

# Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne (final draft).

Viite:

Juurakko, P. 2019. Onko digitalisaation tarjoama palvelu oikotie onneen?. Ylä-Satakunta 21.3.2019, 13.



SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Onko digitalisoitu palvelu oikotie onneen?

Internet tarjoaa meille kuluttajille suoran kanavan tuotteiden ja tiedon äärelle. Verkkokaupasta ostaminen on tehty helpoksi erilaisten maksuvaihtoehtojen sekä palautus- ja vaihtomahdollisuuden myötä. Ei tarvitse kuin selata, tilata, maksaa, sovittaa ja joko ottaa käyttöön tai palauttaa.

Verkkokaupan tuotteista on saatavilla ennen ostopäätöksen tekoa paljon tuotetietoutta, vertailuja ja käyttäjien kokemuksia. Emme kylläkään tiedä, minkälaiset odotukset tuotetta käyttäneillä henkilöillä on ollut tuotetta kohtaan ja ovatko nämä odotukset yhteneväiset omien odotustemme kanssa. Toisen tyytyväisyys kun ei välttämättä takaa samaa tyytyväisyyden tunnetta toiselle.

Todellisuus ei aina vastaa mielikuvaa, jonka tuotteesta olemme saaneet. Jos sopimattoman tuotteen palautus jää jostain syystä tekemättä, niin ainahan sen voi kaupata eteenpäin. Ja ei muuta kuin uudestaan verkkokauppaan shoppailemaan. Kyllä se sopiva tuote lopulta varmasti löytyy ja ainakin logistiikka työllistyy.

Jo yksi tehty ”klikkaus” takaa sen, että jatkossa saamme automaattisesti mainoksia ja tarjouksia tuotteista, joita olemme netissä käyneet katsomassa tai jopa ostamassa. Datan avulla yritykset saavat kohdennettua mainokset hyvin tarkasti oikealle kohderyhmälle, eli henkilöille, jotka ovat käyneet ko. yrityksen verkkokaupassa ja näin jo jollain tasolla osoittaneet kiinnostustaan yrityksen tuotteita tai palvelua kohtaan.

Täytyy tunnustaa, että en vielä täysin ole sinut tämän palvelumuodon kanssa. Joskus olen jättänyt verkkokaupan ostokset tilaan, jossa olen kerännyt tuotteita ostoskoriin, mutta en ole vielä saattanut ostosprosessia loppuun saakka. Olen kenties jäänyt miettimään ostoksen järkevyyttä tai tarpeellisuutta. Ehkä taustalla on myös pieni epävarmuus toimitusta tai yritystä kohtaan, varsinkin jos yritys sijaitsee toisella puolella maailmaa. Eikä epäilystä lievennä tieto mahdollisesta hakkeroinnista tai luottokortin väärinkäytöstä.

Lisäksi verkkokauppaostoksiani rajoittaa vähäinen vapaa-aikani, jonka mieluummin käyttäisin muuhun kuin netissä surffailuun. Mutta ehdottomasti suurin syy vähäiseen verkkokaupan hyödyntämiseeni on asiakaspalvelijan kohtaamisen puuttuminen. Kaipaankin henkilökohtaista palvelua, haluan tuntea olevani tärkeä asiakas, enkä vain datan kautta seurattava yksilö, johon kohdistetaan datan mukaista markkinointia. Kivijalkamyymälä tarjoaa minulle kokemuksen, joka jättää muistijäljen. Muistijälki voi toki olla myös negatiivinen, mutta hyvä asiakaspalvelija huolehtii siitä, että asiakkaalle jää positiivinen muistijälki.

Parhaaseen asiakaskokemukseen panostavat yritykset eivät pyri oikotiellä onneen vaan keskittyvät jokaisen asiakkaan kohtaamiseen sillä ammattitaidolla, sydämellisyydellä ja intohimolla, mitä vain hyvällä asiakaspalvelijalla voi olla ja minkä vain kivijalkamyymälässä voi tuntea. Itse olen valmis maksamaan hyvästä palvelusta, vaikka se sitten hieman tuotteen tai palvelun hintaa nostaisikin.

Valitettavasti joudun kyllä tunnustamaan, että aina ei henkilökohtainen asiakaspalvelukaan suju kuin Strömsössä, vaan joskus joutuu pettymään. Jatkossa yrityksessä asiointiin vaikuttaa mm. se, minkälaisen tunteen ostokokemus herättää. Tunteet ohjaavat meitä ja muistamme parhaiten ne kokemukset, jotka herättävät meissä voimakkaita tunteita. Tyytyväisyys, luottamus ja arvostus ovat tunteita, jotka vahvistavat asiakasuskollisuutta ko. yritystä kohtaan ja saavat asiakkaan uudestaan palaamaan ko. yritykseen.

Tulevaisuudessa tarvitaan sekä henkilökohtaista asiakaspalvelua että digitalisaation tarjoamia mahdollisuuksia, itsepalvelupisteitä unohtamatta. Jokaiselle kanavalle löytyy asiakaskuntansa, eli joskus se digitalisaatiokin on oikotie onneen. Yritysten on hyvä tunnistaa, ketkä ovat heidän asiakkaitaan ja mitä he arvostavat ja ottaa tämä asia huomioon omassa yritystoiminnassa, toimialasta riippumatta.

Paula Juurakko  
tuntiopettaja  
SeAMK Ruoka -yksikkö