

Koulutusala Liiketoiminta- ja yrittäjyysosaaminen	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Mikko Kröger	
Työn nimi Autotalo Laakkonen Oy:n asiakashallinta	
Päiväys	12.4.2011
Sivumäärä/Liitteet	53 +1
Ohjaaja(t) Antti Iire & Pentti Mäkelä	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Autotalo Laakkonen Oy	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli tarkastella Autotalo Laakkonen Oy:n Kuopion toimipisteen asiakashallintaa. Asiakashallinta sisältää toimintoja ja suuntauksia asiakassuhteiden valintaan ja hallintaan. Asiakashallinta vaatii määrätietoista ja kokonaisvaltaista työskentelyä sekä suuntautumista asiakaslähtöiseen toimintaan.</p> <p>Työssä selvennetään kohdeorganisaation asiakashallinnan tilaa sekä myyjien toimintaa asiakashallinnassa. Olennaisessa osassa on asiakashallinnan nykytilan selvittäminen sekä myyjien toiminta asiakashallinnan eri osa-alueilla.</p> <p>Tutkimuksen teoriaosassa käsitellään asiakkuusajattelua ja asiakashallinnan tavoitteita. Teorian myöhemmässä vaiheessa tarkastellaan asiakaslähtöisen liiketoimintamallin sisältöä. Asiakaslähtöisen liiketoimintamallin sisältöön olen sisällyttänyt muun muassa asiakashallinnan prosessin, asiakkuuden elinkaariajattelun, asiakasuskollisuuden ja kannattavuuden sekä asiakashallinnan tietojärjestelmät.</p> <p>Opinnäytetyö on kvalitatiivinen tutkimus. Tutkimuksen kohteena on Autotalo Laakkonen Oy:n Kuopion toimipiste. Tutkimuksen tiedonhankinnan toteutin teemahaastattelujen kautta sekä omaa havainnointiani hyväksikäyttäen.</p> <p>Tutkimuksen mukaan yrityksessä tiedostetaan asiakashallinnan merkitys ja yrityksen toiminnassa on vahvoja piirteitä asiakkuudenhallinnan osa-alueista. Yrityksen tulisi kiinnittää huomioita muun muassa asiakaskannanjohtamiseen, segmentointiin ja toiminnan jatkuvuuteen asiakkaan näkökulmasta.</p>	
<p>Avainsanat</p> <p>Autotalo Laakkonen, asiakkuuden hallinta, asiakkuus, asiakkuuden elinkaari, asiakasstrategia, asiakaslähtöisyys, asiakaslähtöinen liiketoimintamalli</p>	

Field of Study Business and Administration			
Degree Programme Business and Administration			
Author(s) Mikko Kröger			
Title of Thesis Customer Relationship Management – Case: Autotalo Laakkonen Oy			
Date	12.4.2011	Pages/Appendices	53+1
Supervisor(s) Antti Iire & Pentti Mäkelä			
Project/Partners Autotalo Laakkonen Oy			
<p>Abstract</p> <p>The aim of the thesis was to scrutinize customer relationship management of Autotalo Laakkonen Oy Kuopio branch. Customer relationship management includes processes of and guidelines on selection and management of customer relationships. Customer relationship management requires determined and comprehensive commitment to customer-oriented actions.</p> <p>The thesis clarifies the situation of customer relationship management in the case organization as well as sales personnel activities in relation to these operations. A substantial part of the thesis focuses on defining how customer relationship management is handled in the case company at the moment and what are the sales personnel's responsibilities for the various elements of customer relationship management.</p> <p>The theoretical part of the research deals with customer insight and the objectives of customer relationship management. The elements of a customer-oriented business model are also scrutinized, consisting, among other things, of customer management process, customer relationship life cycle, customer loyalty and profitability as well as customer relationship management systems.</p> <p>The thesis is a qualitative research. Data was collected through thematic interviews as well as the author's own observations.</p> <p>According to this research, the company is well aware of the importance of customer relationship management and there are also strong features of various elements of customer relationship management in the operations of the case company. However, the company should pay attention to customer base management, segmentation and business continuity from the customer perspective.</p>			
<p>Keywords Autotalo Laakkonen Oy, customer relationship management, customer relationship, customer relationship life cycle, customer strategy, customer orientation, customer-oriented business model</p>			

