



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	8.4.2004
Tekijä	Saila Pajuniemi	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	100
Otsikko	SUORA PALAUTE KEINONA KUUNNELLA ASIAKKAITA Suoran asiakaspalautteen järjestelmät palveluyrityksissä		
Ohjaajat	KTT Aino Halinen-Kaila KTM Harri Terho		

Tiivistelmä

Asiakkaiden kuunteleminen on asiakaslähtöisyyden perusta, ja kuuntelemalla asiakkaitaan yritys voi vastata yhä paremmin asiakkaiden toiveisiin. Yksi asiakkaiden kuuntelemisen menetelmistä on suora asiakaspalaute, jossa asiakas oma-aloitteisesti haluaa kertoa yritykselle oman mielipiteensä. Jotta suoraa asiakaspalautetta voitaisiin hyödyntää yrityksen tiedonhankinnassa ja toiminnassa, tarvitaan suoran palautteen järjestelmää eli erilaisia suoraan palautteeseen liittyviä toimintoja.

Tämän tutkielman tarkoituksena oli kuvata suoraan asiakaspalautteeseen liittyviä käytäntöjä palveluyrityksissä. Tutkielman empiirisessä osuudessa suoritettiin multiple case -tutkimus, jossa kartoitettiin kahdeksan eri palveluyrityksen asiakaspalautekäytäntöjä teemahaastattelujen avulla. Tutkittavaksi valittiin erilaisten palveluyritystypologioiden avulla puhelinyhtiöt, pankit, hotellit ja ravintolat. Valitut palvelualat eroavat toisistaan asiakkuuden muodon, palvelun toimittamisen laadun ja asiakaskontaktin määrän suhteen. Tämän tutkimuksen perusteella suoraan asiakaspalautteeseen liittyvät toiminnot eroavat melko paljon kyseisiltä ominaisuuksiltaan erilaisissa palveluyrityksissä. Kokonaisuudessaan asiakaspalautejärjestelmät olivat kehittyneimpiä pääasiassa yrityksissä, joissa asiakaskontaktin määrä on vähäinen ja suppeimpia niissä, missä asiakkaan kanssa ollaan välittömässä kontaktissa.

Erilaiset asiakkaiden kuuntelemisen menetelmät täydentävät toisiaan ja niistä saadaan erilaista tietoa. Suora asiakaspalaute antaa palveluyritykselle tarkkaa, yksittäisiin aiheisiin kohdistuvaa tietoa, pitää yrityksen jatkuvasti ajan tasalla asiakkaiden mielipiteistä sekä auttaa kartoittamaan yrityksen erityisiä vahvuuksia ja ongelmakohtia. Asiakaspalautteen saamiseen vaikuttavat yrityksen asenteet palautetta kohtaan. Positiivista palautekulttuuria voidaan jakaa palaverissa, koulutuksessa tai erilaisin kampanjoin. Asiakaspalautteen keräämismenetelmistä korostui Internet, mutta myös suullista palautetta arvostetaan monissa yrityksissä paljon. Asiakaspalautetta voidaan tallentaa erilaisiin järjestelmiin tai mappeihin. Järjestelmissä tietoa voidaan luokitella ja sieltä voidaan tulostaa erilaisia raportteja analysointia varten, mutta analyysia voidaan kuitenkin tehdä myös laadullisesti tai sanallisesti palaverissa. Palautetiedon levittämisessä tärkeitä ovat erilaiset palaverit sekä joskus myös kirjalliset raportit. Palautteeseen vastaamiseen ja palvelun normalisointiin yrityksillä on tiettyjä pelisääntöjä ja niissä henkilökunnan valtuuttamisella ja opastuksella on suuri merkitys. Palautetietoa hyödynnetään erityisesti yritysten toiminnan kehittämisessä.

Asiasanat	asiakkaat, palaute, kuunteleminen, asiakaslähtöisyys, palveluala
Muita tietoja	