

# Erottautuminen kilpailijoista

Asiakaskokemuksen kehittämisen sietämätön vaikeus

Kenneth Strömsholm, Veho Group Oy Ab

# Veho tänään

Veho-konserni on suomalainen autokaupan konserni, joka toimii myös Baltiassa ja Ruotsissa. Veho perustettiin 1939 Mercedes-Benzin maahantuojaksi Suomeen. Tänä päivänä konsernilla on useita päämiehiä ja sen liiketoiminta koostuu sekä henkilöautojen että hyötyajoneuvojen maahantuonnista, vähittäismyynnistä ja huoltotoiminnasta niihin liittyvine palveluineen.

❖ Liikevaihto 2014	1.042 milj. euroa
❖ Henkilöstö <small>31.12.2014</small>	2 026

# Asiakaskokemus

Mikä mielestäsi vaikuttaa asiakaskokemukseen kaikkein eniten, pitkässä juoksussa?

Hyvässä ja pahassa.

# Väitteitä ja havaintoja Vehosta 2005

## Asiakkailta

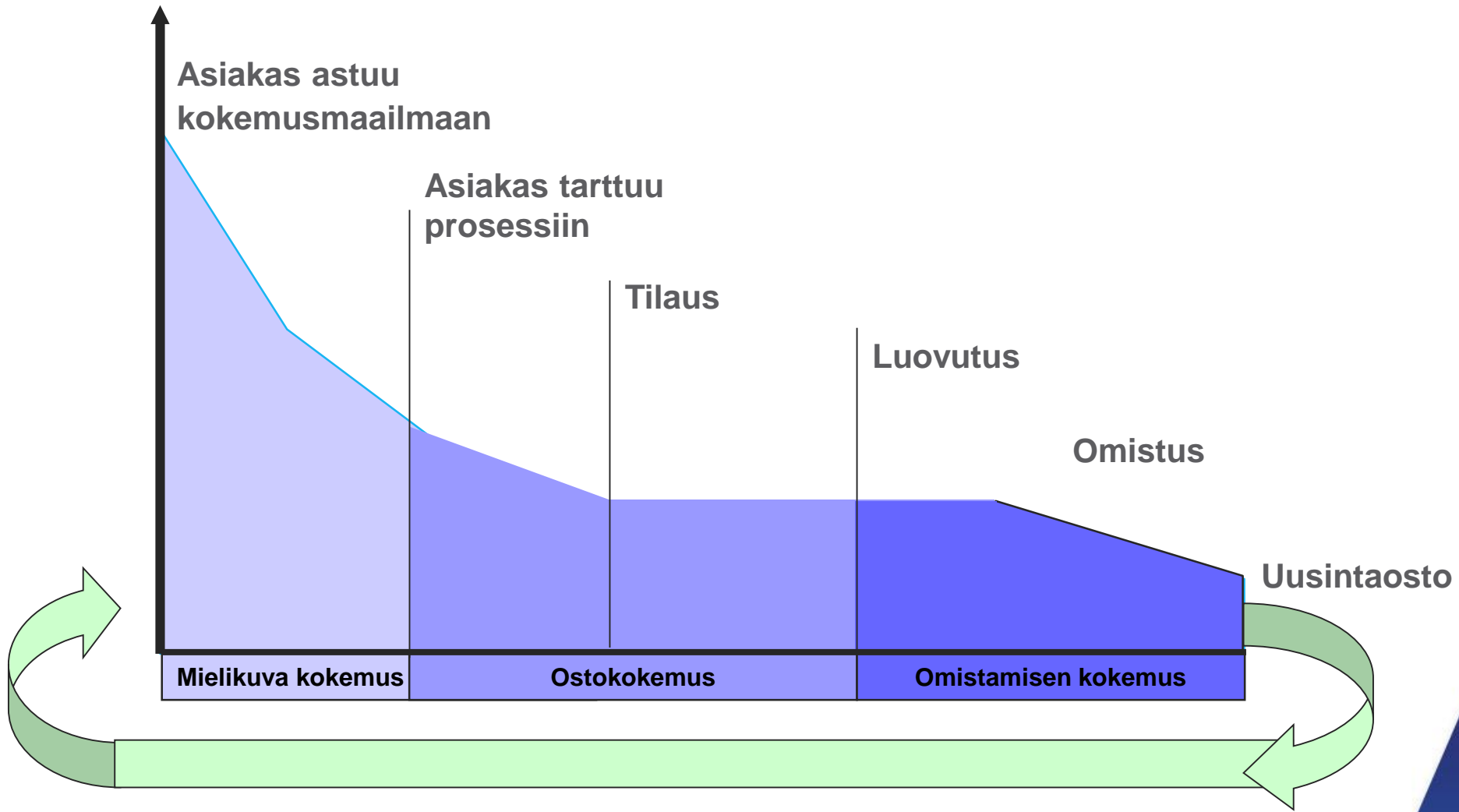
- Rukousmatto
- Speden sketsit

## Henkilöstöltä

- Mercedes-Benz asiakkaiden vaatimustaso. Sija 22 ihan ok.

Minkälaisia kokemuksia ja palautteita oli siis lupa odottaa?

# Kokemusmaailma

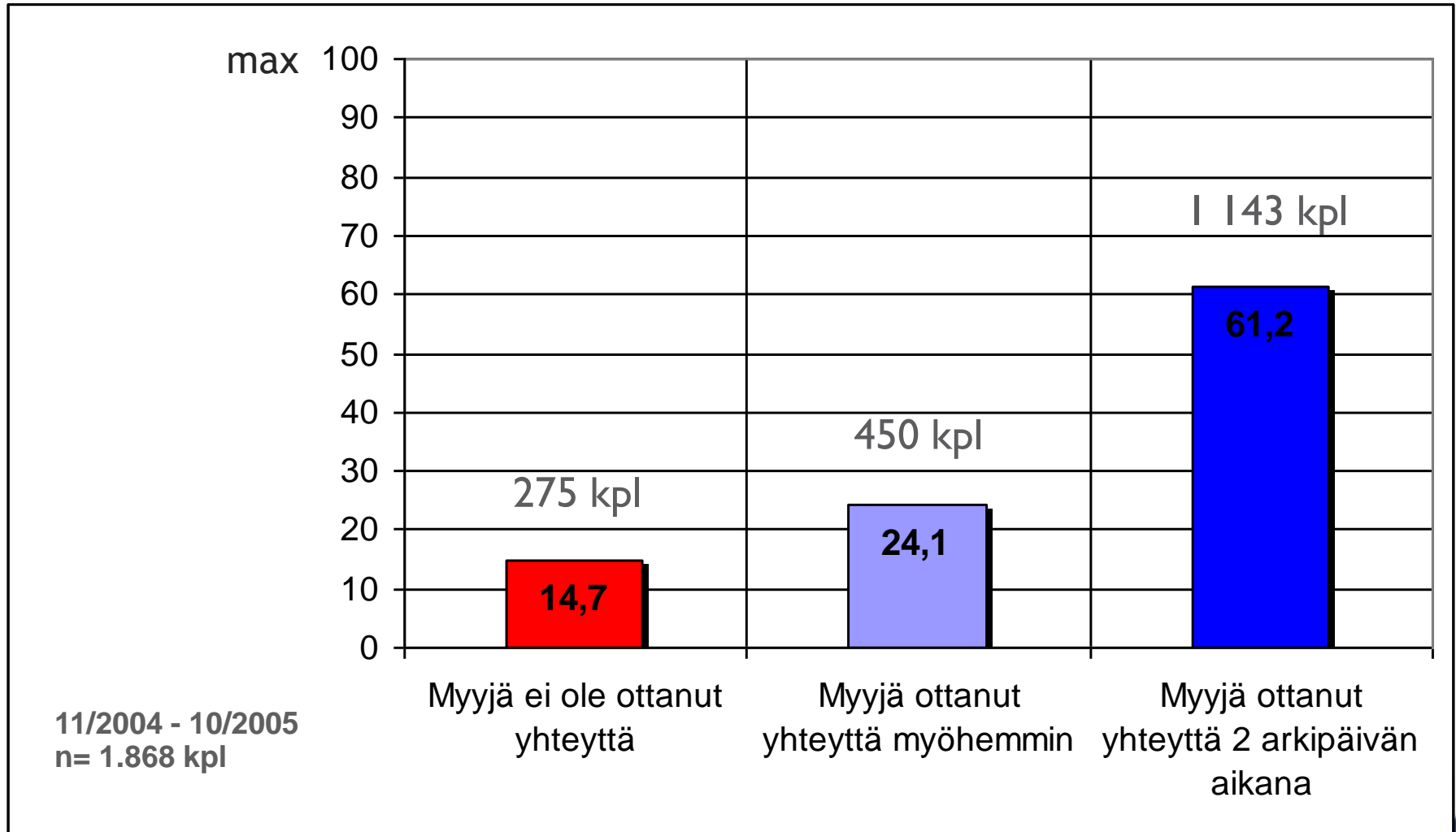


# Vehon Kokemusmaailman yksiselitteinen tavoite

Yksikään auto, huolto, varaosa tai autonvuokraus ei saa jäädä myymättä huonon asiakaskokemuksen takia.



# Yhteydenpito asiakkaaseen ja sen vaikutus asiakaskokemukseen



# Yhteydenpidon lisääminen oli todella vaikeaa. Miksi?

- Muutos
- Ihmisen kolme kysymystä itselleen
- Katsotaan nyt. Kyllä ne rauhoittuu.
- Enemmistökanasa
- Tieto, ymmärrys ja usko (vastaväitepatteristo)
- Maaorava-efekti



# Tuloksia 2008 - 2013

- Nousu kärkeen yhteydenpidossa
- Palkintosija asiakastyytyväisyydessä
- Autobild-lehden palvelututkimuksen rupusakista kärkikahinoihin
- Omistajille positiivista palautetta

# Veho-brändi vuodesta 2012

LUPAUS

Huomioin  
ja  
pidän yhteyttä

Kuuntelen  
ja  
ymmärrän

Pidän  
lupaukset

=> Kiistatta paras asiakkaan kokemusmaailma 2015

# Vaihe kaksi

Kun hyvä käytös muuttuu alalla hygieniatekijäksi.

## Erottautuminen kilpailijoista

Strateginen projekti, jossa määriteltiin Veho-brändi ja sen merkityksellinen erottautuminen kilpailijoista.

# Tähän suuntaan asiakkaiden ajatukset toiveet ja tarpeet menevät jatkossa

Asiakkaat haluavat itse valita miten ja milloin he asioivat - ja mitä he rajattomasti kehittyvästä palvelutarjoamasta hyvällä fiiliksellä valitsevat.

# Tällä mielikuvalupauksella ja asiakaskokemuksella vastataan odotuksiin

## Mielikuvalupaus

Tarjoamme asiakkaillemme asioinnin vapautta ja kattavimman tuote- ja palveluvalikoiman, jota aidosti innostunut henkilöstö hyvällä fiiliksellä myy, tuottaa ja kehittää.

"AJATTELEE"

"TUNTEE"

Positiivinen valinta

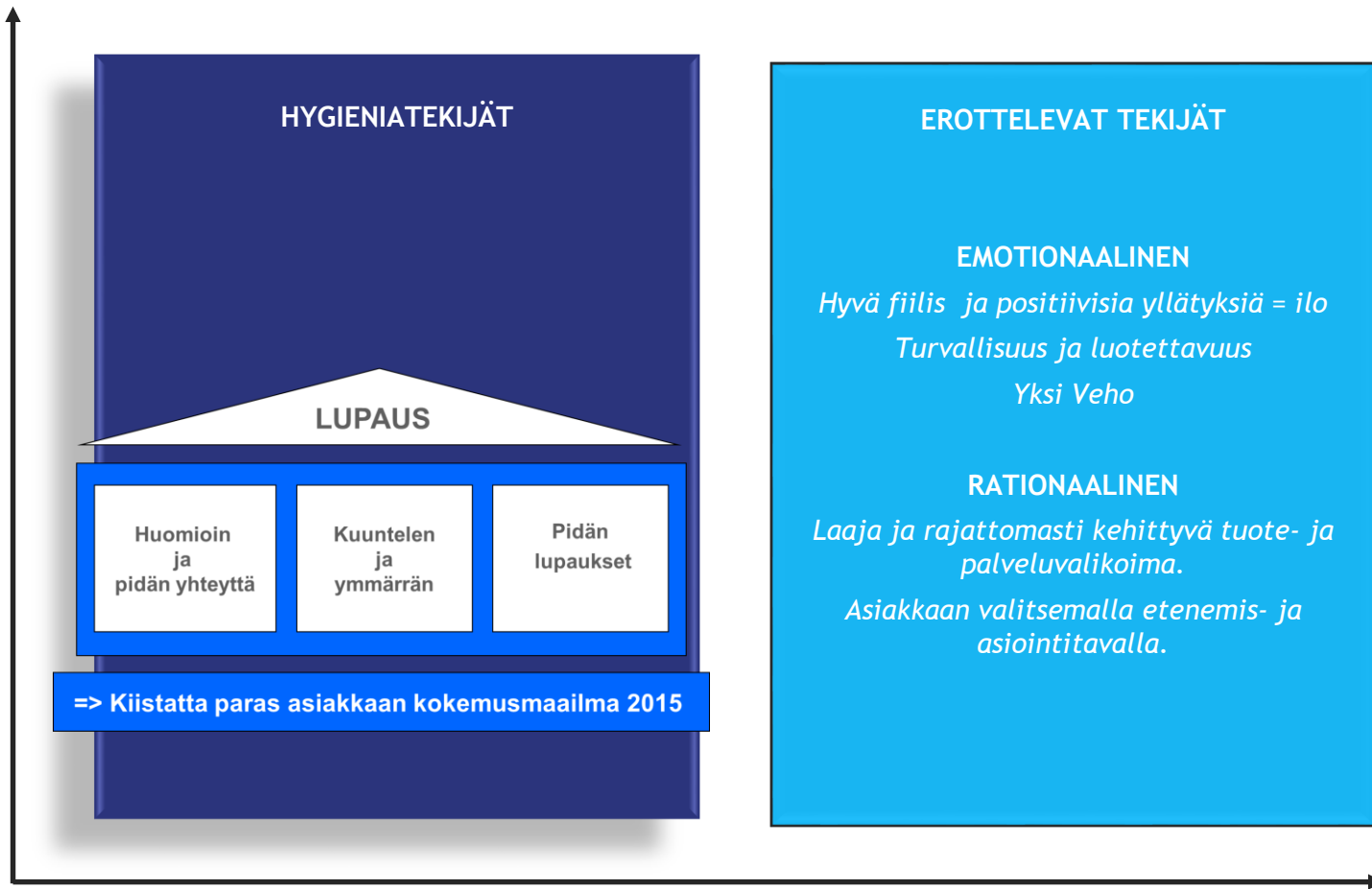
## Asiakaskokemus

*(miten mielikuvalupaus ilmenee asiakkaalle)*

Autoasiat hoidettiin ja ongelmat ratkaistiin minulle sopivalla tavalla.  
Hyvä mieli tarttuu henkilökunnan positiivisesta asenteesta.

Mittarina: suosittelisiko Veho (Net Promoter Score)

Vehon Lupaustalo kehittyy ja on kaiken perusta, mutta erottuminen vaatii jatkossa vielä enemmän.



# Liikennelaulu vs. johtamisen laulu

Muista aina, johtaessa.



- Muutos
- Ihmisen kolme kysymystä itselleen
- Katsotaan nyt. Kyllä ne rauhoittuu.
- Enemmistö kansa
- Tieto, ymmärrys ja usko
- Maaorava-efekti