

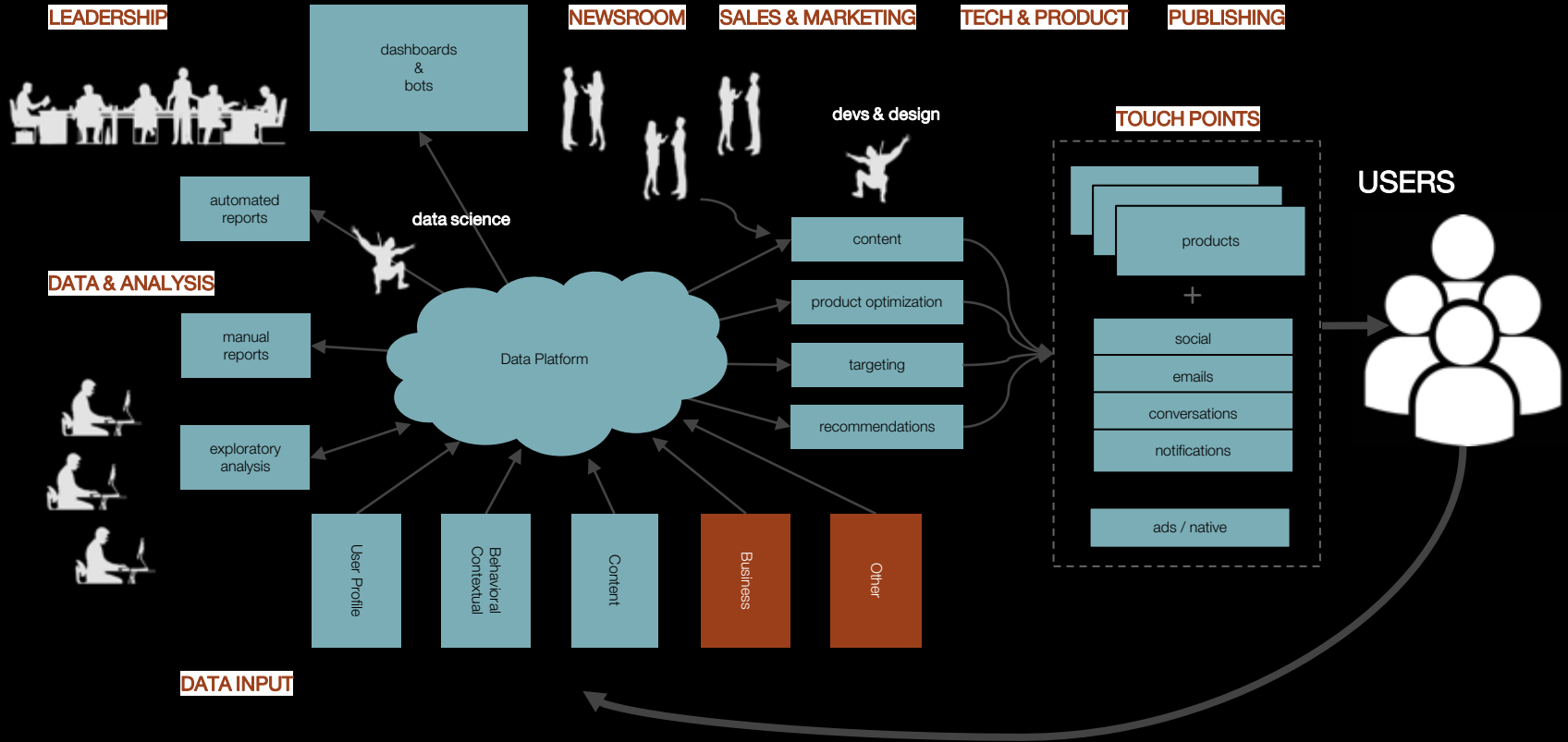


Asiakaskokemuksen optimoinnin opas Uutta kasvua - webinaari 3.5.

“Parempi
asiakaskokemus
kasvattaa
liikevaihtoa.”

Hankkeen pääasiallisena tavoitteena on tiivistää asiakaslähtöisen ajattelun, asiakaskokemuksen optimoinnin ja datan hyödyntämisen ohjeita mahdollisimman käyttökelpoiseen ja konkreettiseen muotoon, ottaen huomioon myös sen että mediayhtiöt ovat digitalisaation poluillaan kovin eri vaiheissa.

Mediayhtiö data-alustana



“What strikes me often is how the reader behavior constantly changes. So in order to keep up with those changes, we cannot rely on old facts. We need to learn, challenge and keep on trying new ways in order to constantly improve and learn from the data, I think, because old truths get old pretty fast nowadays.”

Lovisa Bergström, Dagens Nyheter

Mikä on Optimointiopas.fi?

- Opas koostuu monista eri osista ja lähestyy asiakaskokemusta ja dataa sekä mediayhtiön että asiakkaan näkökulmasta
- Se tarjoaa kokonais kuvan datan roolista hyvän asiakaskokemuksen rakentamisessa
- Se osoittaa konkreettisesti miten toiminnallistettu data auttaa yhtiötä menestymään

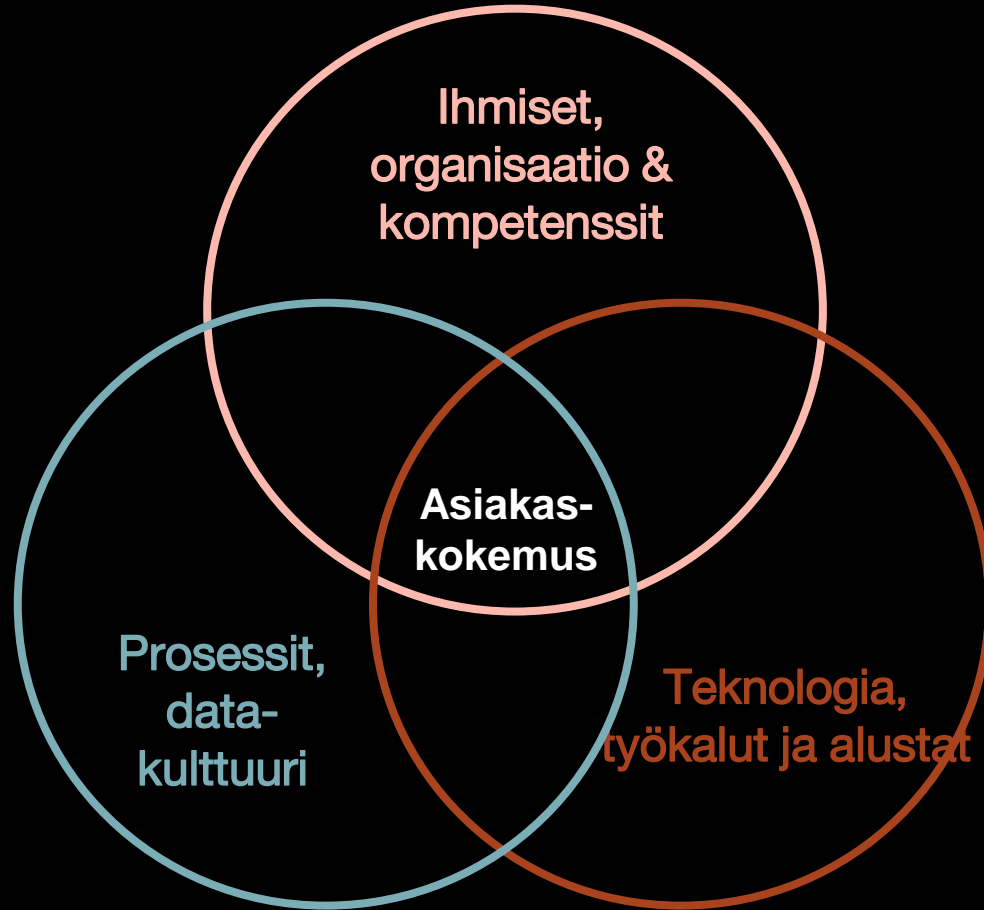
Opas koostuu laajasta kirjallisuuskatsauksesta, ohjeista, tapausesimerkeistä, haastatteluista, vinkeistä, podcasteista, sekä tekoälyn hyödyntämistä testaavasta design sprintistä.

Kenelle Optimointiopas on tehty?

- Optimointiopas.fi on käytännön opas kaikille media-alalla toimiville
- Sen sisältöä voi hyvin käyttää myös inspiraationa, datakyvykkyyden tarkastus- tai vinkkilistana
- Lähes kaikki artikkelit on otsikoitu kysymyslausein, joten niiden avulla on helppo navigoida etsimässä ratkaisua omiin tarpeisiin

Miksi Optimointiopas on relevantti juuri nyt?

Digitalisaatio on edennyt media-alalla vaiheeseen, missä datalla on yhä keskeisempi rooli koko mediayrityksen kaikissa toiminnoissa. Jo nyt mediataloja ja uutisorganisaatioita haastavat uudet tekoälyn tarjoamat mahdollisuudet. Optimointiopas.fi tarjoaa kokonaisnäkemyksen, kuvauksia onnistumisista, ohjeita ja vinkkejä, joiden pohjalta mediatalot ja eri rooleissa toimivat ammattilaiset voivat rakentaa parempaa asiakaskokemusta ja auttaa yritystä menestymään.



Opas auttaa...

1. systematisoimaan havaintoja

2. soveltamaan tietoa

3. toiminnallistamaan dataa

4. parantamaan asiakaskokemusta

Tärkeää ymmärtää organisaation keskeiset roolit ja niiden kykytasot

	Perustason osaaja	Edistynyt osaaja	Kokenut tekijä
Johto			
Toimitukset			
Analyytikot			
Teknologia- asiantuntijat			

Toimitukset: Lukijoiden tarpeet ja kiinnostuksen kohteet

Vogue: haluttuja sisältöjä muodin ammattilaisille

1. Havainto: Sisällöillä ja genreillä erilainen kiinnostavuus eri lukijaryhmille, mutta toimitukset saattavat painottaa sisältöjä ja niiden merkitystä eri tavoin
2. Soveltaminen: Tutkittiin haastattelemalla mitkä aiheet kiinnostivat erityisen paljon muodin ammattilaisia, jotka olivat tärkeä ydinkohderyhmä. Havaittiin kolme keskeistä kokonaisuutta: teknologian vaikutukset, globalisaatio, kulttuuri
3. Toiminnallistaminen: Rakennettiin sisältöjen ohjaamiseen työkalu ja sen pohjalta lähdettiin tekemään juttuja
4. Vaikutus asiakaskokemukseen: Ydinkohderyhmä koki saavansa enemmän arvoa ja sitoutui Vogueen

Johto: liiketoiminnan ja asiakaskokemuksen tavoitteet

Financial Times: Customer Lifetime Value

1. Havainto: Sisällön siirtäminen suoraan printistä digiin ei toimi – digitaalinen liiketoiminta on eri asia kuin printti

2. Soveltaminen: Miten asiakasdata auttaa kasvattamaan kyvykkyyksiä ja parantamaan liiketoimintaa

3. Datan toiminnallistaminen: Rakennetaan kasvumalli siitä miten asiakas saadaan siirtymään anonyymistä kävijästä tilaajaksi (anonyymi kävijä → rekisteröitynyt lukija → ilmainen kokeilujakso → maksava asiakas)

4. Vaikutus asiakaskokemukseen: Lukijoiden sitoutuminen kasvaa kun heille tarjotaan laadukas sisältökokonaisuus tai toiminnallisuus

Analyytikot: Datan toiminnallistaminen

Teleoperaattori: Nopeustesti

1. Havainto: Korrelaatio nettiliittymän nopeustestin tekemisen ja liittymän irtisanomisen välillä
2. Soveltaminen: Ideoitiin miten yrityksen data- ja asiakasviestinnän kyvykkyyksiä yhdistämällä saataisiin pienennettyä poistumaa ja pidettyä asiakkaat tyytyväisinä
3. Datan toiminnallistaminen: Asiakkaille jotka tekivät liittymän nopeustestin lähetettiin automaattinen tekstiviestikysely liittymän laadusta. Kaikki, jotka vastasivat että ongelmia oli, siirrettiin automaattisesti kohderyhmäksi jolle asiakaspalvelu soitti ja pyrki ratkaisemaan ongelman asiakkaan kanssa.
4. Vaikutus asiakaskokemukseen: Positiivinen kokemus proaktiivisesta otteesta, parantunut mielikuva ja pidempi asiakassuhde

Teknologia-asiantuntijat: Testaamisen mahdollistaminen

Duolingo: Movable Metrics That Matter

1. Havainto: Asiakkaat käyttäytyvät eri asiakkuuden vaiheissa eri tavoin mikä vaikuttaa siihen miten heille tulisi viestiä asiakaspidon parantamiseksi
2. Soveltaminen: Ryhmitellään asiakkaat heidän käyttäytymisensä perusteella ja valitaan laadukkaat avainmittarit ohjaamaan toimintaa
3. Datan toiminnallistaminen: Rakennetaan growth model -toimintamalli ja sitä tukeva A/B -testikyvykyys tuotetta optimoivien tiimien käyttöön
4. Vaikutus asiakaskokemukseen: Asiakkaiden kasvanut sitoutuminen mallin ohjaavan vaikutuksen ansiosta

**Voit pyytää Oppaan tuottaneen tiimin
esittelemään sitä organisaatiollesi, tarjoamme
tähän läpikäyntiin tapaamisaikoja webinaarin
jälkeen.**

Optimointiopas.fi



Sami Kallinen



Ritva Leino



Sonja Bläuer



Eija-Leena Koponen



Leevi Kokko

Optimointiopas.fi



Kiitos!

info@8-bit-sheep.com | <https://8-bit-sheep.com> | +358 40 518 2981

