Hanke & asiakaskokemus

7.4.2022. klo 14–15.30

Hanke viestii -tiimi

- hankeviestii.fi
- LinkedIn: Hanke viestii
- FB: Hanke viestii
- IG: hankeviestii

HANKE VIESTII



Hanke & asiakaskokemus

7.4.2022. klo 14–15.30

Hanke viestii -tiimi

- hankeviestii.fi
- LinkedIn: Hanke viestii
- FB: Hanke viestii
- IG: hankeviestii

HANKE VIESTII



Sari Olsio, KTM
evida



Sari Selkälä, VTM
Caprice Consulting



Marja-Liisa Torniainen, FM
Pisteen paikka

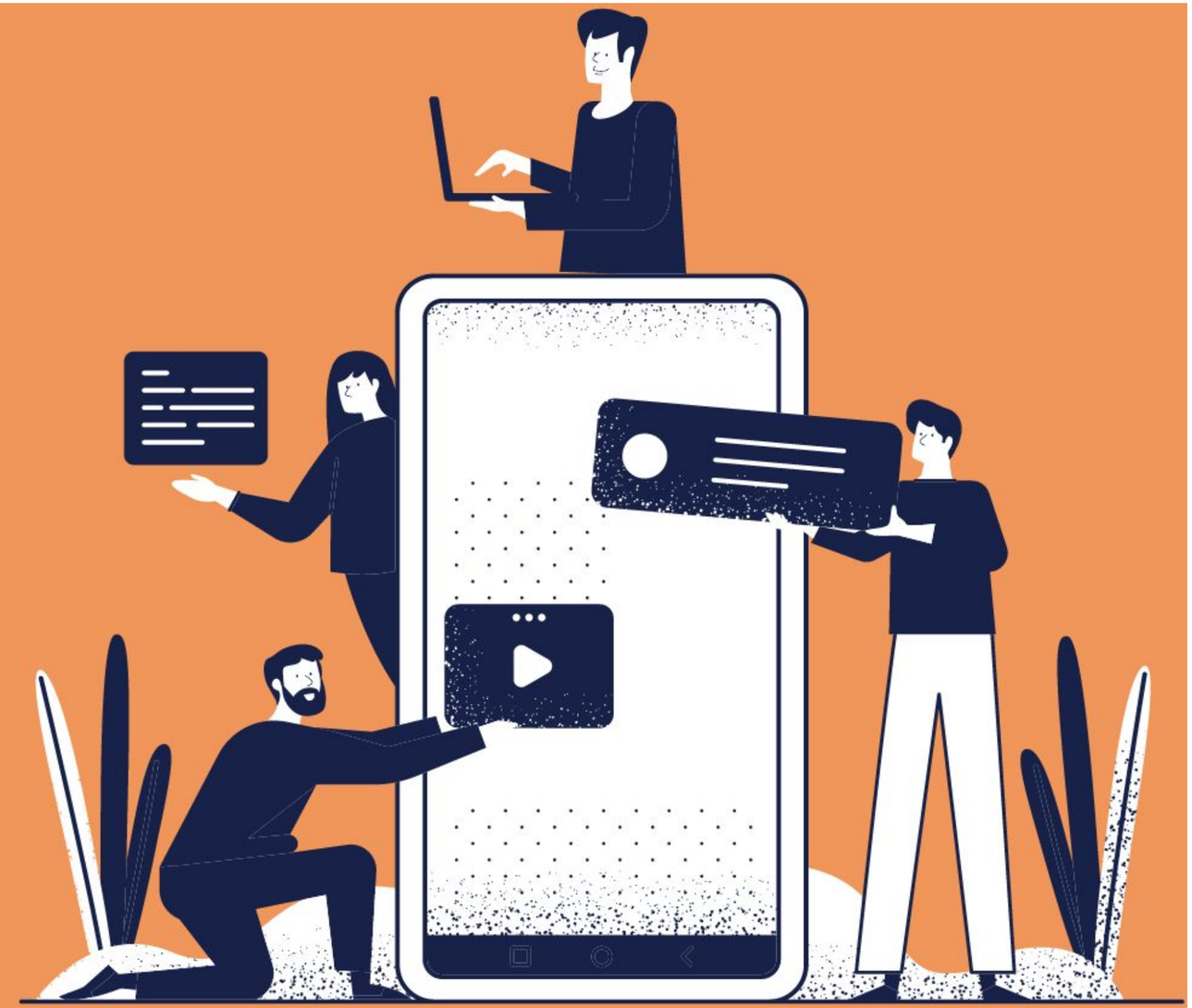
Hankkeen ~~kohderyhmä~~ asiakas =

hankkeen kohderyhmän edustaja, potentiaalinen osallistuja tai

hankkeen palveluiden tai muiden tuotosten käyttäjä

HANKE VIESTII

Asiakaskokemus



= viittaa organisaation ja asiakkaan väliseen vuorovaikutussuhteeseen.

Asiakaskokemus muodostuu kaikessa vuorovaikutuksessa, jossa asiakas ja organisaatio ovat keskenään – myös jo ennen asiakassuhteen alkamista.

HANKE VIESTII

3 näkökulmaa

Asiakaskokemus-termi voi tarkoittaa eri ihmisille eri asiaa:

1.) Digitaaliset palvelut (vrt. käyttäjäkokemus)

2.) Palvelukehitys, asiakaspalvelu (vrt. NPS-suositteluindeksi)

3.) Viestintä ja markkinointi (vrt. viestinnän palvelumuotoilu)

HANKE VIESTII



Hyvä asiakas-kokemus

Hyvä asiakaskokemus tarkoittaa, että ihmisen kokemus vastaa hänen odotuksiaan, tai ylittää ne.

Asiakas arvioi kokemustaan:

- päästiinkö tavoitteeseen
- kuinka helposti tavoitteeseen päästiin ja
- millaisia tunteita kohtaamisessa syntyi.

HANKE VIESTII

Asiakaskokemuksen kehittäminen hankkeissa:

1. Tunne asiakkaasi

- **Haastattele** nykyisiä asiakkaita ja kohderyhmään kuuluvia potentiaalisia ihanneasiakkaita. Myös verkkokyselyt ja somekeskustelut toimivat tiedonkeruumenetelminä.

- **Kysy hankkeen teemaan liittyvistä** tunteista, tarpeista, toiveista, kiinnostuksen kohteista ja huolista.

HANKE VIESTII



Asiakaskokemuksen kehittämisen työkaluksi

Asiakaspersoonat

Asiakaspersoona kertoo asiakkaan toiveista, peloista, ongelmista, motivaatiosta ja tavoista. Niiden avulla päästään pelkkää pintaa syvemmälle.

Asiakaspersoona: Korkeakoulussa tai tutkimuslaitoksessa työskentelevä tutkija

Mitä ajattelet [hankkeen teemasta]?

Mikä auttaisi sinua työssäsi (teemaan liittyen)?

Mikä on suurin huolesi omassa työssäsi tällä hetkellä?

Mitä muutosta haet omassa työssäsi *(esim. oma asemani työpaikallani, uusia mahdollisuuksia kehittää omaa tai työpaikkani osaamista, uusien kumppanuuksien tuomia mahdollisuuksia)?*

Mikä sinua arveluttaa, kun mietit osallistumistasi tähän hankkeeseen? Miksi en osallistuisi?

Mikä hankkeessa on sellaista, mikä ratkaisisi tarpeesi?



Tutkija innostuu uusista ympäristökysymyksiä ratkovista innovaatioista ja teknologioiden mahdollisuuksista. Tuntee kiertotalouden mahdollisuudet ja lukee paljon kansainvälisiä tutkimuksia aiheesta. Tehnyt vain vähän yhteistyötä tiedeyhteisöjen ulkopuolella, mutta kiinnostunut oppimaan lisää innovaatioiden kaupallistamisesta.

Asiakaskokemuksen kehittäminen hankkeissa:

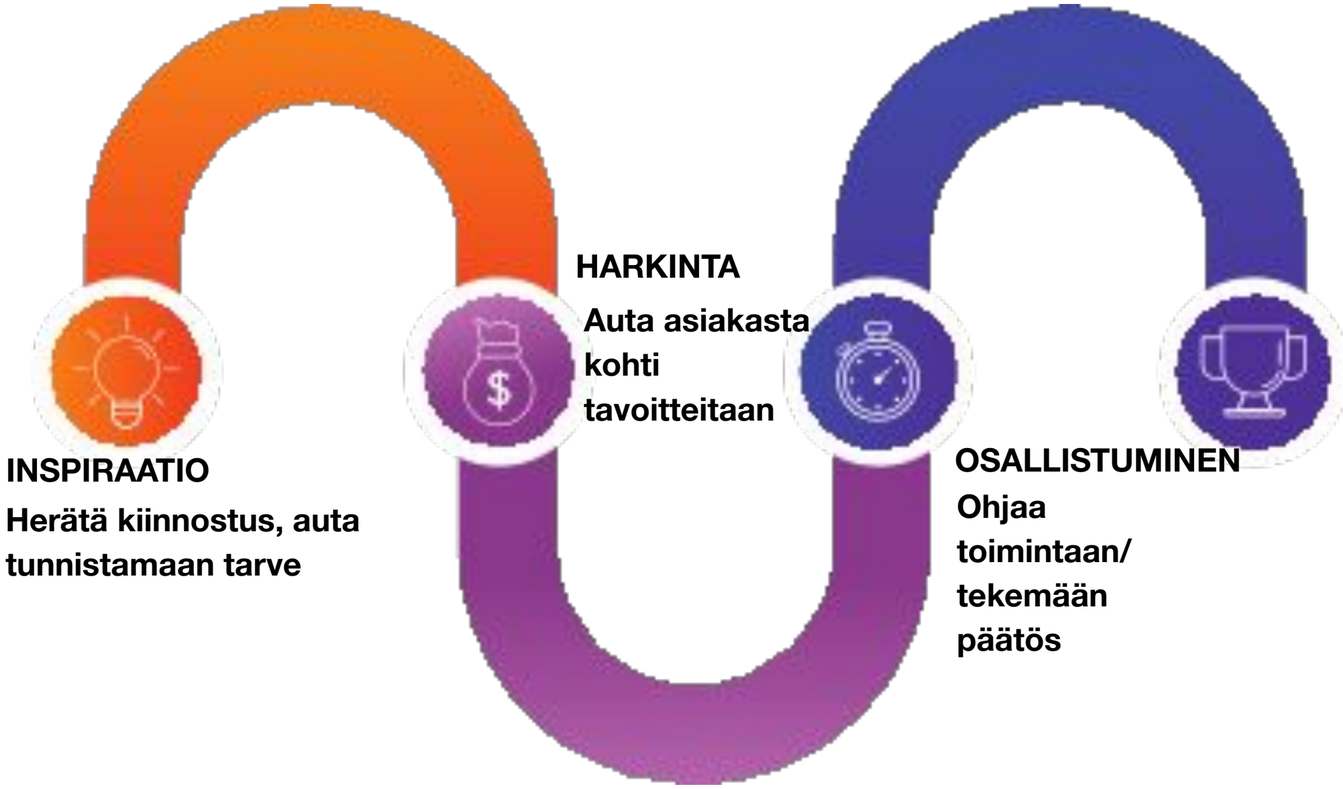
2. Asiakaspolku

➔ Rakenna kerätyn tiedon pohjalta **asiakaspolku**

➔ Suunnittele asiakasta auttavat sisällöt polun varrelle.

HANKE VIESTII

Asiakaspolku



INSPIRAATIO

Herätä kiinnostus, auta tunnistamaan tarve

HARKINTA

Auta asiakasta kohti tavoitteitaan

OSALLISTUMINEN

Ohjaa toimintaan/ tekemään päätös

SUOSITTELU

Auta onnistumaan ja kertomaan kokemuksistaan

Polulle tarvitaan sisältöjä ja viestintätekoja!

HANKE VIESTII

Asiakaskokemuksen kehittäminen hankkeissa:

3. Viesti asiakkaan tilanteen mukaan

➔ Tunnista askeleet asiakkaan polulla ja suunnittele sisällöt koko matkalle

1. Polun alussa: puhu asiakkaan ongelmista, auta tunnistamaan tarve
2. Matkalla: auta ymmärtämään hankkeen tarjoamaa ratkaisua, poista riskin tunnetta, tee osallistuminen helpoksi, innosta kokeilemaan.
3. Mukana olevalle asiakkaalle: rakenna positiivisia kokemuksia, kannusta suosittelemaan.



HANKE VIESTI

SISÄLTÖSUUNNITELMA

	1. INSPIRAATIO	2. HARKINTA	3. OSALLISTUMINEN	4. SUOSITTELU
Asiakkaan kysymykset	• Miten ratkaisen tarpeeni? • Miten voin varmistaa, että saavutan tavoitteeni?	• Mitä hyötyjä saan? Miten ratkaisunne toteutus etenee alusta loppuun? • Mitä minun pitää osata? Missä kaikessa voitte olla apuna?	• Miten varmistun, että viestinnässä luvatut asiat toteutuvat myös minulle? • Miksi kannattaisi kääntyä juuri teidän puoleenne? • Millaisia tuloksia muut kaltaiseni ihmiset ovat saaneet palvelullanne?	• Olenko hankkeelle tärkeä edelleen? • Miten voin parhaiten käyttää hankkeen annin jatkossakin hyödyksi
Hankkeen tavoite	- Kasvattaa hankkeen tarjoaman ratkaisun tunnettuutta ja herättää kiinnostus.	• Herättää kiinnostus ja halu saada lisää tietoa • Rohkaista toimintaan: yhteydenottoon tai muuhun hankkeen tavoitteiden mukaiseen toimintaan	• Tulla tutuksi, vähentää mahdollista riskin tunnetta. • Aktivoida ottamaan yhteyttä ja osallistumaan • Asioinnin ja yhteydenpidon helppous.	• Ylittää asiakkaan odotukset ja siten edistää suosittelua.
Keinot	Osoita, että ymmärrät asiakkaan tarpeen. Mitä tarkemmin kuvailet ongelmaa a haasteita, sen todennäköisemmin asiakas kiinnostuu hankkeen tarjoamasta ratkaisusta siihen.	Kerro, miten asiakas pääsee helposti haluamaansa lopputulokseen hankkeen tavoitteiden mukaisen toiminnan avulla.	Tee ilmoittautuminen, aineistojen lataaminen tai yhteyden ottaminen mahdollisimman helpoksi.	Sitouta asiakas tämän elämää/työtä helpottavien ja ilahduttavien sisältöjen avulla.
Sisällöt, joilla vastataan asiakkaan kysymyksiin	• asiakkaan ongelmia ja haasteita kuvailevat päivitykset ja artikkelit • mutta myös: viihdyttävät, kepeät sisällöt aihepiiriin liittyen	• *hankkeen tarjoamaa ratkaisua kuvailevat palvelukuvaukset, päivitykset ja artikkelit ja muut julkaisut* • *tavallisimmat kysymykset - Q&A*	• yhteydenottolomake ja muut helpot yhteydenottokanavat, chatti, sähköinen ajanvaraus • asiakastarinat, referenssit • käyttäjien/osallistujien kokemukset	• uutis-/asiakaskirje • asiakasta auttavat sisällöt, oppaat, käyttövinkit • asiakkuudesta palkitseminen, muistamiset esim. jouluna • lisämateriaali tai lisäpalvelu yllätyksenä

Resepti

1. Tunne asiakkaasi.
2. Viesti asiakkaan tilanteen mukaan.
3. Tee asiat asiakkaalle helpoiksi.
4. Mittaa, seuraa tuloksia ja kehitä toimintaa jatkuvasti.

HANKE VIESTII

Työskentely 1:

Millaisia viestinnän keinoja voisitte käyttää oman hankkeen asiakaspolun eri vaiheissa?

Kerätään yhdessä 70 + ideaa!



Millaisia ideoita syntyi?

HANKE VIESTII

Ideoita ryhmissä

sisäisille asiakkaille:

Teams-palaverit lähitapaamisten sijaan

tiedon jakaminen Teamsin kautta (linkit ja QR-koodit joilla pääsee lukemaan)

WhatsApp nopeaan päätöksentekoon

sisäiset uutiskirjeet selkeitä ja lyhyitä (lukuaika 1 min.), vakiojulkaisupäivä

ulkoisille asiakkaille:

nuorten tavoittaminen polun alkupäässä vaikeaa, toimisiko vaikuttajamarkkinoint**i TikTokissa**

FB:n kautta tavoitetaan nuorten vanhemmat

kysytään nuorilta mistä heidät tavoittaa (mitkä appit esim.)

eri tyylillä eri somekanavissa

mediatilaisuudet

päivitys lapsen näkökulmasta

lahjaksi heijastin pimeän aikaan

jalkautuminen kadulle tai torille

verkkosivusto tärkeä kotipesä

suosittelun edistäminen: hyvää palvelua, tyytyväiset asiakkaat -> suosittelu vauhdittuu

Valitkaa ryhmässä tyhjä dia, varatkaa se kirjoittamalla nimi tai ryhmän nimimerkki dian yläreunaan.

Aikaa ideointiin on 10 min.

Pyrkikää löytämään mahdollisimman paljon ideoita!

- Millaisia viestinnän keinoja voisitte käyttää oman hankkeen asiakaspolun eri vaiheissa?
- Millaisia keinoja olette käyttäneet? Tai mihin törmänneet itse?
- Mitä aivan uutta voisitte kokeilla?

Ideoita ryhmissä

- kyselyt
- haastattelut
- sosiaalinen media
- alkukarsintoja ennen kun pääsee mukaan hankkeeseen
- etsitään yhdessä päätavoitteet hankepolun aikana
- yhteistyö paikallisten yrittäjäjärjestöjen kanssa , kunnat sekä ammattikoulut
- sidosryhmät ja työpajat
- visiot ja skenaariot
- teemme yhdessä päiväkirjan
- verkostoituminen hankkeen mukana olevien yrittäjien kesken
- etsimme asiantuntija-apua yrittäjille
- koulutuspäiviä ammattilaisten johdolla esm tulevaisuustyökalut, palvelumuotoilu, asiaksymmärrys
- yhteinen alusta hankeosallistujille jossa kaikki tiedotus, tehtävät, vinkit ym.

Valitkaa ryhmässä tyhjä dia, varatkaa se kirjoittamalla nimi tai ryhmän nimimerkki dian yläreunaan.

Aikaa ideointiin on 10 min.

Pyrkikää löytämään mahdollisimman paljon ideoita!

- Millaisia viestinnän keinoja voisitte käyttää oman hankkeen asiakaspolun eri vaiheissa?
- Millaisia keinoja olette käyttäneet? Tai mihin törmänneet itse?
- Mitä aivan uutta voisitte kokeilla?

Ryhmän nimimerkki

Ideoita ryhmissä

- uutiskirje
- info-sähköposti
- sosiaalisen median kanavat
- henkilökohtainen kontakti
- zoom-vastaanotto
- palautekyselyt (padlet, lomakkeet, pidempi seurantakysely, asiakkuuden päättyessä kysely)
- messuständit
- maksetut mainokset
- blogi
- “jos koulutus oli hyvä - kerro se muille, jos koulutus oli huono - kerro se meille”

- lisää työkaluja / työtapoja asiakaspolun alkupään tarkkailuun
- vuorovaikutuksellisuus somessa (esim. live-lähetykset)
- ihminen asiakaspalvelu-chatissa

Valitkaa ryhmässä tyhjä dia, varatkaa se kirjoittamalla nimi tai ryhmän nimimerkki dian yläreunaan.

Aikaa ideointiin on 10 min.

Pyrkikää löytämään mahdollisimman paljon ideoita!

- Millaisia viestinnän keinoja voisitte käyttää oman hankkeen asiakaspolun eri vaiheissa?
- Millaisia keinoja olette käyttäneet? Tai mihin törmänneet itse?
- Mitä aivan uutta voisitte kokeilla?

Ideoita ryhmissä

- yhteinen alusta verkostoitumiseen (hankevetäjä+osallistujat)
- kick-off
- esittelyvideo itsestä&hankkeesta
- vaikka edellisessä hankkeessa mukana ollut asiakas esittelemään saavuttamia tuloksiaan
- whatsapp ryhmä osallistujien kesken
- etänä verkostoitumista osallistujien kesken vaikka 2 krt viikossa=vapaamuotoinen keskustelutilaisuus
- aamupalaboxi aamukahvitilaisuusteen(tai jokin muu toiseen ajankohtaan järjestettävään tilaisuuteen)haettavissa paikallisesta kahvilasta/ravintolasta

- videotervehdyksiä pitkin hankkeen matkaa
- etäkahveille pieni tervehdysmuistaminen kotiin kuljetettuna
- “memory lane” tyylisiä edistymistarinoita matkan varrelta asiakkaittain
- uutiskirje videomuodossa

- asiakaskohtainen sparrailu
- kuukausittaiset verkostokahvit hankkeeseen osallistuvien kesken

Valitkaa ryhmässä tyhjä dia, varatkaa se kirjoittamalla nimi tai ryhmän nimimerkki dian yläreunaan.

Aikaa ideointiin on 10 min.

Pyrkikää löytämään mahdollisimman paljon ideoita!

- Millaisia viestinnän keinoja voisitte käyttää oman hankkeen asiakaspolun eri vaiheissa?
- Millaisia keinoja olette käyttäneet? Tai mihin törmänneet itse?
- Mitä aivan uutta voisitte kokeilla?

Ideoita ryhmissä

- Asiakkaan kanssa jaettu
  - Trello
  - Discord -kanava
  - Howspace -työtila
  - WhatsApp-ryhmä
- Asiakaslahjat
-

- Verkkosivut
- Sosiaalinen media
- Suosittelua helpottamaan:
  - Succes stories- blogeja, joissa kirjoittajina asiakkaita
  - LinkedIn-sertifikaatti suoritetusta valmennuksesta
- https://talk.turkuamk.fi/blog/2019/07/18/miten-maarittelet-projektisi-sidosryhmat-ja-viestintakanavat/
-

Valitkaa ryhmässä tyhjä dia, varatkaa se kirjoittamalla nimi tai ryhmän nimimerkki dian yläreunaan.

Aikaa ideointiin on 10 min.

Pyrkikää löytämään mahdollisimman paljon ideoita!

- Millaisia viestinnän keinoja voisitte käyttää oman hankkeen asiakaspolun eri vaiheissa?
- Millaisia keinoja olette käyttäneet? Tai mihin törmänneet itse?
- Mitä aivan uutta voisitte kokeilla?

Ryhmän nimimerkki

Ideoita ryhmissä

- blogi: viisi vinkkiä…
- artikkelit esim. refet
- tiedotteet
- infot (miten hanke etenee)
- Useamman käyttäjän yhteinen tiedotusalusta/työtila (sähköinen)
- Podcast
- Videot
- Työpajat esim. pelisääntötyöpaja
- Visuaalinen tiedote hankkeen etenemisestä pääkohderyhmälle

Valitkaa ryhmässä tyhjä dia, varatkaa se kirjoittamalla nimi tai ryhmän nimimerkki dian yläreunaan.

Aikaa ideointiin on 10 min.

Pyrkikää löytämään mahdollisimman paljon ideoita!

- Millaisia viestinnän keinoja voisitte käyttää oman hankkeen asiakaspolun eri vaiheissa?
- Millaisia keinoja olette käyttäneet? Tai mihin törmänneet itse?
- Mitä aivan uutta voisitte kokeilla?



Ilahduttamisapu – miten teet asiakkaan elämästä helpompaa?

- Perehdy asiakkaan arkeen: tutki, kysy, kuuntele.
- Puhu niillä sanoilla, joita asiakas käyttää – monella alalla ammattislangin ”kääntäminen” on iso palvelus asiakkaalle.
- Kerro yksityiskohtaisesti, miten asiakkaalle tuotettava palvelu toimii, mitä se sisältää ja mitä tuloksia siltä voi odottaa. Anna selkeät vastaukset tavallisimpiin kysymyksiin. Pienennät riskin tunnetta ja luot realistisia odotuksia.
- Tee asioinnista mutkatonta. Anna asiakkaan valita itselleen paras kanava ja auta yhteydenottokynnyksen yli.
- Pyri ylittämään odotukset. Ideoi keinoja yllättää ja ilahduttaa tavalla, jota asiakas ei osannut odottaa

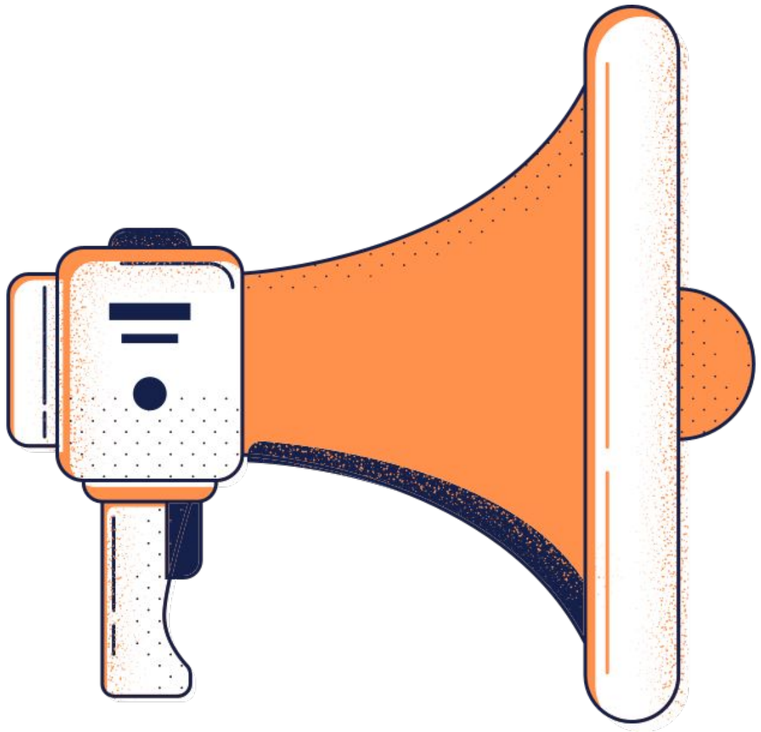
HANKE VIESTII



Ilahduttamisapu – miten teet asiakkaan elämästä helpompaa?

- Viesti ja palvele asiakkaalle tärkeissä/helpoissa kanavissa.
- Ilahduta hyvällä palvelulla: suunnittele asiakkaan kohtaamisen tavat ja toteuta systemaattisesti - inhimillistä, sujuvaa, kuuntelevaa palvelua arvostetaan.
- Tarjoa yllätyksenä ilmainen opas tai lisäpalvelu, pientä ekstraa.
- Kysy kuulumisia, soita.
- Huomioi muistamisella, joka kertoo hankkeen tarinaa.
- Kommentoi, kiitä ja kehu kumppaneita julkisesti.
- Lähetä viesti tai kortti.
- Tuota myös viihdyttävää sisältöä.

HANKE VIESTII



Työskentely 2:

Minkä konkreettisen idean voit toteuttaa omassa hankkeessasi tai työssäsi?

- Jaa halutessasi ideasi chattiin

HANKE VIESTII

Löydät verkkokurssin osoitteesta Viestintäkurssit.fi ⇒Verkkokurssit



Vaikuttava hankeviestintä – 10 avainta

Kurssi Tila: In Progress

Lämpimästi tervetuloa avaamaan hankeviestinnän lukkoja!

Vaikuttavan hankeviestinnän kymmenen avainta saivat alkunsa, kun avuliaat hanketoimijat vastasivat kyselyymme viestinnässä puhuttavista teemoista. Keväällä 2021 tekemämme kyselyn vastauksia näkyy tällä kurssilla sitaateissa: jokaisen avaimen aloittava lainaus on vastaus kysymykseen "*Jos kaikki olisi mahdollista, millaista*

- Avain 1 | Yhteinen tähtäin
- Avain 2 | Kaikki mukaan!
- Avain 3 | Suunnittele sopivasti
- Avain 4 | Tunne hankkeen asiakas
- Avain 5 | Kärkiviesti tiivistää lupauksen
- Avain 6 | Pitääkö hankkeella olla saitti?
- Avain 7 | Innosta asiakkaat mukaan
- Avain 8 | Yli uutiskynnyksen
- Avain 9 | Kirjoita kuin ihminen
- Avain 10 | Sitä saat mitä mittaat
- Bonus | Sisältöjen suunnitteluapu



10 avainta hankeviestintään

Löydät verkkokurssin osoitteesta Viestintäkurssit.fi ⇒Verkkokurssit

- Avain 1 | Yhteinen tähtäin
- Avain 2 | Kaikki mukaan!
- Avain 3 | Suunnittele sopivasti
- Avain 4 | Tunne hankkeen asiakas
- Avain 5 | Kärkiviesti tiivistää lupauksen
- Avain 6 | Pitääkö hankkeella olla saitti?
- Avain 7 | Innosta asiakkaat mukaan
- Avain 8 | Yli uutiskynnyksen
- Avain 9 | Kirjoita kuin (hanke) ihminen
- Avain 10 | Sitä saat mitä mittaat

+ Bonus | Sisältöjen suunnitteluapu – löydät kurssilta ladattavan tietopaketin, joka tarjoaa kosolti sisältövinkkejä ja -ideoita.



VIESTINTÄKURSSIT.FI



HANKE VIESTII

Selkeyttä hankeviestintään



Laaja kurssiaineisto on käytettävissäsi heti.

Kaikki materiaalit ovat käytössäsi vuoden ajan aloittamisesta.

Materiaaleina videoita, tekstejä, ladattavia työpohjia.

Etu on voimassa perjantaihin 15.4. saakka koodilla ***webinaari***

Hyödynnä etu itsellesi ja koko hanketiimille!

Vaikuttava hankeviestintä – 10 avainta

Nyt 129 €

+ alv. 24% (norm. 189 €)

Viestintakurssit.fi
> Verkkokurssit
> Vaikuttava hankeviestintä - 10 avainta

VIESTINTÄKURSSIT.FI

HANKE VIESTII