

# ASIAKASKÄYTTÄYTYMISEN MUUTOS JA SEN MITTAAMINEN

---

Koodiviidakko  
Jari Savolainen  
Key Account Manager

14/03/2018

# MIKSI TÄMÄ ON TÄRKEÄÄ?

- 52% vuoden 2000 Fortune 500 yrityksistä on hävinnyt 2014
- Verkossa tapahtuvan kaupankäynnin arvo on globaalisti 22 tuhatta miljardia dollaria 2016 (UNCTAD)
- Digitaaliseen markkinointiin käytettävän rahan arvioidaan ohittavan TV-mainontaan käytettävän rahan vuonna 2018
- Ihmiset viettävät entistä enemmän aikaa digitaalisissa kanavissa

**FORTUNE**  
**500**

# MONIKANAVAISUUS

- Asiakkaat käyttävät useita eri digitaalisia kanavia yhteydenpitoon yritysten kanssa joten yritysten täytyy satsata enemmän resursseja näihin kanaviin
- Somekanavat, yhteydenottolomakkeet, chat, sähköposti, keskustelupalstat ja foorumit yms...





# SOSIAALINEN MEDIA

- Asiakkaat käyttävät entistä enemmän sosiaalista mediaa yritysten kanssa toimimiseen joten yritysten täytyy aktiivisesti hallita omia sosiaalisen median kanaviaan
  - Stockmannin ilmapallokoku, ABC:n tankkauskuhu



# INFORMAATIOÄHKY

- Asiakkaille on tarjolla valtava määrä online-informaatiota pureskeltavaksi joten yritysten täytyy tehdä tarkasti räätälöityä, kohdennettua ja relevanttia sisältöä saadakseen asiakkaiden mielenkiinnon vangittua
- Valta siirtyy yrityksiltä asiakkaille





# MAHDOLLISUUDET

- Digitalisaatio kasvattaa aika- ja paikkariippumattomuutta
- Koska yritysten toiminta-alue on koko maailma, on tämä valtava hyödyntämisen paikka Lapin alueelle.



# ASIAKASKÄYTTÄYTYMISEN MITTAAMINEN



## SALES FUNNEL



- Digitaalisissa kanavissa kaikesta tekemisestä jää jälki -> käyttäytyminen on mitattavissa
- Asiakkaista pystytään keräämään valtava määrä tietoa ja heidän ostoprosessia pystytään mittaamaan ja tarkkailemaan
- Voittajina selviävät ne yritykset jotka mitattavaan dataan perustuen pystyvät ymmärtämään tätä ostoprosessia parhaiten







# ASIAKASKÄYTTÄYTYMISEN MITTAAMINEN

- Kvalitatiiviset mittarit
  - Asiakastyytyväisyys
  - Suosittelemisluukkuus, NPS (Net Promoter Score)
  - Vaivattomuus, CES (Customer Effort Score)
  - Palautteet palautelomakkeelta



# ASIAKASKÄYTTÄYTYMISEN MITTAAMINEN

Your feedback means the world to us. If you don't mind, please take one minute to candidly tell us how we're doing. Don't hold back, we want to know what you really think. Thank you!

**How likely are you to recommend  
the Brand, Product, or Service to a friend or colleague?**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

0: Not at all likely

10: Extremely likely



# ASIAKASKÄYTTÄYTYMISEN MITTAAMINEN

## How to measure Customer Effort Score (CES)



Overall, how easy was it to get the help you wanted today?

Easy

Neither

Difficult

Customer Effort Score (CES) = % easy - % difficult

# ASIAKASKÄYTTÄYTYMISEN MITTAAMINEN

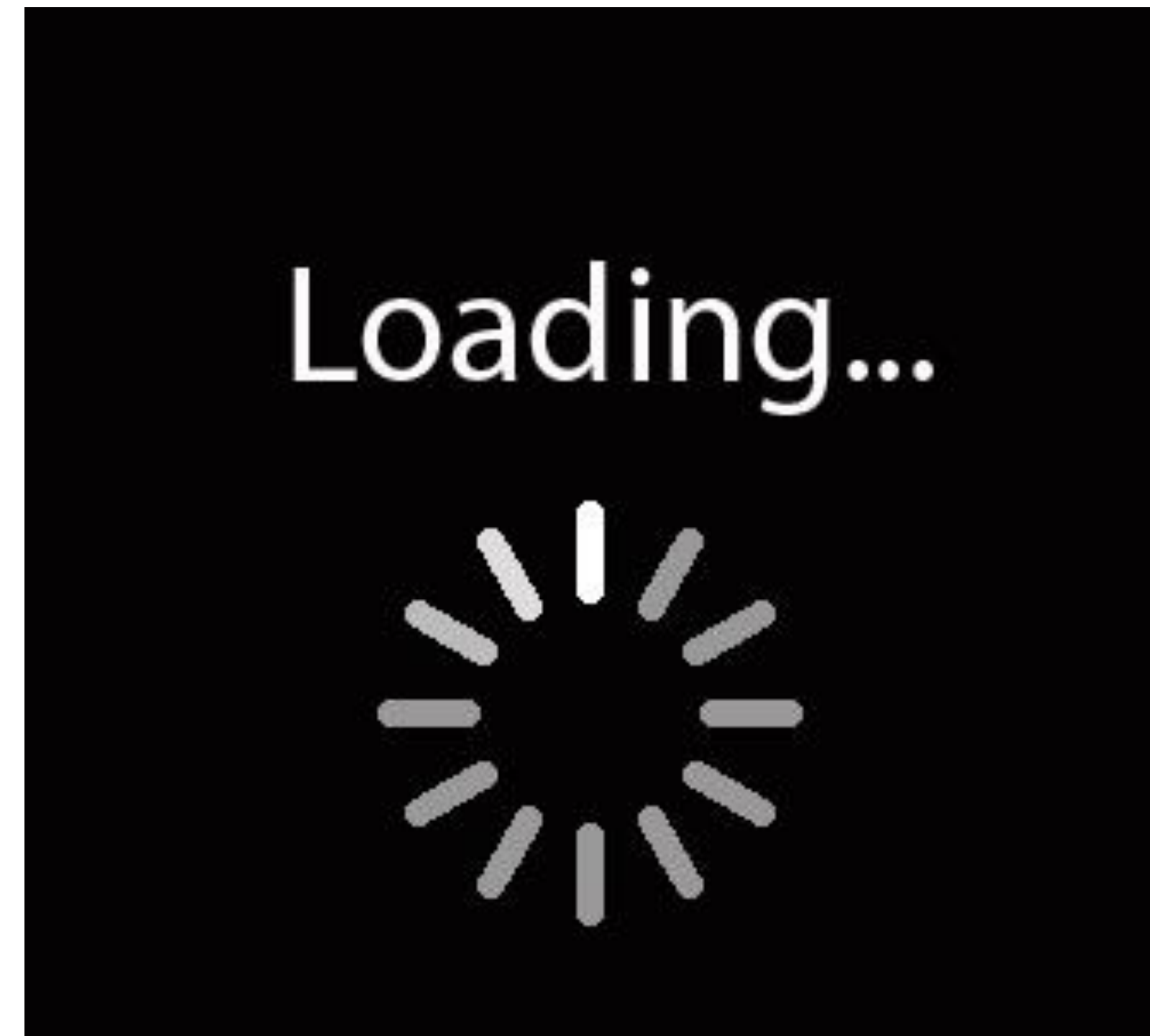
- Taloudelliset mittarit
  - Liikevaihto
  - Keskiostos
  - Kate
  - Transaktiokustannus





# ASIAKASKÄYTTÄYTYMISEN MITTAAMINEN

- Tekniset mittarit
  - Asiointiprosessin kesto
  - Sivulatausten kesto
  - Virheiden määrä



# YRITYSESIMERKKI: TEMPUR

- Tempur tekee patjoja ja tyynyjä Nasan -70 luvulla astronauttien käyttöön kehittämästä materiaalista. Materiaali reagoi kehon lämpöön ja muotoutuu kehon muotojen mukaan.





# YRITYSESIMERKKI: TEMPUR

- Patjat myydään jälleenmyyjien kautta. Ongelmana tässä oli se, että Tempurilla ei ollut mitään kontaktia loppuasiakkaisiin.
- Markkinoinnin automaation avulla luotiin takuuohjelma, jossa tuotteen ostajat ohjattiin laskeutumissivulle ja täyttämällä lomakkeen he saavat pidentetyn takuun tuotteelleen

The screenshot shows the Tempur website's registration form for a warranty extension. The header includes the Tempur logo and navigation links for 'Rekisteröi tuote', 'Takuehdot', and 'Usein kysytyä'. The main heading reads 'Rekisteröi Tempur-tuotteesi. ... ja saat voimaan pidentetyn takuujajan'. Below this is a congratulatory message: 'Onnittelut uudesta TEMPUR-tuotteestasi!' followed by a detailed explanation of the warranty extension process. The form is divided into three sections: 'Yhteystiedot' (Contact information) with fields for name, phone number, and address; 'Jälleenmyyjätiedot' (Retailer information) with dropdown menus for 'Myyjä' and 'Sijainti'; and 'Tuotetiedot' (Product information) with dropdown menus for 'Tuoteryhmä' and 'Tuote', and input fields for 'Määrä', 'Hinta', and 'Ostopäivä'. A 'Rekisteröi tuote' button is at the bottom right.

# YRITYSESIMERKKI: TEMPUR

- Takuuohjelmassa asiakkaille lähetetään säännöllisesti tuotteeseen liittyviä hoito- ja huolto-ohjeita.
- Heille luotiin myös lisä- ja ristiinmyyntikampanjoita jossa patjojen ostajille markkinoitiin mm. petareita ja tyynyjä.
- Takuuajan päättyessä ehdotettiin tuotteen uusimista





# YRITYSESIMERKKI: TEMPUR

- Huolto- ja hoito-ohjeiden automatisoinnin tuloksena asiakaspalveluun tuleva kuormitus väheni ja asiakkaat kokivat saaneensa parempaa palvelua
- Suosituimman ristiinmyyntikampanjan konversio oli 27%
- Menestyksekkäin ristiinmyyntikampanja nosti keskiostoksen arvoa 230%





# TULEVAISUUS?

- Tekoäly (AI) ja Big Data:n analysointi tulee muuttamaan pelikenttää merkittävästi
- Asiakkaille pystytään tarjoamaan entistä oikea-aikaisempaa ja tarkemmin kohdennettua markkinointia
- Eri kanavista tulevaa tietoa pystytään yhdistämään, analysoimaan ja sieltä pystytään löytämään aiemmin tunnistamattomia asioita
- Yrityksen johto ja markkinointi pystyvät tekemään enemmän dataohjattuja päätöksiä



# KIITOS!



Jari Savolainen,  
Key Account Manager

[jari.savolainen@viidakko.fi](mailto:jari.savolainen@viidakko.fi)