

Asiakaspalaute myyntitoiminnan ja strategian jalkautuksen perustana

Heikki Luoma
Actional Oy



Asiakaspalaute myyntitoiminnan ja strategian jalkautuksen perustana

Tiedän että moni yritys tutkii jopa säännöllisesti asiakkaittensa tyytyväisyyttä ja vertaa saatuja lukujaan kilpailijoittensa numerohin. Kaikki hyvin kun omat luvut ovat paremmat kuin kilpailijoilla.

Useimmat pienet yritykset eivät lainkaan tee asiakastyytyväisyystutkimuksia.

Asiakastyytyväisyystutkimusten numero ei yleensä johda mihinkään parantamiseen.

Asiakkaiden palautetta voi kuitenkin käyttää myös strategian tarkentamiseen, markkinointiviestinnän kehittämiseen ja oman myyntitoiminnan analysointiin. Kuitenkaan pelkkä asiakastyytyväisyysluku ei riitä vaan kehittämiseen tarvitaan asiakkaiden lausumia.

On kysyttävä mitä puuttuu, mikä on hyvää ja toimivaa? Missä voi parantaa? Ja tarkentaa asiakkaan vastauksia kunnes niistä tulee hyvin konkreettisia.

Voi olla, että sinustakin strategia, markkinointiviesti ja myyntitoiminta voisivat olla varmemmalla pohjalla, kun ne perustuvat asiakkaiden lausumaan palautteeseen.

Asiakaspalautteen käytössä innovaatioissa on oikeastaan kyse siitä, että asiakas kertoo halustaan, johon ei vastata nyt, mutta johon voidaan vastata uudella palvelulla tai tuotteella. Uusi tuote tai palvelu on innovaatio.

On vain kysyttävä asiakkailta, mitä he haluavat. On kysyttävä niin, että asiakkaat kertovat tarinan.

Käytän apuna asiakaspalautteita. Käytän niitä sekä omaa työtäni koskien, että myös auttaessani asiakkaitani. myyntitoiminnan kehittämisessä.

Joskus yrityksellä on omista asiakkaistaan palautteita valmiina, mutta useimmin ei ole, jolloin selvitän asiakkaiden näkemykset kysymällä.

Selvitän mitä yrityksen nykyiset asiakkaat ovat saaneet. Käytän saamaani palautetta asiakkaani esitteiden, myyntikirjeiden, puhelinskriptien ja kalvoesitysten laatimiseen.

Se toimii. Yritys selvästi on pystynyt toimittamaan asiakkailleen jotain ja asiakkaat kertovat mitä se on. Selvityksen jälkeen yrityksen johto voi tarjota saman muille mahdollisille asiakkailleen.

Voi olla, että selviää, etteivät asiakkaat ole saaneet jotain, jota he haluavat, mutta jonka yrityksesi voisi toimittaa. Se on mahdollisuus yrityksellesi. Tulos voi olla myös uusi tuote- tai palveluinnovaatio.

Alla on kolme asiakaspalautteen käyttökohdetta. Ehkä keksit itse lisää.

Strategian hienosäätö.

Yrityksen toimintatavoissa saattaa olla jotain sellaista, joka on esteenä ostamiselle. On tietenkin selvitettävä mitä se on ja poistettava este.

Yritys saattaa myös jättää myymättä jotain, jota asiakas tarvitsee ja haluaa ja, jonka toimittamisella yritys kasvattaisi myyntiään. Selvittämällä mitä muuta asiakas voisi ostaa, löytyy uusia mahdollisuuksia ja syntyy strategista innovaatiota.

Myyntitoiminnan kehittäminen.

Yritysten tarkoituksena on, että jokainen myyjä käyttää samaa tehokasta myyntiprosessia. Käytännössä kuitenkin myyjät saattavat toimia eri tavoin.

Myyntiprosessi voi jopa olla myynnin este.

Asiakaspalautteen avulla voi tarkentaa ja varmentaa erot myyjien toimintatapojen välillä ja ottaa käyttöön parhaimmat.

Myynti- ja markkinointiviestin kehittäminen.

On itsestään selvää, että asiakkaan saama hyöty ja etu ovat avainasioita myynti- ja markkinointiviestinnässä. Harmi vain, että monissa yrityksissä ne on myyjien keksimiä. Hyödyt ja edut eivät ole samoja, joita asiakkaat pitävät hyötyinä ja etuina, jolloin myynti kärsii.

Asiakaspalautteen avulla edut ja hyödyt saa kohdalleen sellaisilla sanoilla, joita asiakkaat itse käyttävät ja joihin he reagoivat positiivisesti myynti- ja

markkinointiviestinnässä.

Asiakaspalautteen hankkimisessa on tietenkin edellytyksenä, että on asiakas. Kun asiakasta ei ole, on arvattava.

Yleensä on olemassa ainakin yksi asiakas, jonka palautetta oman toiminnan kehittämiseen on fiksua käyttää hyväksi.

Paremmiin ei voisi olla asiakaslähtöinen kuin keräämällä palautetta asiakkailta. Pelkkä numeroarviointi ei riitä. Tarvitaan asiakkaan sanallinen kuvaus mitä puuttuu ja mikä toimii hyvin, jotta yritys voi tarttua ja tehdä jotain palautteen pohjalta.

Paras tapa selvittää asiakasnäkökulma on kysyä haastattelemalla. Hyvä haastattelija osaa kysyä tarkentavia kysymyksiä, joiden vastaukset paljastavat konkreettisia mahdollisuuksia parantaa yrityksen myyntitoimintaa ja strategian jalakautusta.

Mitä mieltä olet tästä artikkelista? Kerro mielipiteesi, parannusehdotuksesi tai oletko jostain asiasta erimieltä. Ota yhteys puhelimella 040 5509200 tai s-postilla heikki.luoma@actional.fi

Ehkä tunnet henkilön, joka mieltii asiakaspalautteen käyttöä. Voit tehdä palveluksen hänelle lähettämällä tämän artikkelin hänelle.

Voit kokeilla kanssani ilman riskiä. Uskon että voin olla avuksi, koska olen avustanut muita. Ota yhteys minuun nyt soittamalla numeroon 040 5509200 tai lähettämällä sähköposti osoitteeseen heikki.luoma@actional.fi.

Heikki Matias Luoma Actional Oy