

The background of the slide is a bright yellow color with a white sunburst pattern. The sunburst consists of numerous triangular rays of varying lengths radiating from the center, creating a dynamic and energetic feel.

Digipalveluiden asiakaslähtöisyys

DigiVointi-hanke

11.10.2022

10-10.50

Kati Keronen

VALORIA



KATI KERONEN JA KATRI TANNI

SISÄLTÖ- STRATEGIA

Asiakslähtöisyydestä tulosta

HHJ

HYVÄKSYTTY
HALLITUKSEN JÄSEN®

”Mitä toivoisitte?”

Aiheet tänään

Mikä
digipalveluiden
asiakslähtöisyyttä
haastaa?

Asiakslähtöisen
digipalvelun
suunnittelu

Johda
palvelukehitystä
tavoitteellisesti



Mikä digipalveluiden asiakaslähtöisyyttä haastaa?

VALORIA

**Palvelut rakennetaan
organisaatiolähtöisesti.
Varmuuden vuoksi
viestitään juuri niin kuin
laki sanoo.**

Ajattele asiakaslähtöisesti

Organisaatiolähtöinen

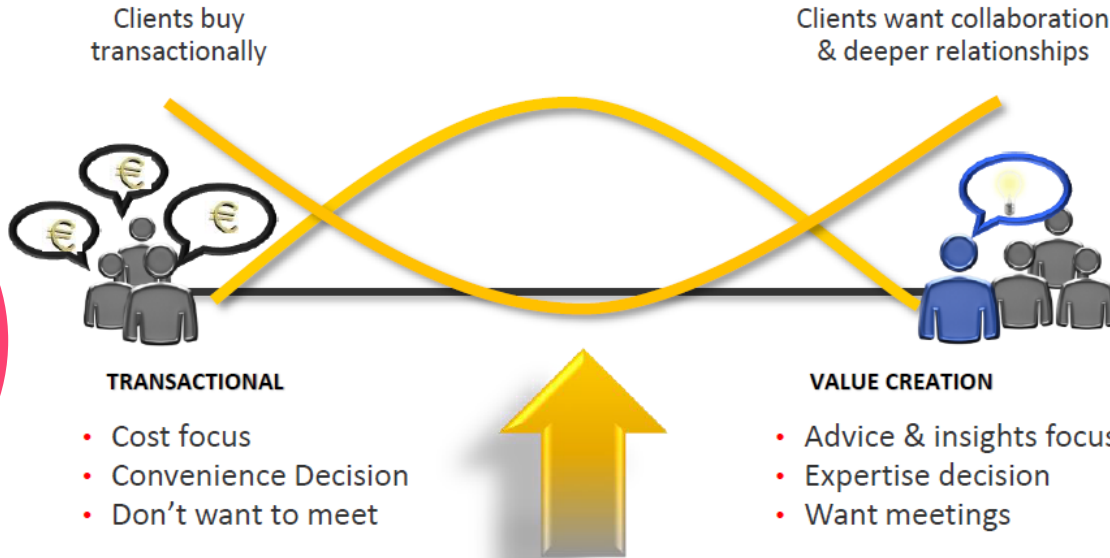
- Mitä voimme myydä asiakkaillemme?
- Millaiset suhteet meillä pitää olla asiakkaisiimme?
- Miten saamme lisää rahaa?

Asiakaslähtöinen

- Mitä asiakkaat tarvitsevat onnistuakseen?
- Millaista suhdetta asiakkaat odottavat?
- Mistä tuottamastamme arvosta asiakkaat ovat valmiita maksamaan?

**Kaikille tarjotaan
samaa palvelua,
ohjurina usein lain
minimi.**

Itseohjau-
tuja



The middle is shrinking

Adapted from Neil
Rackham (2012).

Avun
tarvitsija

Lähde: Hautamäki, Pia. Esitys 14.9.2017.
Mattila Pekka. Aalto EE.

**Segmentoinnin
ajatellaan olevan vain
myynnin väline, eikä
sen mahdollisuuksia
palvelukehittämisessä
hyödynnetä.**

Customer Centricity Is

Using customer data to better understand and segment your customer base.

Identifying the best customers.

Focusing on products and services for the best customers.

Using Customer Lifetime Value (CLV) to segment your customers.

Customer Centricity Is Not

Focusing on the "average" customer.

Courting and retaining low-quality customers.

Underspending on acquiring high-quality customers.

70%
'Meh'
Customers



20%
Good
Customers

10%
Great
Customers

Customers

who are not into the product, even if something is expensive comes along. They have a very high attrition rate, and a very low lifetime value. Keeping them around is often more expensive than it's worth.

Good Customers

People who like your products well enough to stick around for a while. This means a lower attrition rate, and a much higher lifetime value. They may even become Great Customers with the right development.

Great Customers

Often called loyal customers, these folks will stick with you indefinitely unless they're given strong incentive to leave. Their attrition rate is small and they have a very high lifetime value. These are the customers you want.

Miten tämä on teillä?

70 % asiakkaista haluaa ja pystyy asioimaan digitaalisesti, mutta kaipaa apua oikeuksiensa ja velvollisuuksiensa ymmärtämisessä sekä digipalveluiden käytössä.



20 % asiakkaista tuntee oikeutensa ja velvollisuutensa sekä haluaa ja pystyy asioimaan täysin digitaalisesti.

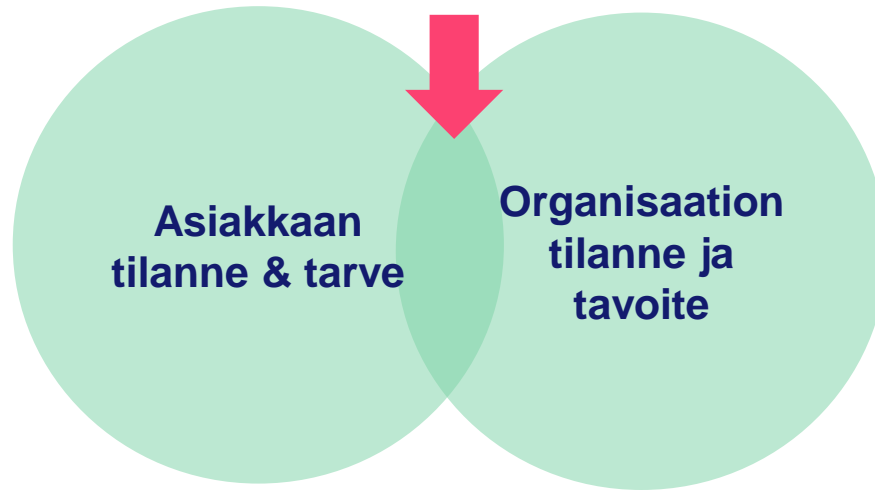
10 % asiakkaista ei halua tai pysty asioimaan digitaalisesti edes autettuna.



Asiakaslähtöisen digipalvelun suunnittelu

VALORIA

Asiakaslähtöinen digipalvelu



Kehitä yhdessä asiakkaiden ja henkilöstön kanssa

Palvelu "jaetaan henkilöstölle ja asiakkaille"



Päätökset



Palvelut, tuotteet,
kehityshankkeet



Viestintä



Henkilöstö ja
asiakkaat



Palvelu tehdään yhdessä
ja se yhdistää omat ja
asiakkaan tavoitteet



Asiakaslähtöisyys tuo tulosta

Figure 4. Honesty and trust have the greatest influence on loyalty

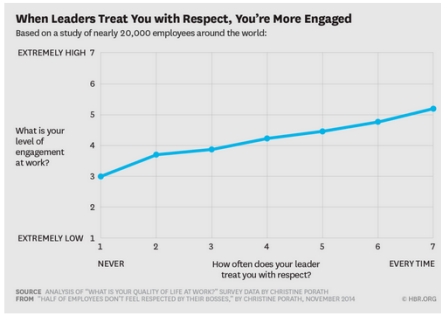
Correlation coefficients of emotions with loyalty



Source: Capgemini Digital Transformation Institute survey, The Key to Loyalty; August–September 2017, N=9,213 consumers.

Tyytyväinen henkilöstö = tyytyväiset asiakkaat

Respect also had a clear impact on engagement. The more leaders give, the higher the level of employee engagement: People who said leaders treated them with respect were 55% more engaged.



See more HBR charts in [Data & Visuals](#) >

Unfortunately, over half (54%) of employees claimed that they don't regularly get respect from their leaders. If leaders' disrespect leads to less engagement, more turnover, less focus and productivity, greater health care costs — and is contagious — why do over half of employees feel like they're disrespected all too often?

Työntekijöistä, jotka kokivat, että heidät kohdattiin ja heitä arvostettiin työyhteisössä:

- **92 %** pystyi keskittymään ja priorisoimaan työtään paremmin
- **89 %** koki suurempaa iloa ja tyytyväisyyttä työssään
- **55 %** sitoutui työhönsä ja yhteisiin tavoitteisiin enemmän
- **56%** oli terveempiä ja hyvinvoivempia

Asiakaslähtöisyys voi näkyä hoitotuloksissa

Why Empathy?

More satisfied patients, higher reimbursement, less stress.

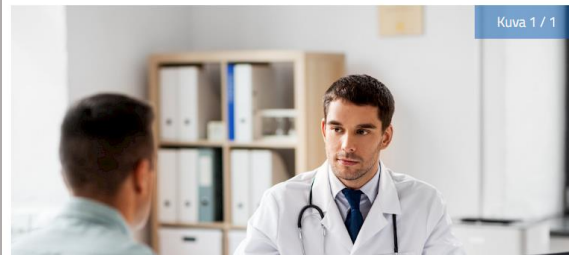
Increase Patient Satisfaction

Patient satisfaction has become increasingly important to hospital organizations, as reimbursement metrics have incorporated these ratings. Research has demonstrated that medical professionals who communicate with empathy have higher patient satisfaction ratings. (Riess, 2012). In addition, effective communication between clinicians and patients actually improves the patient experience, which ultimately leads to improved clinical health outcomes.

Empathetics, M.D. Helen Riess

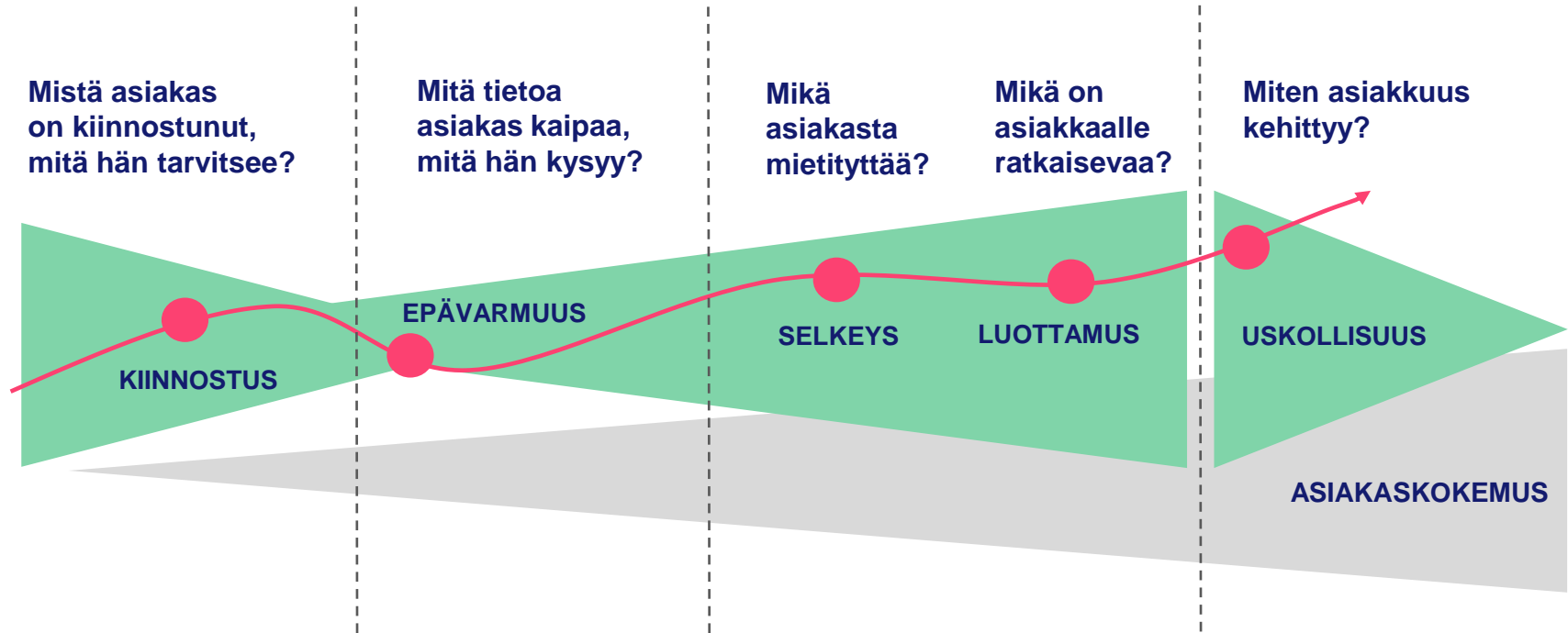
Lääkärin viestintä vaikuttaa potilaan paranemiseen

Lääkärin hyvin esittämät, valitut kysymykset voivat voimauttaa potilasta sekä edistää hoitoa ja kuntoutumista, selviää väitöstutkimuksesta.



Potilaan lääkärilehti 27.8.2019

Asiakaspolku digipalvelun suunnittelun välineenä



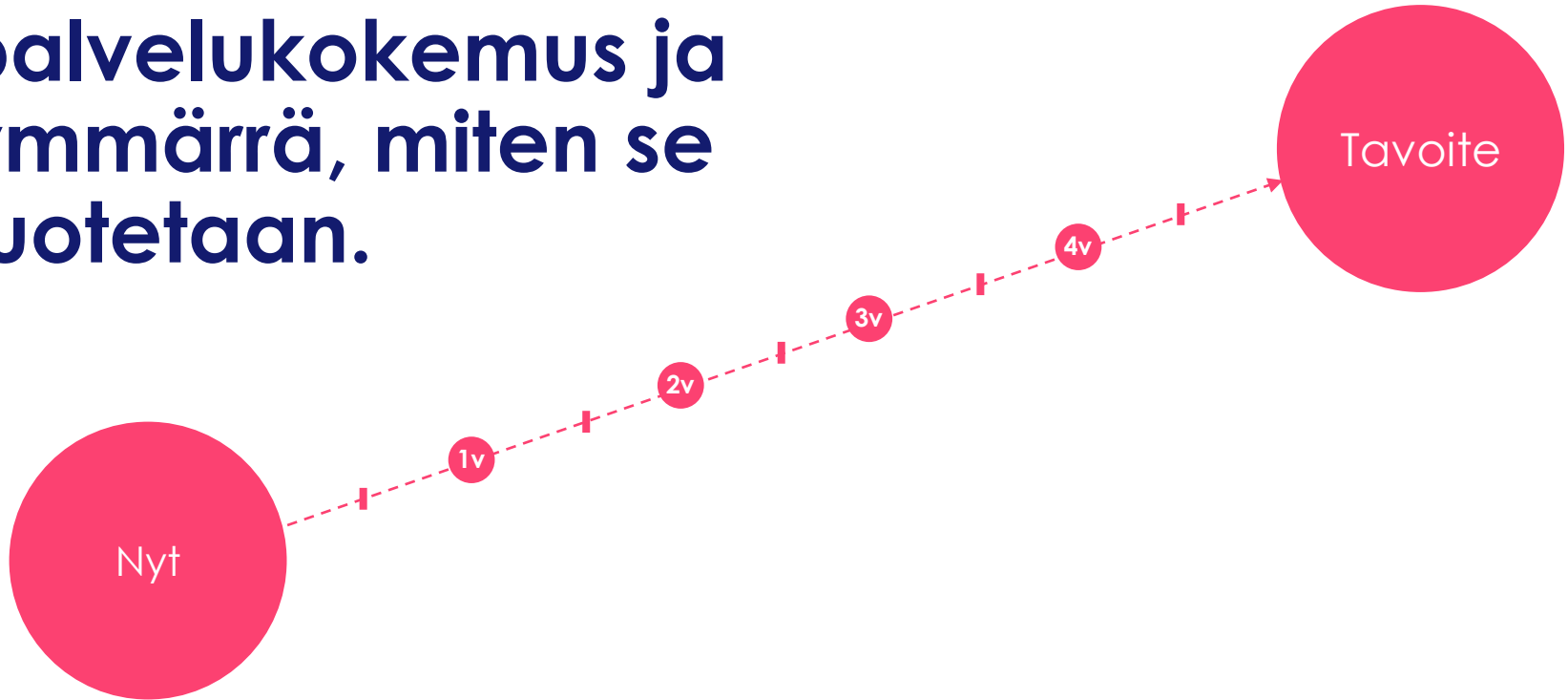
Asiakasmatka Kati Keronen (2017) kirjassa: Sisältöstrategia – Asiakslähtöisyydestä tulosta, Tunnepolku Ella Koota 2020



**Johda
palvelukehitystä
tavoitteellisesti**

VALORIA

Määrittele haluttu palvelukokemus ja ymmärrä, miten se tuotetaan.

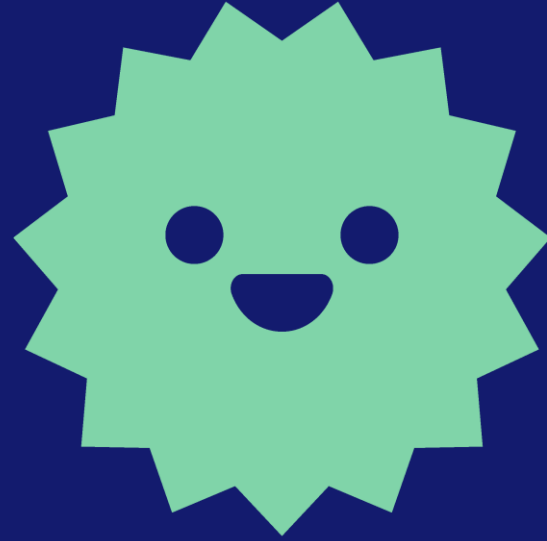


Ymmärrä ja analysoi

- Miten kaukana tavoitellusta palvelukokemuksesta olemme nyt a) henkilöstön ja b) asiakkaiden näkökulmasta?
- Mitkä tekomme tai tekemättä jättämisemme vaikuttavat palvelukokemukseen tavoitteemme mukaisesti eri kohderyhmien parissa? Miksi? Miten hyvän kierrettä voi vahvistaa?
- Mitkä tekomme tai tekemättä jättämisemme vaikuttavat palvelukokemukseen negatiivisesti eri kohderyhmien parissa? Miksi? Mitä (toisin) tekemällä voimme vähentää negatiivisia kokemuksia?



**Tyytyväisyys ei
vaadi täydellisyyttä**



Kiitos!
Kati Keronen, 040 576 1704,
kati.keronen@valoria.fi

VALORIA

Millaisia esimerkkejä sinulle on jäänyt mieleen hyvästä tai huonosta palveluiden asiakaslähtöisyydestä?

Hyvää

Monissa kyselyissä voi valita puhutut kysymykset, jotka on erittäin tärkeitä asiakkaille, joilla haasteita lukemisessa.

Hyvää kun kuunnellaan kunnolla asiakasta eikä esitetä valmiita vastauksia.

Hyvää, kun asiakkaan mielipiteet otetaan huomioon ja kuunnellaan asiakkaan omia toiveita ja tarpeita.

Kehitysvammaisilla asiakkailla ei ole pankkitunnuksia - todella haastavaa

Hankalaa, jos saman asian joutuu selittämään monta kertaa. Johtuen, kun aina eri henkilö esim. sote-palveluissa.

Huonoa, kun tehdään asiakkaalle fysioterapiassa suunnitelma eikä siinä huomioida asiakkaan resursseja

Huonoa jos asiantuntija ajattelee tietävänsä jo valmiiksi sopivan ratkaisun asiakkaalle.

Suhteutetaan kuntoutuksen etenemisen asiakkaan lopputavoitteen mukaan

Huonoa

Menin huonekaluliikkeeseen ostamaan alennustuotetta niin myyjän palvelu oli ala-arvoista kun selvisi, että olin tullut pelkästään ale-tuotetta ostamaan.

Huonoa: Korjataan sellaista, mikä toimii ja ei ole rikki

Huonoa: Teknologialla pyritty ratkaisemaan haastetta, mutta kohderyhmällä ei riittäviä taitoja teknologian käyttämiseen

Chat-botit nykyään useilla nettisivuilla mutta eivät yleensä pysty vastaamaan tarvittaviin kysymyksiin. Bottien myötä asiakaspalvelu on usein entistä kauempana.

Huono: Käynti hierojalla, joka kysyi minun toiveitani asiakkaana, mutta ei ottanut niitä käytännössä huomioon. Ongelmaan ei keskitytty.

Huonoa, kun työntekijä/asiantuntija ei ohjaa eikä ohjeista asiakasta/omaisia.

asiakkaan odotusten hallinnasta ts "Mitä toivotte" ajattelun väärässä kohtaa. Tunnistan useita tilanteita, joissa haluja, odotuksia ja toiveita kysytään, ilman että olemassa olevista mahdollisuuksista on

Digitaalisissa palveluissa on usein kehämäinen olo, jossa linkit johtavat toiseen ja lopulta takaisin aloitussivulle. Eikä tietoa löydy.

Miten asiakaslähtöisyyttä voisi edistää omassa työpaikassasi?

Säännölliset asiakastytyväisyyskyselyt

Kohderyhmän tarpeita kuuntelemalla

Kuunteleminen on asiakaslähtöisyyden ydintä.

Läheisten näkemys asiakaslähtöisyydestä poikkeaa työntekijöiden näkemyksestä

Käymällä arvokeskustelua työyhteisössä, miten asiakkaat halutaan kohdata

Vertaisoppimalla esim. seuraamalla muiden vastaavien toimijoiden hyviä käytäntöjä ja soveltamalla niitä omaan toimintaan

Ottamalla palaute rakentavasti vastaan

Kouluttamalla henkilökuntaa (ja asiakkaiden läheisiä) asiakaslähtöisyyteen.

Asiakastytyväisyyskysely

Osallistamalla asiakas palvelupolun suunnitteluun

Kotihoidossa säännölliset hoitoneuvottelut ja hoitosuunnitelmien päivittäminen yhdessä asiakkaan sekä läheisten kanssa.

Työntekijöiden osallistaminen päätöksentekoon ja asiakaslähtöisyyden edistämiseen

Ottamalla asiakkaat mukaan kaikkeen arjen suunnitteluun

Luottamusta rakentamalla voidaan varmasti edistää myös asiakaslähtöisyyttä.

Mitkä ovat asiakaslähtöisyyden kehittämisen haasteet omassa työpaikassasi?

Kohderyhmältä ei aina saada tietoa

Asiakkaiden heikko tavoitettavuus voi haastaa

Asiakaskohtainen työmäärä hyvin erilainen, joten suunnitelmallisuutta täytyy olla erityisesti pitkissä asiakassuhteissa.

Palautteen kerääminen asiakailta, joilla on kommunikation kanssa paljon haasteita

Kaikki valinnat eivät ole omassa käsissä. Esim. katto-organisaatio määrittelee käytettäviä ohjelmistoja ym.