# Asiakkuuksien johtaminen – asiakaslähtöinen toiminta uudelle tasolle

27.10.2020

Nykyinen tilanne markkinoilla korostaa asiakkaiden yksilöllisten tarpeiden ymmärtämistä ja niihin vastaamista. Tähän tilanteeseen voidaan vastata asiakkuuksien johtamisella ja käyttäen työkaluna CRM:ää. Menestyvät yritykset painottavat asiakkaiden tarpeiden kokonaisvaltaista ymmärtämistä toiminnassaan.

Kaiken keskiössä on yrityksen näkökulmasta asiakkaiden kokemusten kokonaisvaltainen hallinta. Yrityksen tulee olla tietoinen asiakkaiden kokemuksista yrityksen tarjoamien tuotteiden tai palveluiden osalta. Asiakkaan kokemusten tulisi olla vähintään hyvällä tasolla, mieluummin erinomaisella tasolla. Näin varmistettaisiin asiakkaan palaaminen yrityksen asiakkaaksi uudelleen ja uudelleen.

Yrityksellä tulisi olla käytössä asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmä, joka on tavalla tai toisella kytköksissä CRM-järjestelmään.  Molempien järjestelmien käytön tulisi olla yrityksessä järjestelmällistä ja aktiivista. Tällaisessa ympäristössä CRM:n rooli ei vain olisi myynnin ja markkinoinnin johtamista, vaan koko asiakkuuden elinkaaren aikana tapahtuvaa toiminnan johtamista asiakkaan näkökulmasta. Asiakaslähtöinen toimintatapa tulisi asettaa yrityksen keskeiseksi tavoitteeksi. Tarvittaessa CRM:n käyttöönoton yhteydessä tulee tehdä muutoksia yrityksen toiminnassa asiakaslähtöiseen suuntaan. Yrityksen asiakaslähtöisyyttä arvioitaessa tulisi yrityksessä esittää kysymykset: minkälainen on yrityksemme asiakasprosessi? Ja miten kasvatamme asiakaspääomaamme?

Asiakkuuksien johtaminen voi merkitä yritykselle isoa muutosta yrityksen toimintakulttuurissa. Tästä syystä on tärkeää osallistuttaa yrityksen henkilökuntaa laajasti tähän muutosprosessiin. Tällä tavalla saadaan yrityksen henkilökunta sitoutettua asiakaslähtöiseen toimintatapaan. Tämä on keskeistä asiakaslähtöisen toimintatavan juurruttamisessa yritykseen. Mikään järjestelmä sinällään ei takaa asiakkaan ottamista toiminnan keskiöön. Jos yrityksen työntekijät eivät huomioi asiakasta tällä tavalla, ei sitä tee mikään järjestelmäkään.

**Ville-Pekka Mäkeläinen**
Kansainvälisen markkinoinnin yliopettaja
SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri