Hyvän digiasiakassuhteen rakentaminen

digiMensa –hanke

Menestyvät suomalaiset asiakasviisaat organisaatiot – Asiakasarvon johtaminen ja mittaaminen digitaalisen ajan liiketoimintamalleissa

LUT University

LAMK
Lahden ammattikorkeakoulu
Lahti University of Applied Sciences

BUSINESS FINLAND

Osallistamalla toimijat digitaaliseen palveluketjuun yritykset voivat hyötyä palvelutarjoajien osaamisesta

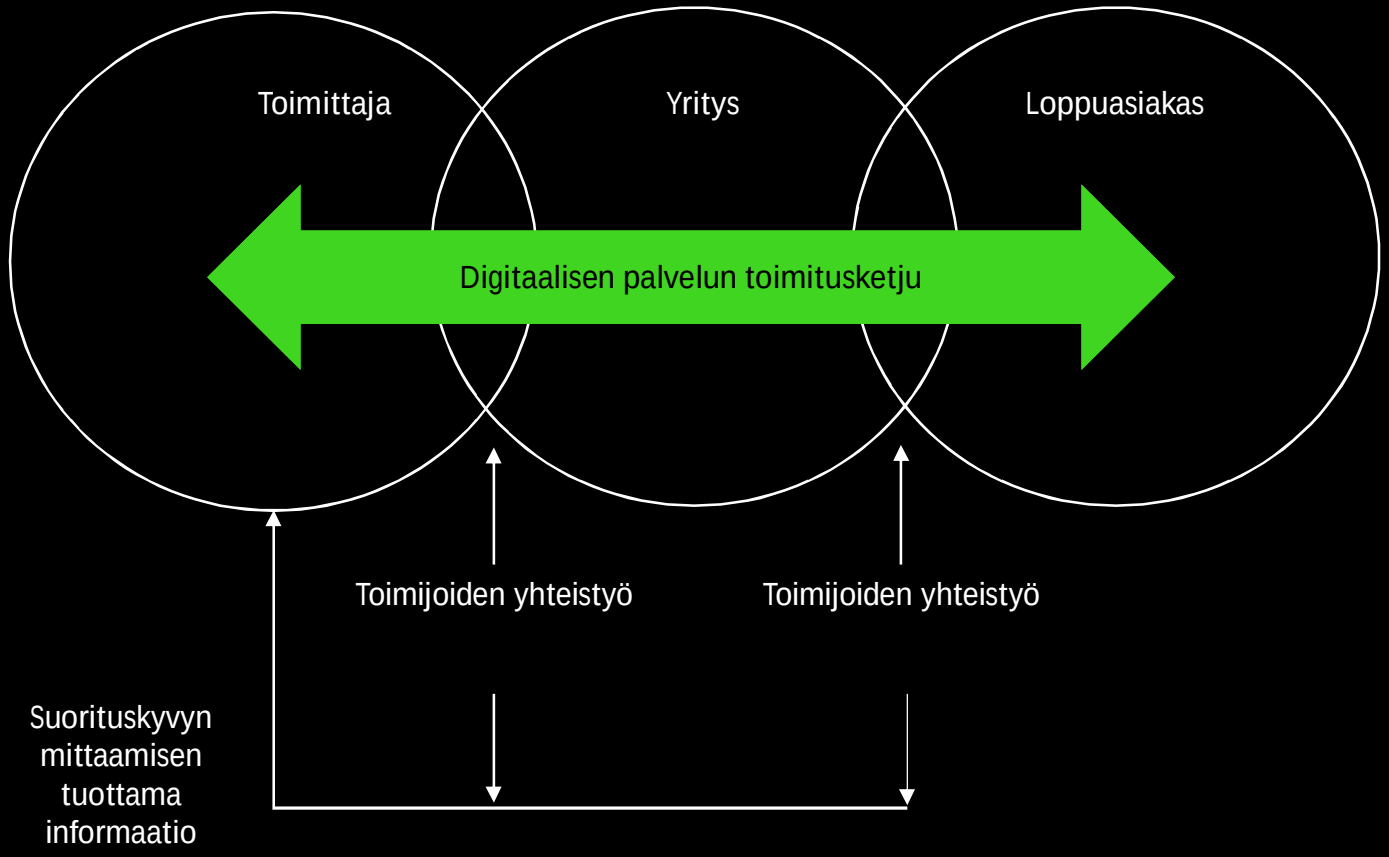
Digitaalinen palveluketju tai toimitusketju voi tarkoittaa sitä

- Miten palvelut ja tuotteet toimitetaan ja miten niitä ylläpidetään

Toimijoiden osallistaminen tarkoittaa esimerkiksi sitä, miten tietoa kerätään ja jaetaan

- Miten asiakkaan käyttäytymistä voidaan mitata ja analysoida
- Miten toimittajien osaamista voidaan hyödyntää

Toimijoiden yhteistyön merkitys osana digiasiakassuhteen rakentamista



Vuorovaikutukseen vaikuttavia tekijöitä	Asiakassuhteeseen vaikuttavia Digipalvelutarjoaijien ominaisuuksia		
	Yrityksen koko	Asiakassuhteen kypsyys	Asiakkakkuuksien/palveluiden monipuolisuus
Palvelun/ Toiminnon kriittisyys	Tärkeää yrityksen koosta riippumatta	Korostuu kaikissa asiakassuhteissa	Tärkeää asiakkuuden/palvelun monipuolisuuden kannalta
Palvelun yksilöllisyys	Pienissä yrityksissä yksilöllisyys korostuu koko digipalvelun toimituksen ajan "front end – back end", Suurissa yrityksissä yksilöllisyys korostuu valikoitujen referenssiasiakkaiden kohdalla.	Digipalvelujen yksilöllisyys lisääntyy asiakassuhteen kehittymisen myötä	Asiakkuuksien monipuolisuus tarkoittaa yleisesti myös yksilöllisempää ja räätälöidympää palvelua; riippuu palvelun luonteesta
Toimijoiden välinen luottamus	Pienissä yrityksissä luottamuksen rakentaminen korostuu	Luottamus on edellytyksenä pitkäkestoisen asiakassuhteen rakentamiselle	Asiakkuuksien monipuolisuus vaatii luottamuksen rakentamista, koska asiakkaiden tarpeet ja toiveet vaihtelevat. Yhtenäisten/räätälöimättömien tuotteiden kohdalla luottamuksen rakentaminen ei korostu.
Korvaus/ kompensaatio	Pienet yritykset eivät näe merkittäväksi, Suuret yritykset kokevat tärkeänä	Käytetään tavallisesti asiakassuhteen alkuvaiheessa	Hyödyllistä yhtenäiselle asiakaskunnalle; Enemmän arvostettu perustuotteiden/palveluiden (vähän räätälöityjen) yhteydessä
Uuden liiketoiminnan mahdollisuus	Palveluntarjoajan koolla ei merkitystä	Asiakassuhteen kypsyessä asiakkaat ovat halukkaampia jakamaan saatuja hyötyjä	Monipuolisempi asiakaskunta johtaa kilpailun vähenemiseen ja motivoi tiedon jakamiseen
Tiedon lisääminen	Tärkeää kaiken kokoiselle yrityksille	Tärkeää kaiken kokoiselle yrityksille	Tärkeää kaiken kokoiselle yrityksille
Palveluntarjoajien kyky myydä	Merkittävää pienille yrityksille; Tärkeää muille	Merkittävää start-upeille; tärkeää muille	Merkitys korostuu räätälöityjen palveluiden yhteydessä

Yhteenveto

- Vuorovaikutuksen huomiointi ja lisääminen osana koko digitaalista palveluketjua parantaa asiakassuhteen rakentamista

- Digitaalisessa toimintaympäristössä palveluntarjoajalla tai toimittajalla on mahdollisuus vaikuttaa asiakassuhteeseen positiivisesti

Pohdittavaksi

Millaisia digitaalisia palveluketjuja meillä on?

Miten palvelutoimittaja/tarjoaja on huomioitu osana palveluketjun arvonmuodostusta?