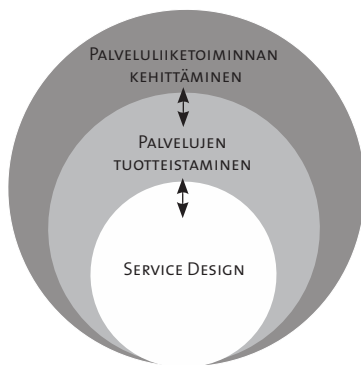


Kun palvelusta halutaan kehittää systemaattista liiketoimintaa

2C Customer Consulting on markkinoinnin ja palveluliiketoiminnan asiantuntija, yritys toteuttaa myös erilaisia tutkimuksia ja selvityksiä. Pääasiakassegmentit ovat huipputekniikka, vaativat asiantuntijaorganisaatiot sekä palvelualan yritykset ja julkiset organisaatiot. 2C toteuttaa projekteja pääasiassa Pohjois-Suomessa ja pääkaupunkiseudulla, yksittäisiä toimeksiantoja myös muualla Suomessa.



ServiceEngine™

Service Engine™ on kehitetty sekä yrityksen johdolle että palvelujen kehittämisen ja toteuttamisen tehtävissä työskenteleville. Service Engine™ on joustava kokonaisuus. Sen avulla voidaan tuotteistaa yksittäistä palveluja mutta myös suuremmissa projekteissa koko palveluliiketoiminnan kokonaisuutta. Service Engine™ on ratkaisu, kun palveluihin halutaan parempaa laatua sekä lisää asiakasnäkemyksiä ja systemaattisuutta.

PALVELUJEN TUOTTEISTAMISEN JA PALVELULIIKETOIMINNAN KEHITTÄMISEN VÄLINE

Palvelujen kehittäminen ei ole helppoa – se on vaikeaa. Liian usein palveluja kuitenkin kehitetään yritys ja erehdys -periaatteella. Palveluja kehitetään usein myös yksittäisinä palveluun vaikuttavina asioina ilman selvää kokonaisnäkemystä. Esimerkiksi laatujärjestelmän kehittäminen, strateginen suunnittelu tai asiakastutkimuksen toteuttaminen ovat oleellisen tärkeitä asioita. Jos niitä toteuttavat yrityksen eri toiminnot ja organisaatiotasot, ei tulos ole aina paras mahdollinen. Service Engine tuo kehittämistyöhön lisää kokonaisnäkemystä ja auttaa ymmärtämään palvelut asiakkaan kannalta, unohtamatta kuitenkaan palvelujen tuottamisen prosesseja ja henkilöitä sekä yrityksen eri toimintojen välistä yhteistyötä.

Service Engine on toimialariippumaton ja se on sovellettavissa sekä aloittaville että pidempään toimineille yrityksille ja julkisille organisaatioille. Sillä voidaan toteuttaa esimerkiksi organisaation palvelukäsikirja sekä kehittää monia palvelujen komponentteja. Service Enginellä päästään syvemmälle asiakkaiden tarpeisiin ja heidän toimintaansa vaikuttaviin seikkoihin kuin perinteisillä liiketoiminnan kehittämisen välineillä.

SERVICE DESIGN

Service Designissa (palvelumuotoilu) asetetaan asiakkaan asemaan, toimii hän sitten kuluttajana tai organisaation edustajana. Tavoitteena on lisätä asiakasymmärrystä ja suunnitella asiakkaan palvelukokemus, joka muodostuu palvelun kontaktipisteistä (prosessit, ihmiset, tilat, virtuaaliset tilat, esineet), palvelutuokioista (palvelun osa-alueita, jotka seuraavat toisiaan) ja palvelupolusta (asiakkaan kokema palvelu kokonaisuutena). Service Designissa suunnittelun painopiste on vuorovaikutteisissa, asiakkaalle näkyvissä palvelun osissa. Tavoitteena on kehittää hyödyllisiä, käytettäviä, johdonmukaisia, haluttavia, tehokkaita ja erottuvia palveluja.

PALVELUJEN TUOTTEISTAMINEN

Palvelujen tuotteistaminen on Service Designia laajempi palvelujen kehittämisen kokonaisuus. Kun Service Designin välineillä on ensin saatu tietoa asiakkaan tarpeista, motiiveista ja tavasta kuluttaa palvelua, voidaan rationaalisempi suunnittelutyö aloittaa. Työssä käytetään hyväksi perinteisiä tuotteiden ja liiketoiminnan kehittämisen välineitä painottaen kuitenkin palveluliiketoiminnan erityispiirteitä. Käsiteltäviä asioita ovat esimerkiksi segmentointi, palveluidea, kilpailuetu, ansaintalogiikka, toimitussisällön määrittely, palvelukonseptin testaaminen, palvelun tuotantoprosessin määrittely, palvelulupauksen kiteytys ja hinnoittelu.

PALVELULIIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN

Palveluliiketoiminnan kehittäminen on palvelujen tuotteistamista laajempaa kehittämistyötä. Painopisteenä voi olla esimerkiksi strategia ja tavoitteet, markkinat ja kilpailu, näkemys tulevaisuudesta, verkostoituminen tai rekrytoinnin ja henkilöstön kehittäminen. Service Enginen rinnalla voidaan yritykselle tuottaa markkinointistrategia 2C:n Marketing Engine -tuotteella. Kehittämistyössä voi olla mukana 2C:n asiantuntijan lisäksi mm. henkilöstön kehittäjä, laatujärjestelmien asiantuntija tai oppilaitos, joka vastaa palveluhenkilöstön täydennyskoulutuksesta.

PALVELUKÄSIKIRJA

Hyvin tehty palvelukäsikirja pitää palvelun ryhdissä. Palvelukäsikirjan tekemisen pääta-voitteina on helpottaa tuotekehitystä, palvelun tuottamista, myymistä ja markkinointia sekä hallinnollisia rutiineja. Palvelukäsikirjalle ei ole tarkasti määriteltyä sisältöä, vaan siihen sisällytetään jokaiselle palvelulle ja yritykselle oleelliset asiat. Osa sisällöstä tuotetaan käsikirjan teon yhteydessä ja osa on valmista sisältöä, joka vain sisällytetään kokonaisuuteen.

Palvelukäsikirja ei tarkoita yhtä paperidokumenttia tai tiedostoa, vaan käytännössä yhtä hakemistoa tietokoneessa, jonka alihakemistoihin tallennetaan yksi kokonaisuus, esimerkiksi markkina- ja kilpailija-analyytit tai asiakastutkimukset. Seuraavassa esitetään oikeaan caseen pohjautuva esimerkki palvelukäsikirjan sisältörungosta.

PALVELUTUOTE

- Palvelun kuvaus (sisältö, käyttötarkoitus, kohderyhmä)
- Minkä asiakkaan ongelman palvelu ratkaisee
- Palvelulupaus
- Optimikäyttäjien ja käyttötilanteiden määrittely
- Versiot ja moduulit (mm. ydinpalvelu, tukipalvelu, lisäpalvelu)
- Räättälöinnin ja vakioinnin suhde
- Suhde yrityksen rinnakkaispalveluihin
- Asiakashyötyjen määrittely

PALVELUN TUOTTAMINEN

- Toimitusprosessin määrittely
- Osaamisvaatimukset palvelun tuottajalle
- Kumppanien määrittely ja kriteerit
- Asiakaspalautteen kerääminen
- Laadunvarmistus
- Resursointi
- Toiminnanohjaus

MARKKINOINTI

- Strategia
- Nimi ja slogan
- Asiakkaiden segmentointi
- Myynti
- Markkinointimateriaalit
- Q&A
- Argumenttipankki
- Logo, graafinen ohjeisto

MANAGEMENT

- Tavoitteet
- Seuranta
- Sopimus- ja tarjousmallit
- Hinnasto ja laskutus
- Osaamisen kehittäminen
- Tuotekehitys
- Rekrytointi
- Palvelusta vastaavien nimeäminen

MUUT KONSULTOINTITUOTTEET

MarketingEngine™

Marketing Engine koostuu Marketing Audit ja Marketing Strategy -tuotteista. Marketing Audit on tarkoitettu markkinoinnin nykytilan analysointiin, kehittämiskohdeiden löytämiseen ja kehittämisprosessin käynnistämiseen. Marketing Strategylla organisaatiolle laaditaan markkinointistrategia, joka vastaa asiakkaiden tarpeita ja toimintaympäristön vaatimuksia. Marketing Audit ja Marketing Strategy on suunniteltu toimimaan yhdessä, joko peräkkäisinä tai rinnakkaisina prosesseina.

ResearchEngine™

Research Engine -palvelulla toteutetaan esimerkiksi asiakastytyväisyys- tai markkinatutkimuksia. Työvälineenä käytetään Suomen johtavaa sähköistä tutkimusjärjestelmää (Digium Enterprise), jota täydennetään omalla tutkimusosaamisella. 2C käyttää tutkimusten lisäksi Research Engineä omassa työssään selvitysten, esimerkiksi Tekesin rahoittamien liiketoimintamahdollisuus-analyyysien tiedon hankinnan välineenä osana varsinaista konsultointiprojektia.