



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

| | | | |
|----------|--|------------------|-----------|
| Oppiaine | Markkinointi | Päivämäärä | 25.5.2009 |
| Tekijä | Susanna Mattila | Matrikkelinumero | |
| | | Sivumäärä | 91 |
| Otsikko | Koulutukset osana jälleenmyyjille suunnattua markkinointia Case: OY KWH Mirka Ab:n asiakaskoulutukset | | |
| Ohjaajat | KTT Heli Marjanen KTM Kaisa Saastamoinen | | |

Tiivistelmä

Valmistajan tarjoama käyttökoulutus jälleenmyyjäasiakkaille nähdään valmistajan markkinoinnillisena panostuksena jälleenmyyjäasiakassuhteeseen. Jälleenmyyjäasiakkaille kohdistetun tuotteiden käyttökoulutuksen tavoitteena on valmistajan ja jälleenmyyjän välisen suhteen vahvistaminen ja asiakastyytyväisyyteen vaikuttaminen. Koulutusten tavoitteena on myös myyntitulokseen vaikuttaminen. Tämän tutkielman tavoitteena on määritellä käyttökoulutukset ja pohtia niiden merkitystä sekä teorian että tutkimukseen kerätyn empiirisen aineiston pohjalta. Tutkielman tutkimusongelma on: millaisia etuja valmistaja saavuttaa jälleenmyyjille suunnatuilla käyttökoulutuksilla? Tutkielman alaongelmia ovat :mitä käyttökoulutuksilla tarkoitetaan, miksi käyttökoulutuksia järjestetään ja miten käyttökoulutuksia voidaan tutkielman toimeksiantajaa ajatellen kehittää.

Valmistajan tarjoaman käyttökoulutuksen merkitystä jälleenmyyjäasiakkaille tutkittiin tämän tutkielman yhteydessä teorian lisäksi myös empiirisen aineiston pohjalta, joka kerättiin tutkielman toimeksiantajan, Oy KWH Mirka Ab:n, jälleenmyyjäasiakkailta. Empiirinen aineisto kerättiin aluksi kvalitatiivisena esitutkimusaineistona ja sitten uudelleen kvantitatiivisena aineistona. Tutkimuksissa selvitettiin Mirkan asiakaskoulutusten merkitystä muun muassa jälleenmyyjien ja Mirkan väliseen yhteistyöhön. Esitutkimuksessa koulutusten merkitys osoittautui huomattavasti merkityksellisemmäksi kuin myöhemmin suoritettussa laajemmassa tutkimuksessa.

Empiirinen aineisto osoitti käyttökoulutusten olevan kuitenkin toivottu tietokanava jälleenmyyjien tuotetietotason nostajana. Käyttökoulutukset eivät kuitenkaan osoittautuneet merkittäväksi tekijäksi Mirkan ja jälleenmyyjän välistä asiakassuhdetta ajatellen, vaan koulutusten hyödyt nähtiin enemmän tiedonlisääjänä kuin suhteen lujittajana. Tutkielma osoitti, että koulutukset ovat tärkeä lisätekijä valmistajan markkinointiviestinnällisessä toiminnassa.

| | |
|---------------|--|
| Asiasanat | Business-to-business, jälleenmyyjäasiakas, käyttökoulutus, markkinointiviestintä, tukipalvelut |
| Muita tietoja | |