

Ohje: Asiakaspersoonana ja asiakaspolku

Yritysneuvonnan digityöpakki



Design by Freepik



Euroopan unionin
osarahoittama



BUSINESS
TURKU

Prizztech



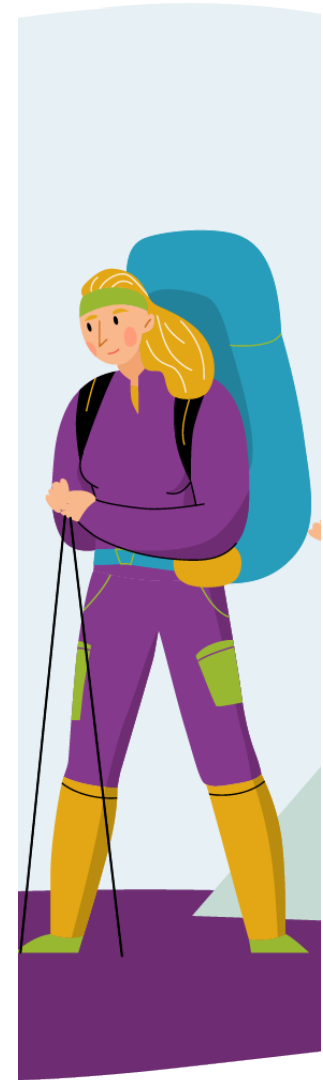
Mikä ihmeen asiakaspersoonaa?

- Meillä on eri mieltymyksiä, motivaatioita ja haasteita jokapäiväisessä elämässä.
- Asiakkaan tunteminen onkin tärkeää, jotta tiedät miksi hän **tarvitsee** tai **haluaa palveluasi**.
- Tähän käytetään työkaluna **asiakaspersoonaa**.



Yksi asiakaspersoona edustaa yhtä kohderyhmää

- Asiakaspersoona luotaessa on hyvä määritellä **selkeät profiilit** siten, että kukin heistä edustaa **tiettyä kohderyhmää**
 - Sama asiakas saattaa käyttäytyä eri tavalla esimerkiksi työelämässä ja vapaalla, joten luodaan **kaksi eri persoona**
 - Esimerkiksi
 1. asiantuntija
 2. perheenäiti



Konkretisoi asiakaspersoonana

Nimi, ikä, ammatti

- Antamalla asiakaspersoonallesi nimen ja lisää syvyyttä, kuten miettimällä mitä persoona tekee työkseen, keitä hänen perheeseensä kuuluu ja mitä hän harrastaa, auttaa sinua tutustumaan asiakkaaseesi entistäkin paremmin

Asumismuoto, perheenjäsenet, sijainti

- Tekemällä asiakaspersoonan pystyt paremmin ymmärtämään asiakkaan motivaatioita sekä haasteita ja ymmärtämään millaisena he näkevät itsensä. Hyödyntämällä empatian keinoja lisäät asiakaslähtöisyyttä palveluissasi.

Persoonallisuus

- Voit lisätä asiakaspersoonaan lisää tietoa, jota sinulle selviää esimerkiksi asiakashaastattelujen tai yhteiskehittämisen merkeissä.

Kiinnostuksen kohteet ja motivaatiot

- Asiakaspersoonana kehittyä ja sitä tulee päivittää tarpeen mukaan.

Haasteet

- Asiakaspersoonia voi ja on hyvä tehdä monia, mutta on tunnistettava ensisijainen asiakaspersoonana, jolle palvelua ensisijaisesti tuotetaan.



Asiakaspersoonan luominen auttaa sinua ymmärtämään

1. kuka on sinun ensisijainen asiakkaasi
2. kuka palveluasi käyttää ja minkälaiset motivaatiot heitä ajaa
-> näin pystyt priorisoimaan ja kohdentamaan paremmin
palveluasi

Asiakaspolku visualisoi asiakkaan matkan

- **Asiakaspolku on työkalu**, jonka avulla **visualisoidaan asiakkaan matka kokonaisvaltaisesti** palvelun harkitsemisesta sen käytön läpi aina palvelun jälkeiseen tilaan. Siinä otetaan huomioon niin suoritettavat tehtävät kuin tunteet, joita matkan varrella koetaan.
- Seuraavalla sivulla käydään läpi, miksi asiakaspolkuja kannattaa tehdä
- Voit harjoitella asiakaspolkujen tekemistä miettimällä palveluita, joita itse käytät
- Dokumentoi kosketuspisteitä ylös ja visualisoi polku



Asiakaspolku visualisoi asiakkaan matkan

- Hahmottaa palvelun käytön kokonaisvaltaisesti
- **Mitä tapahtuu?**
 - ennen palvelun käyttöä
 - palvelun käytön aikana
 - palvelun käytön jälkeen
- Ottaa huomioon jokaisen suoritettavan asian
- Visualisoi asiakkaan matkan
- Auttaa havainnollistamaan suoritettavien tehtävien määrän ja niiden haasteet
- Huomioi tunnetilan jokaisessa vaiheessa
- Selventää odotuksia
- Toimii pohjana asiakaskokemuksen strategialle



Ennen käyttöä

1. Äh, miten olenkaan antanut kuntoni ajautua näin huonoksi. Naapurin Pasi on tänäkin kesänä ihan jäätävässä tikissä.



2. Nyt Pasi kerrot, mitä ihmettä minun on tehtävä päästäkseni tuohon kuntoon.



3. "Käyn keskustan kuntosalilla"



4. Saankohan hankittua jäsenyyden verkkosivuilta. Mikähän sen salin nimi olikaan - googlaan keskusta ja kuntosali.

5. Nyt olen superjäsen, on aika treenata. Pääsenköhän helpoiten autolla? Onkohan siellä parkkipaikkoja?



Käytön aikana

9. Peilistä voi huomata jo ensimmäiset tulokset.



8. On aika treenata, seuraavalla kerralla tämä on varmasti helpompaa.

7. Pukuhuoneessa vaihdan treenivaatteet. Huomaan, että suihkuissa on kuntosalin tarjoamaa saippuaa. Onneksi, sillä unohdin omat saippuat kotiin.

6. Sain mukavalta asiakaspalvelijalta uunituoreen jäsenkorttini. Hän myös piti esittelykierroksen salin ominaisuuksista. Onpa kiva, että minua palvellaan näin yksilöllisesti!



Käytön jälkeen



10. Palaan tunnelmalliseen pukuhuoneeseen, peseydyn ja valmistaudun kotiinlähtöön.

11. Mukava asiakaspalvelija kiittää ja toivottaa minut lämpimästi tervetulleeksi takaisin.



12. Useamman kuukauden käynnin jälkeen oloni on erinomainen ja iltalehti tekee uskomattomasta muodonmuutoksestani artikkelin. Kiitän salin henkilökuntaa avusta.



SITRA

Miten asiakaspersoonanivoutuu asiakaspolkuun

- Esimerkkiasiakas Jenni
 - Antamalla asiakaspersoonallesi nimen ja lisää syvyyttä, kuten miettimällä mitä persoona tekee työkseen, keitä hänen perheeseensä kuuluu ja mitä hän harrastaa, auttaa sinua tutustumaan asiakkaaseesi entistäkin paremmin
 - Tekemällä asiakaspersoonan pystyt paremmin ymmärtämään asiakkaan motivaatioita sekä haasteita ja ymmärtämään, millaisena he näkevät itsensä. Hyödyntämällä empatian keinoja lisäät asiakaslähtöisyyttä palveluissasi.
 - Asiakaspersoonia voi ja on hyvä tehdä monia
- Asiakaspersoonien tekeminen auttaa sinua ymmärtämään
 - kuka on sinun ensisijainen asiakkaasi
 - kuka palveluasi käyttää ja minkälaiset motivaatiot heitä ajaa
- Näin pystyt priorisoimaan ja kohdentamaan paremmin palveluasi

Tässä on Jenni

Nimi, ikä, ammatti

- Jenni, 38, talousasiantuntija

Asumismuoto,
perheenjäsenet,
siiainti

- Rivitaloasunto Espoossa
- Perheessä puoliso ja kaksi lasta sekä koira

Persoonallisuus

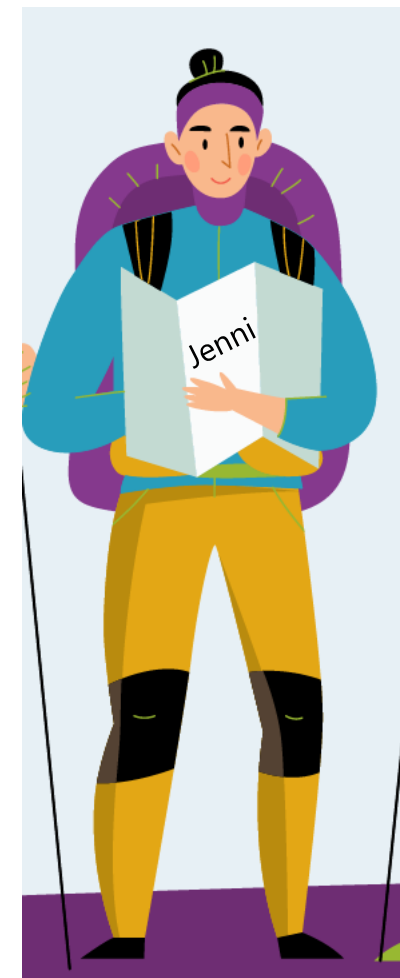
- Toimielias, aktiivinen, urheilullinen, välittävä, eläinrakas, luonnonläheinen

Kiinnostuksen kohteet
ja motivaatiot

- Perheen hyvinvointi ja yhteinen aika, sisustaminen, taloudesta huolehtiminen, asuntosijoittaminen

Haasteet

- Kiireinen työ ja pitkä työmatka, lasten menot ja aikataulut vievät aikaa



Asiakaspolun esimerkki

- Seuraavassa esimerkissä on kuvattu Jennin ruokailaus ravintolasta raskaan työpäivän jälkeen. Tämä on esimerkki yrityksen tuottamasta asiakaspolusta.
- Asiakaspolun kuvaaminen auttaa ymmärtämään asiakkaan matkan ennen palvelua, palvelun käytön aikana sekä palvelun käytön jälkeen. Asiakaspolku havainnollistaa asiakkaan aktiviteetit. Toisin sanoen siinä kuvataan, mitä asiakkaan pitää jokaisessa vaiheessa tehdä, mitä hän niistä toimista ajattelee ja vastaavatko niiden toimien toteuttaminen hänen tavoitteensa saavuttamista. Tämä auttaa yritystä astumaan asiakkaan saappaisiin ja miettimään, voisivatko asiakkaan tehtävät olla helpompia tai voisiko niistä päästä eroon. On myös hyödyllistä kuvata asiakkaan tunnetiloja jokaisessa asiakaspolun vaiheessa ja käyttää niitä apuna palvelukehityksessä.
- Huom! Jokaisella asiakaspersoonalla on oma asiakaspolku

Asiakaspolku kuvaa Jennin ravintolatilauksen...

	Ennen	Aikana	Aikana	Jälkeen
Asiakkaan aktiviteetit	<ul style="list-style-type: none"> Ei jaksaisi tehdä ruokaa Googlaa ravintoloita 	<ul style="list-style-type: none"> Soittaa ravintolaan, linja varattu Odottaa ja soittaa uudestaan 	<ul style="list-style-type: none"> Noutaa ruoat Ei kuljetuspalvelua 	<ul style="list-style-type: none"> Ruokailu perheen kanssa
Tavoite	<ul style="list-style-type: none"> Saada ruokaa nopeasti minimivaivalla 	<ul style="list-style-type: none"> Tilata ruoka sekä kuljetus 	<ul style="list-style-type: none"> Saada ruoat kotiin nopeasti lämpimänä 	<ul style="list-style-type: none"> Perheenjäsenet pitävät ruoasta Vaivannäkö kannatti
Yhtymä-kohdat	<ul style="list-style-type: none"> Ravintolan verkkosivut Tuttujen suositukset 	<ul style="list-style-type: none"> Puhelinsoitto Ravintolan verkkosivut 	<ul style="list-style-type: none"> Kohtaaminen ravintolassa -> tapaaminen ja maksu 	<ul style="list-style-type: none"> Suosittelee ravintolan ruokaa Valittaa kuljetuksen puutteesta
Sidosryhmät	<ul style="list-style-type: none"> Perhe Ravintola 	<ul style="list-style-type: none"> Perhe Ravintolan työntekijä(t) 	<ul style="list-style-type: none"> Ravintolan työntekijä(t) 	<ul style="list-style-type: none"> Perhe
Tunne	<ul style="list-style-type: none"> Kiukku Väsymys Nälkä 	<ul style="list-style-type: none"> Turhautunut Väsymys Nälkä 	<ul style="list-style-type: none"> Turhautunut Väsymys Nälkä Toiveikas 	<ul style="list-style-type: none"> Helpottunut Kylläinen Tyytyväinen

Case Wolt

Tunnisti **kipupisteet:**

1. Ei tarvitse soittaa ravintolaan
– tilaa sovelluksesta
2. Ei tarvitse jonottaa ruokaa
3. Ei tarvitse noutaa itse

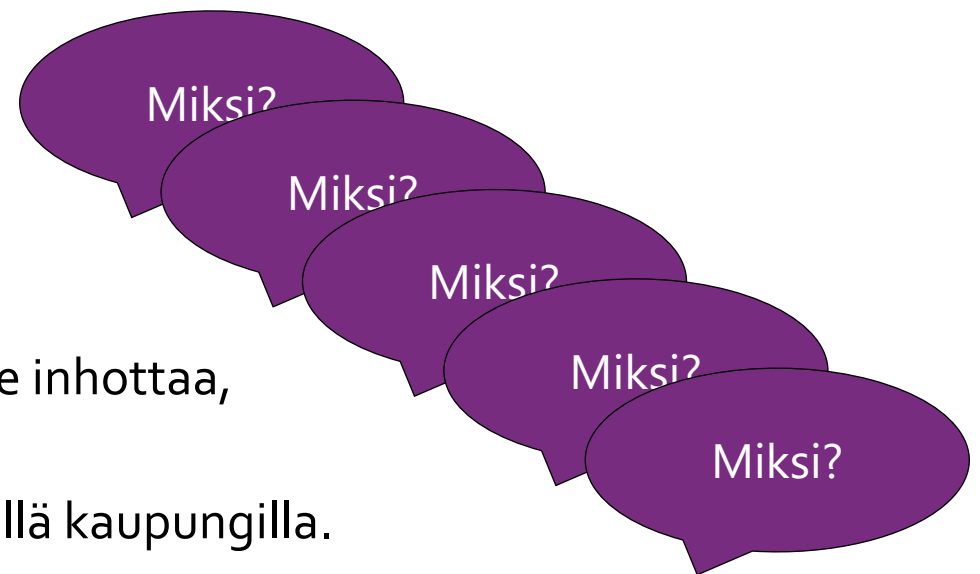
Asiakasongelma määritellään, jotta kehitysprosessissa säilyy fokus

- Ymmärretään ongelman **juurisyy** eli mikä laukaisee ongelman
- Ihminen haluaa luontaisesti "sammuttaa tulipalon", jolloin ongelmia paikataan lyhyen aikavälin ratkaisuilla
- Varmistetaan, että ratkaistaan oikea ongelma, jota jalostetaan määrittelemällä se selkeään ja ymmärrettävään muotoon



Juurisyyn löytämiseen voi käyttää esimerkiksi "5 Whys" työkalua

- Kysymällä viisi kertaa miksi, päädytään juurisyyn pariin
- Esimerkiksi:
 - Ruoka ei ollut hyvää, miksi?
 - Koska en pidä kasviksista, miksi?
 - Koska koostumus on omituinen, miksi?
 - Pureskellessa kasvikset jäävät hampaiden väliin ja se inhottaa, miksi?
 - Porkkana jää aina hampaiden väliin ja nolottaa kävellä kaupungilla.
- <https://hbr.org/2012/02/the-5-whys.html>



Asiakasongelma

- **Ei sisällä tai edellytä ratkaisua**
- On kohdistettu tiettyyn asiakasryhmään, jonka ongelmasta on ymmärrystä rakennettu **empatian** keinoin
- Perustuu todelliseen käyttäjäkokemukseen
- Ohjaa **ratkaisemaan juurisyyn**
- Tekee ongelmasta mitattavan



“Jos minulla olisi yksi tunti aikaa ratkaista ongelma, käyttäisin 55 minuuttia ongelman miettimiseen ja
5 minuuttia ratkaisun miettimiseen.”
- Albert Einstein -



Yritysneuvonnan digityöpakki



Design by Freepik