

# Tavoitteena toimialan paras asiakaskokemus - maaliin päästään yhdessä asiakkaiden kanssa

19.11.2019



Kuusakosken tavoittelemana tulevaisuuden visiona on tarjota toimialan paras asiakaskokemus vuoteen 2023 mennessä. Tätä lähdettiin työstämään toimitusjohtaja Mikko Kuusilehdon johdolla vuonna 2018, ensin yrityksessä sisäisesti ja sitten konkreettisesti yhdessä asiakkaiden kanssa. Kuusakosken Customer Experience Manager Tatu Karlström kertoo, millainen tämä matka on ollut, mitä on saavutettu ja mitä tulevaisuus tuo tullessaan.

”Asiakaskokemus on yrityksen jokaista osa-aluetta ja työntekijää koskettava teema. Jokainen palvelukumppanimme tai Kuusakoskella työskentelevä rakentaa osaltaan sitä kokemusta, jonka asiakkaillemme tuotamme, vaikka suoraa kosketuspintaa asiakkaaseen ei juuri omassa työnkuvassa olisikaan”, Karlström sanoo.

## Työpajoissa kohtasivat erilaiset ihmiset ja roolit

Toimialan parhaan asiakaskokemuksen eteen lähdettiin tekemään töitä vuonna 2018, kun toimitusjohtaja Mikko Kuusilehdon aloitteesta koottiin yhteen sekä Suomen että Ruotsin kuusakoskelaisia, reilut 10 henkeä kummassakin maassa. Ryhmien tavoite oli pohtia ja koota yhteen kehitettäviä asioita, jotka auttavat meitä saavuttamaan visioon kirjatun tavoitteen parhaasta asiakaskokemuksesta.

Työ jatkui keväällä 2019, kun mukaan astui asiakaskokemuksen kehittämiseen erikoistunut kumppani Rogers Studio. Heidän järjestämissään työpajoissa parhaan asiakaskokemuksen tavoitetta lähdettiin purkamaan konkreettisiksi osa-alueiksi ja määriteltiin osa-alueille selkeät tavoitteet. Työpajojen tuloksena määritettiin mm. Kuusakosken asiakasprofiilit, asiakaspolku ja asiakassegmentointimalli. Työpajoja varten koottiin Kuusakoskelta kaikkia asiakaskontaktipisteitä edustava joukko henkilöitä, joista suurella osalla on vastuullaan jokin liiketoiminta tai jonkin tukifunktion vetäminen.

”Työpajoihin, joita järjestettiin kaikkiaan viisi kappaletta, koottiin yhteen paitsi kuusakoskelaisia, myös asiakkaitamme, sekä Suomessa että Ruotsissa. Asiakasyrityksiämme oli edustettuna laaja-alaisesti, ja erityisen hienoa oli se, että myös asiakkaiden puolelta oli mukana kirjava joukko erilaisissa rooleissa työskenteleviä avainhenkilöitä”, Karlström kertoo.



”Saimme huomata, että asiakkaamme suhtautuivat asiakaskokemuksen kehittämiseen suurella innolla ja energialla,”  
Kuusakosken Customer Experience Manager Tatu Karlström iloitsee.

Työpajat osoittautuivat loistavaksi työskentelytavaksi. Asiakastyöpajoissa syntyi mielenkiintoisia keskusteluita, kun kohtaamaan pääsivät sellaiset roolit ja henkilöt, jotka eivät tavanomaisessa asiakastyössämme tapaa. Tämä puolestaan johti uusiin avauksiin ja ideoihin siitä, miten asiakassuhdetta voitaisiin entisestään syventää ja kasvattaa asiakkaalle tuotettua lisäarvoa. Nykyaikaisen työelämän kiireisyyden todettiin olevan usein syy sille, että vapaamuotoisesti keskustelemalla etenevät aivoriivet ovat harvassa.

”Kuusakosken järjestämä workshop oli mielenkiintoinen ja itsellekin hyödyllinen kokemus. Asiakaskokemusta pohdittiin auki muiden Kuusakosken asiakkaiden sekä Kuusakosken oman väen kanssa, innovatiivisessa hengessä. Neljän tunnin workshop oli sujuvasti johdettu ja post-it lappujen määrästä päätellen ryhmätyöt tuottivat runsaasti hedelmää. Onkin mielenkiintoista nähdä millaisia kehitysaskelia Kuusakoski jatkossa ottaa asiakaskokemuksen kehittämiseksi, ainakin asiakkaat on otettu aktiivisesti mukaan”, Erno Pasanen, Service Manager Telia Finland Oyj:sta kertoo.



### Asiakslähtöisiä pilottihankkeita ja rohkeita tulevaisuuden visioita

Työpajat ja asiakkaillemme tehdyt puhelinhaastattelut synnyttivät suuren joukon ideoita, joita pilotoimalla ja kehittämällä voimme laajentaa palvelutarjontaamme ja kehittää toimintaa, mikä auttaa ennen pitkää kaikkia Kuusakosken asiakkaita.

**Karlström** avaa työpajojen synnyttämiä ideoita: ”Työpajojen myötä meillä on mahdollisuus käynnistää asiakaslähtöisesti alkunsa saaneita pilottihankkeita ja kokeilla täysin uusia, ennakkoluulottomasti tulevaisuuteen kurottavia konsepteja. Näiden kehityshankkeiden kohdalla katsotaan päivittäisen perustoiminnan yli kauas tulevaisuuteen ja hyödynnetään mahdollisuuksien mukaan muun muassa tekoälyä ja koneoppimista.”



Työpajat tuottivat rohkeiden tulevaisuusavausten lisäksi myös koko joukon lähempänä päivittäistä työtä olevia kehityskohtia, jotka tähtäävät toiminnan sujuvuuteen, parempaan palvelun laatuun ja parempaan yhteydenpitoon, kullekin asiakkaalle oikealla tavalla.

”Toimivuus ja luotettavuus ovat tärkeitä elementtejä loistavan asiakaskokemuksen tarjoamisessa ja tätä ajatusta tukevia huomioita syntyi prosessissa paljon. Luonnollisesti olemme erittäin kiitollisia kaikille niille asiakkaille, jotka antoivat meille arvokasta aikaansa joko työpajaan tai puhelinhaastatteluihin osallistumalla,” **Tatu Karlström** toteaa tyytyväisenä.



Eräs työpajailun tuoksinnassa alkunsa saanut asiakkaan toive on jo viety käytäntöön.

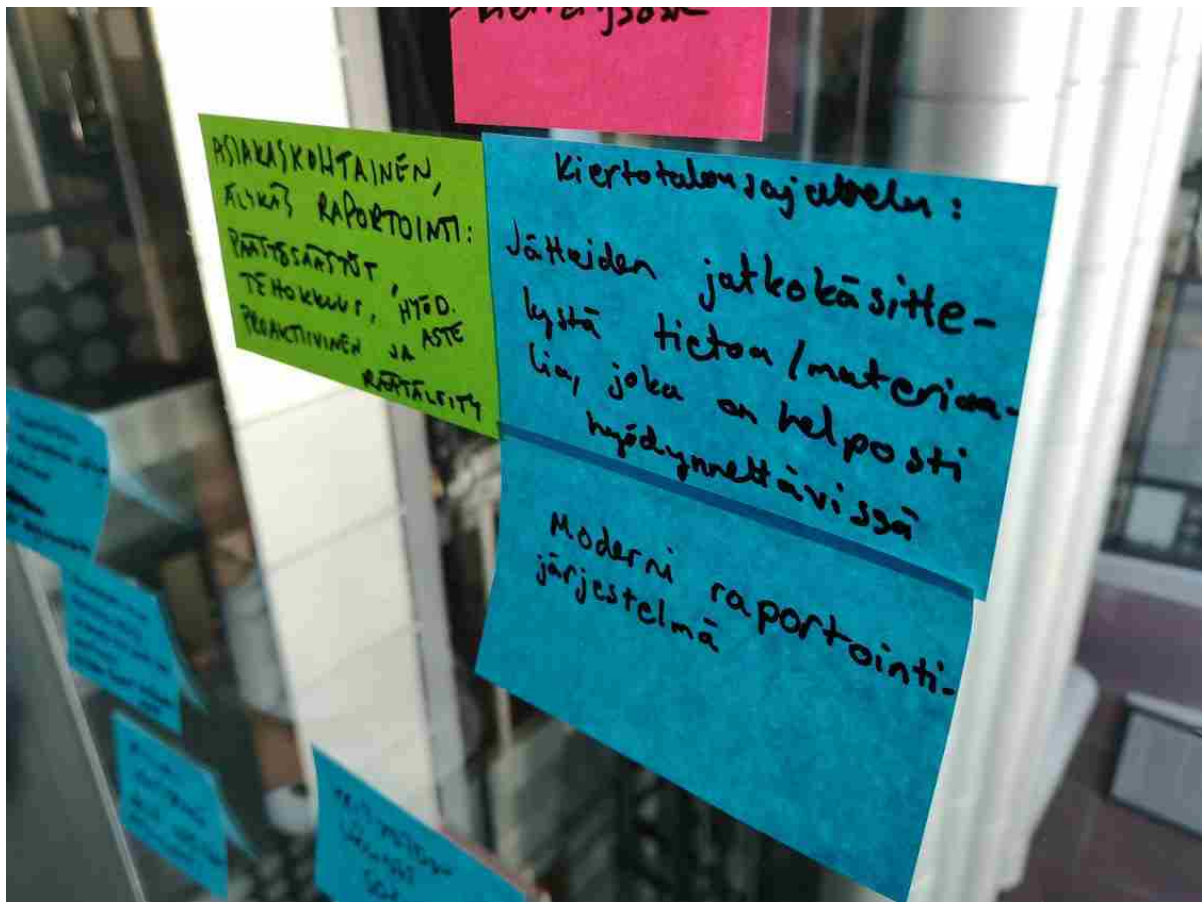
”**Moventas Gearsin** tehtaalla on otettu käyttöön teräslastulavojen täyttymistä seuraava kamera. Kamera päivittää kuvaa viiden minuutin välein. Live-kuvapalvelukin on mahdollinen toteuttaa, mutta tässä tapauksessa sitä ei koettu tarpeelliseksi”, Kuusakosken avainasiakaspäällikkö **Mikko Kaskismaa** kertoo.

**Kaskismaa** jatkaa: ”Palvelu kehitettiin asiakkaan toiveesta. Asiakkaalla syntyy teräslastua melko paljon ja aikaisemmin kuljettaja on käynyt fyysisesti tarkastamassa tyhjennystarpeen. Vaikka tästä ei ole koitunut suurta vaivaa, lähdettiin asiaa nyt miettimään ympäristö- ja turvallisuusnäkökulmasta. Kameran avulla liikennöinti tehdasalueella vähentyy. Kameran myötä kuljettajakin pääsee tarkastelemaan tilannetta ja voi tehdä tyhjennystilauksen kuvan perusteella. Samaa kuvaa hyödyntää myös asiakas itse eli he voivat varmistaa, milloin lastunkuljetin tulee siirtää lavalta toiselle.”

Moventas Gears Oy:n ympäristöpäällikkö **Heini Rytönen** kertoo: ”Pyrimme [Moventaksella](#) huomioimaan turvallisuus- ja ympäristöasioita mahdollisimman laaja-alaisesti. Kameran avulla olemme pystyneet vähentämään ylimääräistä rekkaliikennettä tehdasalueella ja optimoimaan lastulavojen tyhjennyksiä, ja sitä kautta lisäämään tehdasalueen turvallisuutta ja vähentämään kuljetuksien ympäristövaikutuksia. Kameran asennus ja yhteyksien toimivuus onnistuivat sujuvasti yhteistyössä Kuusakosken kanssa. Olemme olleet tyytyväisiä lopputulokseen ja ratkaisun yksinkertaisuuteen, toiveena on laajentaa kamerakäytäntöä myös muille toimipisteillemme.”

#### **Tiekartta ja asiakastytyväisyystutkimus johdattavat eteenpäin**

Kuusakoski rakentaa parhaillaan tiekarttaa, jonka avulla suunnitellaan kevään työn tuloksena syntyneen aineiston tehokkainta mahdollista hyödyntämistä. Syksyllä 2019 tehty asiakastytyväisyystutkimus ja sen löydökset tukevat tätä työtä. Kaikkea tätä tietoa käytetään apuna, kun kehitysprojekteja käynnistetään ja seuraavia askeleita suunnitellaan.



”Asiakaskokemus on yrityksen jokaista osa-aluetta ja työntekijää koskettava teema. Jokainen palvelukumppanimme tai Kuusakoskella työskentelevä rakentaa osaltaan sitä kokemusta, jonka asiakkaillemme tuotamme, vaikka suora kosketuspintaa asiakkaaseen ei juuri omassa työnkuvassa olisikaan. Asiakkaidemme mielikuva Kuusakoskesta muokkautuu jokaisella asiointi- tai yhteydenpitokerralla johonkin suuntaan. On selvää, että useimmin toistuvat ja päivittäisessä työssä tärkeimmät kontaktipisteet, kuten kuljetuspalvelut tai yhteydenotto asiakaspalveluumme, vaikuttavat asiakaskokemukseen merkittävästi. Yhtä lailla vaikutusta on kuitenkin myös digitaalisilla palveluilla, markkinoinnilla ja esimerkiksi sillä, miltä toimipisteemme näyttävät”, Tatu Karlström pohtii lopuksi.

[Kuusakoski matkalla kohti alan parasta asiakaskokemusta - KATSO VIDEO!](#)