



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

Oppiaine	Tietojärjestelmätiede	Päivämäärä	13.8.2003
Tekijä(t)	Henna Leppänen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	209
Otsikko	Tietotarpeiden määrittäminen asiakkuudenhallintajärjestelmälle – Case KONE Oyj		
Ohjaaja(t)	KTT Jussi Puhakainen KTT Hannu Salmela		

#### Tiivistelmä

Tutkimus tehtiin toimeksiantona koneiden ja laitteiden valmistus -toimialalla toimivalle kansainvälisen konsernin kotimaan myyntiyksikölle ja siellä kiinteistöpalvelupuolelle. Tutkimusongelmina oli selvittää asiakkuudenhallintajärjestelmää käyttävän henkilöstön tietotarpeet ja vaatimukset ko. järjestelmälle sekä tutkia asiakkuudenhallinnan hyötyjä palvelujen markkinoinnin näkökulmasta sekä asiakaslähtöisen toimintatavan kehittämiseksi. Tutkimuksen osaongelmana oli lisäksi kartoittaa mahdollisuudet toimeksiantajan tapauksessa toteuttaa asiakkuudenhallintajärjestelmä toiminnanohjausjärjestelmään integroitavan sovelluksena.

Tutkimus noudatteli laadullista tutkimusotetta ja tutkimusmetodologiana käytettiin toimintatutkimusta. Empiirisessä tutkimuksessa haastateltiin 21:tä yrityksen palveluksessa olevaa henkilöä. Avoimien haastatteluiden lisäksi tutkimusmetodina käytettiin osallistuvaa havainnointia. Keskeisimmät tutkimustulokset liittyivät organisaation toiminnan haasteisiin ja kehitystarpeisiin sekä asiakkuudenhallinnalla saavutettavien hyötyjen oivaltamiseen ja niiden positiivisten vaikutusten hahmottaminen organisaation päivittäiseen toimintaan. Tärkeä havainto oli myös asiakkuuksien hoitamisen systemaattisuuden ja suunnitelmallisuuden tärkeyden ymmärtäminen. Asiakkuudenhallintajärjestelmän tietotarpeiden ja toteutusmahdollisuuksien tutkiminen oli myös erittäin antoisaa.

Tutkimuksen empiria haastatteluineen tukee täysin asiakkuudenhallinnan kirjallisuudessa esitettyjä asiakkuudenhallinnalla palvelujen markkinoinnissa saavutettavia hyötyjä, joita ovat mm. asiakastietämyksen kasvu, tiedonkulun ja palvelujen laadun parantuminen sekä kustannus- ja aikasäästöt. Tutkimuksen empiria-osuudessa saadut tulokset asiakkuudenhallintajärjestelmää käyttävien henkilöiden tietotarpeista noudattelivat myös pitkälle aiemmin kirjallisuudessa mainittuja tietotarpeita asiakkuudenhallintajärjestelmälle. Uusia tietotarpeita, joita ei oltu mainittu aiemmassa kirjallisuudessa ja jotka eivät ole vain yritys- tai toimialakohtaisia löytyi 4 kappaletta: asiakkuussuunnitelmat, asiakasyrityksen organisaatorakenne, asiakkaan yhteyshenkilön urahistoria sekä kilpailijatiedot. Tutkimuksen empirian selkein anti asiakkuudenhallinnan aiempaan kirjallisuuteen nähden oli organisaation asiakkuudenhallintaprojektin kulun ja siihen liittyvien muutosprosessien kuvaaminen yleisellä tasolla. Ainoastaan asiakkuudenhallintajärjestelmän asentaminen yritykseen ei muuta sitä asiakaskeskeiseksi vaan yrityksen muutosprosessien ja CRM-järjestelmän kehittämisen tulee edetä rinnakkain ja vuorovaikutuksessa keskenään.

Asiasanat	asiakkuudenhallinta, asiakashallinta, asiakassuhdehallinta, asiakkuuden johtaminen, asiakkuudenhallintajärjestelmä, palvelujen markkinointi, suhdemarkkinointi, tietotarpeet, avainasiakkuuksien johtaminen, Customer Relationship Management, CRM, service marketing, information requirements, Key Account Management
Muita tietoja	