

Ly Kalam-Salminen, TtT,

Asiantuntijalehtori Hyrrät -hanke, 10.1.2014

Asiakslähtöisyys hyvinvointialan yrittäjyydessä

Asiakslähtöisyys on sanana kaikille tuttu, mutta mitä se itse asiassa on, toteutuuko se käytännössä ja mitä iloa siitä on niin hyvinvointialan yrittäjälle kuin asiakkaillekin? Asiakslähtöisyydestä ei ole olemassa yhtä kaiken kattavaa määritelmää, mutta on olemassa yksimielisyyttä siitä, mitä elementtejä se sisältää ja miten se rakentuu. Voidaan sanoa, että asiakslähtöisyys rakentuu dialogisesti yrittäjän ja asiakkaan välillä. Sen lähtökohtana ovat asiakkaan yksilölliset tarpeet ja odotukset. Asiakslähtöisyydelle on ominaista niin asiakkaan kuin yrittäjän asiantuntijuuden jakaminen, kuunteleminen ja kuulluksi tuleminen, toisen kunnioittaminen, pyrkimys konsensukseen, rehellisyys ja toiminnan eettisyys.

Hyvinvointialan yrittäjyyden asiakslähtöisyydessä on tärkeä määritellä ensiksi, kuka on asiakas. Tyypillisesti kaupallisella alalla olemme tottuneet maksavaan asiakkaaseen eli kuluttajaan. Näin on usein myös hyvinvointialalla, muttei aina. Hyvinvointialan tuotteiden tai palvelujen käyttäjäasiakkaat eivät ole aina maksaja-asiakkaita. Yrityksesi toimialasta riippuu, ovatko käyttäjäasiakkaasi nimeltään vain asiakkaita vai ovatko he potilaita, perheitä, kuntoutujia tai joitakin muita käyttäjiä. Hyvinvointialan palvelujen maksaja-asiakas saattaa olla esimerkiksi kunta, sillä monien hyvinvointipalvelujen järjestäminen on lakisääteisesti määritelty kuntien vastuulle. Kaikkia palveluja kunnat eivät kuitenkaan tuota itse, vaan tilaavat ne hyvinvointialan yrityksiltä. Samankaltainen kaksijakoinen asiakkuus voi syntyä myös silloin, kun hyvinvointialan yrittäjä tarjoaa palvelujaan tai tuotteitaan alihankintana jollekin toiselle yritykselle.

Hyvinvointialan yrittäjänä sinun on oltava asiakslähtöinen kaikkiin asiakkaisiin nähden. Jos käyttäjä-asiakas on eri kuin ostaja-asiakas, asiantuntijuuttasi osoittaa tasapaino näiden kahden asiakasryhmän tarpeiden ja odotusten huomioon ottamisessa.

Kun asiakslähtöisyyttä lähestytään palvelujen tai tuotteiden käyttäjäasiakkaiden näkökulmasta, heidät tuo yritykseeni tarve, johon he etsivät tyydytystä. Lisäksi heillä on odotuksia siitä, millaisia ominaisuuksia heidän tarpeensa tyydyttävällä palvelulla tai tuotteella tulisi olla. Kuuntele asiakastasi, sillä hän on itseään koskevilla asioilla paras asiantuntija. Sinun tehtävänäsi on tunnistaa asiakkaasi tarpeet ja odotukset ja etsiä niihin hänen kanssaan yhdessä parhaat ratkaisut. Asiakkaan kanssa konsensukseen pääseminen ei tarkoita, että asiakas on "kuningas" ja sinä palvelujen tarjoajana teet kyselemättä kaiken, mitä maksava asiakas sinulta odottaa. Toiminnan eettisyyteen kuuluu, että tuot oman asiantuntijuutesi myös asiakkaasi käyttöön ja kerrot vaihtoehtoisista mahdollisuuksista niin, että asiakas ymmärtää valintojensa seuraukset riittävän tiedon perusteella. Asiakslähtöisyyden puutteena kritisoidaankin sitä, että laillistetuissa tai nimikesuojatuissa ammateissa on helppo astua paremmin tietävän asiantuntijan rooliin ja tehdä päätöksiä asiakkaan puolesta. Tässä on jokaisella hyvinvointialan yrittäjällä mietinnän paikka. Toteutuuko juuri sinun yrityksessäsi aito dialogi asiakkaiden kanssa ja annatko asiakkaasi käyttöön kaikki tarvittavat tiedot, jotta jokainen asiakassuhde on symmetrinen? Eri asiakkaille asiakslähtöisyys on erilaista. Sekin on asiakslähtöisyyttä, jos asiakas pyytää sinua päättämään puolestaan. Mutta asiakslähtöisyyttä ei ole, jos teet sen asiantuntijuutesi nojaten

antamatta asiakkaallesi mahdollisuutta toimia vertaisena yhteistyökumppanina häntä koskevissa asioissa. Asiakkaasi tarvitsee sinua - yhteistyössä kanssasi hän päätyy hänelle laadultaan ja hinnaltaan sopivimpaan ratkaisuun, jolla yrityksesi pystyy tyydyttämään juuri tämän asiakkaasi tarpeet ja vastamaan hänen odotuksiinsa.

Käyttäjäasiakkaan näkökulmasta katsottuna palveluille on ominaista, että ne tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Jotta pystyt olemaan joustava palveluprosessin aikana, tämä edellyttää, että olet ennakkoon miettinyt, mitä kaikkea vaihtoehtoista pystyt tarjoamaan. Kyky ennakoida asiakastarpeita, palvelujen segmentointi eri asiakasryhmille ja pilkkominen eri osista muodostettaviksi palvelukokonaisuuksiksi on asiakaskeskeisyyttä, joka antaa sinulle asiakaskontaktissa tarvittavaa joustavuutta ja liikkumavaraa. Näin pystytte asiakkaan kanssa useista vaihtoehdoista muovaamaan asiakaskontaktissa juuri tälle asiakkaalle räätälöidyn asiakaslähtöisen palvelun.

Asiakkaan yksilöllisyyden huomioon ottaminen on yksi tärkeimmistä tekijöistä, joka saa asiakkaat valitsemaan juuri sinun yrityksesi palvelut. Esimerkiksi ystävällinen ja asiantunteva kysymyksiin vastaaminen ja neuvonta sekä toiminnan perustelu jonkun toimenpiteen aikana voi olla avaintekijä, jonka vuoksi asiakas valitsee juuri sinun yrityksesi palvelut. Mitä paremmin palvelusi täyttää asiakkaasi tarpeiden lisäksi myös hänen odotuksensa, sitä varmemmin tästä asiakkaasta tulee tyytyväinen asiakas tai yrityksesi kanta-asiakas.

Aito dialogi asiakkaan kanssa hyödyttää myös sinua yrittäjänä, sillä sitä kautta saat arvokasta asiakaspalautetta ja ideoita palvelu- tai tuotevalikoimasi kehittämiseksi asiakkaiden odotuksia vastaaviksi. Yhteistyö asiakkaiden kanssa on tärkeä osa palvelumuotoilua ja kilpailuvaltti. Aina asiakkaiden odotuksiin vastaaminen ei suinkaan nosta palvelun hintaa. Joskus asiakkaalle tarpeettomien palvelun hintaa nostavien osien karsiminen saattaa jopa parantaa palvelun laatua asiakkaan näkökulmasta ja olla palvelujen ostamisen edellytys.

Asiakaslähtöisyyden täytyy näkyä palvelukontaktien lisäksi myös yrityksesi muussa toiminnassa. Millainen on tapasi toteuttaa yrityksesi suhdetoimintaa asiakkaidesi kanssa? Onko mainostamisen lisäksi tapanasi kerätä aktiivisesti tietoa myös myytyjen palveluidesi ja tuotteidesi tai yrityksesi internetsivujen käytettävyysskokemuksista? Sen innovoimiseen, mitä haluttua ja erilaista kilpailijoihisi verrattuna yrityksesi voi asiakkailleen tarjota, kannattaa panostaa. Asiakaslähtöinen ja innovatiivinen tapa kehittää palveluja ja niiden markkinointia on tehdä se aidosti yhdessä mahdollisten käyttäjäasiakkaiden kanssa.

Jos yrityksesi palveluiden tai tuotteiden loppukäyttäjät eivät ole niiden maksajia, voi käydä niin, että käyttäjäasiakkaat odottavat sinulta enemmän kuin mistä maksaja-asiakas on valmis maksamaan. Tämä on hyvä tiedostaa. Näissä tilanteissa sinun kannattaa miettiä tarkkaan, mitä sellaista yrityksesi pystyy tarjoamaan, mikä on käyttäjäasiakkaille arvokasta korottamatta palvelun hintaa. Panosta palvelukuvaukseen - sinun asiantuntijuutesi näkyy siinä. Ole rehellinen ja lupaa sitä, mihin yrityksesi pystyy. Pidä huolta siitä, että tilaaja-asiakkaasi tietää, mitä hän sinulta ostaa.

Jos kunta tai joku muu yritys on päättänyt tilata tarvitsemaansa palvelut ostopalveluina, asiakaslähtöisyytesi yrittäjänä näkyy siinä, että palvelujen tuottajana selvität tarjouskilpailussa tilaajasi tarpeet ja odotukset ja tuotteistat palvelusi niihin mahdollisimman hyvin vastaaviksi. Tilaajan edustajat ovat vastuussa siitä, että heidän ostamansa palvelut täyttävät järjestäjävastuun mukaiset laatuvaatimukset ja ovat kustannustehokkaita. Kun vastaat tilaajan tarjouspyyntöön, muistathan, että

tilaaja kilpailuttaa tarjoukset. Asiakslähtöisyyttä ja asiakkaan arvostamista on, että teet hintavertailun hänelle mahdollisimman helpoksi.

Joskus kilpailu eri yrittäjien välillä saa epäterveitä piirteitä. Asiakslähtöisyyteen ei liity asiakkaan mielistely, jossa kaunistelet asioita ja lupaat sellaista, mihin et myöhemmin pysty. Voit voittaa kerran tarjouskilpailun, mutta todennäköisesti sopimuskauden umpeuduttua tilallesi astuu joku muu yritys. Palveluidesi loppukäyttäjät ovat tyytymättömiä, pitkiä asiakassuhteita heihin ei synny ja yrityksesi saa huonon maineen. Jos olet esim. kunnan hyväksymä yksityinen palveluntuottaja, jolta käyttäjäasiakas hankkii palvelunsa palvelusetelillä, hän todennäköisesti äänestää jaloillaan ja valitsee jonkun muun kunnan hyväksymän palveluntuottajan.

Jos asiakaskuntasi on kaksijakoinen, silloin on tärkeää, että toimit asiakslähtöisesti annetuissa rajoissa. Käytännössä tämä tarkoittaa, että pystyt täyttämään tarjoamallasi hinnalla tilaaja-asiakkaan laatuvaatimukset ja kuvaat tarjouksessasi sen, miten ne mahdollisesti ylität. Kun sopimuksen synnyttyä palvelet käyttäjäasiakkaita, asiakslähtöisyyttäsi osoittaa, että pystyt annettujen laatuvaatimusten puitteissa räätälöimään palvelujen loppukäyttäjille sopivan palvelun. Sinulta tämä edellyttää asiakkaan informointia palvelun reunaehdoista, asiakkaan toiveiden kuuntelemista ja neuvottelua, jossa etsitte yhdessä hänelle parhaat ratkaisut.

Toivottavasti sinulle ovat lukiessasi kirkastuneet asiakslähtöisyyden ominaispiirteet hyvinvointialan yrittäjyydessä. Otathan huomioon sen, että osa asiakslähtöisyydestä tapahtuu muualla kuin suorassa asiakaskontaktissa. Koska asiakslähtöisyydessä oleellista on asiakkaan ja hyvinvointialan yrittäjän asiantuntijuuden jakaminen, pidä asiantuntijuutesi ajan tasalla. On hyvä olla ajan hermoilla niin tutkimustuloksista kuin teknologian kehityksestä. Muina edellytyksinä on hyvä muistaa, että nykypäivänä yhä useammin ensimmäinen kontakti yritykseen tapahtuu internetin välityksellä. Käyttäjystävälliset sivut ja riittävä informaatio auttavat asiakkaita tekemään valintansa palvelun ja tuotteiden tarjoajien joukosta.

Asiakslähtöisyydessä on pitkälti kyse asioihin suhtautumisesta. Tutkimuksissa on todettu, että tyypilliset vastaväitteet – ajan ja rahan puute - eivät ole asiakslähtöisyyden este. Päinvastoin, parhaimmillaan todellinen asiakslähtöisyys on kustannustehokasta ja vaikuttavaa. Asiakslähtöisyyttä ei ole "minulle kaikki heti nyt", vaan tarjota asiakkaalle se paras, mitä mahdollisuuksien puitteissa voidaan saavuttaa. Hedelmällistä yhteistyötä asiakkaidesi kanssa!