



Asiakas on aina oikeassa



**Euroopan unionin
osarahoittama**



samk



SeAMK
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tuottavuus

Kapteeni luotsaa

Valmentava johtaminen, motivointi ja palkitsemisjärjestelmät tukevat ja sitouttavat henkilökuntaa.

Toimenpiteet

Kehitetään valmentavaa johtamista, motivointia ja palkitsemista.

Kokeilu

Opin ja ilon kautta

Osaamisen johtaminen ja kehittäminen parantavat organisaation kilpailukykyä sekä lisäävät henkilöstön sitoutumista ja työhyvinvointia.

Toimenpiteet

Panostetaan osaamisen johtamiseen, kehittämiseen ja perehdyttämiseen.

Kokeilu

Tunnusluvut tutuiksi

Kehitetään yrityksen sisäisen tuloslaskelman tunnuslukujen ymmärrystä, suunnitelmallisuutta ja seurantaa.

Toimenpiteet

Pureudutaan ravintola-alan tunnuslukuihin.

Kokeilu

Asiakas on aina oikeassa

Asiakaskokemuksen kehittäminen parantaa palvelun laatua ja asiakaslähtöistä toimintakulttuuria.

Toimenpiteet

Parannannetaan asiakaskokemusta ja palvelun laatua.

Kokeilu

Asiakas on aina oikeassa

Asiakaskokemuksen kehittäminen parantaa palvelun laatua ja asiakaslähtöistä toimintakulttuuria. Tähän liittyy kaksi osiota: ”Tunne asiakkaasi” ja ”Asiakkaasi tunne” – ota haltuun molemmat!

Osaat

- **tunnistaa, millaisia asiakkaita teillä asioi ja miksi**
- **kuvata, miten asiakkaan palvelukokemus etenee eri vaiheissa**
- **ottaa haltuun asiakasajatteluun liittyviä työkaluja ja hyödyntää niitä**



Euroopan unionin
osarahjoittama



Haaga-Helia



LAB University of
Applied Sciences

samk



SeAMK

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tampereen
ammattikorkeakoulu



Miksi innostua asiakasymmärryksestä?

Kilpailemme maailmanlaajuisesti ihmisten huomiosta, ajasta ja rahoista – ja sydämeistä. Merkityksellisyys korostuu, ja ihmiset eivät osta, mitä teet – vaan *miksi* teet sen.

Siirryttäessä palvelubisneksestä elämyksellisten asiakaskokemusten äärelle ei enää riitä se, mitä asiakas saa – vaan vaakakupissa painaa se, *millainen* kokemus asiakkaalle onnistutaan saamaan aikaan.

Tarvitaan kahden osa-alueen haltuun ottamista:
1 Tunne asiakkaasi
2 Asiakkaasi tunne

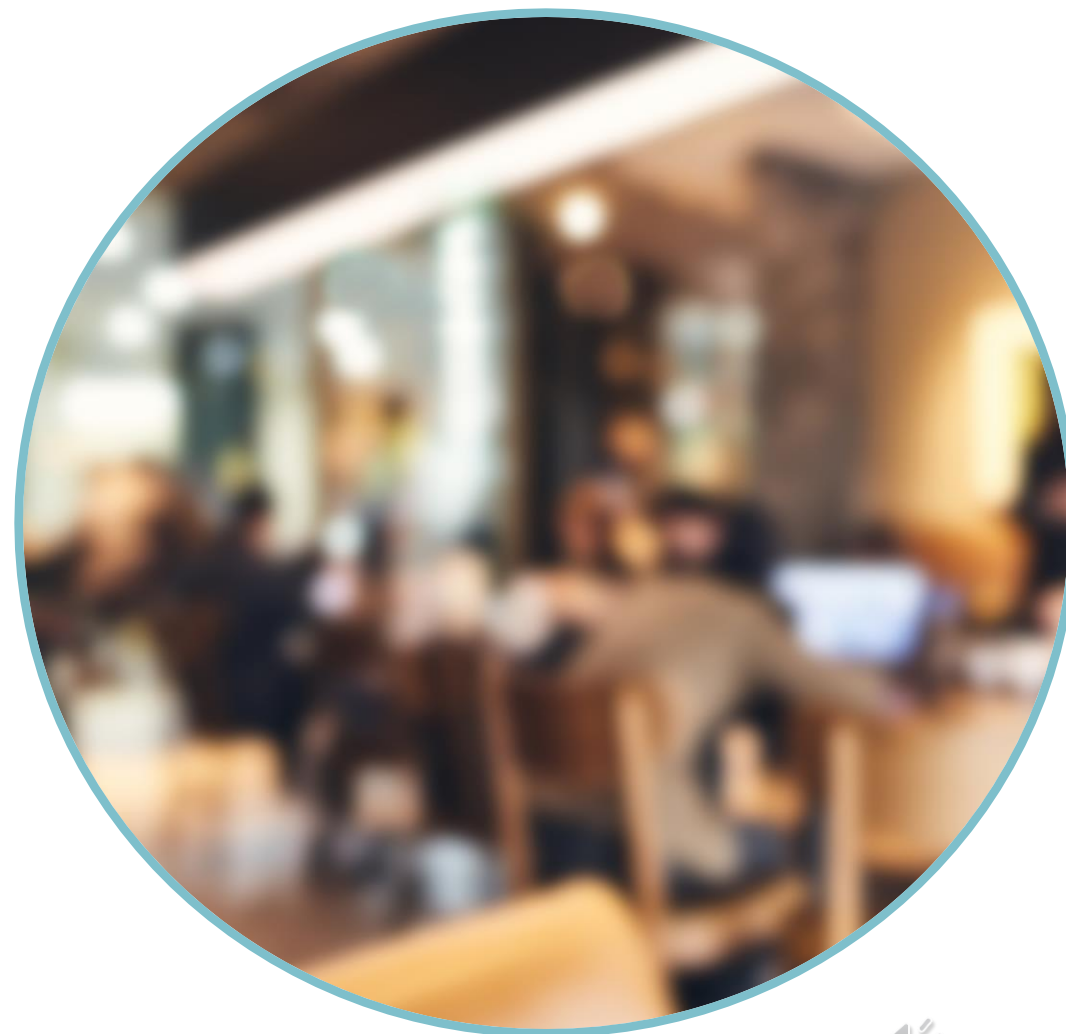


TUNNE ASIAKKAASI

Kuka on sinun yrityksesi asiakas?

Ketkä ovat yrityksesi avainasiakkaita?

Tiedätkö vai oletatko?



Palveluosaamisesta

Palveluosaamista voidaan purkaa esimerkiksi:

- Tuotetuntemukseen
- Ammatillisiin taitoihin
- Viestintätaitoihin
- Pelisilmään ja tilannetajuun
- **Asiakkaan tuntemiseen ja asiakkaan lukutaitoon**
- **Toimimiseen asiakaslähtöisesti**



Mitä on asiakaspalveluosaaminen?

Osa käytännössä (taito)

Osa käytännöstä (tieto, kyky sanoittaa ja kuvata tekemistä)

Osa käytäntöä varten (oppiminen, kehittämistarpeiden tunnistaminen ja kehittämisosaaminen, itsearviointi)



Euroopan unionin
osarahoittama



Haaga-Helia



LAB University of
Applied Sciences

samk



SeAMK

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tampereen
ammattikorkeakoulu

Kolme tapaa hankkia asiakastietoa

1 Asiakkaa LTA

2 Asiakkaa STA

3 Asiakkaan kanssa



Asiakasprofiilin luominen

Asiakkaan profilointia kannattaa hyödyntää, kun ei ole mahdollista ottaa mukaan palvelun mallintamis- ja kehittämistyöhön oikeita, todellisia asiakkaita (tai muita osapuolia).

Ne toimivat parhaimmillaan ”huoneentauluna” ja ohjenuorana siitä, kenelle ollaan palveluratkaisua luomassa, kenen ongelmaa ollaan ratkaisemassa.



Milla Mallikas, 27 v.

Taustatietoja: *Asuu kerrostalossa Itä-Helsingissä. Työskentelee toimistotöissä. Käyttää sosiaalista mediaa aktiivisesti.*

Ja muita taustatietoja...

Tärkeintä asiakaskokemuksessa: *Kirjoita tähän esim. mitä arvostaa, mikä ärsyttää, mistä unelmoi ja haaveilee, ...mitä pitää tärkeänä elämässä, työssä, palvelutilanteissa, mikä turhauttaa, mieltymykset, odotukset, kenen kanssa jne.*

Persoonasta: *Kirjoita tähän mm. parisuhdetilanne/ perhesuhteet, liikkumismuoto, vapaa-aika, ”normipäivä tai -viikko”, elämäntapa, harrastukset, mielenkiinnon kohteet, ... jne.*

- Lisää kuva esimerkki-asiakkaasta



Asiakkaan asiointitiheys, rahan käyttö ja asioiden luonne tai tapa

Lempiruoka tai ruokakulttuuri tai motto



Euroopan unionin
osarahoittama



Haaga-Helia

LAB University of
Applied Sciences

samk



SeAMK
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tampereen
ammattikorkeakoulu

ASIAKKAASI TUNNE

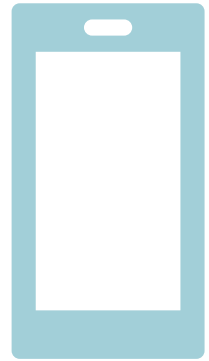
Mistä eri asioista asiakkaasi tunne muodostuu?

Mistä asiakaskokemus alkaa ja mihin se päättyy?

Missä arvoa syntyy?



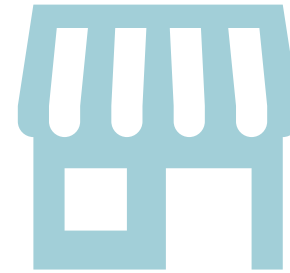
Asiakaskokemus 3-vaiheisena, monikanavaisena ja moniaistisena ”matkana”



ENNEN

AIKANA

JÄLKEEN



Euroopan unionin osarahoittama



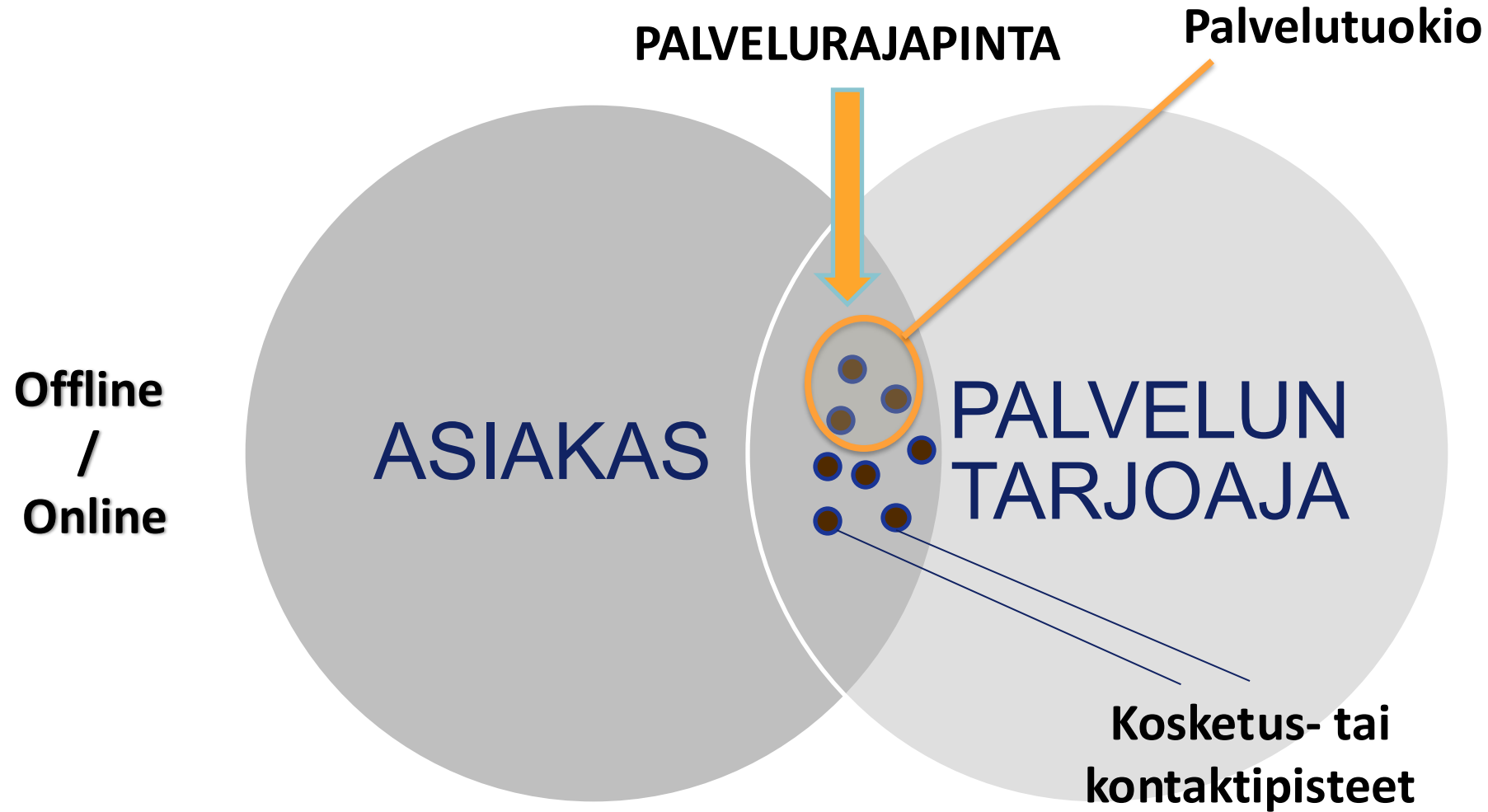
samk



SeAMK
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Palvelukohtaaminen purettuna osiin





PALVELUTUOKIOT





KONTAKTIPIISTEET

Ympäristöt | Esineet | Toimintamallit | Ihmiset ja vuorovaikutus 

⇒ Moniaistinen (tunne)kokemus



Palvelupolku työkaluna

Palvelupolun avulla voidaan tarkastella asiakkaan näkökulmasta palvelu- tai asiakaskokemusta kokonaisuutena.

Se on mallintamisen väline siihen, miten palvelu, tilanne tai tapahtuma etenee Asta Öhön.

Olennaista on kuvata kokemus ajallisesti ja eri vaiheet – ennen / esipalveluvaihe, aikana / ydinpalveluvaihe ja jälkeen / jälkipalveluvaihe – huomioiden.



VALITUN ASIAKASRYHMÄN (Milla Mallikas) PALVELUPOLKU

ENNEN – ESIPALVELUVAIHE

1. Milla kuulee uudesta ravintolasta ystävältään

2. Milla tutustuu ravintolan kotisivuihin ja someen

3. Milla varaa pöydän nettipalvelussa

Avainkontaktipisteet: *Esineet, ihmiset, kanavat, toimintamallit, ympäristöt, ...*

AIKANA – YDINPALVELUVAIHE

4. Milla tapaa ystävänsä ravintolan edustalla ja astuvat sisään

5. Milla ja ystävä ohjataan pöytään ja he tutustuvat ruokalistaan

6. Milla ja ystävä saavat annoksensa ja ruokailevat

Avainkontaktipisteet: *Esineet, ihmiset, kanavat, toimintamallit, ympäristöt, ...*

JÄLKEEN – JÄLKIPALVELUVAIHE

7. Milla ja ystävä pyytävät laskun puoliksi ja maksavat

8. Milla ja ystävä poistuvat ravintolasta

9. Milla ja ystävä jakavat kokemuksensa somessa

Avainkontaktipisteet: *Esineet, ihmiset, kanavat, toimintamallit, ympäristöt, ...*



Innostu asiakasymmärryksestä

Asiakas on aina oikeassa?

