

Asiakastietojen keruu ja hyödyntäminen

HAAGA-HELIA
ammattikorkeakoulu
Anne-Maija Selin

Asiakastiedonhallinta

- On toimintaprosessi, jossa kerätään, jalostetaan, säilytetään ja hyödynnetään eri lähteistä tulevaa asiakastietoa asiakaskannan ja yksittäisten asiakassuhteiden arvon kehittämiseksi.
- Huom! Henkilötietolaki

Asiakasmuisti

- Jokainen kontakti asiakkaaseen tuottaa tietoa

Asiakasmuisti (2)

- Yrityksen asiakasmuisti rakentuu asiakastiedostoista ja henkilöstön päästä löytyvästä asiakasinformaatiosta sekä yrityksen kyvystä saada tämä informaatio käyttöön kaikissa asiakaskohtaamistilanteissa.
- Jos asiakasmuisti ei toimi, asiakas ei saa tasalaatuaista palvelua kaikissa tilanteissa.

Asiakastietovaranto

- Koostuu yrityksen eri tietokantoihin tallennetusta asiakastiedosta.
- Asiakastietojärjestelmän tärkeimmät kriteerit:

Asiakastiedon käyttö asiakaskannan johtamisessa

- Strategista toimintaa
- Informaation tarvitsijoita yrityksen päätöksentekijät
- Tavoitteena parantaa tietämystä asiakaskannan rakenteesta ja käyttäytymisestä

Asiakastiedon käyttö asiakassuhteiden hoitamisessa

- Taktista tiedonkäyttöä
- Asiakkaiden kanssa kontakteissa olevat työntekijät käyttävät asiakastietoa osana päivittäisiä työrutiineja
- Asiakastieto toimii asiakaskontaktoinnin sisällön ja ajoituksen ohjaamisvälineenä

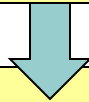
Asiakastiedon keruun suunnittelu

- Mitä tietoa asiakkaista tarvitaan?
- Tarvitaanko eri asiakasryhmistä eri tietoja?
- Miten tarvittavat tiedot saadaan?
- Mitä tietoja ei saa kerätä?
- Paljonko tietojen saaminen maksaa?
- Missä muodossa tiedot rekisteröidään?
- Miten tiedoista voi tehdä poimintoja kampanjointia varten?
- Mikä on tiedonkeruun taso: yritys, kotitalous, yksilö?
- Mihin ja miten tietoja aiotaan käyttää?
- Kuka saa käyttää tietoja?
- Miten tietoja päivitetään ja kuka hoitaa päivityksen?
- Paljonko rekisterin perustaminen ja käyttö maksavat?

Tiedon neljä luokkaa

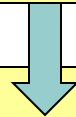
1. Perustieto

Data; olemassa oleva, saatava



2. Informaatio

Johdettu tieto; syntyy perustietojen yhdistämisestä



3. Tietämys

Analyysi- ja luokitustieto; syntyy kokemusperäisesti



4. Ennustemallit

Syntyy yhdistelemällä perustietoa, informaatiota, tietämystä ja mahdollisten ulkopuolisten tietolähteiden tietoa.

Asiakastietokantaan tallennettavia tietoja

1. Henkilö- ja yhteystiedot

- nimi, sukupuoli, ikä tai syntymävuosi
- osoite, puhelinnumerot, sähköpostiosoite
- arvo tai ammatti

2. Ostokäyttäytyminen

- ostot: arvo, määrä, keskiostos, kannattavuus
- ostetut tuoteryhmät
- ostopaikka
- ostoajankohta, ostotiheys
- tarjoustuotteiden ostot
- ostopotentiaali, asiakasosuus

Asiakastietokanta

5. Markkinointitoimet

- säännölliset tiedotteet
- kampanjat
- muut kontaktit
- liipasimet
- tulokset, reaktiot

4. Asiakaspalaute

- valitukset, kiitokset, ehdotukset
- tyytyväisyyskyselyn vastaukset
- parannustoimenpiteet

3. Elämäntilanne

- perhekoko, elinvaihe
- asumismuoto
- harrastukset
- tuotteiden omistus