

Newsletter 1/2007

Helsingin Energia kehittää asiakaspalveluaan mystery shopping –tutkimuksen avulla

Puhelin soi Helsingin Energian asiakaspalvelussa. Soittaja kyselee tietoja sähkönkulutuksesta ja haluaa siirtää sähkölaskunsa eräpäivää. Tällä kertaa kyseessä ei kuitenkaan ole oikea asiakas vaan tutkija-asiakas, joka tekee mystery shopping -tutkimusta. Mystery shoppingissa palvelun laatua tutkitaan juuri siellä, missä palvelu ja asiakas kohtaavat. Tutkimuksen tekijät esiintyvät tavallisina asiakkaina mahdollisimman aidoissa tilanteissa.

Helsingin Energia valitsi syksyllä 2006 Marckwort Koulutusyhtiöt toteuttamaan mystery shopping -tutkimusta. Syitä tähän oli monia: Helsingin Energia haluaa olla toimialansa paras palveluyritys Suomessa ja tarjota asiakkailleen mahdollisimman laadukasta asiakaspalvelua. Helsingin Energiassa ymmärretään, että laadukas palvelu ei synny itsestään, vaan se edellyttää jatkuvaa ja systemaattista kehittämistä. Kehittämispäällikkö Kirsi Kawamuran mukaan syy juuri mystery shoppingin valintaan oli, että perinteiset asiakastytyväisyystutkimukset eivät tuoneet konkreettisesti esille asioita, joihin kannattaa pureutua ja joita pitää kehittää.



*Kehittämispäällikkö
Kirsi Kawamura:*

*"Haimme vahvistusta omille käsityksillemme asiakaspalvelumme tasosta ja asiakaskohtaamisten hoidosta", Kawamura toteaa.
"Halusimme saada reaaliaikaista tietoa siitä, miten meillä asiakaspalvelussa hoidetaan asiakaskohtaukset ja onko antamamme palvelu eri kanavissa tasalaatuisia."*

Suunnittelusta toteutukseen

Tutkimus aloitettiin suunnitteluvaiheella, jossa määriteltiin, mistä erinomainen palvelun laatu eri kanavissa syntyy. Marckwort ja Helsingin Energia laativat yhteistyössä myös arviointikriteerit palvelun laadun mittaamista varten. Suunnitteluvaiheessa Marckwortin tutkimuspäällikkö Benjamin Javne tutustui Helsingin Energian asiakaspalvelun toimintaan paikan päällä.

Toteutusvaiheessa Marckwortin tutkija-asiakkaat asioivat Helsingin Energiassa. Tutkimusasiointeja tehtiin molemmilla kotimaisilla kielillä kaikissa Helsingin Energian palvelukanavissa: puhelimitse, kasvokkain ja sähköpostitse. Tutkimuskohteina olivat puhelinvaihe, laskutus, asiakaspalvelu sekä energian järkevään käyttöön ja sähkölaitteiden hankintaan neuvontaa tarjoava energiakeskus. Jokainen tutkimusasiointi raportoitiin erikseen tutkimuslomakkeella. Lomakkeella esitettiin arviointikriteerien toteutuminen, sanalliset perustelut annetuille arvioille sekä yksityiskohtainen kuvaus koko palvelutapahtuman kulusta.

Raportointivaiheessa Marckwort koulutusyhtiöiden tutkimuspäällikkö Benjamin Javne esitteli palvelukanavittain, miten asetetut palvelukriteerit olivat toteutuneet. Tästä nähtiin sekä palvelun vahvat osa-alueet että kehittämismahdollisuudet. Lisäksi raportissa ehdotettiin eri tapoja, joilla tasalaatuisuutta ja hyviä toimintatapoja voidaan pitää yllä ja kehittää.

Tehty tutkimus antoi Helsingin Energialle vastauksia juuri niihin kysymyksiin, joiden takia mystery shopping -tutkimus alun perin haluttiinkin tehdä: "Tutkimuksen suunnitteluvaiheen avulla saimme määriteltäviä laadukkaan asiakaspalvelun kriteerit eri kanavissa ja tutkimalla asetettuja kriteerejä saimme tietoa siitä, miten meillä asiakaskohtaukset hoidetaan ja missä asioissa tarvitaan parantamista", Kawamura kertoo.



MARCKWORT
Koulutusyhtiöt

Newsletter 1/2007

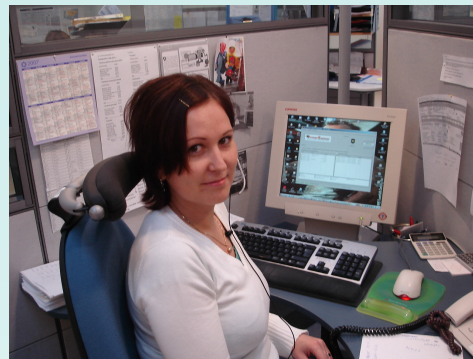
Tutkimustulosten avulla palvelua lähdetään kehittämään järjestelmällisesti: ”Kehittämiskohteet on listattu ja käyty lävitse henkilöstön kanssa. Tavoitteena on, että suunnitelluilla toimenpiteillä asiakaspalvelun taso nousee ja mieluinen laadukkaasta palvelusta konkretisoituu asiakkaalle. Tässä vaiheessa pyrimme miettimään henkilöstön kesken ne asiat, jotka huomioimalla voidaan asiakaskohtaamisista saada entistä enemmän arvoa sekä asiakkaalle että yritykselle.”

Helsingin Energian sitoutumisesta laadukkaaseen palvelun tarjoamiseen kertoo osaltaan sekin, että havaitut kehittämiskohteet on asetettu osaksi tulostittaristoa.

Vinkkejä mystery shopping -tutkimusta suunnitteleville yrityksille

Vinkkinä mystery shopping –tutkimusta ensi kertaa suunnittelevalle yritykselle Kirsi Kawamura esittää oman näkemyksensä keskeisimmistä tekijöistä onnistuneelle tutkimukselle: ”Toteuttajan perehtyminen yrityksen palveluihin ennen tutkimuksen toteutusta on varmasti yksi asia, joka tukee hyvää suunnittelua. Vaikka tutkimus olisikin hyvin suunniteltu, voi tapahtua asioita, jotka eivät menekään suunnitelmien mukaan. Tällöin tarvitaan joustavuutta molemmin puolin.”

Helsingin Energian kokemukset yhteistyöstä ovat positiiviset: ”Yhteistyö Marckwortin kanssa on sujunut hyvin, ja olemme saaneet sieltä tukea ja asiantuntemusta etenkin suunnitteluvaiheessa. Tutkimus toteutui aikataulussa, ja saamamme yksityiskohtaiset raportit ovat erittäin hyvin laadittuja ja informatiivisia. Haluamme kiittää kaikkia, jotka osallistuivat tutkimuksen toteuttamiseen, etenkin tutkimuspäällikkö Benjamin Javne, jonka oma-aloitteisuus, joustavuus ja asiantuntemus tekivät meihin vaikutuksen.”



Asiakaspalvelija
Helsingin Energia

Helsingin Energia

Helsingin Energia on suomalainen energia-alan osaaja, joka tarjoaa energiatuotteita ja -palveluita teollisuus-, energia- ja liikeyrityksille, kunnille, kiinteistöille sekä yksityisille sähkön ja kaukolämmön kuluttajille.

Helsingin Energia on Suomen suurin kaukolämmön ja sähkönsiirtopalveluiden myyjä. Helsingin Energia Sähköenergiaa myy sähköenergiaa yli 300 000 asiakkaalle kaikkialle Suomeen.

Lisätietoja Marckwort koulutusyhtiöiden tutkimuspalveluista antaa Benjamin Javne
benjamin.javne@marckwort.fi, puh. (09) 6122 280



MARCKWORT
Koulutusyhtiöt