

KARI KORHIAKOSKI & BELINDA GERDT

YLIVOIMAINEN
ASIAKAS-
KOKEMUS



Työkalupakki

TALENTUM 2016
HELSINKI

Copyright © 2016 Talentum Media Oy ja tekijät

ISBN: 978-952-14-2784-8

ISBN: 978-952-14-2785-5 (sähkökirja)

ISBN: 978-952-14-2786-2 (verkkokirja)

Kansi: Ea Söderberg

Taitto: Ana Mitrunen

Paino: BALTO print 2016, Liettua

Anna palautetta kirjasta: www.talentumshop.fi

johdanto

Yhä useampi suomalainen yritys on viimein ymmärtänyt, että asiakkaiden odotuksia ja kokemuksia on kuunneltava tarkemmin. Kansainvälisen kilpailun koulivientiteollisuus heräsi ensimmäisten joukossa – onhan asiakaskokemus noussut maailmalla strategiakeskusteluun jo useita vuosia sitten. Asiakaskokemus on nyt kotimarkkinoillakin saamassa jalansijaa pitkään jatkuneesta taantumasta huolimatta. Matalasuhdanne on viivästyttänyt tai vähentänyt monia investointeja, ja siksi myös asiakaskokemuksen kehittäminen on ollut lähinnä yksittäisten kokeilujen varassa.

Yritysten tekemät ennätystulokset valavat kuitenkin uskoa siihen, että asiakaskokemuksen kehittäminen tulee kokeilu- ja pilotointivaiheen jälkeen keräämään lisää huomiota. Tulemme näkemään voimakkaita panostuksia strategisen kilpailukyvyn rakentamiseen juuri asiakaskokemusta kehittämällä. Tätä tukevat jo suurissa yrityksissä tehdyt organisaatoratkaisut, uudet tehtäväkuvat ja nimitykset.

Matka korulauseista todelliseen, asiakaskokemuksen strategiseen kehittämiseen on kuitenkin pitkä. Se vaatii laajaa sitoutumista yksittäisten projektin sijaan. Aidosti asiakaslähtöisen liiketoiminnan rakentamiseen tarvitaan rutkasti tahtoa.

Tämä kirja tarjoaa matkaa aloitteleville ja sitä jo hyvän aikaa kulkeneille laaja-alaisen viitekehyksen, jonka avulla konkreettisia tuloksia on mahdollista

johdanto

saavuttaa ja mitata. Kirja on jaettu viiteen osa-alueeseen: strategiaan, brändiin, ihmisiin, toteutukseen ja tuloksiin. Apuvälineitä näiden osa-alueiden implementointiin ja kehittämiseen löytyy kuudennesta osiosta. Johtamisen työkalupakki on konkreettinen työkirja asiakaskokemuksen kehittämiseen yrityksissä.

Intohimoisesti asiakkaisiinsa suhtautuvat yritykset mittaavat ja kehittävät asiakaskokemusta jatkuvasti. Asiakkaiden odotukset ja ostokäyttäytyminen muuttuvat kaiken aikaa, ja siksi suunnittelun, toteutuksen ja seurannan on kuljettava käsi kädessä. Muutos ei tapahdu hetkessä, mutta sen eteen tehtävä työ on yrityksen liiketoiminnan kannalta vaivan arvoista.

Nautinnollista matkaa – toivottavasti kirjamme tarjoaa paljon hyödyllisiä apuvälineitä ja ajatuksia polun eri vaiheisiin!