



**Expert ASA on Suomen nopeimmin kasvava kodintekniikkakaupan ketju, joka haluaa erottua kilpailijoistaan parhaalla asiakaspalvelun laadulla. Palvelun laadun rakentamisen tukena toimii SAP-ratkaisu, josta ensimmäisinä on otettu käyttöön työkalut asiakassegmentoinnin ja markkinointikampanjoiden hallintaan.**

# PAREMPAA ASIAKASPALVELUA SAP-RATKAISUN AVULLA

Expert ASAlla nousi esiin selkeä tarve kehittyneemmälle asiakkuudenhallintajärjestelmälle niin myynnin kuin markkinoinninkin osalta. Asiakaspalvelun laadun parantaminen oli keskeinen syy SAP CRM:n hankintaan. Tarpeellinen informaatio haluttiin koota yhteen paikkaan, mikä asetti uusia vaatimuksia myös käytetylle järjestelmälle.

”Asiakkaan saama lisäarvo ostokselle tulee tässä bisneksessä ennen kaikkea palvelun laadusta. Kyse on siis asiakkaiden tuntemisesta. Siihen tarvitaan toimiva asiakkuudenhallintajärjestelmä, johon asiakastiedot tallentuvat järjestelmällisesti ja ovat tehokkaasti hyödynnettävissä”, Expert ASAn tietohallintopäällikkö Jarkko Lehtismäki kertoo.

Suurin osa Expert ASAn asiakastiedoista oli pääte pohjaisessa kassajärjestelmässä, joka sisälsi tiedot asiakkaista ja ostoista koko toiminnan ajalta. Aiempi asiakassuhde-markkinoinnin työkalu oli jo rajoittunut lähinnä kampanjoiden luomiseen.

”Halusimme järjestelmän, jolla pystytään segmentoimaan asiakkaat ostokäyttäytymisen perusteella entistä tarkemmin niin, että saadaan luotua selkeät kohderyhmät markkinoinnille. Lisäksi oleellista on kampanjoiden tulosten seuraaminen resurssien optimoimiseksi sekä eri palautekanavista tulevan asiakaspalautteen tallentuminen asiakkaiden tietoihin”, Lehtismäki listaa uudelle järjestelmälle asetettuja vaatimuksia.

### **Kustannustehokkuus ratkaisi**

Expert ASA haki toimivaa asiakkuudenhallintajärjestelmää erottuakseen kilpailijoistaan asiakaspalvelun laadussa ja tutki useita vaihtoehtoja järjestelmää valitessa.

”Selvitysten jälkeen totesimme, että SAP-ratkaisu sisältää kaikki vaatimustemme mukaiset ominaisuudet. Lisäksi web-pohjainen järjestelmä oli meille mieluisa myös siksi, ettei tarvitsisi ylläpitää kiinteitä ohjelmistoja työasemilla”, Lehtismäki kertoo.

SAP-ratkaisu päätettiin Expert ASAssa ottaa käyttöön vaiheittain. Yhteistyökumppaniksi projektiin valittiin Solteq. Käyttöönoton ensimmäisessä vaiheessa päätettiin toteuttaa segmentointiin ja kampanjoiden hallintaan tarvittavat osat. Ensi alkuun käyttäjinä on muutama toimihenkilö ja jatkossa enemmän.

”Tietojärjestelmien vaatimukset muuttuvat koko ajan käytössä, minkä vuoksi olemassa olevia ratkaisuja hienosäädetään koko ajan. Yhteistyö Solteqin kanssa on sujunut hyvin ja parhaita käytäntöjä tuleviin vaiheisiin hiotaan jatkuvasti. Päätimme edetä pala kerrallaan ja keskittyä näin aluksi puhtaasti markkinoinnin osuuteen. Toimintoja on helppompaa kehittää lennossa, kun käyttäjäryhmä on aluksi hyvin tiivis”, Lehtismäki kertoo.

### **Työkalu kohdennetumpaan markkinointiin**

Ensimmäisenä käyttöön otettu alue keskittyy segmentointiin: kohderyhmien poimintaan ja kampanjoiden hallintaan. Syksyllä 2009 käyttöön otetulta järjestelmästä tietohallintopäällikkö odottaa tuloksia vielä saman vuoden puolella.

”Ykköstavoite järjestelmälle heti aluksi on kohdennettu markkinointi. Tavoitteena on saada kokoon laadukasta informaatiota suorapostitusryhmistä ja muista markkinoinnin kohderyhmistä. Mainonnan kohdentamisen täytyy olla tehokasta ja kampanjoiden tehokkuutta pitää pystyä mittaamaan”, Lehtismäki korostaa.

**”ASIAKKAAN SAAMA LISÄARVO OSTOKSELLE  
TULEE TÄSSÄ BISNEKSESSÄ ENNEN  
KAIKKEA PALVELUN LAADUSTA. PARASTA  
MAHDOLLISTA PALVELUA EI PYSTYTÄ  
LUOMAAN ILMAN TOIMIVAA JA TEHOKASTA  
ASIAKKAUDENHALLINTAJÄRJESTELMÄÄ.”**

JARKKO LEHTISMÄKI, TIETOHALLINTOPÄÄLLIKKÖ, EXPERT ASA

Expert ASA on osa Pohjoismaissa ja Baltiassa toimivaa Expert AS -ketjua, joka myy kodintekniikkaa kuluttajille ja yrityksille. Expert ASAn vuosimyynti on noin 130 miljoonaa euroa, ja yrityksellä on tällä hetkellä 27 myymälää ja työntekijöitä yli 280. Markkinaosuus on kasvanut merkittävästi joka sektorilla.

Expertillä haluttiin saada asiakastiedot tallentumaan kootusti, jotta saavutettaisiin kilpailuetuna laadukasta asiakasinformaatiota. Käyttöön valittiin SAP-ratkaisu, koska se tarjosi toivotut käyttöominaisuudet kustannustehokkaasti.

- [www.expert.fi](http://www.expert.fi)

## RATKAISU

- SAP Customer Relationship Management (SAP CRM)
- SAP-ratkaisun merkittävin hyöty Expert ASA:lle on asiakaspalvelun laadun paraneminen.
- SAP CRM:n ensimmäinen vaihe otettiin Expert ASA:lla käyttöön syksyllä 2009. Expert ASA:n kumppani CRM-projektissa on Solteq.

## KUMPPANI

- Solteq Oyj

Expert ASAlla SAP on koettu käyttöliittymältään selkeäksi ja nopeasti omaksuttavaksi ratkaisuksi, joka sopii myös laajempaan käyttöön. Seuraavaa vaihetta ajatellen on myös opittu käyttöönotosta paljon ongelmatilanteisiin reagoinnin ja tehtävien määrittelyn suhteen.

### Asiakaskontaktit talteen

SAP-ratkaisu otettiin Expert ASAlla käyttöön tukemaan paitsi tehokasta markkinointia, myös laadukasta asiakaskontaktointia. Toimivan asiakkuudenhallintaratkaisun ansiosta saavutetaan jatkuva läpinäkyvyys ja paras mahdollinen palvelu asiakkaan suuntaan, kun informaatio ei katoa palvelukontaktien vaihtuessa. Seuraavaksi CRM-järjestelmä otetaan asiakaspalvelukeskuksen käyttöön.

”Tarvitsemme työkalun asiakas kohtaamisten dokumentointiin. Työkaluilta edellytetään kokonaisvaltaista tietojenhallintaa, jotta asiakkaan kontaktihistoriaa pystytään hyödyntämään täysimääräisesti asiakaspalautteeseen vastatessa”, Lehtismäki toteaa.

SAP-ratkaisun käyttöönoton yhteydessä Expert ASAlla tehdään samalla tiedon eheytysohjelmia. Tässä yhteydessä tallennettavan informaation yhtenäisyys ja asiakastietojen laatu paranevat merkittävästi esimerkiksi turhien päällekkäisyyksien poistumisella.

”Tietojen tallentaminen ja niiden hyödyntäminen asiakaspalvelussa on keskeistä asiakkaan kokeman hyvän laadun takaamiseksi”, Lehtismäki summaa.