



☒	Pro gradu -tutkielma
☐	Lisensiaatintutkielma
☐	Väitöskirja

Oppiaine	Tietojärjestelmätiede	Päivämäärä	28.5.2003
Tekijä(t)	Jani Holopainen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	86
Otsikko	Yrityksiä koskevan asiakastiedon hallinta markkinointi- ja myyntitoimenpiteissä teletoiimialalla		
Ohjaaja(t)	KTT Reima Suomi		

Tiivistelmä

Asiakkuudenhallinnan periaatteita toteuttamalla on yritykselle mahdollista luoda pitkäaikaisia ja kannattavia suhteita asiakkaidensa kanssa, lisäten samalla omaa osuuttaan asiakkaiden suorittamista ostoista. Asiakkuudenhallinnan toteuttaminen edellyttää yritykseltä asiakassuhteidensa hoitamiseen liittyvien toimintojen eli myynnin, markkinoinnin ja asiakaspalvelun kehittämistä asiakaslähtöisiksi. Asiakkuudenhallinta pohjautuu asiakkaita koskevan tiedon keräämiseen, jonka perusteella yritys voi pyrkiä tunnistamaan parhaita asiakkaitaan, kasvattamaan asiakasuskollisuutta sekä lisäämään tietojaan asiakkaidensa tarpeista ja ostokäyttäytymisestä. Vuorovaikutustilanteet ja myyntitapahtumat asiakkaiden kanssa tarjoavat yritykselle runsaasti heitä koskevaa tietoa, jota on mahdollista muuttaa tietämykseksi asiakkaista liiketoiminnassa hyödynnettäväksi.

Asiakastiedon määrän kasvu on merkinnyt myös ongelmia oleellisen asiakastiedon keräämisen ja hyödyntämisen suhteen. Asiakastietämyksenhallinta, joka pohjautuu asiakkuudenhallinnasta ja tietämyksenhallinnasta, merkitsee systemaattisia tietämyksenhallinnan toimenpiteitä asiakkaiden ymmärtämiseksi sekä heitä koskevan tiedon jalostamiseksi liiketoiminnassa hyödynnettäväksi. Jotta yritys voi hyödyntää asiakastietämystä, edellytetään siltä prosesseja asiakastiedon keräämiseen, markkinoinnin ja tietohallinnon yhteistoimintaan, yritysjohdon osallistumiseen sekä työntekijöiden toiminnan kehittämiseen.

Asiakastietojen hallinnassa eli niiden keräämisessä ja välittämisessä on tietotekniikalla oleellinen merkitys. Tietotekniikkaa käytetään sekä tietovarastojen että asiakkaan ja yrityksen välisten yhteyskanavien yhteydessä asiakkaita koskevien tietojen hyödyntämiseksi markkinointi- ja myyntitoimenpiteissä. Yrityksen on myös huomioitava käyttämänsä tietotekniikan integrointi liiketoimintansa edistämiseksi.

Tutkielman empiirinen osa suoritettiin haastatteluin. Tutkimuksessa haastateltiin 14:ta tutkielman toimeksiantajan työntekijää markkinointi- ja myyntitoiminnoista, toimeksiantajan ollessa teletoiimialan yrityksen. Saadut tulokset esitetään asiakastietojen hallintaa sekä hyödyntämismahdollisuuksia koskien. Asiakastietojen hallinnassa painottuu liiketoiminnan kannalta oleellinen asiakastieto, johon yritys voi vaikuttaa päätöksillään hyödynnettävästä tiedosta. Yhtenäinen näkemys asiakkaasta tietotekniikan avulla parantaa asiakastietojen hallintaa markkinointi- ja myyntitoimenpiteissä. Tietojärjestelmien reaaliaikaisuus ja helppokäyttöisyys edistävät asiakastietojen hyödyntämistä.

Asiasanat	Sisäinen tiedonvälitys, asiakkaat, tukijärjestelmät
Muita tietoja	