

Kotitalous

Kuluttajan kanssa toimiminen

Taru From - HR4 Solutions Oy
Koulutuskierrös 2010-2015

Kuluttajan kanssa toimiminen

- ”**Kuluttaja**” = ihminen, jolla on koti ja jokaisen koti on itselle erityisen tärkeä
- ”**kanssa**” = kaikki perustuu kanssakäymiseen ja luottamukseen
- ”**toimiminen**” = aktiivinen kanssakäyminen eli tehtävän suorittaminen alkaa ensi kontaktista ja ei oikeastaan pääty koskaan, vaikka yhteydenpito harvenee

Tehtävien toteuttaminen ja kommunikointi

- Kuluttajan kanssa toimiminen
- Asiakaskontaktin solmiminen ja yhteydenpito asiakkaaseen
- Sopivan palvelun tarjoaminen asiakkaalle
- Asiakaspalautteen käsittely
- Lisämyynti ja jälkimarkkinointi

Sähköpalvelut kuluttajakohtaamiset

Kiinnostus
Ensikontakti
Kohtaaminen
Kartoitus
Tarjous
Kauppa = Sopiminen
Suunnittelu
Toteutus
Jälkiseuranta

Kuluttajakohhtaaminen

”Moment of truth”

”Totuuden hetki”

Kuluttajalähtöinen toiminta

- Mitä se on?
 - Se on ihmistenvälistä vuorovaikutusta
 - Puhumista, kuuntelua
 - Kiinnostusta asiakkaan ongelmiin
 - Ratkaisuhalukkuutta, aloitteellisuutta
 - Lupausten antamista
 - Lupausten pitämistä
 - Välittämistä siitä mitä tekee
 - Miten tekee sen työn mitä tekee
 - Ihmisten välistä luottamusta
 - Ammattitaitoa

Tehtävä 1:

- Mitä kuluttaja ajattelee?
- Mitä kuluttaja toivoo?
- Mitä itse toivoisit asiakkaana?

Sähköpalveluiden myyminen – perusedellytykset kauppojen syntymiselle

- P = TUOTE
- P = HINTA
- P = SAATAVUUS, SAAVUTETTAVUUS
- P = KAMPANJOINTI JA ILMOITTELU, informaation jakaminen ja saaminen

Sähköpalveluiden ostaminen

Vaikka kuluttaja huomaakin tarvitsevansa sähköpalveluja, hän ei aina tiedä mistä lähteä etsimään apua tai osaa kysyä asioita, joita tarvitsee.

- Sähköpalvelut ovat moniulotteinen “TUOTE”, jossa on mukana suunnittelu, tuotteet ja tarvikkeet, asiantuntemus, rakentaminen ja asennus, ja useita tarjoamakovonaisuuksia (esim. sähkö, valaistus, turvallisuus, tietoliikenne, viihde elektroniikka jne)
- **INFORMAATIO:** Kuluttajan on vaikea määrittellä mitä hän tarvitsee, koska ei ole tarpeeksi tietoa tai ymmärrystä sähkötuotteesta ja uusista mahdollisuuksista
- **HINTA:** Hinnoittelu ei ole läpinäkyvää, ja vaikea ymmärtää kokonaishinta, koska “tuote” koostuu useasta eri osatekijästä
- **SAATAVUUS:** Internet on pullollaan erilaisia sähköurakoitsijoita ja palvelun tarjoajia, mutta kuluttaja ei välttämättä tiedä keneen luottaa.

Kuluttajalla menee helposti sormi suuhun

Mistä löydän tietoja?

Mitäköhän kaikki tällainen maksaa?

Mistä löydän sähkömiehen?

Mistä tiedän onko sähkömies luotettava?



Mikä on väyläjärjestelmä?

Ovatko minun asiani kunnossa?

Kannattakohan oikeasti lähteä
parantamaan sähkömukavuutta?

Voiko näin vanhalle talolle
vielä tehdä jotain?

Sähkötreffit

- Tavalliselle kuluttajalle sähköpalveluiden ostaminen ei onnistu ilman asiantuntija-apua.
- Sähköpalveluiden myyminen ja kommunikointi voi olla haastavaa kun asiakas on “maallikko”
- Kannattavien palvelujen todennäköisempi myyminen
- Sähkötreffit pyrkii helpottamaan tätä ja tekemään myymisestä ja ostamisesta vaivattomampaa ja samalla varmistamaan, että lopputuloksena on tyytyväinen asiakas ja yrittäjä

Asiakastyytyväisyys

Miksi asiakas oli tyytyväinen?

- Mieti
 - minkälainen oli onnistunut asiakaskäynti, jossa asiakas ilmaisi, että oli TOSI tyytyväinen
 - Millaisista asiakaskäynneistä tiedät, että asiakas varmasti SUOSITTELEE palveluja
 - Kirjaa 2 asiaa mikä näissä tapauksissa meni erityisen hyvin?

Mitä pitäisi tehdä?

Kuluttajan haasteet sähköpalveluiden ostamisessa

Voidaanko tätä kehittää?

Peruspalveluprosessi

tapahtumat

Prosessi kuluttaja-asiakkaan näkökulmasta

Kiinnostus
Ensikontakti
Kohtaaminen

Ensivaikutelma,
Luottamuksen syntymisen ensi vaihe
Päätöksen esiaste

Kartoitus
Tarjous
Kauppa

Vuoropuhelu (puhelin, sähköposti,..)
Kartoitus ja määrittely
Päätös, tilausvahvistus

Suunnittelu
Toteutus
Jälkiseuranta

Kohtaamiset
Työntoteutus, ja seuraaminen
Valmistuminen, laatu
Lasku

Yksinkertaistetaan: Avaintapahtumat

Ensikontakti

**Kohtaaminen
työtehtävä**

**Tehdyn
työn jälkeen
Kontaktit**

**Jälkihoito
asiakassuhteen
vakiinnuttaminen**

Asiakastapahtuma

**Kontaktin
Solmiminen
Sopivan
Palvelun
Identifiointi ja
myyminen**

**Palvelu-
kokemus
Toimivan työn
toteuttaminen
Uusien
Mahdollisuuksien
tunnistaminen**

**Laadun
tarkistus
Asiakas-
Tyytyväisyys
/-palaute
Lisämyynnin
paikka**

**Asiakassuhteen
hoitaminen
Lisämyynti
Jälki-
markkinointi**

Ensikontakti

Ensikontakti

**Kontaktin
Solmiminen
Sopivan
Palvelun
Identifiointi ja
myyminen**

- Merkityksellistä koko palvelukokemuksessa?
- Miten onnistun paremmin?
- Luottamuksen rakentaminen jo tässä vaiheessa?
- Miten sovin käynnistä ja sen sisällöstä?
- Sovitaanko kirjallisesti, jotta se on selkeää ja ymmärrettävää?

Työnsuorittaminen, kohtaaminen

**Kohtaaminen
työtehtävä**

**Palvelu-
Kokemus
Toimivan työn
toteuttaminen
Uusien
Mahdollisuuksien
tunnistaminen**

- Merkityksellistä ja menestystekijät?
- Miten onnistun paremmin?
- Luottamuksen rakentaminen?
- Palvelukokemuksen kokonaisuuden ymmärtäminen – jossa ydin luonnollisesti itse työn suorittaminen sovitusti, tai vähän enemmän?

Kun työ on tehty

**Tehdyn
työn jälkeen
Kontaktit**

**Laadun
tarkistus
Asiakas-
Tyytyväisyys
/-palaute
Lisämyynnin
paikka**

- Lähiajan jälkihoito
- Pitkän ajan jälkihoito
- Merkityksellistä, ja menestystekijät?
- Miten onnistun paremmin?
- Luottamuksen rakentaminen
- Laadun varmistaminen (puutteet, virheet,..)

Kun työ on tehty, ja aikaa kulunut

**Jälkihoito
asiakassuhteen
vakiinnuttaminen**

**Asiakassuhteen
hoitaminen
Lisämyynti
Jälki-
markkinointi**

- Lähiajan jälkihoito
- Pitkän ajan jälkihoito
- Merkityksellistä, ja menestystekijät?
- Miten onnistun paremmin?
- Luottamuksen rakentaminen

- ”Vuosihoito” – yhteydenpito, laadun varmistaminen, lisä tarpeet, ja uutuudet,...LISÄMYYN TI

Yksinkertaistetaan: Avain tapahtumat

Ensikontakti

**Kohtaaminen
työtehtävä**

**Tehdyn
työn jälkeen
Kontaktit**

**Jälkihoito
asiakassuhteen
vakiinnuttaminen**

Yhteydenpito ja kommunikointi

Kuluttajan yhdessä kanssa toimiminen

**Kontaktin
Solmiminen
Sopivan
Palvelun
Identifiointi ja
myyminen**

**Palvelu-
kokemus
Toimivan työn
toteuttaminen
Uusien
Mahdollisuuksien
tunnistaminen**

**Laadun
tarkistus
Asiakas-
Tyytyväisyys
/-palaute
Lisämyynnin
paikka**

**Asiakassuhteen
hoitaminen
Lisämyynti
Jälki-
markkinointi**

Asiakassuhde

Asiakassuhteen myötä
mahdollisuus myydä lisää
paremman kannattavuuden
palveluja

Asiakassuhde?

- Merkityksellistä ja hyvän asiakassuhteen menestystekijät?
- Miten onnistun paremmin?
- Luottamuksen rakentaminen

Asiakassuhde ja lisämyynti

- Kaikki on kommunikointia ja vuorovaikutusta
- Kysymistä, vastaamista
- Lupausten antamista ja pitämistä
- ja lopulta ratkaisuja ja palvelua

Tehtävä nro 2

- Mitä muuta voisi myydä?
- Esimerkkejä pienistä myynti suorituksista, joihin voisi olla tuotteet mukana?
- Mikä kotona on useimmiten rikki, tai puutteellinen tilanne?

Toimitaan asiakkaan kotona

Mitä tulisi muistaa

Käyttäytyminen

- Edelleen olemme jonkun ihmisen kotona, eli tulemme hyvin henkilökohtaiselle inhimilliselle alueelle, luottamuksen syntyminen on tärkeää
- Herkkyys ja huomaavaisuus ei maksa extraa
- Tervehtiminen kuuluu ihan normaaleihin hyviin tapoihin, samoin silmiin katsominen

Siisteys

- Olemme jonkun kotona – huomioidaan se
- Kävelläänkö sisään kengät jalassa, pitäisikö ainakin kysyä lupa?
- Pitääkö tavaroita siirtää tai suojata työn aikana tai jo etukäteen?
- Työsuorituksessa syntynyt roska, pöly, muu haitta? Miten voisi ennakoida ja miten sovitaan jälkihuolto?
- Henkilökohtainen siisteys, pukeutuminen

Tehtävä nro 3

- Mikä tuottaa onnistuneen palvelukokemuksen niin kuluttajalle kuin yrittäjälle, niin että sen lopputulos on ”win-win”
- Mitä voisit soveltaa omassa työssäsi HETI huomenna?
- Nimeä 3 tärkeintä seikkaa – itsenäinen tehtävä

Jos halutaan

lisätä kuluttajien kiinnostusta kodin sähköisen varustelutason parantamiseksi siten, että asuntojen sähköistyksen, valaistuksen ja sähkölaitteiden käytettävyys, energiatehokkuus ja sähköturvallisuus paranisi.

Jos halutaan ammattimaisesti tarjota sähköammattilaisten palveluja.

Onnistunut palvelukokemus

Asiantuntijuuden lisäksi
sähköpalvelut on ihmisten välistä
liiketoimintaa, joka perustuu
vuorovaikutukseen,
kommunikaatioon ja luottamukseen

Sen ”tuotanto” tapahtuu koko
elinkaaren aikana

taru.from@ceesta.fi, Ceesta Oy

KIITOS