

Tutkimus:

**KULUTTAJIEN KOKEMUKSET JA
ODOTUKSET ASIAKASPALVELUSTA
VUONNA 2022**



ASIAKAS HALUAA TULLA KUULLUKSI JA TUNNISTETUKSI



Teetimme keväällä 2022 paneelikyselyn pohjoismaisesta asiakaspalvelusta. Kyselyssä selvitettiin suomalaisten, ruotsalaisten ja tanskalaisten kuluttajien ajatuksia ja mieltymyksiä yritysten ja organisaatioiden asiakaspalvelun tilasta.

Voi olla, että riemu pandemiarajoitusten purkamisesta heijastui kyselyn tuloksiin, sillä tutkimuksen perusteella henkilökohtainen palvelu tuntuu asiakkaista erinomaisen hyvältä. Eikä mikään ihme – eristyksessä vietettyjen vuosien jälkeen on ilahduttavaa kohdata ihmisiä kasvokkain.

Yksi keskeinen osa asiakaskokemusta on se, että asiakas kokee tulevansa tunnistetuksi ja kuulluksi. Viime vuosina yritysten asiakaspalveluissa on panostettu erityisesti hyvään digikokemukseen kuten chatteihin ja chatbotteihin. Tulosten valossa näyttäisi kuitenkin siltä, että **asiakkaat arvostavat eniten kasvokkain tai puhelimitse tapahtuvia kohtaamisia.**

Kyselyyn vastanneiden eri pohjoismaiden kuluttajien odotukset asiakaspalvelutilanteita kohtaan ovat melko samankaltaisia, mutta tutkimuksesta löytyy myös mielenkiintoisia eroja maiden välillä. Suuret linjat ja vastausgraafit kulkevat kuitenkin aika samoissa linjoissa.

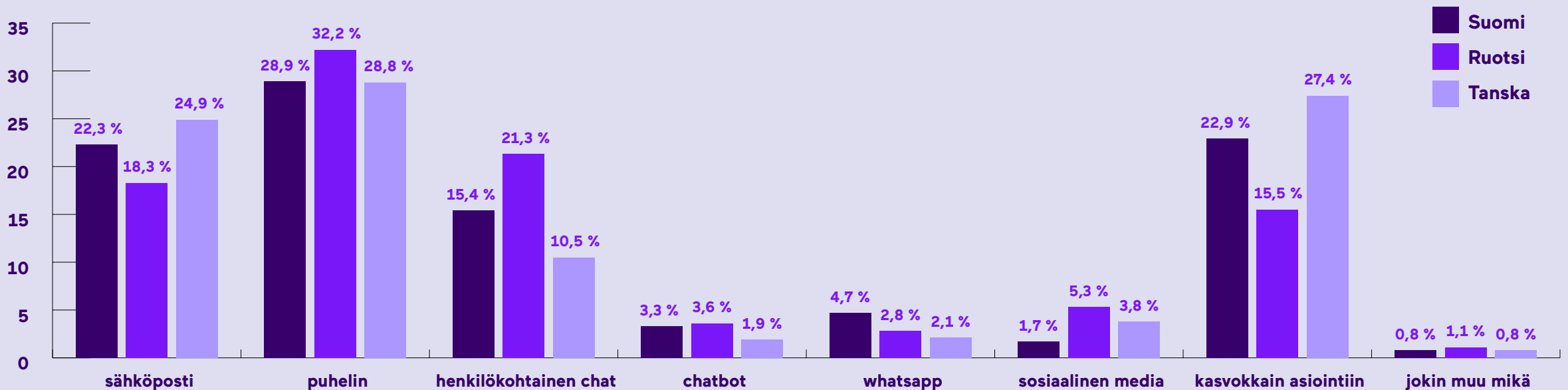
Sukella tulosten maailmaan, pohdi meidän päätelmiämme ja esitä omiasi! Kuulemme mielellämme näkemyksiäsi tutkimustuloksista somekanavissamme, tai jos haluat keskustella näistä tai vaikka päivän säästä, **olemme aina vain yhden puhelinoiton päässä.**

MINKÄ ASIAKASPALVELUKANAVAN SINÄ VALITSET, KUN HALUAT KÄYDÄ MONIMUTKAISEN ASIAN LÄPI?



Nyt se on tutkittu: jos asiakkaasi haluavat käydä läpi monimutkaisia tai monimuotoisia asioita, he kaipaavat **henkilökohtaista vuorovaikutusta**, eli puhelimitse tai kasvokkain käytävää keskustelua. Henkilökohtaiset kohtaamiset antavat tilaa käydä asiat rauhassa läpi ja esittää lisäkysymyksiä, jos jotain jää epäselväksi.

Myös **puhelin tarjoaa mahdollisuuksia kokemusten jakamiseen** ja tunteiden purkamiseen. Jos asiakkaan asia liittyy esimerkiksi reklamaatioon tai muuhun epäsuotuisaan kokemukseen, asiakaspalvelijan ääni voi rauhoittaa ja asian käsittely voi olla reilusti hedelmällisempää kuin kirjallisesti viestimällä.



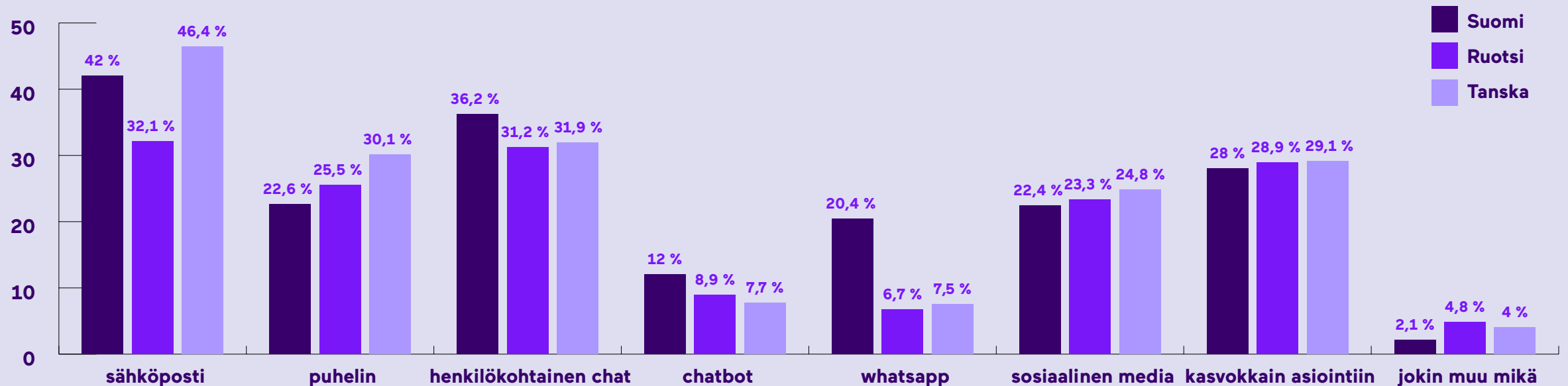


MIHIN ASIAKASPALVELUKANAVAAN TOIVOISIT YRITYSTEN PANOSTAVAN ENITEN SEURAAVIEN KAHDEN VUODEN SISÄLLÄ?

Yli puolet vastaajista kokevat tarvetta henkilökohtaiselle kontaktille. Kasvokkain tai puhelimessa tapahtuvaa vuorovaikutusta janoavat **joka maassa yhteensä yli 50 %** vastaajista, **Tanskassa jopa lähes 60 %**.

Iso osa vastaajista toivoo yritysten panostavan myös sähköpostipalvelun kehittämiseen. Voi arvailla, johtuuko toive siitä, että sähköpostia ei tällä hetkellä koeta yhtä henkilökohtaisena palvelukanavana kuin kasvokkain tai puhelimitse tapahtuvaa asiakaspalvelua.

Chatbottien lisäksi pikaviestipalvelu Whatsapp nousee suomalaisten kuluttajien vastauksissa korkeammalle kuin Tanskassa tai Ruotsissa. Aiemmin hyvin henkilökohtaiseen käyttöön käytetty palvelu on todennäköisesti korvaamassa tekstiviestipalvelut, ja Whatsappia halutaan käyttää myös yritysten kanssa asiointiin. Aika harva yritys vielä tarjoaa Whatsappia asiakaspalvelukanavakseen, mutta siinä voisi olla yksi tulevien vuosien kehityksen suunta.



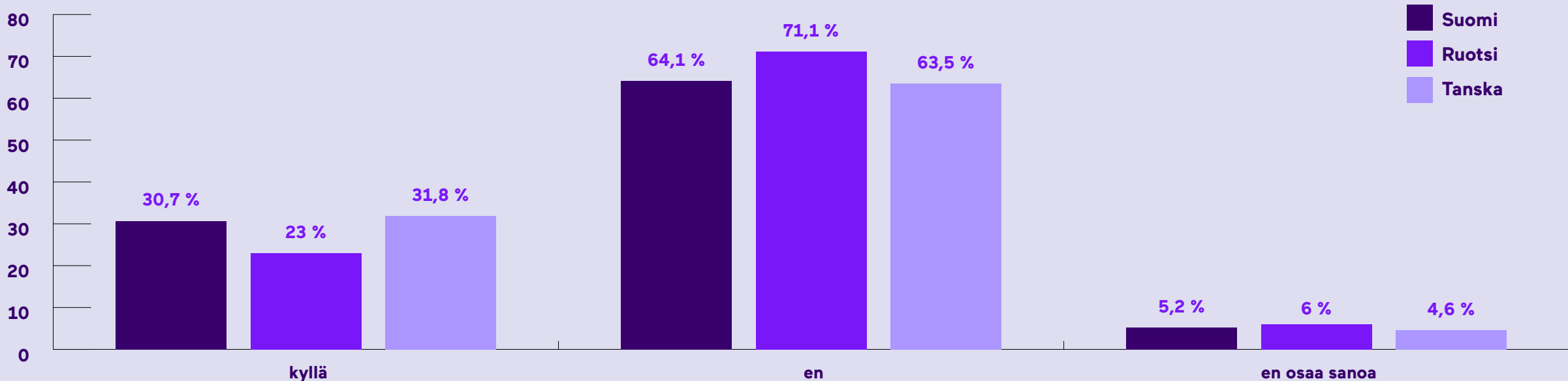


OLETKO VAIHTANUT VIIMEISEN KAHDEN VUODEN AIKANA PALVELUNTARJOAJAA, KOSKA ASIAKASPALVELUN TAVOITTAVUUS ON OLLUT HUONO?*

Huonot asiakaspalvelukokemukset saavat asiakkaat äänestämään jaloillaan ja vaihtamaan palveluntarjoajaa. Ruotsalaiset sietävät huonoksi kokemaansa asiakaspalvelua muita pohjoismaita pitempään, mutta **Suomessa ja Tanskassa lähes kolmannes vastaajista on vaihtanut palveluntarjoajaa**, kun kuppi on mennyt niin sanotusti nurin.

Asiakaspalvelun saavutettavuudella on valtava merkitys etenkin pitkäaikaisten palveluiden hankinnassa, mutta myös kertaluontoisten hankintojen kanssa. Jos on kerran saanut huonoa palvelua ja on tyytymätön valintaansa, ei todennäköisesti tee samaa valintaa toista kertaa.

Mieti, jos sinun asiakkaistasi häviäisi kolmasosa. Mitä se tarkoittaisi sinun liiketoiminnallesi?



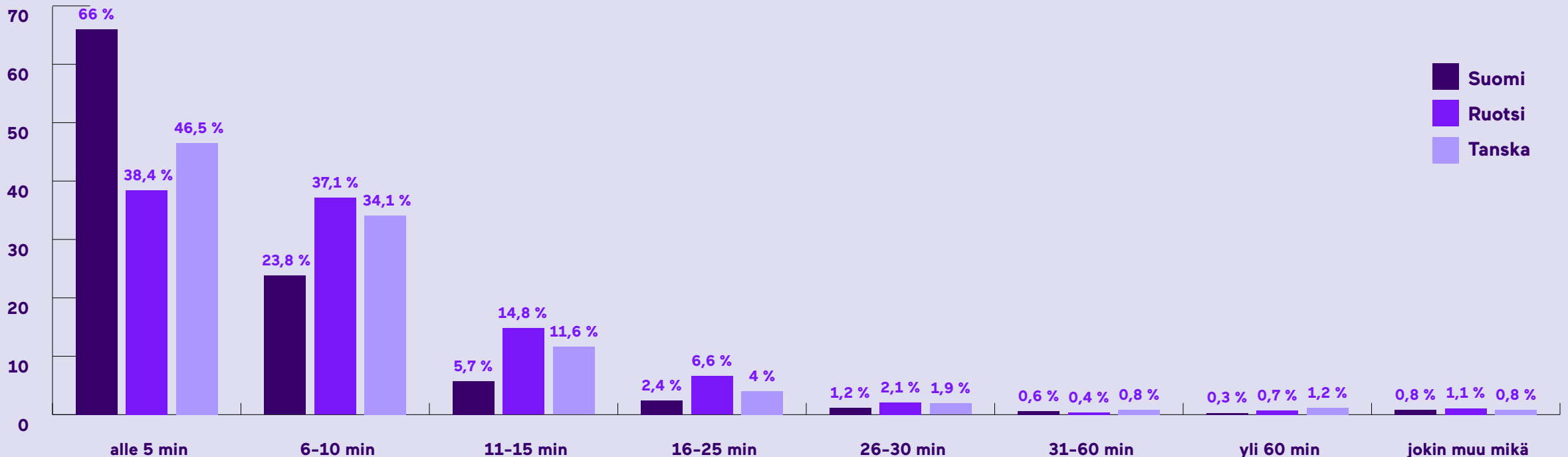
*energiayhtiötä, matkapuhelinyhtiötä tai aiemmin suosimaasi lentoyhtiötä/matkatoimistoa

MITEN NOPEASTI ESIMERKIKSI YRITYKSEN PUHELINPALVELUSTA TULISI VASTATA **ELI MIKÄ ON KOHTUULLINEN ODOTUSAIKA?**



Tutkimuksen mukaan kärsimättömmimpiä ovat suomalaiset. Heistä 66 % odottaa, että puhelimeen vastataan alle viidessä minuutissa. Neljäsosa suomalaista vastaajista jaksaa odottaa vielä toiset viisi minuuttia, mutta siitä pidempi odotusaika alkaa jo turhauttaa.

Ruotsissa 75 % ja Tanskassa 80 % vastaajista jaksaa odottaa 10 minuuttia ihan hyvin, eikä 15 minuuttiakaan tuota vielä tuskaa. Mielenkiintoista on myös se, että nuoremmat vastaajat olivat vanhempia kärsivällisempiä. 18–44-vuotiaat dominoivat 16–60 minuutin vastauksissa, kun taas yli 44-vuotiaat valitsivat pääasiassa mahdollisimman lyhyen odotusajan. Eniten nuorten kärsivällisyys korostui suomalaisten kuluttajien vastauksissa.





ASIAKASPALVELUN ONNISTUMINEN VAATII MUUTAKIN KUIN NOPEAN VASTAUSAJAN

Asiakaspalvelutilanteissa on hyvä muistaa, että odotusajan lisäksi kuluttajan täytyy kertoa asiansa ja antaa itsestään jokin tarkenne, jolla asiakaspalvelija voi hänen tietonsa järjestelmästä hakea. Mutta mitä jos asiakaspalvelija tietäisi jo ennen puheluun vastaamista soittajan henkilöllisyyden ja keskusteluhistorian? Puhelu voidaan näiden tietojen perusteella myös ohjata suoraan oikealle henkilölle, eikä soittajan tarvitse uudestaan jonotella puhelua siirrettäessä.

Henkilöltä toiselle pallottelu turhauttaa asiakasta, eikä tyytyväisyyttä nosta ainakaan se, ettei puheluun vastaajalla ole hajuakaan, mitä soittaja on aiemmin asiasta kertonut. **Enreachin puheratkaisuilla selätät nämä haasteet: tiedät kuka sinulle soittaa jo ennen kuin edes vastaat ja näet kaikki hänen asiakkuuteensa liittyvät tiedot ja aiemmat yhteydenotot yhdessä näkymässä.**

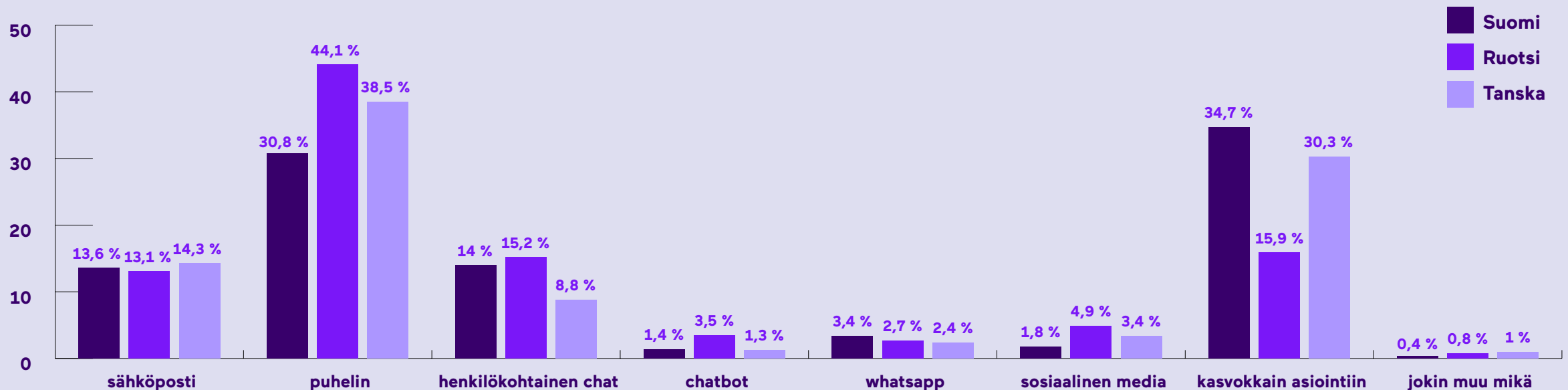
MISSÄ KANAVASSA KOET SAAVASI HENKILÖKOHTAISINTA PALVELUA?



Viimeisten kahden vuoden aikana olemme nähneet monenlaisia digikanavia ja -palveluita, mutta silti asiakaspalvelukokemuksen odotusarvo on toisenlainen. Asiakkaat toivovat saavansa henkilökohtaista palvelua ja kyselyn perusteella sitä saadaan puhelimitse tai kasvokkain asioimalla.

Ruotsissa jopa lähes puolet kyselyyn vastanneista kokee, että kaikkein henkilökohtaisinta palvelua saa puhelimitse. Kasvokkain asiointi tulee vasta toisena kyselytuloksissa reilulla 15 %:lla. **Tanskassakin puhelinpalvelu koetaan henkilökohtaisemmaksi kuin kasvokkain asiointi.**

Suomessa 34,7 % vastaajista kokee kasvokkain asiointin henkilökohtaisimmaksi, **mutta puhelin tulee heti perässä reilulla 30 %:lla.**

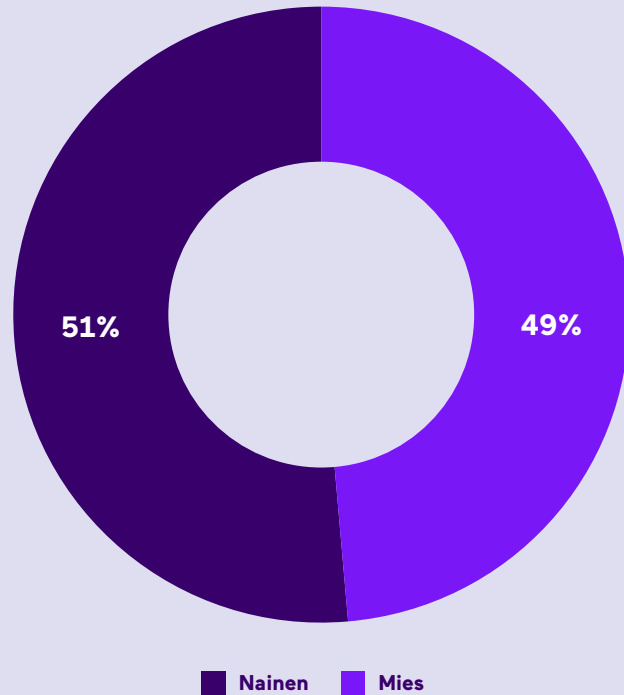




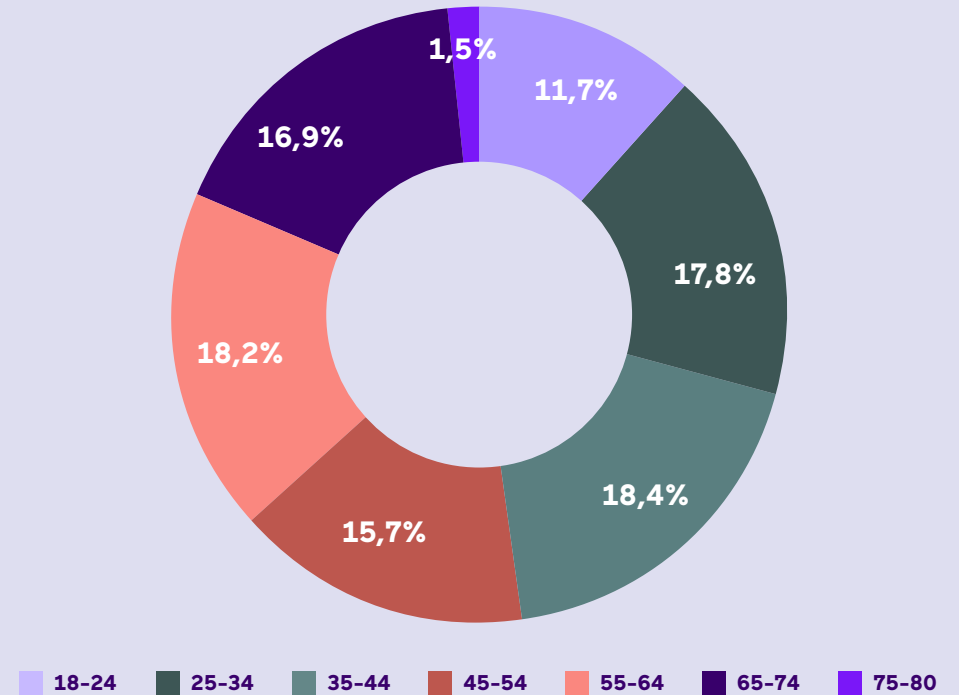
KYSELYN DEMOGRAFIA

Kyselyyn vastasi yhteensä 3 024 kuluttajaa. Kysely toteutettiin Suomessa, Ruotsissa ja Tanskassa 7.–12.4.2022.

Sukupuoli



Ikä

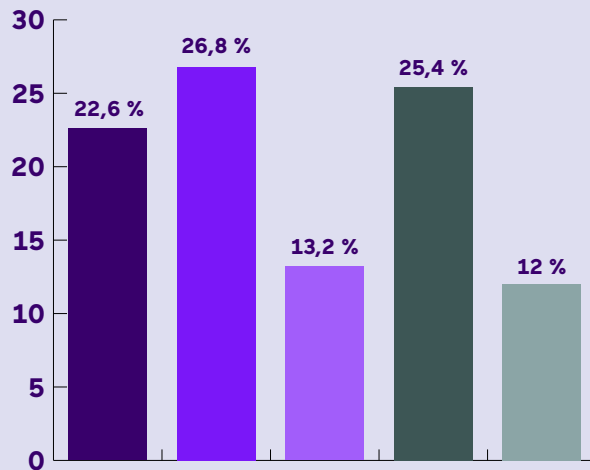


KYSELYN DEMOGRAFIA



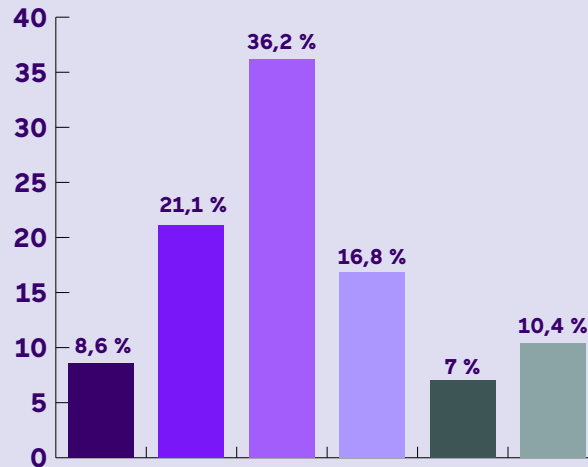
Kyselyyn vastasi yhteensä 3 024 kuluttajaa. Kysely toteutettiin Suomessa, Ruotsissa ja Tanskassa 7.–12.4.2022.

Asuinseutu



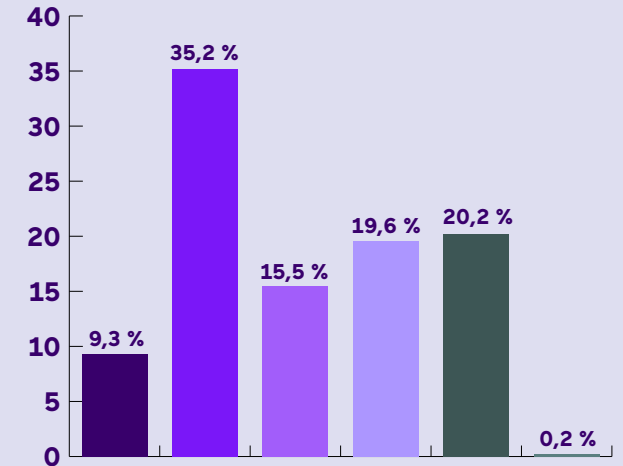
- Pääkaupunkiseutu
- Etelä-Suomi pois lukien Pääkaupunkiseutu
- Itä-Suomi
- Länsi-Suomi
- Pohjois-Suomi

Vuositulot



- Alle 10 000 euroa
- 10 000 - 19 999 euroa
- 20 000 - 39 999 euroa
- 40 000 - 59 999 euroa
- Yli 60 000 euroa
- En halua kertoa

Koulutus



- Perus-/kansa-/kansalaiskoulu
- Ammattikoulutus/opistotaso
- Ylioppilas/lukio
- Ammattikorkeakoulu
- Yliopisto/korkeakoulu
- Ei koulutusta

**MITEN SINUN YRITYKSESSÄSI
NÄMÄ ASIAT ON HUOMIOITU?**

**OTA YHTEYTTÄ JA MIETITÄÄN YHDESSÄ,
VOISIMMEKO OLLA AVUKSI!**

**www.enreach.fi
sales.fi@enreach.com
+358 40 450 3000**

