



MIRATIO
Marketing Intelligence



TEHO IRTI ASIAKASTYYTYVÄISYYS- TUTKIMUKSESTA

Asiakastyytyväisyystutkimus on investointi. Usein kuitenkin sen tuloksena voi olla lähinnä vain tieto siitä, että asiakkaat ovat melko tyytyväisiä. Tämä ei riitä.

Asiantuntijapuheenvuoro

Perinteinen asiakastyytyväisyystutkimus katsoo helposti vain taaksepäin. Siinä selvitetään, ovatko asiakkaat olleet tyytyväisiä tuotteisiin, palveluun ja asiointiin. Menneestä pitää oppia, mutta liiketoiminnan kehittämiseksi tarvitaan tietoa myös asiakkaiden tulevista tarpeista ja aikeista.

Puheenvuorossa tarkastellaan, miten asiakastyytyväisyystutkimuksesta rakennetaan yrityksen päätöksentekoa, tuotekehitystä, asiakkuuksien säilyttämistä ja myyntiä palveleva kokonaisuus.

Olennaista on tunnistaa, mitä yrityksen pitäisi tietää voidakseen tehdä parempia päätöksiä. Puheenvuorossa käsitellään myös kysymysten muotoilua, vastaamisen psykologiaa ja sitä, miksi päällepäin hyvältä näyttävä kysely ei välttämättä tuota käyttökelpoista tietoa.

Puheenvuoron jälkeen kuulija ymmärtää, miten asiakastyytyväisyystutkimuksen hyötyä voidaan laajentaa tyytyväisyyden mittaamisesta liiketoiminnan kehittämiseen.

Lisätietoja:
Sirpa Stenbom



040 749 4065



sirpa.stenbom@gmail.com

Puheenvuoron pitää YTT Hanna Willman-livarinen, jolla on pitkä kokemus tutkimusten suunnittelusta, toteuttamisesta, analysoinnista ja hyödyntämisestä. Hänen väitöskirjansa käsitteli kuluttajan päätöksenteon psykologiaa. Hanna kirjoittaa Tutkimusguru-blogia, jossa hän käsittelee tutkimusmenetelmiä, kysymysten muotoilua, vastaamisen psykologiaa ja tutkimustiedon hyödyntämistä.

