

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Tuomas S. Toiviainen	
Työn nimi Asiakkuudet ja asiakkuuksien johtaminen – Tapaustutkimus kuljetusliikkeen asiakaskannattavuudesta	
Päiväys 12.5.2014	Sivumäärä/Liitteet 63/1
Ohjaaja(t) Antti Iire	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Kuljetusliike Mikko Korhonen Oy	
Tiivistelmä <p>Kuljetusliike Mikko Korhonen Oy:n kannattavuus on viime vuosina heikentynyt merkittävästi vuoden 2008 loppupuolella alkaneen makrotaloudellisen taantumun ja sitä seuranneen markkinakehityksen seurauksena. Liiketoiminnan kannattavuuden heikentyminen edellyttää yritykseltä toimia kannattavuuden ylläpitämiseksi ja parantamiseksi. Perinteisin keino kannattavuuden parantamiseksi on kustannusrakenteen mukauttaminen, mutta yrityksen kokonaiskannattavuutta voidaan parantaa myös asiakasjohtamisen keinoin keskittämällä resursseja kannattavimpiin asiakkaisiin ja kehittämällä asiakkuuksien kannattavuutta. Tämä edellyttää yritykseltä kykyä analysoida asiakkaitaan ja kerätä tietoa asiakaskohtaisesta kannattavuudesta.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia Kuljetusliike Mikko Korhonen Oy:n asiakkuuksia ja asiakkuuksien johtamiseen liittyviä käytänteitä muuttuneen markkinaympäristön kontekstissa. Tutkimusongelmana oli selvittää miten yritys voisi tehostaa toimintaansa ja kehittää asiakaskannattavuuttaan asiakkuuksien johtamisen keinoin. Tavoitteena oli hankkia strukturoidumpaa tietoa asiakkuuksien johtamisen ja operatiivisen päätöksenteon tueksi sekä muodostaa yrityksen liiketoimintaan soveltuva malli asiakkuuksien kannattavuuden arvioimiseksi. Tutkimus toteutettiin kvitatiivisena tapaustutkimuksena, jossa yhdistettiin sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista tutkimusotetta.</p> <p>Tutkimusprosessin seurauksena vastattiin tutkimuskysymyksiin ja saavutettiin tietoa yrityksen resurssien allokoinnista eri asiakkaille, muotoiltiin malli asiakkuuksien tuottavuuden ja kannattavuuden mittaamiseksi, tunnistettiin kannattavimmat asiakkaat ja annettiin muutamia toimenpidesuosituksia yrityksen pohdittavaksi asiakaskannattavuuden ja asiakasportfolion kehittämiseksi. Tutkimusprosessin seurauksena syntyi myös tietoa asiakasportfolion kehityksestä, jota voidaan hyödyntää yrityksen päivittäisen operatiivisen päätöksenteon tukena.</p>	
Avainsanat Suhdemarkkinointi, Asiakkuuksien johtaminen, Asiakaskannattavuus	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author(s) Tuomas S. Toiviainen			
Title of Thesis Customers and Customer Relationship Management – Case study for the customer profitability in transport company			
Date	12.5.2014	Pages/Appendices	63/1
Supervisor(s) Antti Iire			
Client Organisation /Partners Kuljetusliike Mikko Korhonen Oy			
<p>Abstract</p> <p>The profitability of the transport operations of Kuljetusliike Mikko Korhonen Ltd. has significantly deteriorated in the recent years. The reason for that has been the macro-economic downturn that started in the end of the year 2008 and its subsequent market results on the European haulage markets. The weakening profitability of the business requires actions. The most traditional way to improve profitability is to adapt the cost structure. In addition to this, a company's overall profitability can be improved by efficient customer relationship management means, focusing resources on the most profitable customer, and by developing the profitability of customer relationships. For the company, this requires the ability to analyze customers and to gather information on customer profitability.</p> <p>The aim of this study was to investigate Kuljetusliike Mikko Korhonen Ltd.'s customers and customer relationship management related practices in the context of the changed market environment. The research problem was to find out how the company could improve their operations and develop their customer profitability by means of customer relationship management. The aim was to obtain more structured information on the company's customer relationship management and operative decision-making, and to create a suitable model for the company's customer profitability analysis. The study was conducted as a qualitative case study, which combined both qualitative and quantitative research and data gathering methods.</p> <p>As a result of the research process, answers were found to the research questions and information was gathered on the allocation of the company's resources to different customers. A model was formulated for the measurement of the customer productivity and profitability, the most profitable customers were identified, and some recommendations were given to the company on the policies of how to develop the customer profitability and the customer portfolio. The research process resulted in essential information on the development of the customer portfolio that can be put into practice in the daily operative decision-making.</p>			
Keywords Relationship Marketing, Customer Relationship Management, Customer Profitability			