



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Tietojärjestelmätiede	Päivämäärä	6.12.2007
Tekijä(t)	Juha-Pekka Vuorinen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	72
Otsikko	Yritysten asiakkuudenhallinta		
Ohjaaja(t)	KTT Reima Suomi, KTT Jarmo Tähkäpää		

#### Tiivistelmä

CRM:n ja asiakkuudenhallinnan merkitys yritysten liiketoiminnassa on viime vuosina korostunut. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, mitä CRM on ja miten sitä pystytään hyödyntämään yrityksissä. CRM on aiheena laaja ja ajankohtainen, lisäksi CRM käsitteenä voidaan ymmärtää niin monella eri tavalla.

Tässä tutkimuksessa keskitytään käsittelemään asiakkuudenhallintaa erityisesti yrityssektorilla. Tutkielman teoreettisena tavoitteena on tutkia:

- Mitä asiakkuudenhallinta on?
- Mihin asiakkuudenhallintaa voidaan käyttää yrityksissä?
- Mitä hyötyjä CRM-järjestelmistä on yrityksille?
- Millaisia ongelmia liittyy CRM-järjestelmän käyttöönottoon?

Empiirisenä tavoitteena on selvittää:

- Miten tyytyväisiä kohdeyrityksen työntekijät ovat yrityksen nykyisiin CRM-järjestelmiin?
- Miten hyvin nykyiset CRM-järjestelmät tukevat kohdeyrityksen ja asiakkaan välillä olevaa prosessia, johon kuuluvat markkinointi, myynti ja asiakastuki-toiminnot?
- Miten asiakkuudenhallintaa olisi mahdollista kehittää?

Tutkimus toteutettiin tapaus- eli case-tutkimuksena. Tiedonhankintatapoina käytettiin haastatteluja, havainnointia ja arkistomateriaalia. Case-organisaatioissa suoritetuissa tutkimushaastatteluissa käytettiin puolistrukturoituja kysymyksiä.

Asiakkuudenhallinnalla on tarkoitus tukea yrityksen ja asiakkaan välistä prosessia. Sen avulla pystytään esimerkiksi luokittelemaan asiakkaita ja tunnistamaan kaikkein tuottavimmat asiakkaat. CRM-järjestelmän tarkoituksena on varmistaa, että kaikilla asiakaskohtaisiin osallistuvilla henkilöillä on kaikki tarpeelliset tiedot käytössään asiakkuudesta ja asiakkuuden tavoitteista.

Tämän tutkimuksen tiivistettynä johtopäätöksenä voidaan sekä teoria- ja empiriaosien pohjalta sanoa, että yritysten asiakaspalveluprosessia tukevat asiakkuudenhallintajärjestelmät sekä niiden laadukkaat asiakastiedot ovat avaintekijöitä onnistuneessa ja tehokkaassa asiakassuhteiden hallinnassa.

Asiasanat	Asiakkuudenhallinta, CRM, CRM-järjestelmä
Muita tietoja	