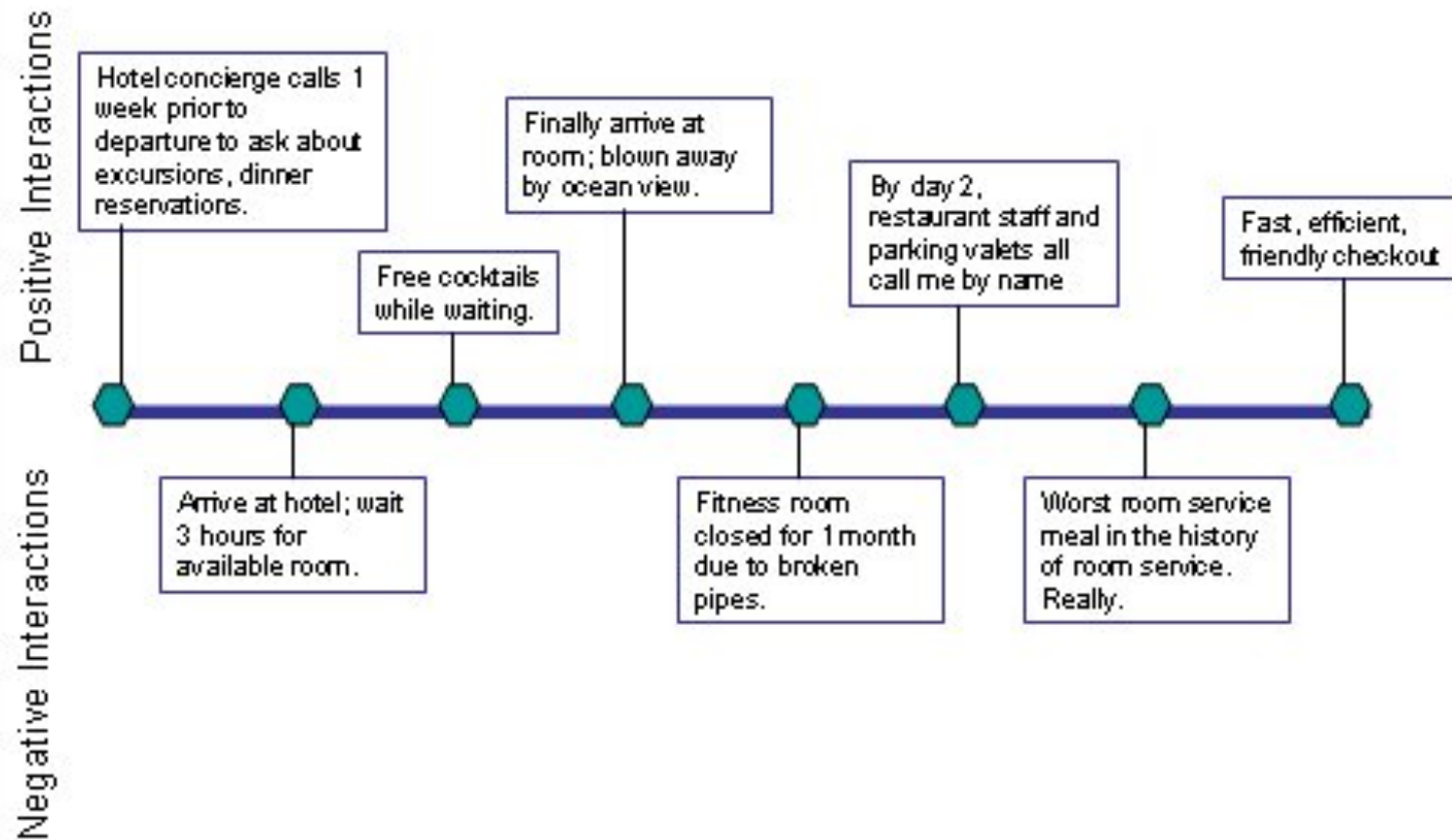
Asiakkaan palvelupolku

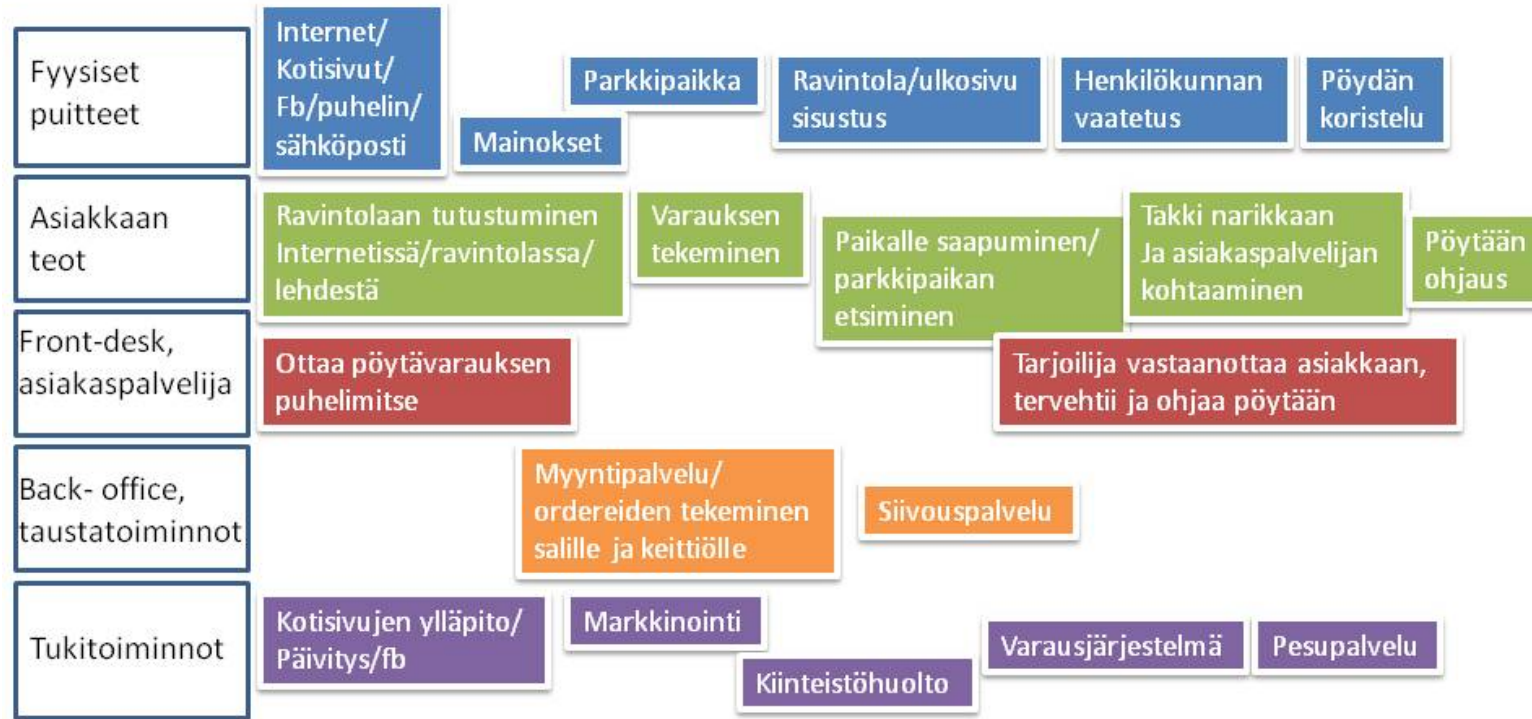
- Ymmärrettävä mistä asiakas tulee
 - Miten asiakas päätyy palvelun käyttäjäksi?
- Keskittyminen kontaktipisteisiin
- huomioidaan asiakkaan omat tarpeet, valinnat ja käyttäytymismalli, jotka ohjaavat asiakkaan kuluttamista

3 | 4 restaurant case >>> customer journey map



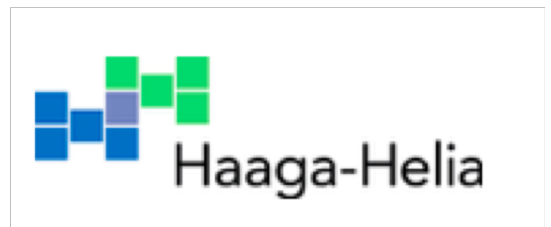
The Hotel Customer Experience





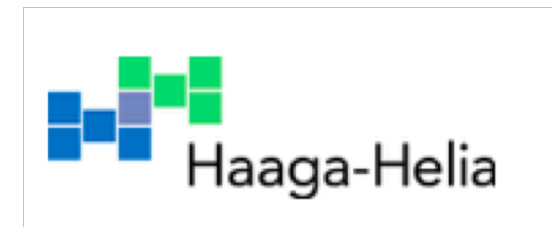
Palveluprosessi

- Esimerkiksi prosessi ravintolassa ei pääty jälkiruoan viemiseen pöytään.
- Älä unohda laskua! --> liian usein asiakas jätetään yksin
 - Rahastuksen tulee sujua moitteettomasti
 - Mahdollisen kanta-asiakaskortin kysyminen
- Muista kiittää asiakasta ja luonnollisesti toivottaa tervetulleeksi uudelleen



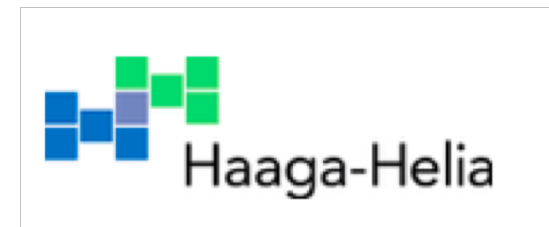
Palvelun laatu & arvot

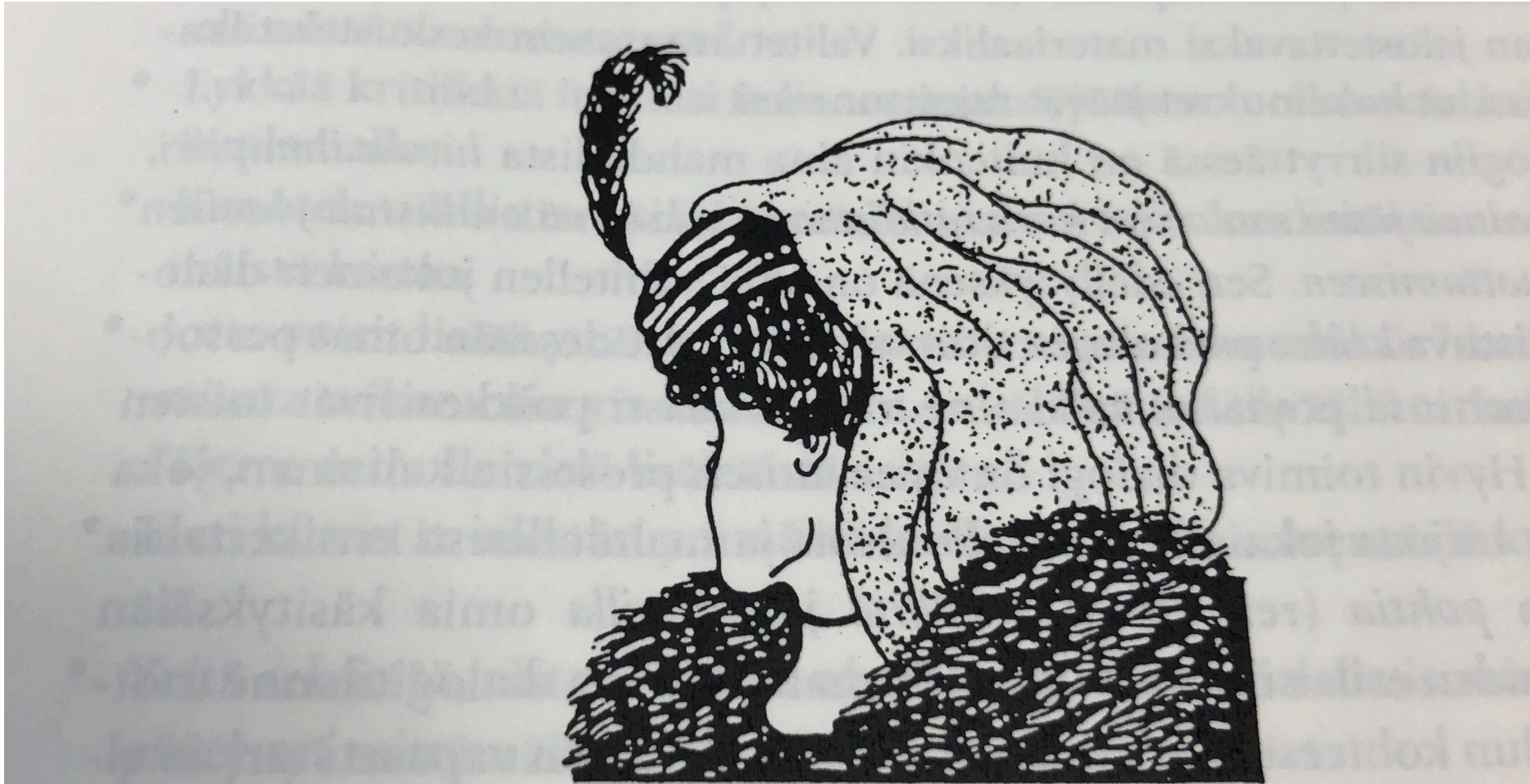
- Palvelulaatu on monimutkainen käsite, koska palvelu on aineeton prosessi.
- Palvelun laadun määritelmä on yksinkertaisuudessaan henkilökohtaisen ennakko-odotuksen ja toteutuneen koetun kokemuksen välinen suhde.
 - Laatu on hyvää, kun se vastaa asiakkaan odotuksia.
- Palvelun kokemisen ympäristö kuten liiketila ja sijainti vaikuttavat myös laatumielikuvaan.
 - Ravintoloissa usein WC!
- Palvelun arvon kuvaa ja määrittelee asiakas



Palvelun laatu & arvot

- Palvelun arvon kuvaa ja määrittelee asiakas.
- Asiakas ostaa palvelun tai tuotteen tuottamaa arvoa, ei niinkään itse palvelua tai tuotetta.
- Arvoa tulisi tuottaa asiakkaille monilla eri tavoilla.





Kuvio 5. Millaiset kasvot näet tässä kuviossa? (Majoro 1988.)

1. Huonosti hoidettu
asiakastapaaminen

2. Katteettomat
lupaukset

3. Kilpailija tarjoaa
parempaa palvelua

Mikä saa asiakkaan vaihtamaan yritystä?

4. Kilpailija tarjoaa
parempia tuotteita

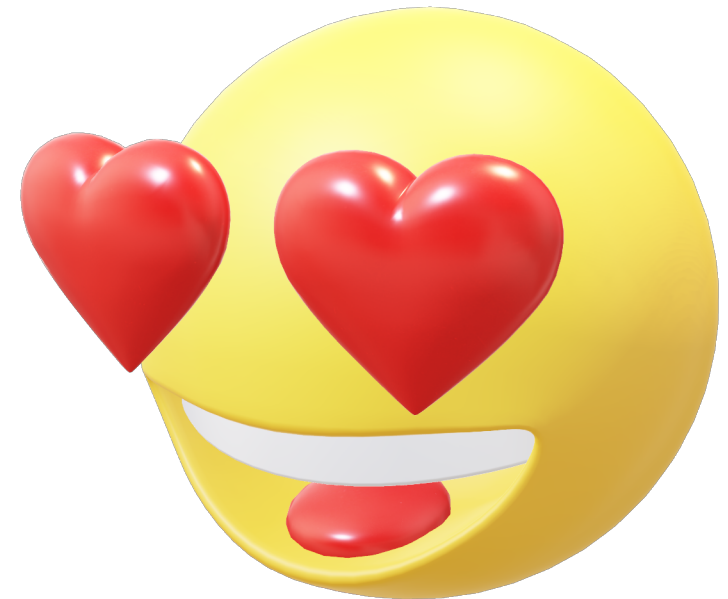
5. Hinta

6. Vaihtelun halu

Vko 5

Hyvällä asiakaspalvelulla menestykseen

- Palautteen antaminen ja vastaanottaminen



Palautteiden käsittely

- Kuuntele, suhtaudu asiallisesti ja keskity siihen, mitä asiakas sanoo
- Pahoittele asiakkaan kokemaa harmistumista
- Kysy tarkentavia kysymyksiä
- Kerro asian käsittelystä
 - Tarvittaessa mainitse hyvityskäytännöistä, mutta vain jos olet varma, että tiedät miten ne menevät
- Kiitä palautteesta
 - Palautteiden avulla toimintaa halutaan kehittää
- Hoida palaute eteenpäin



Miten sinä annat palautetta?

Miten sinä otat palautetta vastaan?



Asiakas pitää saada
tulemaan uudelleen.



WOW - asiakaskokemus

Ma 5.11.

Asiakaskokemuksen
taustalla on,
että asiakkaalla on
jonkinlainen
ennakkokäsitys
paikasta

- Hän on voinut luoda sen
 - kuulemansa tai lukemansa perusteella
 - Uutisointi, mainos, puskaradio
 - pelkän logon perusteella
 - muun vastaavan toimijan kautta

On hyvä ymmärtää asiakasta

- Ostamisen taustalla on ostohalu tai ostokyky
 - Halu voi syntyä tarpeesta (todellisesta tai luullusta)
- Erilaiset palveluntarjoajat vetoavat erilaisiin kuluttajaryhmiin
 - Voidaan jakaa demograafisten tekijöiden mukaan
 - Ikä, sukupuoli, asuinpaikka, perheen elinvaihe ja koko, tulot ja käytettävissä olevat varat, ammatti ja koulutus
 - Tilastokeskus tarjoaa tietoa tähän www.tilastokeskus.fi
 - Tai elämäntapatekijöiden mukaan
 - Mitä lehtiä asiakkaamme lukee? Mitä hän katsoo televisiosta? Mitä hän harrastaa? Miksi hän matkustaa ja mihin? Missä hän viettää vapaa-aikaa? Millaisessa työssä hän on?
- Tämän päivän kova sana on *palvelumuotoilu*, jonka avulla yritetään ymmärtää asiakasta ja asiakkaan tarvetta entistä paremmin.

Ympäristötekijät

- Fyysinen ympäristö
- Käytettävissä oleva aika ja varat
- Tuote
- Hinta
- Saatavuus
- Markkinointiviestintä
- ihmiset

Markkinoinnin kilpailukeinot

Tarpeen tunnistaminen

Informaation etsiminen

Vaihtoehtojen arvioiminen

Ostopäätös

Arviointi

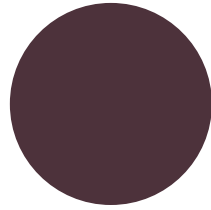
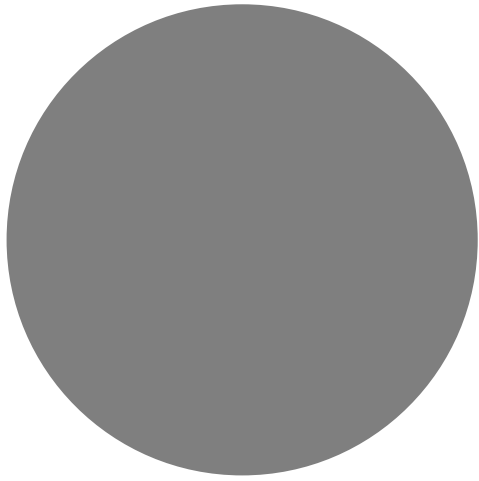
Sisäiset tekijät

- Havainnointi
- Tarpeet
- Motiivi
- Arvot ja asenteet
- Sosiaaliset tekijät
- Innovatiivisuus
- Ikä ja sukupuoli
- Perhe
- Jäsenryhmät
- Viiteryhmät
- Sosiaaliluokka
- Kulttuuri ja alakulttuuri

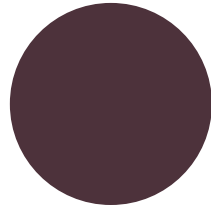
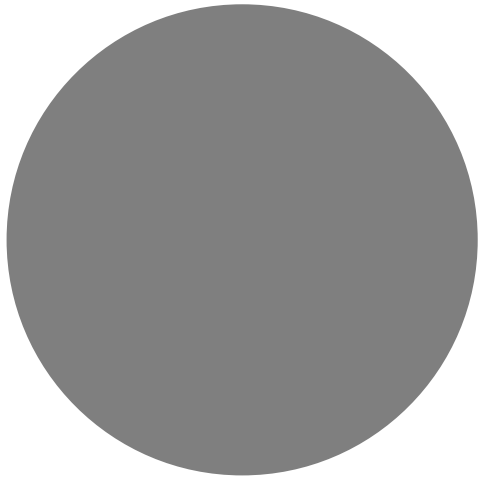
Sosiaaliset tekijät

Ja tietää mitä
asiakas haluaa

- Tarjota sitä mille on *riittävästi* kysyntää ja myydä sitä *oikeaan* hintaan.



Tarinallistamista, asiakastilanteiden ja ongelmanratkaisun kehittelyä



Miksi harjoittelimme tällaista?

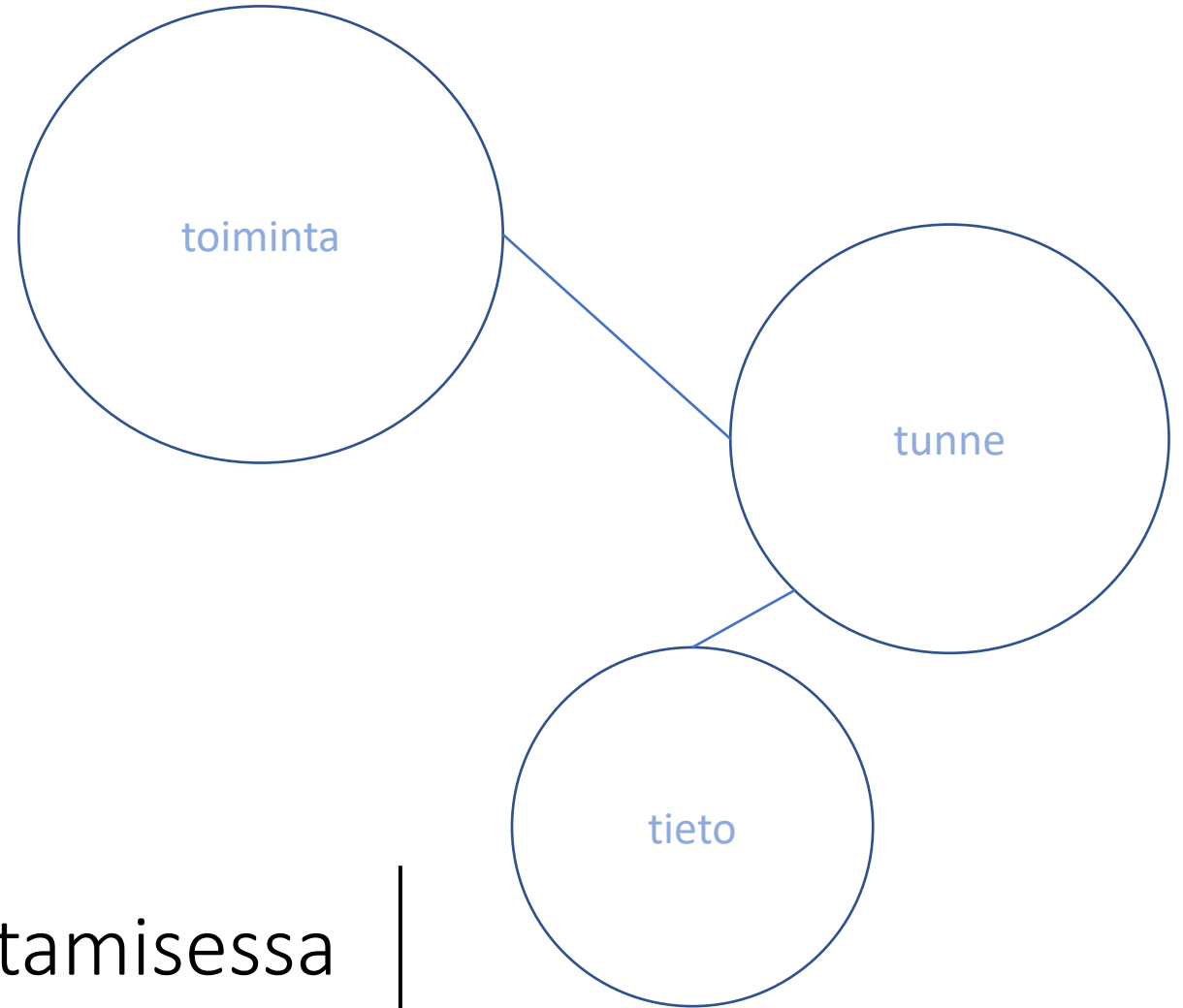
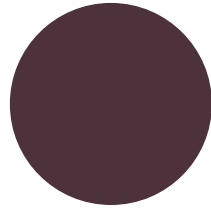
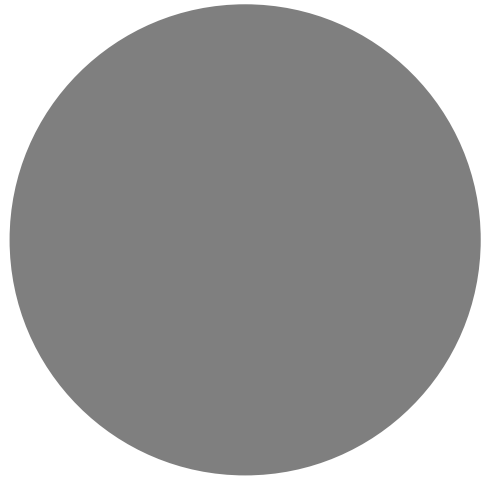
Asiakaskokemus



- Hyvä asiakaspalvelu tai asiakastyytyväisyys ei riitä
- Kilpailu kasvaa → ei ole enää vain ainutlaatuisia yhtä tuotetta tai palvelua

=

- Kaikki puhuvat asiakaskokemuksesta ja/tai palvelukokemuksesta
 - Yritysstrategia
 - Kehityshanke



“Asiakaskokemuksen rakentamisessa on valjastettava henkilökunnan tieto, tunne ja toiminta.”

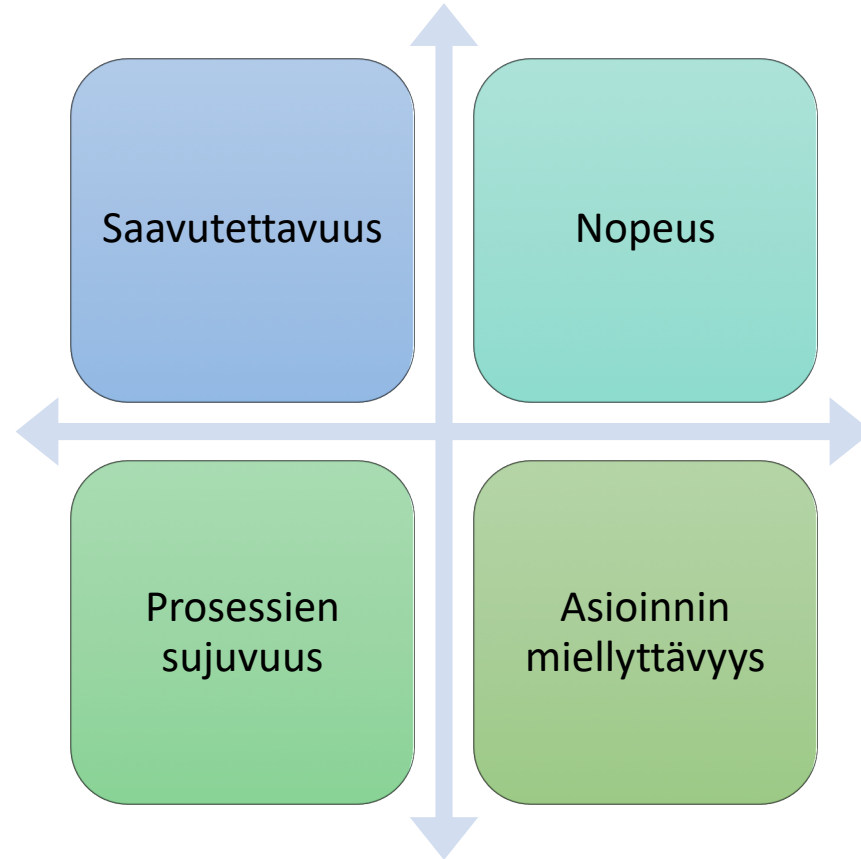
Kumpi on kalliimpaa, palvelu
vai huono palvelu?



Asiakaskokemus on
tärkeämpää kuin palvelu

- Syntyy vuorovaikutuksen tuloksena
- Digitalisaation myötä liiketoiminnan logiikka on muuttunut merkittävästi
 - Myös asiakaspalvelupolku on muuttunut
- Tunne asiakkaasi → tiedä mistä hän tulee ja miten hän kulkee palveluprosessissasi
- *Asiakaskokemuksen rakentaminen ei lopu koskaan.*
 - Odotukset asiakaskokemukselle muuttuvat jatkuvasti

Gerdt ja Korhonen 2016



Hyvän asiakaskokemuksen nelikenttä

Katja Kanerva

11/5/18

Yksi huono ja monta hyvää

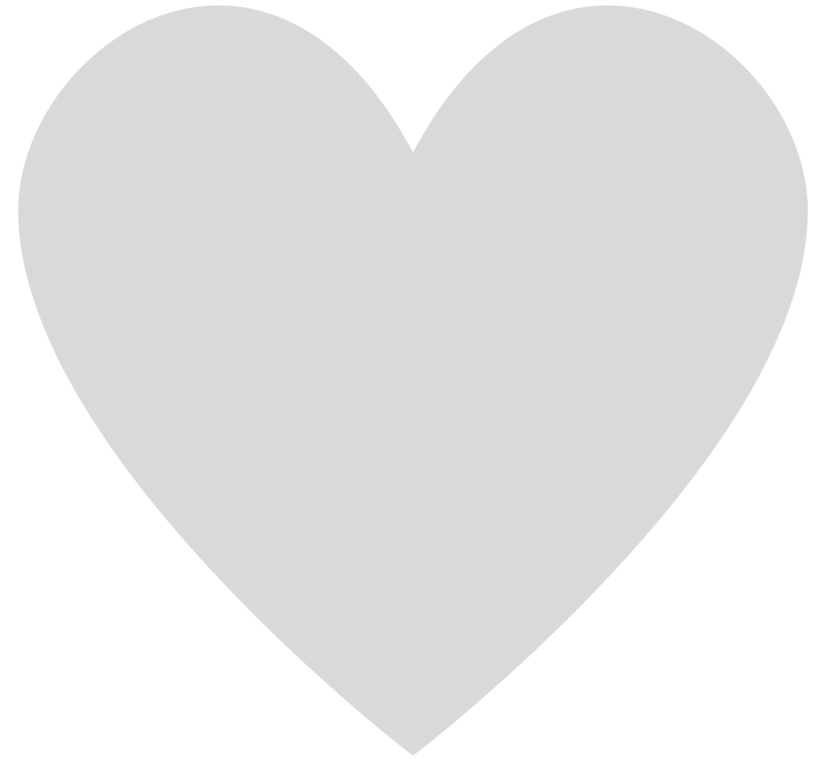
Yksinkertaisin empiirinen tapa tutustua ylivoimaisen asiakaskokemuksen rakentamiseen on lukea esimerkiksi matkailuportaali Tripadvisorista asiakkaiden parhaimmiksi arvioimien hotellien kuvauksia. Kaikkein korkeimmalle ylistetyt hotellit saavat nekin aika ajoin negatiivista palautetta. Joukkoon mahtuu aina myös pettuneitä matkailijoita. Kaikkia ei voi miellyttää. Silti muun muassa Tripadvisorista löytyvät nopeasti selailemalla ne yritykset ja hotelliketjut, jotka suhtautuvat asiakaskokemukseen tosissaan. Osa hotelleista ja matkailupalvelujen tarjoajista ei näytä seuraavan palautetta ollenkaan tai ei ainakaan reagoi siihen. Osa käy aktiivista dialogia asiakkaidensa kanssa.

Jokainen huono palaute on yritykselle erinomainen tilaisuus kehittyä ja hyvin hoidettu asiakasreklamaatio mahdollisuus rakentaa uskollisia asiakassuhteita. Silloin kun kaikki menee hyvin, on helppoa onnistua. Hankalissa tilanteissa todellinen palveluasenne mitataan!

Gerdt ja Korkiakoski 2016



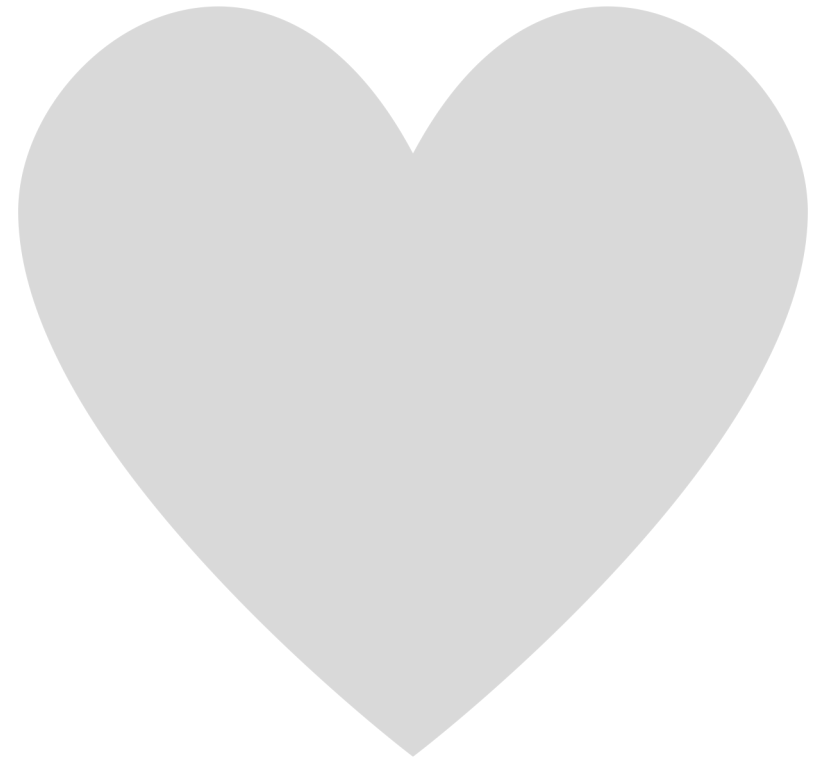
Ylivoimaisen
asiakaskokemuksen ydin on
asiakkaan tarpeiden
ymmärtäminen, täyttäminen
ja jopa ylittäminen.



Gerdt ja Korkiakoski 2016



“Asiakaskokemuksesta 70 %
on tunnetta ja 30 % teknistä
toimivuutta.”



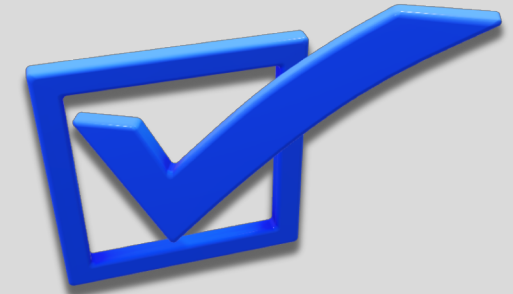
Gerdt ja Korkiakoski 2016



Asiakas on kuningas.
Henkilökunta vielä
kuninkaampi.

(Muutostoimisto Flow)

Hyvän asiakaspalvelijan muistilista



- Katsekontakti – kaiken a ja o
- Tervehtiminen
 - Asiakas tulee huomioida välittömästi, vaikka olisi kuinka kiire
 - Huomioiminen antaa kärsivällisyyttä mahdolliselle odottamiselle
 - Älä unohda lopputervehdystä
- Hymy
- Ripeys – asioiden sutjakka hoitaminen
- Kärsivällisyys
- Huolellisuus
 - Varmista, että asiakas saa sitä mitä tilaa
- Tarkkuus
- Ystävällisyys
- Asiallisuus
 - Käytös ja ulkoinen olemus
 - Kohtelias kielenkäyttö



Kiitos!



ONNEA!