



SAVONIA

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALOUDEN JA HALLINNON ALA

ASIAKASKOKEMUKSEN TUOTTAMINEN TELE- MARKKINNOINNISSA

TEKIJÄ: Harri Holopainen LLA12S

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala			
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma			
Työn tekijä Harri Matias Holopainen			
Työn nimi Asiakaskokemuksen tuottaminen telemarkkinoinnissa			
Päiväys	03.11.2014	Sivumäärä/Liitteet	21
Ohjaajat Anneli Juutilainen, Milla Siimekselä			
Toimeksiantaja Yritys X			
Tiivistelmä			
<p>Opinnäytetyöni tarkoituksena on tutkia sitä, kuinka asiakkaille tuotetaan ensiluokkainen asiakaskokemus telemarkkinoinnissa. Opinnäytetyöni tilaajana toimii yritys X. Yritys X:n telemarkkinointi on osittain ulkoistettu erilliselle yritykselle. Heidän yhteistyö ei ole julkista, joten tästä syystä puhun työssäni yritys A:sta. Tutkimukseni tarkoituksena on selvittää, kuinka yritys A:n työntekijät kokevat ensiluokkaisen asiakaskokemuksen ja minkälaista valmennusapua he kaipaivat työnsä tueksi. Tutkimuksen tulokset auttavat yritys A:n koulutussuunnittelussa siten, että asiakaskokemus parantuu asiakaskokemuksen eri vaiheissa.</p> <p>Toteutin tutkimukseni kyselylomakkeen avulla. Kysely toteutettiin sähköisesti Webropol - järjestelmää hyödyntäen. Kysely toimitettiin yritys A:n työntekijöille sähköpostin välityksellä ja vastausaikaa oli kaksi viikkoa. Kyselyn tutkimusryhmänä oli yritys X:n telemarkkinointia hoitava yritys A:n henkilökunta. Tutkimusmenetelminä käytin laadullisen ja määrällisen tutkimuksen menetelmiä. Vastauksia kyselyyn tuli 21 kappaletta.</p> <p>Tulokset osoittivat, että yritys A:n työntekijät kokivat hyvän asiakaskokemuksen sellaisenaan, että sovitut asiat hoidetaan ja asiakasta kuunnellaan kohtaamisen aikana. Näin asiakkaalle voidaan tarjota asiakkaan tarpeisiin sopiva finanssiratkaistu. Erityisesti asiakkaan kuuntelu puhelun aikana tuli vastauksissa useasti esille. Tulokset myös osoittivat, että yritys A:n henkilökunta kaipasi tuotetuntemusta yritys X:n finanssituotteista työnsä tueksi.</p> <p>Toimenpide-ehdotuksina yritys A:n työntekijöiden ammattitaidon lisäämiseksi olisivat yritys X:n tuotekoulutus ja puheluesimerkkien kuunteleminen esimerkiksi tiimipalaverissa. Puheluesimerkkien avulla yritys A:n työntekijöille voidaan havainnollistaa esimerkiksi hyvän myyntipuhelun tärkeät vaiheet ja se, kuinka kauppaa saadaan synnytettyä puhelun aikana. Puheluesimerkkien avulla yritys A:n työntekijöille voidaan myös havainnollistaa ensiluokkainen asiakaskokemus. Työntekijöiden kanssa voidaan keskustella itsensä kehittämisestä sekä siitä, kuinka jokaisen puhelut saadaan hyvän asiakaskokemuksen piiriin.</p>			
Avainsanat Asiakaskokemus, asiakas, asiakaspalvelu			

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author Harri Matias Holopainen			
Title of Thesis Customer experience in telemarketing			
Date	03.11.2014	Pages/Appendices	21
Supervisor Anneli Juutilainen, Milla Siimekselä			
Client Organisation Company X			
<p>Abstract</p> <p>The purpose for this thesis was to explore how to create first-class customer experience for the customers in telemarketing. The thesis was commissioned by company X. The telemarketing company in question and company X don't have a public alliance so that's why the telemarketing company is called company A. An enquiry was sent to company A's workers with the purpose of exploring what they thought about first-class customer experience and what kind of coaching help they would need to improve their knowledge of first-class customer experience. Information from the enquiry can be used to improve coaching of company A's workers.</p> <p>A survey was created by Webropol system. The survey was sent to company A's workers by email and they had two weeks to answer to the survey. The research methods were quantitative and qualitative research. 21 responses were received.</p> <p>The results showed that company A's workers saw first-class customer experience consists of kept promises: what has been agreed with the customer will also happen. A customer service representative should also listen to the customer in the phone conversation. When the customer service representative knows basic facts about the customer, it is much easier to make an insurance offer to meet customer needs. The results also showed that company A's workers need more information about company X products. With better knowledge about the company X product range it is much easier to company A's workers to have a conversation with customers.</p> <p>The proposal for action is to increase the training about company X products to company A's workers. Another proposal is to listen for example to phone calls to learn about first-class customer experience. With the help of sample phone calls it is easy to demonstrate first-class customer experience in telemarketing and every worker at company A can make their calls into first-class customer experiences.</p>			
Keywords Customer experience, customer, customer service			