



X

Oppiaine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	20.8.2007
Tekijä(t)	Jussi Penttilä	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	112
Otsikko	Avainasiakasjohtaminen suomalaisissa suuryrityksissä		
Ohjaaja(t)	KTT Esa Stenberg ja KTM Foster Ofosu		

#### Tiivistelmä

Avainasiakasjohtaminen on nykyään laajasti hyväksytty tapa hoitaa asiakassuhteita tapauksissa, joissa yksittäiset asiakkaat ovat keskeisen tärkeitä myyjäyritykselle. Avainasiakasjohtaminen on suhdemarkkinoinnin toimenpiteiden täytäntöönpanoa teollisilla markkinoilla ja sen tarkoituksena on hallita myyjäyrityksen asiakaskannan tärkeintä osaa. Avainasiakkaat on kirjallisuudessa määritelty myyntivolyymin ja jonkinlaisen strategisen hyödyn perusteella. Avainasiakasmäärittelyä ja analysointia on tutkittu aikaisemmin hyvin paljon, mutta sekä avainasiakasjohtamisen asiakkaalle tuottamasta arvosta että vaikutuksesta myyjäyrityksen kannattavuuteen on vaikea löytää käytäntöön sovellettavaa teoriaa. On olemassa tarve yhdistää olemassaoleva teoria mainittuihin teemoihin.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on kuvailla suomalaisten suuryritysten harjoittamaa avainasiakasjohtamista sekä avainasiakasjohtamisen vaikutusta niiden taloudellisiin tavoitteisiin. Tutkimuskysymykseen vastataan selvittämällä, miten avainasiakkuudet määritellään, miten käytännön avainasiakastoiminta on organisoitu, minkälaista arvoa avainasiakasjohtaminen tuottaa sekä miten asiakaskannattavuus ja sen mittaaminen vaikuttavat avainasiakasjohtamiseen tapausyrityksissä. Eräs kiinnostuksen kohde on löytää eroavuuksia käytännön ja teorian välillä. Tutkimus on kvalitatiivinen tapaustudkimus, jonka aineisto on saatu haastattelemalla, käyttäen puolistrukturoitua haastattelumenetelmää. Haastatteluja tehtiin yhteensä viisi kappaletta. Aineiston analyysi suoritettiin teemoittelemalla ja koodaamalla.

Tämän tutkimuksen mukaan avainasiakasmäärittely suomalaisissa suuryrityksissä lähtee pyrkimyksistä täyttää yritysten omat taloudelliset tavoitteet. Suomalaiselle yritysjohdolle näyttää olevan käytännössä selvää, keistä asiakkaista voi tulla avainasiakkaita. Siksi avainasiakkaiden analysoimisessa keskitytään myyjäyritykselle syntyviin taloudellisiin vaikutuksiin. Avainasiakasjohtamisen asiakkaalle tuottama arvo riippuu siitä, miten syvään yhteistyöhön asiakas on valmis ryhtymään myyjäyrityksen kanssa. Avainasiakasjohtaminen auttaa liiketoiminnan suunnittelussa ja varmistaa prosessien toimivuuden.

Avainasiakasjohtamisen avulla myyjäyrityksen on mahdollista kasvattaa myyntiään avainasiakkaalle ja rakentaa referenssejä, jotka ovat äärimmäisen tärkeitä teollisilla markkinoilla. Referenssien rakentamisen vuoksi rahamääräisissä kannattavuustavoitteissa voidaan joustaa, mutta avainasiakasjohtaminen ei voi oikeuttaa kannattamattoman liiketoiminnan tekemiseen. Avainasiakasjohtaminen tuottaa merkittävää tietoa sekä asiakkaalle että myyjäyritykselle. Myyjäyrityksen kyky tuottaa arvoa asiakkaalleen perustuu avainasiakasjohtamisen tuottamaan tietoon. Tuottamalla arvoa avainasiakkaalle myös myyjäyrityksen tavoitteet täyttyvät.

Asiasanat	Avainasiakasjohtaminen, asiakkuudenhallinta, asiakaskannattavuus, asiakkaalle tuottettu arvo
Muita tietoja	

