

Asiakascase



ILMARINEN



Säännöllinen mittaaminen varmistaa paremman asiakaskokemuksen

TIIVISTÄEN: Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen hoitaa työntekijöiden ja yrittäjien lakisääteistä eläketurvaa. Kaikki palvelut tähtäävät siihen, että Ilmarisen asiakkaat voisivat aiempaa paremmin. Ilmarisella on lähes miljoona asiakasta, joiden kanssa kertyy vuositason noin puoli miljoonaa asiointitapahtumaa. Saadakseen selkeän käsityksen siitä, kuinka toimintaa tulisi jatkossa kehittää, Ilmarisella haluttiin mitata asiointitapahtumia myös laadullisesti ja asiakaskokemuksen näkökulmasta. Säännöllinen mittaaminen on tasalaatuistanut toimintaa sekä parantanut Ilmarisen asiakkailleen luomaa asiakaskokemusta.



“Meille on erittäin tärkeää ymmärtää asiakaskohtauksia. Asiakaspalvelun laatua mittaamalle olemme oppineet ymmärtämään paremmin asiakkaita ja ohjaamaan toimintaa. Nyt meillä on selkeää näyttöä asiakaskokemuksemme korkeasta laadusta, joka on vain parantunut mittaamisen aloittamisesta”

BENGT HALME, MARKKINOINTIPÄÄLLIKKÖ, ILMARINEN



**ILMARINEN**

Ilmarinen palvelee asiakkaitaan kaikissa työntekijöiden ja yrittäjien eläkevakuuttamiseen (TyEL, YEL) liittyvissä asioissa. Ilmarinen pitää huolta myös tulevien eläkkeiden katteena olevasta sijoitusomaisuudesta. Ilmarisen asiantuntijat ovat mukana kehittämässä eläkejärjestelmää ja osallistuvat myös aktiivisesti julkiseen keskusteluun.

Puhelinasioinnin mittaaminen asiakaskokemuksen hallinnan ensi askeleena

Asiakaskokemuksen mittaaminen aloitettiin Ilmarisella puhelinasioinnista, mikä toimii eläkevakuutusyhtiön ensi askeleena kohti kokonaisvaltaista asiakaskokemuksen hallintaa. Ilmarisen asiakaspalvelukeskuksessa hoidetaan vuosittain yli 200 000 puhelua, jotka koskevat erilaisia vakuutus- ja eläkeasioita. Mittaamisen tavoitteena oli saada reaaliaikaista tietoa siitä, minkälaista asiakaskokemusta puhelimitse tapahtuva asiakaspalvelu tuottaa sekä hyödyntää saatua tietoa toiminnan jatkokehittämisessä. Mittaaminen on osaltaan tuonut myös selkeyttä ja läpinäkyvyyttä asiakastoiminnan rajapintaan.

– Kun luodaan työeläkeyhtiölle mahdollisuuksia pärjätä kilpailussa, keskeisiksi elementeiksi nousevat palvelun laatu ja asiakkaan kohtaaminen. Määrällinen mittaaminen on arkipäivää, mutta laadullista mittaamista ei hyödynnetä useinkaan tarpeeksi. Mittaamisen ansiosta meillä on selkeää näyttöä luomamme asiakaskokemuksemme korkeasta laadusta, joka on vain parantunut mittaamisen aloittamisesta, kertoo Ilmarisen markkinointipäällikkö Bengt Halme.

Puhelinasioinnin päätteeksi asiakkaalle lähetettävässä tekstiviestikyselyssä hyödynnetään Ilmarisen omaa puhelinjärjestelmää, joka on yhdistetty QuestBackin ohjelmistoon ja siihen kuuluvaan tekstiviestiominaisuuteen. Ratkaisussa hyödynnetään asiakkaan tausta- ja tunnistetietoja, asiakaspalvelijaan ja asiointiin liittyviä tietoja. Kysely sisältää ns. ”sisäisen karenssin”, jolla varmistetaan, ettei asiakkaalle lähetetä uutta kyselyä liian usein. Asiakaspalvelijoille ei synny mittaamisesta lisätehtäviä, eivätkä he voi vaikuttaa siihen, mitä yksittäisiä asiakaskohtauksista mitataan. Palvelutilanteen hoituminen selvitetään kahdesta näkökulmasta: arviona palvelun tasosta sekä suositteluhalukkuutena.

MITTAAMISEN TULOKSET JOHTAMISEN RAAKA-AINEENA

Mittaaminen on tärkeä osa Ilmarisen asiakaskokemuksen hallinnan toiminnan kokonaisuutta, jolla rakennetaan kilpailuetua. Volyyمیمäärän ja tehokkuusmittareiden tueksi saadaan säännöllisellä asiakaskokemuksen mittaamisella työkaluja sisällön ja laadun kehittämistä varten. Ilmarinen panostaa asiakaskokemuksen lisäksi laadukkaaseen työelämään ja johtamiseen, jota myös mittaaminen osaltaan tukee.

– Mittaamisen kautta saatava ymmärrys on yksi johtamisen keskeisistä raaka-aineista. Asiakkaiden lisäksi myös henkilöstö on suhtautunut kiinnostuneesti mittaamiseen: he todella haluavat tietää kuinka pärjäävät ja kuinka hyvin he ovat onnistuneet työssään. Ensimmäistä mittausta jännitettiin positiivisella tavalla, mutta henkilökuntamme on kuitenkin nähnyt mittaamisen tilaisuutena saada palautetta omasta työstään, mikä motivoi ja auttaa kannustamaan, kertoo Halme.

Mittaamisen avulla saatuja tuloksia hyödynnetään henkilökunnan ohjaamisessa, esimerkiksi käymällä tiimi- ja yksilökeskusteluja asiakaspalvelijoiden kanssa, mikä on erinomainen tapa jalkauttaa palaute organisaation käytännön kehitystoimintaan. Ylimmälle johdolle mittaaminen on tuonut tärkeää tietoa johtamisen tueksi, jonka pohjalta mietitään uusia kehitys- ja jatkotoimenpiteitä.

Kriittisinä pisteinä Halme näkee raportoinnin sekä tulosten hyödyntämisen. Sen, jolle mittaamista tehdään, täytyy haluta ymmärtää asiakasta ja henkilöstöä sillä tavalla, että tietoa voidaan hyödyntää johtamisessa. Se mitä tiedolla lopulta tehdään ja kuinka asioita kehitetään ja johdetaan, on ehdottomasti kaiken a ja o, Halme täsmentää.

ASIAKAS HUOMAA PARANTUNEEN PALVELUNTASON

Avoin dialogi on vahvistanut Ilmarisen mainetta edelläkävijänä ja luotettavana toimialan uudistajana. Säännöllinen mittaaminen tuo empiiristä todistusaineistoa palvelun laadusta, jolloin myös kehittäminen helpottuu. Asiakkaille tämä näkyy parantuneena palveluntasona. Esimerkiksi tiimiesimiehet pystyvät puuttamaan nopeasti poikkeaviin asiointitapahtumiin.

– Mittaaminen on tuonut toimintaamme ryhtiä ja olemme saaneet perspektiiviä asiakaspalvelun toimintaan sekä laatuun. Parasta on, että nyt tiedämme millaista asiakaspalvelumme todella on, Halme iloitsee.

Mittaamisen aloittaminen on tasalaatuistanut toimintaa. Jo se, että mitataan, saa henkilöstön ajattelemaan ja suhtautumaan asiakaspalveluun tarkkaavaisemmin. Ilmarisella mittaaminen saa aikaan sen, mitä halutaankin: sisällön ja laadun kehittäminen on helpottunut. Puhelinmittaaminen oli Ilmarisen ensi askel kohti parempaa asiakaskokemusta, jota laajennetaan myös muihin merkityksellisiin asiakaskohtaisiin.



ASIAKKAAN HAASTEET

- » Parantaa kokonaisuudessaan asiakaskokemuksen hallintaa
- » Saada reaaliaikaista tietoa puhelinasiakaspalvelun tuottamasta asiakaskokemuksesta
- » Hyödyntää saatua tietoa toiminnan kehittämisessä



QUESTBACKIN LÄHESTYMISTAPA

- » Puhelinasioinnin päätteeksi asiakkaalle lähetettävä tekstiviestikysely
- » Ratkaisu hyödyntää tausta- ja tunnistetietoja asiakkaasta, asioinnista ja asiakaspalvelijasta
- » Karenssi varmistaa, ettei samaan numeroon lähetetä uutta kyselyä samasta aiheesta liian usein



ASIAKKAAN TULOKSET

- » Perspektiivi asiakaspalvelun toimintaan sekä laatuun
- » Asiakkaiden suuntaan parantunut palvelutaso
- » Selkeyttä ja läpinäkyvyyttä asiakastoiminnan rajapintaan
- » Jatkuvaa tietoa asiakasrajapinnasta toiminnan kehittämiseksi ja johtamisen tueksi



EuroPark



FINAVIA

AAMULEHTI



DIACOR

SKANSKA



KESKO



NESTE OIL

ATEA



VIKING LINE



W W W . Q U E S T B A C K . F I



Keilaranta 1
02150 Espoo
Vaihde 020 743 1550
www.questback.fi

QuestBack auttaa suomalaisia ja globaaleja organisaatioita ymmärtämään asiakkaiden ja henkilöstön kokemuksia tarjoamalla johtavia ratkaisuja asiakaskokemuksen mittaamiseen ja palautteenhallintaan.