

Asiakaspalvelun ABC

Case: Vapaaehtoiset Lahti 2017 MM-
kisoissa.

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden ja matkailun ala
Matkailun koulutusohjelma
Matkailu
Opinnäytetyö
Syksy 2016
Niina Aalto

Lahten ammattikorkeakoulu
Liiketalouden ja matkailun koulutusohjelma

AALTO, NIINA:

Asiakaspalvelun ABC

Case: Vapaaehtoiset Lahti 2017 MM-
kisoissa.

Matkailun opinnäytetyö, 35 sivua, 11 liitesivua

Syksy 2016

TIIVISTELMÄ

Tämä toiminnallinen opinnäytetyö tarkasteli asiakaspalvelussa toimimista asiakkaan ja asiakaspalvelun työntekijän näkökulmasta. Opinnäytetyössä työstetty materiaali on tarkoitettu koulutusmateriaaliksi Lahti 2017 MM-kisoissa toimiville vapaaehtoisille asiakaspalvelun tehtävissä.

Koulutuspäivät järjestetään Lahdessa tammikuussa 18.1. ja 28.1.2017.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä on käytetty kvalitatiivista tutkimusta eli laadullista tutkimusta.

Tämän opinnäytetyön tuotos on diaesitys, jossa esitellään asiakaspalvelua ja asiakaspalvelussa toimimista Lahti 2017 MM-kisoissa vapaaehtoisina toimiville asiakaspalvelun työntekijöille.

Asiasanat: asiakaspalvelu, Lahti 2017 MM-kisat, koulutusmateriaali, diat

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Business studies and Hospitality

AALTO, NIINA:

Customer service 101
Case: Volunteers at Lahti 2017 MM-
sport games.

Bachelor's Thesis in hospitality
appendices

35 pages, 11 pages of

Autumn 2016

ABSTRACT

The purpose of this functional thesis is to examine customer service work from the perspective of the customer and the customer service employee. This thesis is intended to be used as training material for Lahti 2017 MM-sports games volunteers in customer service positions. The training for the volunteers is held in Lahti, 18th and 28th of January 2017.

This thesis research method is qualitative method.

The result of this thesis is a slide show. The slide show explains what customer service is for the volunteers that are going to work at the Lahti 2017 MM-sport games in customer service positions.

Keywords: customer service, Lahti 2017 MM-sport games, educational material, slide show

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön aihe ja tarkoitus	1
1.2	Opinnäytetyön tavoite	1
1.3	Lahti 2017 ja toimeksiantaja	3
1.4	Lahti 2017 MM-kisat	3
2	ASIAKASPALVELUN ABC	5
2.1	Hyvä asiakaspalvelu	5
2.2	Asiakaspalvelutilanteeseen valmistautuminen	7
2.3	Asiakkaan kohtaaminen	8
2.4	Erilaiset asiakkaat	11
2.5	Asiakaspalaute	11
3	ASIAKASPALVELU	13
3.1	Asiakkaalle välittyvä viestintä	13
3.2	Viestintä tiimien välillä	15
4	VAPAAEHTOISET	18
4.1	Vapaaehtoisten motivointi	18
4.2	Koulutuspaketti ja koulutus	19
4.3	Tapahtuman tehtävät	22
5	TYÖN KULKU	24
5.1	Työn eteneminen	25
5.2	Menetelmät ja työtavat	25
5.3	Diojen suunnittelu	26
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	29
6.1	Työn tavoite ja toteuttaminen	30
6.2	Oma oppiminen ja työn kehittämismahdollisuudet	31
	LÄHTEET	32
	LIITTEET	36

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön aihe ja tarkoitus

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aiheena on laatia asiakaspalvelun koulutusmateriaalia Lahti 2017 tapahtumaan ja erityisesti Lahti 2017 MM-kisoissa toimiville vapaaehtoisille. Aiheena tässä opinnäytetyössä on Asiakaspalvelun ABC. Opinnäytetyössä tuotettu materiaali on tarkoitettu osana koulutuspäivillä pidettävää elämyksellistä koulutuspäivää. Tarkoituksena tässä opinnäytetyössä on laatia diasarja, jossa esitellään helposti ymmärrettävästi mitä asiakaspalvelu on asiakkaan ja asiakaspalvelussa työskentelevän työntekijän näkökulmasta. Työssä kerron lyhyesti asiakaspalautteen tärkeydestä. Käsittelen myös sanattoman viestinnän merkityksestä asiakaspalvelutilanteessa ja viestinnässä.

Tämän opinnäytetyön materiaali tulee olemaan osa koulutuspakettia jota Lahden ammattikorkeakoulun palveluliiketoiminnan tradenomi opiskelijat ovat työstäneet kevästä 2016 asti. Tähän koulutukseen vapaaehtoiset osallistuvat osana valmennustaan vapaaehtoisena toimimisesta Lahti 2017 MM-kisoissa. Koulutuspäivät järjestetään 18.1. ja 28.1.2017. Koska vapaaehtoiset toimivat erilaisissa tehtävissä Lahti 2017 MM-kisa tapahtumassa, työstetty koulutusmateriaali on tässä opinnäytetyössä pyritty pitämään yleisenä tietona ja tuomaan ilmi toimintatapoja asiakaspalveluun liittyen.

1.2 Opinnäytetyön tavoite

Tämän opinnäytetyön tuotoksen tavoitteena on tuoda vapaaehtoisille asiakaspalvelussa toimiville henkilöille tietoa siitä mitä asiakaspalvelu on yleisesti, kuinka asiakkaan kohtaamisessa voi onnistua ja kuinka siihen voi valmistautua. Käsittelen asiakaspalvelua tässä opinnäytetyössä enemmän asiakkaan näkökulmasta, koska tapahtumaan tulevat asiakkaat ovat juuri niitä henkilöitä joita vapaaehtoiset asiakaspalvelijat Lahti 2017 MM-kisoissa kohtaavat.

Tuotoksen tarkoituksena on saada näistä asioista tiivis ja muokattavissa oleva yhteenveto diasarjalle, jotta Lahti 2017 MM-kisoissa olevat vapaaehtoiset työntekijät saisivat mahdollisimman selkeän kuvan mitä asiakaspalvelu mahdollisesti tulee olemaan tulevassa tapahtumassa. Tuotetun materiaalin avulla vapaaehtoisille koulutetaan asiakaspalveluun liittyviä asioita elämyksellisillä koulutuspäivillä tammikuussa 2017. Materiaalin kouluttaminen vapaaehtoisille tapahtuu diojen avulla. Koulutusmateriaalia työstetään vuoden 2016 aikana ja tarkoituksena on työstää monta pientä koulutuspalikkaa joista koostuu laaja asiakokonaisuus ja tästä kokonaisuudesta vapaaehtoisilla on mahdollista valita haluamansa koulutukset heidän tarpeidensa mukaan.

Tämän opinnäytetyön tuottama materiaali on osa suurempaa kokonaisuutta, jolla rakennetaan suurempi elämyksellinen koulutuskokonaisuus ja johon kaikki vapaaehtoiset osallistuvat. Koulutuspäivien tarkoitus ja tavoite on tarjota vapaaehtoisille MM-tason asiakaspalvelua –koulutus, jossa vapaaehtoiset saavat palvelukokemuksen kannalta avainsektoreiltaan avustavaa koulutusta työhönsä vapaaehtoisena. (MM-tason asiakaspalvelua).

Rajauksen keskitän asiakaspalvelun aihealueeseen käsittämään asiakaspalvelun määritelmän, hyvän asiakaspalvelun, asiakaspalvelutapahtuman, asiakaspalvelussa toimimisen, viestintää sekä kertomaan koulutuspaketista ja vapaaehtoisten työtehtävistä itse Lahti 2017 MM-kisoissa. Työn ulkopuolelle rajaan kokonaan tapahtuma organisaation ja muut työntekijät. Asiakaspalautetta tarkistelen pintapuolisesti.

Opinnäytetyötä tehdessä pyrin pitämään aiheen tarkasti itse asiakaspalvelutapahtumassa ja mitä asiakas havainnoi ja kuinka vapaaehtoinen asiakaspalvelun työntekijä pääsee tuomaan arvoa asiakkaalle ja itselleen hyvin onnistuneen asiakaspalvelutapahtuman kautta.

1.3 Lahti 2017 ja toimeksiantaja

Lahdessa 2017 järjestettävät MM-kisat ovat juhlakisat. Vuonna 2017 Lahti järjestää pohjoismaisten hiihtolajien MM-kilpailut jo seitsemännen kerran. Lahdella on jo vankka kokemus MM-kisojen järjestämisestä ja isännöinnistä. Lahti haluaa järjestää Suomen 100-vuotisjuhlavuonna koko kansan juhlan, jossa jokaisella on hyvä olla. Lahti 2017 odotetaan olevan koko vuoden suurin tapahtuma ja Lahti 2017 on osa 100-vuotisjuhlallisuuksia. (Tervetuloa juhlakisoihin 2016).

Kotimaiset ja paikalliset yritykset ovat olleet vahvasti mukana kisajärjestelyissä ja mukana itse kisoissa katsomorakenteiden pystyttämässä, yleisöalueen teltoissa, kuljetuksin ja kisakylän järjestämisessä Vierumäellä urheilijoille sekä heidän taustajoukoilleen.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajina ovat Lahti 2017 MM-kisaorganisaatio, Lahti Events Oy ja Lahden ammattikorkeakoulu. Lahti 2017 MM-kisaorganisaatio on tehnyt Lahden ammattikorkeakoululta koulutustilauksen, jossa Lahden ammattikorkeakoulu tuottaa koulutuspäivät Lahti 2017 MM-kisaorganisaation vapaaehtoisille työntekijöille. Koulutuspäivät järjestävät Lahden ammattikorkeakoulun palveluliiketoiminnan opiskelijat. (MM-tason asiakaspalvelua 2015).

1.4 Lahti 2017 MM-kisat

Lahti on viimeksi järjestänyt MM –kisat vuosina 1926, 1938, 1958, 1978, 1989, 2001. Nyt järjestettävät kisat ovat Lahdelle jo siis seitsemännet. Lahdella on pitkät perinteet kisojen järjestämisestä ja isännöinnistä. Juhlakisojen odotetaan olevan enemmän kuin hiihtokisat. Kisojen odotetaan olevan vetovoimainen tapahtuma, jossa yhdistyy maailmanmestaruuskilpailujen ainutlaatuisuus sekä viihde-, ajanviete ja matkailukokemus. (Pehkonen 2016).

Toiveena on saada aikaan juhlakisoihin jäljittelemätön tunnelma joka syntyy ihmisistä ja Salpausselän luonnonkauniista maisemasta. Tarkoituksena ei ole kilpailla muiden suurien urheilutapahtumien kanssa,

vaan järjestää yhdessä ikimuistoiset juhlakisat. Kisatapahtumaa rakennetaan asiakaslähtöisesti. Huomioon otetaan asiakaslähtöisyys, yhteistyö, avoimuus ja voitontahto. Pyrkimyksenä on juhlakisat joissa jokaisen on hyvä olla ja rakentaa tapahtuma joka miellyttää kävijää. Asiakkaiden toiveet otetaan huomioon tuottamalla heille erilaisia palveluita. Asiakkaiksi luetaan urheilijat, katsojat, media, vapaaehtoiset sekä kumppanit. (Pehkonen 2016).

Lahden MM-kisaorganisaatio haluaa saada aikaiseksi suomalaisen talviurheilutapahtuman, jossa asiakkaalle luodaan uusia kokemuksia yhdistämällä tunteet, loistava palvelu ja helppous. Tapahtumasta pyritään luomaan positiivinen kuvaus Suomesta urheilumaana ja saada koko suomalainen urheilukansa mukaan tapahtumaan. (Hiihtoliitto, uutiset 2014) Tapahtumalla on tilaisuus pyyhkiä vuoden 2001 MM-kisojen huomiota herättäneet tapahtumat pois ihmisten mielistä ja puhdistaa Lahden kisojen maine. (Suomen ja maailman tapahtumat 2001, 44).

2 ASIAKASPALVELUN ABC

Asiakkaan näkökulmasta asiakaspalveluna voidaan pitää sitä kokonaisuutta siitä, mitä asiakas kokee ja kohtaa asioidessaan yrityksen tai palvelun tarjoajan kanssa. Työntekijän näkökulma asiakaspalvelun tehtäviin lukeutuu puolestaan monia erilaisia muotoja ja tapoja joissa asiakas kohdataan. Aina kohtaaminen ei tapahdu kasvotusten vaan esimerkiksi puhelimen tai sähköpostin välityksellä. Asiakkaan asema on kuitenkin melko lailla sama jokaisessa tilanteessa, hän on ottanut yhteyttä asiakaspalvelijaan saadakseen jotakin palvelua tai muuta hyödykettä. Asiakas voi esimerkiksi ottaa yhteyttä, koska haluaa antaa palautetta jostakin palveluun liittyvästä asiasta. Asiakaspalvelu on tärkeässä asemassa maineen rakentamisessa, koska asiakaspalvelussa työskentelevät kohtaavat ja edustavat asiakkaalle koko yritystä. (Aarnikoivu 2005, 21).

2.1 Hyvä asiakaspalvelu

Asiakaspalvelun määritelmää on vaikea rajata. Asiakaspalvelusta ei ole olemassa yhtä ainoaa oikeaa toimintamallia, jonka voisi istuttaa minkä tahansa organisaation toimintaan (Aarnikoivu 2005, 38). Asiakaspalvelu on asiakkaan ja asiakaspalvelussa työskentelevän henkilön välinen kohtaaminen, jossa asiakaspalvelija eli työntekijä noudattaa yrityksen arvoja ja suhdetta asiakkaaseen. Asiakaspalvelu on se kosketuspinta, jossa asiakas ja asiakaspalvelija kohtaavat. Kohtaamisen onnistumiseen vaikuttaa se, kuinka asiakaslähtöistä toimintaa yrityksessä harjoitetaan. (Aarnikoivu 2005, 16).

Asiakaspalvelun voi tiivistää, että asiakaspalvelua on ennakoita ja täyttää asiakkaan odotukset, tarpeet ja toiveet. Erittäin hyvää asiakaspalvelua puolestaan on se, että pystymme asiakaspalvelutyössä ylittämään nämä asiakkaan toiveet ja odotukset luonnollisesti työssämme. Jotta hyvää asiakaspalvelua pystyy toteuttamaan täytyy asiakaspalvelijalla olla sosiaalisia taitoja ja tilannetajua, näiden taitojen lisäksi täytyy löytyä

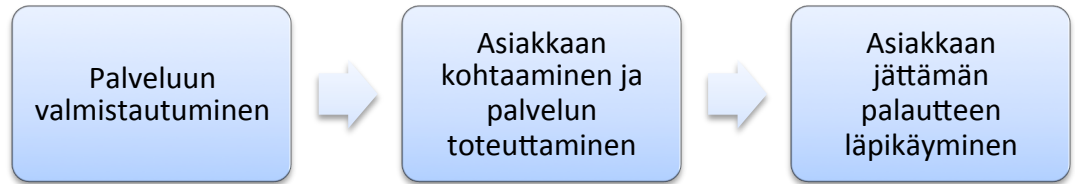
ammattimaisuutta, tietoa tuotteista tai palveluista ja aitoa kiinnostusta asiakasta kohtaan. (Starttikirja 2012).

Asiakaspalvelun tehtävänä on saada asiakas tyytyväiseksi sekä kokemaan, että hän saa juuri hänen tarpeitaan vastaavaa palvelua. Asiakaspalvelutaidoissa tärkein on asiakkaan asemaan asettuminen ja hänen näkökulmansa ymmärtäminen. (Pesonen ym. 2002, 59).

Asiakkaalla voi olla jo ennen yritykseen tuloa mielikuva siitä minkälaista palvelua hän tulee saamaan. Hyvä palvelu mielletään silloin saaduksi kun myyjän ja asiakkaan välille muodostuu empaattinen toisiaan ymmärtävä yhteys, jossa myyjä on tunnistanut asiakkaan tarpeet ja toimii niiden mukaan samalla olemalla iloinen ja asiallinen. Huono palvelu mielletään usein saaduksi silloin kun myyjä on ollut väliinpitämätön asiakkaan tarpeita kohtaan. (Hannula ym. 2012, 9).

Asiakaspalvelu on ihmisten kanssa tekemisissä olemista ja vuorovaikuttamista. Etukäteen on vaikea ennustaa mitkä ovat asiakkaamme tarpeet juuri tällä tulevalle käynnillä ja millaiseksi itse palvelutilanne muokkautuu. Yleisimmin asiakaspalvelijaan kohdistuvat odotukset ovat kuitenkin samanlaisia: ihmisillä on tarve tulla hyväksytyksi, kuulluksi, nähdyksi, ymmärretyksi ja arvostetuksi. (Flink ym. 2015, 74).

Asiakaspalvelun prosessin voi esittää palvelupolkuna; palveluun valmistautumisesta, asiakkaan kohtaamisesta ja palvelun toteuttamisesta ja viimeisenä jälkityönä käsitellään asiakkaan jättämä palaute. Selkeämmin tämä on esitetty seuraavassa palvelupolkua kuvaavassa kaaviossa. (Tuulaniemi 2011, 78-79).



Kuvio 1. Palvelupolku (Tuulaniemi, 2011).

Voidaan sanoa, että asiakaspalvelijan roolissa on jokainen yrityksen jäsen, joka kohtaa asiakkaita kasvotusten, puhelimen välityksellä, sähköpostitse, tekstiviestitse tai Internetin ylläpitäjänä. Asiakaspalveluviestintä on kokonaisvaltaista viestintää, joka viestittää asiakkaalle yrityksen palveluhalukkuutta ja suhtautumista asiakkaisiin. Asiakaspalveluviestintä käsittää kaiken yrityksen tuottaman tiedon, joka on asiakkaan saatavilla. (Pesonen ym. 2002, 64-65). Asiakaspalvelu on tärkeässä asemassa maineen rakentamisessa, koska asiakaspalvelussa työskentelevät kohtaavat ja edustavat asiakkaalle koko yritystä. (Aarnikoivu 2005, 21).

2.2 Asiakaspalvelutilanteeseen valmistautuminen

Asiakaspalvelija on asiakkaalle päin näkyvät yrityksen kasvot. Asiakaspalvelutilanteessa asiakaspalvelija edustaa aina yritystään jossa hän työskentelee. Työasu ja yrityksen arvojen tunteminen sekä yrityksen tuotteet ovat asioita, jotka asiakaspalvelijan pitää tietää. Näiden yrityksen normien mukaan tulee asiakaspalvelijan myös toimia ollessaan työvuorossa. Työnantaja yleensä päättää minkälainen työasu työntekijöillä on ja saattaa samalla sanella muuhun ulkoiseen olemukseen sääntöjä. Näistä voidaan esimerkkinä mainita lävistykset naamassa tai näkyvät

tatuoinnit. Näillä pukeutumisen säännöillä voidaan vaikuttaa myös työturvallisuuteen. Esimerkiksi luistamattomat kengät tai, että avaimia ei saa pitää kaulassa ettei ne tartu mihinkään kiinni ja aiheuta näin uhkaa työntekijän turvallisuudelle. (Starttikirja 2012).

Kun asiakaspalvelutilanteeseen valmistaudutaan pidetään huolta tietenkin työasun siisteydestä ja siitä, että tiedetään yrityksen yleinen asiakaspalvelustrategia ja ollaan valmiita toimimaan sen mukaisesti. Asiakaspalvelussa työskentelevällä henkilöllä on myös oltava tietoa yrityksen tuotteista ja palveluista, jotta tämä voi vastata asiakkaiden kysymyksiin ja neuvoa asiakasta tarvittaessa. Asiakaspalvelijan on hyvä tutustua tuotteisiin ja tarjolla oleviin palveluihin huolella ennen asiakaspalvelutilannetta. Tällä taataan asiakkaalle välittyvä ammatillinen ote ja mielikuva siitä, että työntekijä tuntee ja arvostaa myymiään tuotteita ja samalla asiakasta jolle tuotteita myydään. (Starttikirja 2012).

Asiakaspalvelussa myydään tuotteiden ja palveluiden lisäksi myös mielikuvia yrityksestä. Asiakkaalla on jo ennen asiakaspalvelutilanteeseen tulemistakin mielikuva yrityksestä ja sen tuottamista palveluista onkin siis tärkeää, että asiakkaalla on tilanteesta pois lähtiessä yrityksestä edelleen hyvä mielikuva ellei jopa parempi kuin asiakkaan saapuessa asiakastapahtumaan. Asiakaspalvelun mielekkyyteen ja laatuun vaikuttavat keskeisellä tavalla asiakaspalvelijan tiedot ja taidot, tämän lisäksi osaaminen asiakaspalvelun eri osa-alueilta on hyödyksi. Ihanteellinen tilanne olisi silloin kun asiakaspalvelu tuottaisi elämyksiä asiakkaalle eikä ainoastaan olisi peruspalvelua. Asiakaspalvelu lähtee siitä henkilöstä joka asiakaspalvelua tekee, hänen motivaatiostaan sekä oman osaamisen kehittämisestä, mikä luo pohjaa tehokkaalle ja hyvälle palvelulle. (Kaakinen 2008).

2.3 Asiakkaan kohtaaminen

Varsinais-Suomen Yrittäjä-lehdessä myyntityön koulutusohjelman koulutuspäällikkö Marjo Kumpula Turun ammattikorkeakoulusta sanoo asiakaspalvelun olevan asiakkaan odotuksiin vastaamista. Hän mainitsee

myös asiakaspalvelun olevan asennekysymys ja työn vaativan tilannetajua. Hän jatkaa sanomalla, että Suomalaisilla asiakkailla ei ole ylisuuria odotuksia ja tämän vuoksi asiakaspalvelun antaminen ei ole vaikeaa. Kyky palvella asiakasta tulee Kumpulankin mielestä työntekijän omasta motivaatiosta ja on osa ammatillista ylpeyttä. –Tilannetaju sopeuttaa oman tyylin asiakkaan tyyliin. On osattava lukea elekieltä sanoo Kumpula. Yrityksen työilmapiirillä saadaan aikaan parempia tuloksia, sillä positiivinen ilmapiiri luo parempaa tulosta asiakaspalvelussa. (Y-lehti 2011).

Olennaista asiakaspalvelussa on hallita oikeanlainen käyttäytyminen erilaisissa vastaan tulevista asiakaspalvelutilanteissa sekä oppia tarkastelemaan annettavaa palvelua asiakkaan näkökulmasta. Kun asiakaspalvelija pystyy asettumaan asiakkaan rooliin hän pystyy ymmärtämään asiakkaan odotuksia ja arvoja. Asiakkaan tarve ja odotuksen ovat olennaisia ja tärkeitä ymmärtää hyvän palvelutapahtuman aikaansaamiseksi. Asiakkaan kohtaamisessa ensimmäinen tärkeä seikka on asiakkaan huomioiminen ja positiivisen ensivaikutelman luominen. (Kaakinen 2008).

Esiin voi tulla asiakastilanne, jossa neuvot jotakin toista asiakasta juuri sillä hetkellä kun saat toisenkin asiakkaan odottamaan vuoroaan, on tärkeitä huomioida myös tämä uusi asiakas. Huomioiminen voi tapahtua hyvin yksinkertaisella tavalla, katsekontakti, nyökkäys tai jotakin vastaavaa. Tärkeää on saada asiakas tuntemaan, että hänet on huomioitu eikä häntä vältellä. Kun asiakaspalvelija työskentelee jatkuvassa asiakaskontaktissa sanotaan hänen työskentelevän palveluorganisaation rajapinnassa. Asiakaspalvelijat ovat linkki asiakkaan ja palveluorganisaation välillä. Työskennellessään tässä rajapinnassa asiakaspalvelijat saavat paljon tietoa asiakkaasta ja tätä tietoa hyödyntäen he pystyvät tarjoamaan asiakkaalle juuri sitä palvelua, jota asiakas haluaa saada. (Ylikoski, 1999, 298-302).

Kohtaamistilanteissa asiakaspalvelija törmää väistämättä erilaisiin ihmistyyppeihin ja erilaisiin ihmisryhmiin. Asiakkaana voi olla nuoria,

aikuisia, vanhuksia, lapsia, vammautuneita ja paljon muunlaisia ihmisiä. Asiakaspalvelijalla on siis oltava sosiaalisia taitoja ja pelisilmää erilaisiin tilanteisiin, sillä jokainen asiakaspalvelutilanne on erilainen.

Asiakaspalvelutilanteessa on asiakas saatava tyytyväiseksi ja saatava hänet kokemaan laatua ja tuntemaan, että hän saa asiantuntevaa, luontevaa ja juuri hänelle sopivaa palvelua. (Pesonen ym., 2002, 59).

Eurooppalaisen asiakasuskollisuusselvityksen (Yritystalous 5/94) mukaan asiakas toivoo myyjältä eniten seuraavia ominaisuuksia: myyjän on pidettävä annettu lupaus, hänen pitää tuntea edustamansa tuotteet ja palvelut, hänen on oltava rehellinen, hänen odotetaan saavan tukea omalta yritykseltään ja hän täyttää asiakkaan kiireelliset tarpeet, esittelee tuotteet ymmärrettävällä tavalla, auttaa asiakasta ongelmien ratkaisemisessa, osaa tarttua asiakkaalle tärkeisiin asioihin ja myy tuotteet kokonaisuutena kirjoittaa Pesonen ym., kirjassaan Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena.

Pesonen ym. ovat kirjassaan Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena käsitelleet työyhteisön näkökulmasta työntekijän sosiaalisia taitoja. Viisi työntekijän tärkeimpiä ominaisuuksia olivat

- ystävällinen asiakkaalle (59%),
- iloinen ja ulospäin suuntautunut (55%),
- sopeutuu hyvin työyhteisöön (37%),
- on toimelias ja idearikas (36%),
- on yhteistyö- ja edustuskykyinen (12%). (Pesonen ym., 2002, 60).

Asiakkaan odotukset palvelusta ja viestinnästä asiakaspalvelutilanteessa liittyvät kokonaisvaltaiseen palveluun. Asiakas odottaa luontevuutta ja asiantuntemusta sekä asiantuntijan näkemystä ja neuvoja. Asiakas odottaa, että myyjä tekee asiakkaan päätöksenteon mahdollisimman helpoksi ja tämän vuoksi odottaakin mielellään selkeää ja helppoa perustelua kuin monimutkaista selontekoa. Asiakaspalvelija on asiakkaan silmissä markkinoija, konsultti, kouluttaja ja neuvonantaja. Aina myyjän tai

asiakaspalvelijan roolissa ollessa on muistettava, että silloin edustetaan yritystä ja asioidaan asiakkaan kanssa samanaikaisesti. Onnistunut asiakaspalvelutilanne ei ole vain sitä, että asiakas on saanut haluamansa palvelun, tuotteen tai tiedon vaan vasta sitten kun koko tapahtumaprosessin tuloksena on tyytyväinen asiakas. (Pesonen ym., 2002, 98-100).

2.4 Erilaiset asiakkaat

Asiakkaita voidaan segmentoida, jotta heille voidaan tarjota kohdistettua palvelua. Segmentointi eli asiakasryhmien lajittelu tai etukäteinen profilointi helpottaa tietyissä asiakaspalvelupisteissä toimivien työntekijöiden työtehtäviä. (Ylikoski, 1999, 46).

Asiakkaita voidaan profiloida miettimällä minkälainen henkilö haluaisi käydä juuri tässä Lahti 2017 MM-kisatapahtumassa. Kun asiakkaat on määritelty voidaan heille miettiä kohdennettuja palveluita, mikä puolestaan valpastuttaa asiakaspalvelussa toimivan henkilön tarjoamaan monipuolisesti asiakaspalvelua. (LahtiRegion).

Lahti 2017 MM-kisat ovat suuri urheilutapahtuma ja kävijöitä tulee ympäri maailman. Asiakaspalvelussa työskennellessä on muistettava pitää mieli avoinna kohdatessa ulkomaalaisia asiakkaita. Kulttuuriset erot voi vaikuttaa asiakaspalveluun ja väärinkäsityksiä voi tulla puolin ja toisin. Suomalaisessa kulttuurissa esimerkiksi katsekontaktin hakeminen on luonnollista ja kohteliasta, kun taas toisissa kulttuureissa ei toista ihmistä koskaan katsota silmiin. (Knight 2015).

2.5 Asiakaspalaute

Asiakkaan antama palaute voi tapahtua suoraan jo palvelutilanteessa tai palaute voi olla palautekyselyyn vastaamista tapahtumaan osallistuminen jälkeen. Usein kuitenkin käy niin ettei asiakaspalautetta saada.

Asiakaspalvelusta saatava palaute on kuitenkin tärkeä väline, jolla toimintaa voidaan kehittää ja palveluita muokata asiakasystävällisempään

muotoon. Tämän vuoksi aktiivinen palautteen pyytäminen ja palautteen käsitteleminen on asiakaspalvelussa tärkeitä, koska asiakaspalvelun toiminnan kehittäminen voi olla haasteellista mikäli palautetta ei saada. (Jokirinne 2015).

Aktiivinen palautteen saaminen myös kehittää asiakaspalvelussa työskenteleviä henkilöitä. Jokainen haluaa tehdä työnsä huolella ja saada siitä palautetta. Palaute kehittää asiakaspalvelussa työskentelevää henkilöstöä sekä organisaatiota joka on vastuussa asiakaspalvelun järjestämisestä. Suoraan saatuun palautteeseen voidaan reagoida heti ja jälkeinpäin saatuun palautteeseen voidaan reagoida kouluttamalla henkilökuntaa lisää ja ennakoimalla ongelmaksi nousseisiin asioihin. (Väänänen 2015).

Aina asiakkaalta saatu palaute ei kuitenkaan saavuta organisaation johtoa joka voisi palautteen perusteella parantaa toimintaansa.

Asiakaspalautteen merkitys on kuitenkin tiedostettu laajasti sen nivoutumisesta laatujärjestelmiin. Jotta yritys tai organisaatio voi tuoda asiakkaalle laatua asiakaspalvelussa on sen ensin kerättävä asiakaspalvelustaan palautetta, prosessoitava se käyttäen laatujärjestelmien prosesseja ja tämän jälkeen tuotava palautteesta saatu palaute asiakaspalveluhenkilöstölle jotta he voivat kehittää toimintaansa. (Aarnikoivu 2005, 67-71).

3 ASIAKASPALVELU

Kaikki asiakaspalvelu on vuorovaikutusta. Vuorovaikutuksessa onnistumisen ratkaisee sen kuinka hyviä tuloksia palvelulla saadaan aikaan. Kun osapuolet saavat kielteisen vaikutelman toisistaan ei yhteistoimintaa synny. Erityisesti asiakaspalvelussa työskenneltäessä on tärkeää, että asiakaspalvelua antava henkilö ymmärtää, että vaikutelmat eivät synny pelkästään sattumalta. Palvelutapahtumassa on ensiarvoisen tärkeää luoda asiakkaalle hyvä ensivaikutelma. Ensivaikutelman onnistuessa antaa asiakas usein anteeksi myöhemmissä tilanteissa tapahtuvat pienet puutteet ja kömmähdykset. Kielteistä ensivaikutelmaa ei voi koskaan muuttaa. (Lahtinen & Isoviita, 2001, 1).

3.1 Asiakkaalle välittyvä viestintä

Teennäisyyttä asiakaspalvelutilanteessa voi paikata tehokkaasti lämpimällä hymyllä. Jokaisen asiakkaan tervehtiminen on ensiarvoisen tärkeää, jotta asiakas tuntee olevansa tärkeä ja saa tunteen siitä, että hänen palvelemisensa on tärkeää. Palvelutapahtuman saa helposti kulkemaan eteenpäin esittämällä asiakkaalle tiedustelun kuinka asiakasta voisi auttaa. Ensi kontaktissa asiakkaaseen on saatava asiakkaalle heijastumaan ystävällinen asiakaspalvelualttius. Sen voi toteuttaa hymyllä, nyökkäyksellä, omalla ulkoisella olemuksella. Tervehdykseen käytettyä sanamäärää tai aikaa ei kannata murehtia vaan se, että saa asiakkaalle heijastettua asiakaspalvelijan palvelualttiin asenteen kaikkine tervehdyksineen ja katsekontakteineen on palvelutilanteen onnistumisen kannalta tärkeää. On muistettava esittää uudelle palvelua odottavalle asiakkaalle katsekontakti myös silloin kun palvelee vielä edellistä asiakasta, tällä tavoin annetaan avoin ja rehellinen kuva. (Lahtinen & Isoviita, 2001, 3).

Myönteistä eleaviestintää	Kielteistä eleaviestintää
Avoin hymy	Nyrpeä ilme, suupielet alaspäin
Katsekontakti –ei kuitenkaan tiukka	Jalkoihin ja kulmien alta katsominen
Pään kallistaminen sivulle	`Nenä pystyssä`
Pään nyökyttäminen	nirppanokkamaisesti
Avoimet kädet	Kädet `kirkontornina`
Eteenpäin kumartunut asento	Puuskamaisesti rinnalle ristityt kädet
Vartalon kääntäminen puhujaan päin	Ristityt jalat ja muut lukitut eleet
	Vetäytyminen pois päin

Taulukko 1. Myönteistä ja kielteistä eleaviestintää. (Lahtinen & Isoviita, 2001, 3).

Ystävällisen olemus, jossa seisoo ryhdikkäästi, on avoin ja samalla hillitty antaa luottamusta herättävän kuvan (Lahtinen & Isoviita, 2001, 3). Palvelu on useimmiten kaksipuolista kommunikointia. Tämän muodostuu kolmesta osa-alueesta:

- Ilmeet ja eleet
- Äänenpainot
- Sanat

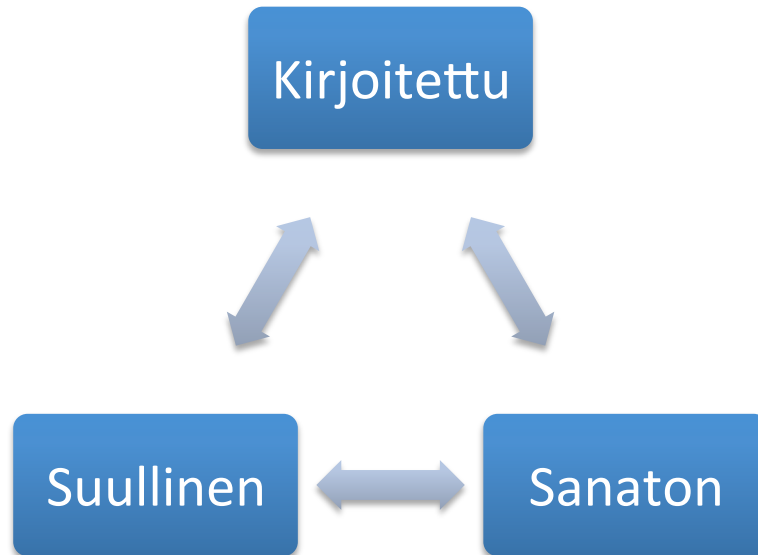
Albert Mehrabianin (1971) mukaan palvelutilanteissa tulisi muistaa, että ilmeiden ja eleiden painoarvo kokonaisviestinnästä on 55 prosenttia, äänenpainojen 38 prosenttia ja sanojen vain 7 prosenttia. (Valvio, 2010, 108). Asiakaspalvelija joutuu työssään esiintymään, on tärkeää että ei vahingossa ryhdy esittämään jotain muuta kuin itse on, mutta tietty rooli kuuluu asiakaspalvelijan työnkuvaan. Joiltakin tämä onnistuu paremmin kuin toisilta. Tässäkin sanaton viestintä nousee etualalle siinä millainen

kuva asiakkaalle heijastuu. Puheet, käytös ja asiakkaan kohtaaminen ovat myös tärkeässä roolissa asiakaspalvelutapahtumassa. Kuitenkin on hyvä huomioida miten asiakas tulkitsee sanatonta viestintää ja kuinka siihen voi itse vaikuttaa. Huomiota kannattaa kiinnittää seuraaviin seikkoihin:

- Kehon asentoon
- Liikkumiseen palvelutilanteessa
- Ilmeisiin ja eleisiin
- Katsekontaktiin
- Äänenpainoon ja sanoihin
- Oman innostuneisuuden näyttämiseen. (Valvio, 2010, 108).

3.2 Viestintä tiimien välillä

Sisäisen viestintä oikein toteutettuna takaa sen, että jokainen organisaatioon kuuluva henkilö tietää mitä tapahtuu, missä tapahtuu ja milloin tapahtuu. Hyvä sisäinen viestintä on rehellistä, avointa ja helposti ymmärrettävää. Myös sanattomalla viestinnällä on sisäisessä viestinnässä suuri vaikutus siihen kuinka saatava informaatio ymmärretään. Kasvokkain tapahtuva viestiminen on tehokkaampaa kuin sähköisessä muodossa lähetetty tieto. Tähän vaikuttaa kasvotusten tapahtuva ilmeiden ja eleiden lukeminen ja tulkitseminen samalla kun kuunnellaan itse informaatio jota jaetaan. Tavoitteena sisäisellä viestinnällä on saada jokaisen tietoon missä organisaatiossa mennään ja tietää mahdollisista tulevista muutoksista. (Piha 2014).



Kuvio 2. Kommunikaation muodot organisaatiossa (Griffin, Moorhead 2010).

Jotta tiimi pystyy toimimaan yhdessä on kommunikoinnin oltava kunnossa ja säännöllistä. Hyvät vuorovaikutustaidot tiimin sisällä auttavat toteuttamaan sisäistä viestintää. Tiimijäsenten tasavertainen kohtelu ja kunnioittaminen luo pohjaa hyvälle tiimihengelle. Sanaton viestintä ja äänenpaino keskustelutilanteessa vaikuttaa sisäisessä viestinnässä samalla tavalla kuin asiakaspalvelussa asioiva asiakas lukisi asiakaspalvelijan sanatonta viestintää palvelutilanteessa. (Pentland 2012).

Sisäisen viestinnän kanavia ovat kasvokkain tapahtuva viestintä. Siihen lukeutuu palaverit, neuvottelut ja palaute keskustelut. Toisena viestintä voi olla sisäiset tiedotteet, jotka ovat sisäisiä lehtiä ja tiedotteita sekä ilmoitustaulun välityksellä ilmoitettavat tiedotteet. Kolmanneksi voidaan käyttää sähköisiä viestimiä, tässä tarkoitetaan sähköpostin, intran tai sosiaalisen median välityksellä tapahtuvaa viestintää. (Piha 2014).

Sisäisen viestinnän tehtäviä on:

- Työtehtäviin liittyvän tiedon välittäminen

- Organisaation mission, toiminta-ajatuksen ja arvojen jalkauttaminen
- Palautteen antaminen ja vastaanottaminen
- Organisaation muutoksista viestiminen
- Sisäisen kulttuurin rakentaminen ja vahvistaminen.
(Piha 2014).

4 VAPAAEHTOISET

Vapaaehtoisuudesta ja vapaaehtoisesta toiminnasta on monia erilaisia määritelmiä. Vuodelta 2008, Euroopan parlamentti määritteli vapaaehtoistoimintaa seuraavilla kohdilla:

1. Vapaaehtoistoiminta on palkatonta.
2. Sitä tehdään omasta tahdosta.
3. Se hyödyttää kolmatta osapuolta perheen ja ystäväpiirin ulkopuolelta.
4. Se on kaikille avointa.

Suomessa vapaaehtoistoimintaa edistää Kansalaisareena ry. Heidän määrittelynsä vapaaehtoistoiminnalle on seuraava: toiminta on vapaaehtoista, palkatonta ja palkkiotonta, toiselle henkilölle joka ei ole lähiomainen sekä yhteisölle tai ympäristölle yleistä hyvää tai lisäarvoa tuottavaksi tekemiseksi. (Valliluoto, 2014, 12-13).

4.1 Vapaaehtoisten motivointi

Vapaaehtoistoiminta käsitettä käytetään korostamaan palkkatyön ja vapaaehtoistyön eroa. Vapaaehtoistyön käsite (voluntary work) on kansainvälinen, se kuvastaa tekemisen tärkeyttä. Joissakin vapaaehtoistoiminnan muodoissa joudutaan vapaaehtoiset valitsemaan (esimerkiksi lapsien kanssa työskentely), mutta kaikille halukkaille tulisi antaa mahdollisuus osallistua koska heillä on siihen oikeus. (Hakkarainen 2004, 13-14).

Vapaaehtoisia motivoi vapaaehtoistyössä erilaiset asiat. Suurimpana motivoijana voidaan kuitenkin pitää työn nautinnollisuutta. Lahti 2017 MM-kisoissa voidaan yhtenä motivaatiotekijänä pitää itse urheilutapahtumaa. Urheilutapahtumassa vapaaehtoiset pääsevät kokemaan kilpailun huuman ja samalla kehittämään omaa osaamistaan ja tietämystään. Caroline Ringuet on artikkelissaan listannut vapaaehtoisten motivoinnista urheilutapahtumaan (2016) mukana oloon kuusi kohtaa (kuvio 2) yleisellä tasolla.

Vapaaehtoisten
motivaatiotekijöitä

Arvot - toisten auttaminen

Uuden oppiminen

Henkinen kehitys

Työkokemukset - ura mahdollisuudet

Uusien ihmisten tapaaminen

Mahdollisuus päästä irti arjesta - kokea muuta

Kuvio 2. Kuusi vapaaehtoisten motivaatiotekijää (Ringuet 2016).

4.2 Koulutuspaketti ja koulutus

Lahdessa 18.1. ja 28.1.2017 pidetään vapaaehtoisille koulutuspäivät, jossa on mahdollista valita oma koulutuspaketin sisältö. Aikaisempina vuosina vapaaehtoisille ei ole järjestetty asiakaspalvelukoulutusta.

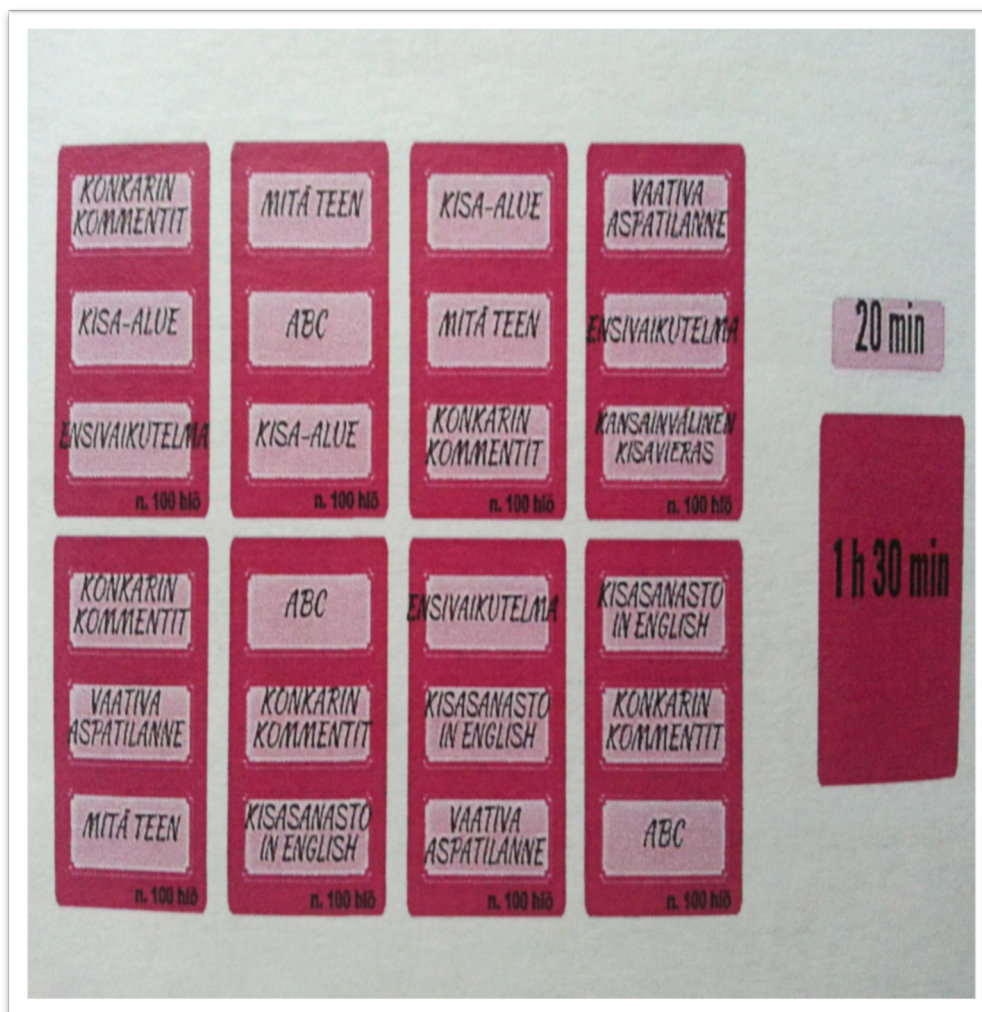
Palveluliiketoiminnan opiskelijoiden PAL-projektikevään tehtävänä oli luoda Lahti 2017 MM-kisoihin osallistuville vapaaehtoisille asiakaspalvelukoulutusta. Koulutuspäivät rakentuvat neljästä erilaisesta aihekokonaisuudesta, koulutuspäivien on tavoitteena on samalla luoda hyvä fiilis ja arvostaa vapaaehtoisia. (PAL-projektikevät raportti 2016).



Kuvassa 1. Koulutuspäivien konsepti. (Vapaaehtoisten elämyksellinen koulutuspäivä 2016).

Koulutuspaketti rakentuu erilaisista asiakaspalvelun osioista. Esimerkki näistä osioista on esitetty kuvassa 2. Vapaaehtoisilla on mahdollisuus itse valita mihin osioon he haluavat osallistua. Koulutuspäivien konseptina on luoda elämykselliset koulutuspäivät, johon jokainen haluaa osallistua. Koulutuspäivien aloitus tapahtuu BIG BANG –tapahtumalla, jossa on tarkoituksena korostaa koulutuspäivän elämyksellisyyttä, showmaisuuutta. Päivän aloittaa valmiiksi suunniteltu näytelmä. Alkushown jälkeen on vuorossa itse koulutusta eli tähtihetket. (Vapaaehtoisten elämyksellinen koulutuspäivä 2016).

Tähtihetket ovat paketoituva asiakaspalvelun infoja. Jokaiseen pakettiin kuuluu kolme 20 minuutin pituista tähtihetkeä. Tähtihetki on innostava esitys valikoidusta asiakaspalvelun aiheesta, kestoaltaan 20 minuuttia.



Kuvassa 2. esimerkki koulutuspäivien tähtihetkidstä. (Vapaaehtoisten elämyksellinen koulutuspäivä 2016).

Päivien päätteeksi vapaaehtoisille järjestetään vielä sektori-info. Sektori-infon tarkoituksena on käydä läpi yleistä tietoa tapahtumaan liittyen. Siihen lukeutuu:

- työvuorot ja tauot
- työparit
- työtehtävät
- yhteystiedot
- työpaikkaedut ja sitoutuminen vapaaehtoisuuteen
- muuta huomioitavaa. (Vapaaehtoisten elämyksellinen koulutuspäivä 2016).

4.3 Tapahtuman tehtävät

Elämyksellisten koulutuspäivien jälkeen vapaaehtoiset ovat valmiita toimimaan erilaisissa asiakaspalvelun tehtävissä Lahti 2017 MM-kisatapahtumassa. Asiakaspalvelijoille on määritelty omat tehtävä alueet. Näihin kuuluu yleisestä kisaviihtyvyydestä huolehtiminen. Auttaa, ohjata, opastaa ja kuunnella mitä yleisöllä on sanottavanaan. Jokaisella vapaaehtoisella on oma toiminta-alue josta he huolehtivat. (Lahti2017).

Tavoitteena on tuoda tapahtuman asiakkaalle reipas ja ystävällinen palvelu joka huokuu positiivista henkeä. Rohkeus tarttua toimeen ja kyky toimia osana isompaa tiimiä hymy huulilla välittää asiakkaalle viestin, että heistä välitetään. (Lahti2017).

Tehtävät asiakaspalvelun osalta ovat:

- lipunmyynti
- lipputoimisto
- pääsylippujen noutopiste
- yleisön vastaanotto porteilla
- kisa-alueen info- ja palvelupisteet
- Smile In / Smile Out –ryhmä
- katsomo-opas
- metsäkatsomo-opas
- lentokenttäopas
- yhteistyökumppaniopas. (Lahti2017).

Muita vapaaehtoisia tehtäviä Lahti 2017 MM-kisoissa, jotka eivät ole suorassa asiakaskontaktissa vierailijoiden kanssa vaikka työskentelevätkin asiakkaiden läheisyydessä ovat:

- hallinnolliset tehtävät
- kilpailu ja joukkuepalvelu
- majoitus
- It
- ruokailu

- viestintä ja mediapalvelut
- turvallisuus
- logistiikka, rakentaminen ja kuljetus
- ympäristövastaavat
- ensiapu- ja terveystalvelut, päivystävä lääkäri, avustava hoitaja
- ohjelma-avustaja, ohjelma-assistentti
- tekniikka-assistentit, videotaulu/tulospalvelu –assistentit
- palkintojen jako / seremonia-avustajat
- maskotit
- kisakuuluttamon avustavat tehtävät
- sosiaalisen median operaattori, graafikko/sisällöntuottaja
- tulospalveluoperaattori ja assistentti. (Lahti2017).

5 TYÖN KULKU

Aloitin opinnäytetyöni tekemisen tutustumalla asiakaspalvelua käsittelevään kirjallisuuteen. Materiaalia löytyi runsaasti, mutta sain huomata hyvin pian usean teoksen käsittelevän asiakaspalvelua yrityksen ja yrityksen strategian näkökulmasta. Tässä opinnäytetyössä olen kuitenkin pyrkinyt tuomaan esiin asiakaspalvelun näkökulmaa asiakkaan näkökulmasta ja hieman asiakaspalvelijan näkökulmasta, koska tämän opinnäytetyön materiaali on tarkoitettu henkilöille jotka tulevat työskentelemään asiakaspalvelun tehtävissä vapaaehtoisina. Keräsin tietoa ja lähdemateriaalia myös itse tapahtumasta muiden Lahden ammattikorkeakoulun opiskelijoiden opinnäytetöitä, jotka liittyivät suoraan Lahti 2017 MM-kisatapahtumiin.

Aiheena opinnäytetyöllä on asiakaspalvelun ABC ja tarkoituksena on ollut työstää helposti ymmärrettävää materiaalia asiakaspalvelun perusteista. Pyrin tuomaan asiakkaan näkökulmaa vapaaehtoisille asiakaspalvelutilanteessa, koska tällä tavoin haluan kiinnittää vapaaehtoisten työntekijöiden huomion niihin henkilöihin, joita he tulevat tapahtumassa palvelemaan ja neuvomaan. Toimeksiantajana tällä opinnäytetyöllä on Lahden ammattikorkeakoulu ja palveluliiketoiminnan opiskelijat, jotka järjestävät koulutuspäivät. Vapaaehtoiset työntekijät tulevat toimimaan asiakaspalvelun tehtävissä Lahti 2017 MM-kisoissa. Koulutuspäivät järjestetään 18.1. ja 28.1.2017.

Tässä opinnäytetyössä olen rajannut asiakaspalvelun aihealueen käsittämään asiakaspalvelun määritelmän, hyvän asiakaspalvelun, asiakaspalvelutapahtuman, asiakaspalvelussa toimimisen, viestintää sekä kertomaan koulutuspaketista ja vapaaehtoisten työtehtävistä itse Lahti 2017 MM-kisoissa. Työni ulkopuolelle rajasin kokonaan tapahtuma organisaation ja muut työntekijät. Jätin pois myös asiakaspalautteen tarkemman tutkiskelun.

5.1 Työn eteneminen

Aloitin heti aiheen saatuani materiaalin keräämisen ja totesin olennaisen asian rajaamisen osoittautuvan aluksi hankalaksi, koska asiakaspalvelu on hyvin laaja käsite ja jotta koko työ ei lähtenyt keskittymään ei olennaisiin asioihin, täytyi työtä rajata hyvin tiukasti ja keskittymään kysymyksiin mitä asiakaspalvelu on?, mikä on asiakkaan näkökulma asiakaspalvelutilanteessa? ja kuinka viestintä asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä ilmentyy asiakaspalvelutilanteessa.

Rajauksien jälkeen opinnäytetyön kirjoittaminen on sujunut verkkaisesti. Materiaalin kerääminen ja sen muokkaaminen sopivaksi on kuitenkin vienyt aikaa ja olennaisten asioiden poimiminen ja sovittaminen asiakaspalvelua tukevaan muotoon joka tukee vapaaehtoisille suunnattua materiaalia on ollut välillä haastavaa.

5.2 Menetelmät ja työtavat

Tässä opinnäytetyössä olen hyödyntänyt laadullista tutkimusmenetelmää. Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä tutkii ainutkertaisia ilmiöitä, elämismailmaa ja merkityksiä. Jyväskylän yliopiston Koppa sivuston mukaan kvalitatiivinen tutkimus ei ole vain yhden tieteenalan tutkimusote tai tutkimustapa, kvalitatiivista tutkimusta voidaan toteuttaa monilla eri menetelmillä. Yhteisenä piirteenä näissä menetelmissä korostuu esimerkiksi kohteen esiintymisympäristö ja tausta, kohteen tarkoituksen ja merkityksen, ilmaisun ja kielen kanssa olevat näkökulmat (Jyväskylän yliopisto). Laadullista tutkimusta pidetään tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntauksena, jossa pyritään ymmärtämään tutkimuksen kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä kokonaisvaltaisesti käyttämällä esimerkiksi tiedonkeruun menetelminä havainnointia, tutkijan omia muistiinpanoja tai valmista kirjallisuutta. (Vilkkä, Airaksinen, 2003, 63-64).

Laadullisen menetelmän avulla olenkin pyrkinyt havainnoimaan asiakaspalvelua tapahtumana ja minkälaista laadullista merkitystä sillä on

asiakkaalle. Tiedonkeruun menetelmänä olen käyttänyt myös havainnointia, omaa osaamistani, painettua kirjallisuutta ja palveluliiketoiminnan opiskelijoiden tekemiä kyselyjä vapaaehtoisten omista toiveista tulevia koulutuspäiviä kohtaan.

Teoriaperustaksi valikoitui rajauksen jälkeen asiakaspalvelun perusteisiin lukeutuvat sisällöt. Nämä sisällöt ovat: Hyvä asiakaspalvelu, asiakaspalvelutilanteeseen valmistautuminen, asiakkaan kohtaaminen ja viestintä, joka tässä painottuu sanattomaan viestintään sekä tietoisuuteen omasta ulosannista asiakkaalle asiakaspalvelutilanteessa. Teoriaperustan keräsin aihetta käsittelevästä kirjallisuudesta, ammattilaisten blogeista, hyödyntämällä omaan kokemustani asiakaspalvelutyöstä ja PAL-Projektikevät 2016 projektiin osallistuneiden kokoamasta materiaalista, joka on kerätty nimenomaan Lahti 2017 MM-kisojen vapaaehtoisten kouluttamista varten.

Tätä opinnäytetyötä kirjoittaessani olenkin pyrkinyt pitämään aiheen tarkasti itse asiakaspalvelutapahtumassa ja mitä asiakas havainnoi ja kuinka vapaaehtoinen asiakaspalvelun työntekijä pääsee tuomaan arvoa asiakkaalle ja itselleen hyvin onnistuneen asiakaspalvelutapahtuman kautta.

5.3 Diojen suunnittelu

Diojen sisältö on tarkoitettu opastamaan aloittelevia asiakaspalvelijoita asiakastapahtumaan ja huomioimaan minkälaista viestintää viestittää ympärillä oleville ihmisille, eli sanatonta viestintää yhtäläillä kuin ystävällistä ulosantia muulla tavalla. Tahdon diojen avulla saada vapaaehtoiset asiakaspalvelussa työskentelevät henkilöt ymmärtämään kuinka tärkeä osa asiakaspalvelu on itse asiakaskohtaamista ja asiakastapahtumaa, vaikka itse tapahtuma olisikin vain asiakkaan neuvominen johonkin tiettyyn paikkaan. Diojen sisältöön vaikutti TeamDeltan tekemä haastattelu vapaaehtoisille, jossa vapaaehtoiset ovat päässeet kertomaan toiveitaan koulutuksen sisältöön liittyen.

Kerron ensin dioissa mitä asiakaspalvelu oikein on asiakkaan näkökulmasta ja asiakaspalvelijan näkökulmasta. Tämän jälkeen lähden käsittelemään palvelutapahtumaan valmistautumista, asiakkaan kohtaamista, viestintää asiakkaalle ja viestintää omassa tiimissä. Pysin kertomaan lyhyesti ja ymmärrettävästi asiakaspalveluun liittyviä asioita käyttämällä apukysymyksiä ja pyrkimällä saada aikaan keskustelua vapaaehtoisten keskuudessa siitä, minkälaista palvelua he itse haluaisivat saada vastaavanlaisessa tapahtumassa kuin Lahti 2017 MM-kisat.

Valitsin dioissa käsiteltävät aiheet sen mukaan mitä olen havainnut asiakaspalvelutapahtumassa olevan hyödyllistä tietää ja osata sekä silmälläpitäen vapaaehtoisten toiveita. Yleinen määritelmä mitä asiakaspalvelu on ja hyvä asiakaspalvelu osiot auttavat työntekijää hakemaan omalle työlleen peruspohjan jolle hän voi rakentaa oman asiakaspalvelupersoonansa, sen persoonan joka jaksaa hymyillä ja neuvoa iloisesti, vaikka joku asia harmittaisikin. Osion on myös tarkoitus aktivoida vapaaehtoista työntekijää pohtimaan miten hän itse asiakkaana haluaisi saada palvelua. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen osiossa olen halunnut painottaa vapaaehtoisille heidän olevan tapahtuman edustajia. Niitä henkilöitä jotka kohtaavat ja vastaavat asiakkaiden odotuksiin, mielikuviin ja kysymyksiin ammattitaidolla. Viestinnän osiossa olen halunnut kiinnittää huomiota vapaaehtoisten ulosantiin asiakkaita kohtaan. Tervehdyksen ja ystävällisen käytöksen tärkeyttä ei voi painottaa tarpeeksi.

Diojen pääkohdiksi valikoitui:

- Mitä asiakaspalvelu oikein on?
- Hyvä asiakaspalvelu
- Palvelutapahtumaan valmistautuminen
- Asiakkaan kohtaaminen
- Viestintä

Diojen pohjana olen käyttänyt valmista power point –pohjaa, executivea. Liitin mukaan Lahden ammattikorkeakoulun logon, jotta materiaali olisi

yhtenäinen Lahden ammattikorkeakoulun oman materiaalin kanssa. Logon sain haltuuni Lahden ammattikorkeakoulun Internet sivuilta, viestintä ja mediapankin välilehdeltä. Päädyin haaleaan pohjaan valkoisen sijaan, koska se on pehmeämpi silmille. Teksti on sinistä ja vihertävää, materiaalin joukossa on punaisella värillä kysymyksiä jotta ne herättäisivät huomiota ja keskustelua koulutustilanteessa. Olen tarkoituksella jättänyt visuaalisuuden dioissa minimiin, jotta diat olisivat mahdollisimman helposti muokattavissa kouluttajille jotka asiasisällön opettavat koulutuspäivillä vapaaehtoisille.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön työstäminen on ollut mielenkiintoista. Materiaalin työstäminen uusille asiakaspalvelijoille on ollut mielekästä ja asiakaspalvelun konseptin tutkiminen ja asiakkaan näkökulman ja asiakaspalvelussa työskentelevät henkilön näkökulman vertaaminen ja ymmärtäminen on ollut yksi tämän työn tuloksista. Materiaali tullaan esittämään tammikuussa järjestettävillä elämyksellisillä koulutuspäivillä 18.1. ja 28.1.2017.

Tutkiessani asiakkaan näkökulmasta asiakaspalvelutapahtumaa ja sitä kuinka asiakas tulkitsee palvelun antajan sanatonta viestintää on selvää, että asiakaspalvelutilanteeseen pitää valmistautua ja asiakaspalvelijan on mietittävä minkälaisen kuvan hän antaa yrityksestä jossa hän työskentelee asiakkaalle ja kuinka sanaton viestintä toimii näissä tilanteissa.

Vapaaehtoiset koulutuspäiville osallistuvilla henkilöillä on mahdollisuus valita haluamansa koulutuspaketti ja tämän työn tarkoituksena on avata ensimmäistä kertaa asiakaspalvelutehtäviin meneviä siitä mitä asiakaspalvelu on ja kuinka palvelun antamaan mielikuvaan asiakkaalle voi itse vaikuttaa.

Dioihin sisällöksi valikoitui aiheet sen mukaan mitä olen havainnut asiakaspalvelutapahtumassa olevan hyödyllistä tietää ja osata, mukaan otin myös asioita jotka vapaaehtoiset olivat selkeästi nostaneet palveluliiketoiminnan opiskelijoiden haastattelussa esiin. Yleinen määritelmä mitä asiakaspalvelu on ja hyvä asiakaspalvelu osiot auttavat vapaaehtoisia hakemaan omalle työlleen peruspohjaa, jolle hän voi rakentaa oman asiakaspalvelupersonansa. Diojen sisällön on myös tarkoitus aktivoida vapaaehtoisia työntekijää pohtimaan miten hän itse asiakkaana haluaisi saada palvelua. Sisälsin dioihin myös lisäkysymyksiä, joilla haluan saada vapaaehtoiset pohtimaan yhdessä ryhmänä asiakaspalvelua ja asiakaspalvelun toimintoja. Asioista keskustelemalla koulutustilanteessa vapaaehtoiset samalla myös tutustuvat toisiinsa, eikä itse tapahtumassa enää ole niin suurta kynnystä toimia yhdessä kun tiimihenki perustetaan jo koulutuksen aikana.

6.1 Työn tavoite ja toteuttaminen

Tavoitteena tällä opinnäytetyöllä on ollut tuottaa materiaalia vapaaehtoisille asiakaspalvelussa työskentelemään tuleville vapaaehtoisille. Materiaalin aiheena on asiakaspalvelun ABC ja siinä käydään läpi asiakaspalvelun tärkeyttä. Vapaaehtoisille esitettävä materiaali on diojen muodossa. Tämä opinnäytetyö on koulutuspäivillä osana muuta täsmennettyä materiaalia joka esitetään osana valmiiksi paketoituja tähtihetkiä.

Työssäni käytin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Keräsin painettua materiaalia asiakaspalveluun liittyen ja käytin hyväksi Internetissä julkaistuja artikkeleita ja ammattilaisten blogeja. Lisää tietoa opinnäytetyöhön liittyvistä vaatimuksista vapaaehtoisten kannalta sain PAL-projektikevät 2016 –tapahtumasta, jossa palveluliiketoiminnan opiskelijat esittelivät ideoitaan elämyksellisten koulutuspäivien toteuttamisesta. Palveluliiketoiminnan opiskelijat olivat ennen ehdotelmiensa esittämistä haastatelleet vapaaehtoisia heidän toiveistaan koulutuspäivien sisällöksi. Tämän haastattelun pohjalta olen päässyt kokoamaan opetusmateriaaliin niitä kohtia, jotka ovat olleet vapaaehtoisten toiveissa koulutuksen aiheiksi. Olen myös päässyt hyödyntämään opinnäytetyössäni omaa osaamistani asiakaspalvelun alalta ja aikaisemmin käymistäni koulutuksista kertynyttä tietoutta.

Tavoitteena oli saada aikaan mahdollisimman selkeästi toteutettu diasarja, jossa kerrotaan mitä asiakaspalvelu on, kuinka palvelutapahtumaan valmistaudutaan, sanattoman viestinnän tärkeys sekä saada vapaaehtoiset ajattelemaan asiakaspalvelutapahtumaa asiakkaan näkökulmasta. Dia -sarjassa olen pyrkinyt vastaamaan näihin kysymyksiin lyhyesti ja ytimekkäästi samalla tuoden esiin kuinka tärkeitä on saada aikaan hyvä asiakaskohtaaminen.

6.2 Oma oppiminen ja työn kehittämismahdollisuudet

Opinnäytetyöstä kirjoittaessani ja taustatyötä tehdessäni olen oppinut kriittiseksi lukijaksi sekä tarkastelemaan asiakaspalvelua monelta kantilta. Tässä työssä erityisesti kiinnitin huomiota siihen, miten asiakas kokee palvelun ja kuinka asiakaspalvelun työntekijä voi omalla työpanoksella vaikuttaa tähän asiakkaan kokemaan palveluun. Haasteena oli aluksi saada oma jo työkokemuksella hankittu asiakaspalvelutaito palaamaan siihen pisteeseen jolloin en vielä osannutkaan toimia asiakaspalvelussa. Tämän saavutettuani pystyin tarkastelemaan työssä tuotettavaa materiaalia uuden tietämättömän työntekijän kannalta ja rakentamaan koulutuspakettiin niitä tietoja, jotka uusille aloitteleville asiakaspalvelussa työskenteleville henkilöille olisi tarpeellisia.

Opinnäytetyötä kirjoittaessani minulle itselleni tuli laajempi näkökulma asiakaspalveluun. Vaikka itse asiakaspalvelun prosessi on ollut minulle tuttua, tuli käsittelemässäni viestinnän osiossa esiin uusia seikkoja, joita en ollut itse ennen opinnäytetyön tekoa ajatellut, vaikka olinkin aina panostanut aktiivisesti asiakkaan viihtyvyyteen asiakaspalvelutilanteessa.

Laadin opinnäytetyöhön opetusmateriaalin joka on yleispätevä ohje asiakaspalvelusta. Opetusmateriaali on sopiva myös muissa asiakaspalvelun koulutustilaisuuksissa tai perusohjeeksi aloittelevalle asiakaspalvelun työntekijälle. Tuotoksena tullutta diasarjaa on helppo muokata erilaisiin tarkoituksiin. Diasarjasta voi esimerkiksi jättää osioita pois ja keskittyä vain muutamaan aihealueeseen tai sen voi ottaa mukaan jo valmiiseen myynninkoulutukseen lisäosaksi. Opinnäytetyössä syntynyttä diasarjaa voi näin ollen hyödyntää myös muunlaisessa asiakaspalvelun alkukoulutuksen materiaalina.

LÄHTEET

Kirjalliset:

Aarnikoivu, H.: Onnistu asiakaspalvelussa 2005, Sanoma Pro Oy

Flink, K-M., Kerttula, T., Nordling, A-M., Rautio, V.: Asiakaspalvelun ammattilaiseksi, 2015, Edita.

Griffin, R. W. Moorhead, G.: Organizational Behavior, 2010 South-Western.

Hakkarainen, P., Syrjänen, K.: Mitä vapaaehtoistyöllä tarkoitetaan? 2004 Riihimäen kirjapaino Oy.

Hannula, P., Ingberg, P., Virta, M., Palosaari, E.: Palvelua, kiitos – asiakaspalvelun saloja, 2012, Cottonmark.

Pehkonen, J.: Henkilökohtainen tiedonanto 4.1.2016. Info moniste Lahti 2017 kisoista

Lahtinen, J., Isoviita, A.: Asiakaspalvelu ja markkinoinnin perusteet 2001, Avaintulos.

MM –tason asiakaspalvelua –koulutus MM2017 –vapaaehtoisille. Uusittu tarjous, 30.11.2015. Lahti Events Oy

Paavola, Honkala, Lehtinen, Valtonen, Lehtinen: Suomen ja maailman tapahtumat 2001, vuosikirja 2002 WSOY

Pesonen, H-L., Lehtonen, J., Toskala, A.: Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Markkinointia, viestintää, psykologiaa. 2002, PS-kustannus.

PAL-projektikevät raportti 2016, Team Omega.

Starttikirja 2012, Opas R-kioskiin, sisäinen koulutusmateriaali.

Tuulaniemi, J.: Palvelumuotoilu, 2011 Talentum.

Valvio, T.: Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen, 2010 Helsingin Kamari.

Vapaaehtoisten elämyksellinen koulutuspäivä, Tradenomi AMK
Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma PAL-Projektikevät 2016, Harju, C.,
Manninen, P., Suokas, M., Tiihonen-Pekkala, L.

Vilka, H., Airaksinen, T.: Toiminnallinen oppinäytetyö, 2003 Gummerus Kirjapaino Oy.

Ylikoski, T.: Unohtuiko asiakas? 1999, KY-palvelu.

Internet:

Jokirinne, S.: AAC GLOBAL blog 8/2015 [viitattu 9.10.2016] Löytyy:
<https://blog.aacglobal.com/fi/saisinko-palautetta-kiitos>

Jyväskylän yliopisto, koppa: [viitattu 11.10.2016] Löytyy:
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>

Kaakinen, T. Mentoring blog 2008 [viitattu 9.10.2016] Löytyy:
<http://www.balmentor.fi/asiakaspalvelun-menestystekijat>

Knight, R.: Cross-cultural management, blog, 12/2015: [viitattu 9.10.2016] Löytyy: <https://hbr.org/2015/12/how-to-run-a-meeting-of-people-from-different-cultures>

Lahti2017 [viitattu 11.10.2016] Löytyy:
<http://www.lahti2017.fi/vapaaehtoiseksi>

LahtiRegion: [viitattu 9.10.2016] Löytyy:
http://www.lahtiregion.fi/filebank/8911-Tapahtumien_vaikuttavuustutkimus_2013_Lahti.pdf

Hiihtoliitto, uutiset 7.8.2014.: Lehtonen Lahti 2017 –organisaation viestintäpäälliköksi [viitattu 29.8.2016] Löytyy:

<http://www.hihtoliitto.fi/uutiset/lehtonen-lahti-2017-organisaation-viestintapaallikoksi/>

Pentland Alex, artikkeli, 3/2012, [viitattu 9.10.2016] Löytyy:

<https://hbr.org/2012/03/the-new-science-of-building-gr>

Piha Kirsi, : marketing 4/2014, [viitattu 9.10.2016] Löytyy:

<http://www.slideshare.net/EllunKanat/kirsi-piha-sisinen-viestint-krmettpyssyyn>

Päijäthämäläiset yhdistykset vahvasti mukana MM –kisoissa [viitattu 20.4.2016] Löytyy: <http://www.lahti2017.fi/päijäthämäläiset-yritykset-vahvasti-mukana-mm-kisoissa>

Ringuet Caroline: Volunteers in sport: motivations and commitment to volunteer roles, 2016, [viitattu 11.10.2016] Löytyy:

<http://www.aspetar.com/journal/upload/PDF/2013112511249.pdf>

Tervetuloa juhlakisoihin esite [viitattu 20.4.2016] Löytyy:

http://www.lahti2017.fi/sites/default/files/lahti2017_yleisesite_fin_sahkoine_n.pdf

Valliluoto Sari: Vapaaehtoistoiminnan mahdollisuuksista ja esteistä, 2014, [viitattu 9.10.2016] Löytyy:

http://www.sitra.fi/julkaisut/Muut/Vapaaehtoistoiminnan_mahdollisuuksista_ja_esteista.pdf

Väänänen, J.:NICO blog 12/2015 [viitattu 9.10.2016] Löytyy:

<http://nico.fi/asiakaspalautteen-keräämisen-jalo-taito/>

Y-lehti [viitattu 9.10.2016] Löytyy: [http://www.y-](http://www.y-lehti.fi/arkisto/artikkeli/3839/)

[lehti.fi/arkisto/artikkeli/3839/](http://www.y-lehti.fi/arkisto/artikkeli/3839/)

Diojen lähteet:

Kirjalliset:

Aarnikoivu, H.: Onnistu asiakaspalvelussa 2005, Sanoma Pro Oy

Lahtinen, J., Isoviita, A.: Asiakaspalvelu ja markkinoinnin perusteet 2001, Avaintulos.

Pesonen, H-L., Lehtonen, J., Toskala, A.: Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Markkinointia, viestintää, psykologiaa. 2002, PS-kustannus.

Starttikirja 2012, Opas R-kioskiin, sisäinen koulutusmateriaali.

Valvio, T.: Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen, 2010 Helsingin Kamari.

Ylikoski, T.: Unohtuiko asiakas? 1999, KY-palvelu.

Internet:

Kaakinen, T. Mentoring blog 2008 [viitattu 9.10.2016] Löytyy: <http://www.balentor.fi/asiakaspalvelun-menestystekijat>

Y-lehti [viitattu 7.11.2016] Löytyy: <http://www.y-lehti.fi/arkisto/artikkeli/3839/>

Asiakaspalvelun ABC

Case: Vapaaehtoiset Lahti 2017 MM-
kisoissa.

Mitä asiakaspalvelu oikein on?

- Asiakkaan näkökulmasta asiakaspalveluna voidaan pitää sitä kokonaisuutta siitä, mitä asiakas kokee ja kohtaa asioidessaan yrityksen tai palvelun tarjoajan kanssa.
- Työntekijän näkökulmasta asiakaspalvelun tehtäviin lukeutuu puolestaan monia erilaisia muotoja ja tapoja joissa asiakas kohdataan.
- **Millaisissa tilanteissa asiakkaan kohtaaminen useimmiten tapahtuu MM2017 kisoissa?**

Hyvä asiakaspalvelu

- Asiakaspalvelu on asiakkaan ja asiakaspalvelussa työskentelevät henkilön välinen kohtaaminen, jossa asiakaspalvelija noudattaa yrityksen arvoja ja suhdetta asiakkaaseen.
- Kaikessa yksinkertaisuudessaan asiakaspalvelun voi tiivistää näin, että asiakaspalvelua on ennakoida ja täyttää asiakkaan odotukset, tarpeet ja toiveet.

- Erittäin hyvää asiakaspalvelua on puolestaan se, että pystymme asiakaspalvelijoina ylittämään asiakkaan toiveet ja odotukset luonnollisesti työssämme.
- Jotta hyvää asiakaspalvelua pystyy toteuttamaan täytyy asiakaspalvelussa työskentelevällä olla sosiaalisia taitoja ja tilannetajua, näiden taitojen lisäksi täytyy löytyä ammattimaisuutta, tietoa tuotteista tai palveluista ja aitoa kiinnostusta asiakasta kohtaan.

- Asiakaspalvelun tehtävänä on saada asiakas tyytyväiseksi sekä kokemaan, että hän saa juuri hänen tarpeitaan vastaavaa palvelua.
- Asiakaspalvelutaidoissa tärkein on asiakkaan asemaan asettuminen ja hänen näkökulmansa ymmärtäminen.

Palvelutapahtumaan valmistautuminen

- Asiakaspalvelussa työskentelevä henkilö on yrityksen kasvot toimiessaan asiakaspalvelutehtävissä ja edustaa näin aina yritystä jossa hän työskentelee.
- Kun asiakaspalvelutilanteeseen valmistaudutaan pidetään huolta tietenkin työasun siisteydestä ja siitä, että tiedetään yrityksen yleinen asiakaspalvelustrategia ja ollaan valmiita toimimaan sen mukaisesti.

- Asiakaspalvelussa työskentelevällä henkilöllä on myös oltava tietoa yrityksen tuotteista ja palveluista, jotta tämä voi vastata asiakkaiden kysymyksiin ja neuvoa asiakasta tarvittaessa.
- Asiakaspalvelussa työskennellessä on hyvä tutustua tuotteisiin ja tarjolla oleviin palveluihin huolella ennen asiakaspalvelutilannetta. Tällä taataan asiakkaalle välittyvä ammatillinen ote ja mielikuva siitä, että työntekijä tuntee ja arvostaa myymiään tuotteita/ palveluita ja samalla asiakasta jolle tuotteita/palvelua myydään.

- Asiakaspalvelussa myydään tuotteiden ja palveluiden lisäksi myös mielikuvaa yrityksestä.
- Asiakkaalla on jo ennen asiakaspalvelutilanteeseen tuleamista mielikuva yrityksestä ja sen tuottamista palveluista, onkin siis tärkeää, että asiakkaalla on tilanteesta pois lähtiessä yrityksestä edelleen hyvä mielikuva ellei jopa parempi kuin asiakkaan saapuessa asiakastapahtumaan.
- **Kuinka voisit työssäsi vapaaehtoisena vaikuttaa asiakkaan saamaan mielikuvaan?**

- Asiakaspalvelun mielekkyyteen ja laatuun vaikuttavat keskeisellä tavalla asiakaspalvelijan tiedot ja taidot, tämän lisäksi osaaminen asiakaspalvelun eri osa-alueilta on hyödyksi.
- Ihanteellinen tilanne olisi silloin kun asiakaspalvelu tuottaisi elämyksiä asiakkaalle eikä ainoastaan olisi peruspalvelua.
- **Voisiko asiakkaan mielikuvaan tai annettuun palveluun vaikuttaa vielä muulla tavalla?**
- **Millä tavoin omaa osaamista voisi kehittää?**

Asiakkaan kohtaaminen

- Asiakaspalvelu on asiakkaan odotuksiin vastaamista.
- Kyky palvella asiakasta tulee työntekijän omasta motivaatiosta ja on osa ammatillista ylpeyttä.
- Tilannetaju auttaa sopeuttamaan omaa tyyliä asiakkaan tyyliin.

- Olennaista asiakaspalvelussa on hallita oikeanlainen käyttäytyminen erilaisissa vastaan tulevilla asiakaspalvelutilanteissa sekä oppia tarkastelemaan annettavaa palvelua asiakkaan näkökulmasta.
- Asiakkaan kohtaamisessa ensimmäinen tärkeä seikka on asiakkaan huomioiminen ja positiivisen ensivaikutelman luominen.

- Mikäli neuvot jotakin toista asiakasta juuri sillä hetkellä kun saat toisenkin asiakkaan odottamaan vuoroaan on tärkeitä huomioida myös tämä uusi asiakas.
- Huomioiminen voi tapahtua hyvin yksinkertaisella tavalla, katsekontakti, nyökkäys tai jotakin vastaavaa.
- Tärkeää on saada asiakas tuntemaan, että hänet on huomioitu eikä häntä vältellä.

- Asiakaspalvelutilanteessa on asiakas saatava tyytyväiseksi ja saatava hänet kokemaan laatua ja tuntemaan, että hän saa asiantuntevaa, luontevaa ja juuri hänelle sopivaa palvelua.
- Mikä/mitkä ovat mielestäsi hyviä asiakaspalvelussa työskentelevän henkilön ominaisuuksia?
- Miten itse huomioisit asiakkaita asiakaspalvelutilanteessa?

- Eurooppalaisen asiakasuskollisuusselvityksen (Yritystalous 5/94) mukaan asiakas toivoo myyjältä eniten seuraavia ominaisuuksia:
 - myyjän on pidettävä annettu lupaus,
 - hänen pitää tuntea edustamansa tuotteet ja palvelut,
 - hänen on oltava rehellinen,
 - hänen odotetaan saavan tukea omalta yritykseltään ja hän täyttää asiakkaan kiireelliset tarpeet,
 - esittelee tuotteet ymmärrettävällä tavalla,
 - auttaa asiakasta ongelmien ratkaisemisessa,
 - osaa tarttua asiakkaalle tärkeisiin asioihin ja myy tuotteet kokonaisuutena

Viestintä

- Kaikki asiakaspalvelu on vuorovaikutusta.
- Erityisesti asiakaspalvelussa työskenneltäessä on muistettava, että vaikutelmat eivät synny pelkästään sattumalta.
- Palvelutapahtumassa on ensiarvoisen tärkeää luoda asiakkaalle hyvä ensivaikutelma.

- Onnistuneessa ensivaikutelmassa asiakas antaa usein anteeksi myöhemmissä tilanteissa tapahtuvat pienet puutteet ja kömmähdykset.
- Kielteistä ensivaikutelmaa ei voi koskaan muuttaa.

- Teennäisyyttä asiakaspalvelutilanteessa voi paikata tehokkaasti lämpimällä hymyllä.
- Palvelutapahtuman saa helposti kulkemaan eteenpäin esittämällä asiakkaalle tiedustelun kuinka asiakasta voisi auttaa.
- Ensi kontaktissa uuteen asiakkaaseen on asiakkaalle saatava heijastumaan ystävällinen asiakaspalveluattitus. Sen voi toteuttaa hymyllä, nyökkäyksellä, omalla ulkoisella olemuksella.

- Tervehdykseen käytettyä sanamäärää tai aikaa ei kannata murehtia vaan se, että saa asiakkaalle heijastettua asiakaspalveluattitien asenteen kaikkine tervehdyksineen ja katsekontakteineen on palvelutilanteen onnistumisen kannalta tärkeää.
- Palvelu on useimmiten kaksipuolista kommunikointia. Tämän muodostuu kolmesta osa-alueesta:
 - Ilmeet ja eleet
 - Äänenpainot
 - Sanat

- Huomiota kannattaa kiinnittää seuraaviin seikkoihin omassa olemuksessa kun ollaan asiakaspalvelutilanteessa tai valmiina vastaanottamaan asiakkaita:
 - Kehon asentoon
 - Liikkumiseen palvelutilanteessa
 - Ilmeisiin ja eleisiin
 - Katsekontaktiin
 - Äänenpainoon ja sanoihin
 - Oman innostuneisuuden näyttämiseen

- Hyvä asiakaspalvelija on:
 - Valppaana
 - Tarjoaa apua aktiivisesti
 - Positiivinen ja iloinen
 - Muistaa tervehtiä ja olla kohtelias
 - Myönteinen asenne näkyy ulospäin

Hyvä asiakaspalvelija muistaa kohdella muita tavalla, jolla itse toivoisi tulevan kohdatuksi palvelutapahtumassa.

Lähteet

Kirjalliset:

Aarnikoivu, H.: Onnistu asiakaspalvelussa 2005, Sanoma Pro Oy

Lahtinen, J., Isoviita, A.: Asiakaspalvelu ja markkinoinnin perusteet 2001, Avaintulos.

Pesonen, H-L., Lehtonen, J., Toskala, A.: Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Markkinointia, viestintää, psykologiaa. 2002, PS-kustannus.

Starttikirja 2012, Opas R-kioskiin, sisäinen koulutusmateriaali.

Valvio, T.: Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen, 2010 Helsingin Kamari.

Ylikoski, T.: Unohtuiko asiakas? 1999, KY-palvelu.

Internet:

Kaakinen, T. Mentoring blog 2008 [viitattu 9.10.2016] Löytyy:

<http://www.balentor.fi/asiakaspalvelun-menestystekijat>

Y-lehti [viitattu 7.11.2016] Löytyy: <http://www.y-lehti.fi/arkisto/artikkeli/3839/>