Miksi asiakastiedon kerääminen on tärkeää?

Asiakkaiden näkökulma unohdetaan usein, vaikka asiakastieto onkin olennainen osa yrityksen toimintojen kehittämistä erityisesti silloin, kun yritys kehittää kiertotalousratkaisuja. On syytä pohtia esimerkiksi millaiset tekijät vaikuttavat pääkohderyhmän päätöksentekoon tai mitä kiertotalousratkaisut voivat mahdollisesti tarkoittaa hänen arjessaan. Näiden lomakkeiden avulla pääsette pohtimaan asiakkaiden tarpeita, toiveita sekä yrityksen asiakkaille tarjoamaa arvoa. Täytä lomakkeita niin monta kuin yrityksellä on pääkohderyhmiä.

Täyttöohje:
Täytä ensin Asiakasprofiili-työkalu. Voit täyttää näitä useampia, eli niin monta kuin yrityksellä on pääkohderyhmiä. Muista perustaa tietosi oikeaan ja aitoon tietoon (esim. kysymällä asiakkailta miksi he käyvät yrityksessä), mutu-tieto ei vie pitkälle.

Täytä sen jälkeen Asiakkaillemme tarjoama arvo -työkalu. Sen avulla pääset pohtimaan miten yritys pystyy vastaamaan asiakkaille merkityksellisiin asioihin sekä luomaan asiakkaalle suunnatun arvolupauksen.

Asiakasymmärrys –työkalu on tuotettu LapinKIERTO – Kiertotalousosaaminen Lapin yritysrajapinnassa –hankkeessa (2024).
Mukaillen: Design Forum Finland Circular Design & asiakas: Opas asiakaskokemuksen kehittämiseen.

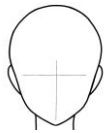
Euroopan unionin osarahoittama

LAPIN LIITTO
LAPIN AMK Lapland University of Applied Sciences
LAPIN YLIOPISTO UNIVERSITY OF LAPLAND
LAPPIA
REDU

Asiakasprofiili

Nimi:

Ikä:



Piirrä/ liitä tähän asiakkaan kuva

Asiakkaana...

- ☐ Haen tuotteelta / palvelulta arjen helpottamista
- ☐ Kokeilen mielelläni uutta
- ☐ Ostan mieluiten tuttuja ja turvallisia tuotteita
- ☐ Minulle merkitsee tuotteen/palvelun valinnassa paljon sen ympäristövaikutukset
- ☐ Teen hyvin usein faktatietoon perustuvia valintoja
- ☐ Harkitsen kaikkia hankintojani tarkasti
- ☐ Ostan mieluiten omaksi
- ☐ Vuokraan usein tavaroita / palveluita
- ☐ Ostan tavaroita mieluiten käytettynä
- ☐ Korjaan ja kunnostan vanhaa joko itse tai asiantuntijalla
- ☐ Käytän eniten hankinnoissa digitaalisia alustoja
- ☐ Ostan mieluiten kivijalkakaupoista
- ☐ Kierrätän käytöstä poistetut tuotteet
- ☐ Muu, mikä

Arvostan suuresti...

Millaiset asiat ovat minulle tärkeitä? Yrityksen vastuullisuusteot, kohdennetut palvelut, hinta, palvelutaso...

Tunnetaso ja merkityksellisyys

Millä tavoin hyödyn tuotteen/palvelun käytöstä? Millaisia tunteita tuotteen/palvelun käyttäminen minussa herättää erityisesti kiertotalouden osalta ? Millaisia merkityksiä annan käytölle?

Käytän tuotetta / palvelua...

Eli miksi käytän/ostan juuri tämän yrityksen palveluja / tuotteita? Mitä teen tuotteella? Kiertotalousnäkökulma?

Minua epäilyttää...

Mitkä tekijät saavat minut miettimään tuotteen / palvelun ostoa, esim. käytettävyys, hinta, vastuullisuus?

Euroopan unionin osarahoittama

LAPIN LIITTO · LAPIN AMK Lapland University of Applied Sciences · LAPIN YLIOPISTO UNIVERSITY OF LAPLAND · LAPPIA · REDU

Yrityksen arvolupaus asiakkaille

Millaisen kokemuksen haluamme luoda asiakkaallemme?

Millaisen kokemuksen asiakas saa meidän luona? Millaisia palvelullisia elementtejä käytämme, esim. tunnelmanluontiin, palvelun laatuun jne?

Ratkaisemme asiakkaamme tarpeen...

Millaisia keinoja käytämme tarpeen ratkaisuun (muista emotionaaliset, merkityksellisyys)? Millaista tarinaa kerromme? Mitä teemme paremmin kuin muut?

Vastaamme asiakkaan huoliin..

Kuinka otamme asiakkaan huolet huomioon tuotteissamme / palveluissamme? Miten vastaamme niihin?

Asiakkaallemme antamamme arvolupaus

Kiteytä tähän edellisten pohdintojen tulokset, eli miten erotumme muista vastaavista, muiden toimijoiden ratkaisuista? Mitä arvoa asiakas saa?

Huom! Kiertotalous voi olla myös erottautumistekijä!

Euroopan unionin osarahoittama

LAPIN LIITTO · LAPIN AMK Lapland University of Applied Sciences · LAPIN YLIOPISTO UNIVERSITY OF LAPLAND · LAPPIA · REDU