

Kuluttajat vievät asiakasdialogia verkkoon

Soneran trenditutkimuksen mukaan kuluttajat odottavat yrityksiltä aktiivista vuoropuhelua tuotteista ja palveluista. Kuluttajat keskustelevat palveluista verkossa, ja yritysten odotetaan osallistuvan keskusteluun myös omien kanavien ulkopuolella.

Suomalaisista peräti 85 % ajattelee, että yritysten on tärkeää pyrkiä aktiiviseen vuoropuheluun asiakkaitensa kanssa tarjoamistaan tuotteista ja palveluista. Ostopäätösten tekemisen kannalta internet on jo itsestäänselvyys: viimeisen vuoden aikana 90 % on verrannut tuotteiden ja palveluiden hintoja internetissä ja 72 % etsinyt arvioita ja mielipiteitä niistä.

Joka kolmas suomalainen on lisäksi arvioinut tai arvostellut tuotteita netissä ja neljännes kysellyt muiden asiakkaiden mieltymyksiä tuotteista/palveluista.

– Tutkimuksen mukaan suomalaiset yritykset ovat vähitellen heräämässä esimerkiksi sosiaalisen median mahdollisuuksiin viestinnässä. Yritykset ovat kuitenkin asiakkaita jäljessä internetin yleisillä areenoilla käytävässä vuoropuhelussa, sanoo tutkimuspäällikkö Jesse Broman Sonerasta.

Kuluttajat kävisivät vuoropuhelua mieluiten sähköpostitse (75 %), internetin kuluttajasivustoilla (38%) tai puhelimitse (35 %). Yritysten kannalta pääkanavia ovat puhelimen (91 %) ja sähköpostin (90 %) ohella omat internet-sivut (45 %) ja tekstiviestit (36 %).

Minuutti on asiakkaalle kriittinen odotusaika

Nopeat viestintäyhteydet ja digitaalisesti saatavilla olevan tiedon määrä asettavat uusia vaatimuksia yrityksille asiakkaiden kärsimättömyyden kasvaessa. Kuudessa kymmenestä suomalaisyrityksestä koetaan, että tavoitettavuusvaatimukset ovat kahdessa vuodessa kasvaneet.

Puolessa suomalaisista yrityksistä käytetään mobiililaajakaistaa kannettavien tietokoneiden kanssa ja sähköpostia matkapuhelimessa tavoitettavuuden parantamiseksi. Nykyaikaista viestintää käytetään asiakaskontaktien parantamiseksi, tehokkuuden lisäämiseksi ja työmatkojen vähentämiseksi.

Asiakkaiden kasvavia vaatimuksia kuvaa se, että 50 % suomalaisista kokee luottamuksensa yritykseen heikkenevän, jos yrityksen nettisivuilta joutuu etsimään tietoa yli minuutin. Puhelinpalvelua jonotettaessa kolmelle neljästä riittää minuutin odotus ennen kuin luottamus yritykseen alkaa karista.

Lisää tietoa Soneran trenditutkimuksesta 2010: www.sonera.fi/trend

Tietoa tutkimuksesta: Tutkimus on toteutettu yhteistyössä tutkimusyhtiö United Mindsin kanssa syys-lokakuussa 2009 Suomessa, Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, Liettuassa ja Kazakstanissa. Tutkimus toteutettiin pohjoismaissa sähköpostilomakkeella ja Liettuassa puhelinhaastatteluina. Yhteensä haastatteluja tehtiin 10 728. Vastaajat ovat edustava otos kunkin maan kansalaisista iän, sukupuolen ja asuinpaikan mukaan.

Lehdistöpalvelu 02040 60235

TeliaSonera tarjoaa televiestintäpalveluja Pohjoismaissa, Baltian maissa, Euraasian kehittyvillä markkinoilla, Venäjä ja Turkki mukaan lukien, sekä Espanjassa. Tarjoamme Euroopan johtavana toimittajana laadukkaita, maiden rajat ylittäviä puhe-, IP- ja kapasiteettipalveluja kokonaan omistamamme kansainvälisen verkon kautta. Vuonna 2008 TeliaSoneran liikevaihto oli 104 mrd. kruunua, ja joulukuun 2008 lopussa yhtiöllä oli yhteensä 135 miljoonaa liittymää 20 maassa. TeliaSoneran osake noteerataan NASDAQ OMX Tukholman ja NASDAQ OMX Helsingin pörsseissä. Helppous ja hyvä palvelu ovat meille tärkeitä työkaluja luodessamme kannattavaa kasvua sekä arvoa asiakkaillemme ja osakkeenomistajillemme. Lue lisää osoitteesta www.teliasonera.fi.