

Lehdistötiedote 7.5.2010

Suomalaisilla yrityksillä vaikeuksia pitää kiinni asiakkaistaan

Keskimääräisen suomalaisyrityksen asiakkaat eivät ole uskollisia. Tämä selviää Asiakkuusmarkkinointiliiton (ASML) ja Avaus Consultingin toista kertaa teettämästä **Asiakkuusindeksi**-tutkimuksesta. Tänä vuonna ensimmäistä kertaa mukana ollut Apple sijoittui ykköseksi ohittaen täpärästi viime vuoden voittajan Ålandsbankenin. Noin puolella mukana olleista yrityksistä on heikko asiakasuskollisuus. Tutkimuksessa kysyttiin yli 2.200 kuluttajalta heidän asiakassuhteistaan 67 suomalaiseseen yritykseen. Tutkimuksen toteutti TNS Gallup.

Viisi parasta yritystä asiakasuskollisuudessa ovat 1) Apple, 2) Ålandsbanken, 3) Osuuspankki, 4) Lähivakuutus ja 5) Säästöpankki. Kärkikymmenikössä on yhteensä kolme pankkia ja kaksi puhelinvalmistajaa.

Verrattuna viime vuoteen asiakasuskollisuus on laskussa. Pohjola ja Tele Finland kuuluvat yrityksiin, jotka ovat onnistuneet parantamaan asiakasuskollisuuttaan viime vuoteen verrattuna.

Vahvemmat asiakkuudet ratkaisevaa Suomen menestymiselle

Suomen hyvinvointi on yhä riippuvaisempi palvelualojen kasvusta. Palvelualat kansainvälistyvät nopeasti kun kuluttajat asioivat yhä enemmän verkossa. Asiakkuusmarkkinointiliiton Jari Perkon mukaan palveluista tulee samalla tavalla vienti- ja menestystuotteita kuin tavarasta. - Palvelualoilla asiakkuuksien kehittäminen on täysin keskeinen menestymisen edellytys. Tämä ei perinteisesti ole ollut suomalaisten yritysten vahvuusalueita, sanoo Perko.

Asiakkuusindeksi-tutkimuksen mukaan hyvä asiakaskokemus on tärkein asiakasuskollisuutta ja -tyytyväisyyttä lisäävä tekijä. Ne yritykset, joiden asiakkaat sanovat, että tuotteet ja palvelut vastaavat heidän tarpeitaan ja että asiointi on helppoa ja miellyttävää, sijoittuvat myös korkealle Asiakkuusindeksissä.

- Hyödykkeestä riippumatta jokainen yritys on yhä enemmän palveluyritys. Menestyksen kivijalka on ymmärrys asiakaskohtaamisista ja asiakasdialogista sekä tämän tiedon innovatiivisesta hyödyntämisestä. Massasta erottuminen on yhä vaikeampaa ilman sähköisen dialogin, kontaktien automatisoinnin ja henkilökohtaisen myyntityön yhteishallintaa, Perko painottaa.

Investointeja tulisi suunnata uudelleen

Tutkimuksesta vastaava Tom Nickels Avauksesta näkee, että kansainvälistyvässä palvelumaailmassa pärjääminen vaatii suomalaisyrityksiltä vahvoja panostuksia asiakaskokemuksen ja palveluiden kehittämiseen.

- On korkea aika arvioida tulevaisuuden investointeja ja kohdentaa niitä uusien, asiakkuuksia tukevien palvelukonseptien rakentamiseen, sanoo Nickels. Hänen mielestään suomalaisten yritysten viime vuosien investoinnit eivät heijastele

kuluttajakäyttäytymisen ja talouden rakenteiden muutoksia. – Paukut laitetaan edelleen kivijalkaan ja perinteiseen massamarkkinointiin.

Nickelsin mukaan eniten parantamista suomalaisilla palveluyrityksillä on asiakkaiden kuuntelemisessa ja heidän tarpeidensa ymmärtämisessä. – Haluttiin tai ei, meidän pitää pärjätä kansainvälisillä palvelumarkkinoilla. Se vaatii nykyistä enemmän rohkeutta ja riskinottohalua sekä konsepteissa että toimintatavoissa, sanoo Nickels.

Asiakkuusindeksi 2010 julkaistaan 7.5. verkossa osoitteessa www.asiakkuusindeksi.fi. Tutkimuksen tulokset esitetään 190-sivuisessa Asiakkuusindeksi 2010 –raportissa. Tutkimuksen tiedonkeruu toteutettiin maaliskuussa 2010 TNS Gallup Online Forumissa, jossa kyselyyn vastasi 2241 kuluttajaa. Kuluttajia pyydettiin valitsemaan yrityksiä, joiden kanssa he ovat asioineet. He vastasivat kahteenkymmeneen asiakasuskollisuuteen ja asiakaskokemukseen liittyvään kysymykseen valituista yrityksistä. Vastausten pohjalta ASML ja Avaus laskivat Asiakkuusindeksin mukana olleille 67 yritykselle.

Lisätietoja

Jari Perko, toimitusjohtaja
Asiakkuusmarkkinointiliitto, puh. 040 565 9700, jari@asml.fi

Tom Nickels, partner
Avaus, puh. 040 544 3348, tom.nickels@avaus.fi

Asiakkuusindeksi – www.asiakkuusindeksi.fi

Asiakkuusindeksi on Suomen kattavin vuosittainen selvitys suomalaisten yritysten asiakaskokemuksesta ja asiakasuskollisuudesta. Tutkimuksen tulokset esitellään Asiakkuusindeksi 2010 –raportissa. Raportin hinta on 990€ + alv ja sen voi tilata osoitteesta www.asiakkuusindeksi.fi. Vuonna 2010 mukana on 67 yritystä 16 eri toimialalta. Asiakkuusindeksin toteuttaa Asiakkuusmarkkinointiliitto ja Avaus Consulting Oy.

Asiakkuusmarkkinointiliitto (ASML) – www.asml.fi

Asiakkuusmarkkinointiliitto on asiakkuuden, monikanavaisen kohdennetun markkinoinnin, etämyynnin, verkkokaupan ja suoramyynnin toimialajärjestö, jossa on jäsenenä yli 200 yritystä eri toimialoilta.

Avaus – www.avaus.fi

Avaus auttaa asiakkaitaan kasvamaan hyödyntäen sähköisiä liiketoimintamahdollisuuksia. Avaus tarjoaa liikkeenjohdon konsultointia, asiakasanalytiikkaa, markkinointipalveluita sekä teknologiapalveluita. Avaus-ryhmän palveluksessa työskentelee 85 sähköisen liiketoiminnan asiantuntijaa ja ryhmän liikevaihto vuonna 2009 oli yli 8 miljoonaa euroa.