# Asiakaspalvelu verkkomyynnissä –opas

Digizer

# Sisällysluettelo


| | |
|---|---|
| Johdanto | 2 |
| Miksi asiakaspalvelua tarvitaan? | 3 |
| Asiakaspalvelu ei ole enää sama kuin ennen | 4 |
| Asiakaspalvelun monet muodot | 5 |
| Miksi chat-asiakaspalvelu kannattaa ottaa käyttöön? | 7 |
| Chatbot vai ihmisen hoitama chat-asiakaspalvelu? | 9 |
| Ulkoistaisinko asiakaspalvelun? | 10 |
| 6 hyötyä asiakaspalvelun ulkoistamisesta | 12 |
| Miten B2B-yritys hyötyy chat-asiakaspalvelusta? | 17 |
| Edistä myyntiä asiakaspalvelun avulla | 18 |
| Asiakaspalvelun prosessi | 19 |
| Vertailu eri chat-ohjelmista | 21 |

# Johdanto

Tässä käytännön asiakaspalvelun oppaassa kerromme, mitä asiakaspalvelu tarkoittaa verkkomyynnissä. Vastaamme muun muassa kysymyksiin, millaista on asiakaspalvelu 2020-luvulla, ja miksi yrityksen kannattaisi pohtia asiakaspalvelun ulkoistamista.

Käymme myös läpi, millainen asiakaspalvelun prosessi on. Kaikki lähtee toimivasta strategiasta, mutta varsinaisen työn tekevät aina ihmiset.

Lopuksi tutustumme chat-ohjelmiin, joita omat asiakaspalvelijamme hyödyntävät työssään. Chat on suosittu palvelu asiakkaiden keskuudessa. Nykypäivän digitaalisessa maailmassa monet kuluttajat kokevat chat-asiakaspalvelun nopeaksi ja helpoksi väyläksi tiedustella esimerkiksi tilaus- tai tuotetietoja. Siksi chat-asiakaspalvelu on saanut myös tässä oppaassa enemmän tilaa.

Asiakaspalvelu on kuitenkin kokonaisuus. Se voi toimia hyvin kokonaan ulkoistettuna, hybridimallina tai yrityksen itse toteuttamana. Olipa tavoitteesi mikä tahansa, toivomme, että saat tästä asiakaspalvelun oppaasta paljon irti!

# Miksi asiakaspalvelua tarvitaan?

Asiakaspalvelun ydintehtävä on auttaa asiakasta koko ostoprosessin ajan, vastata asiakkaiden kysymyksiin ja ratkaista heidän ongelmiaan. Asiakaspalvelija on varmistamassa, että asiakas pääsee ostoprosessissa eteenpäin. Verkkokauppojen asiakaspalvelussa korostuu eräs erityinen asiakkaan kaipaama piirre: luottamus.

Verkkokaupoissa asiakkuussuhde alkaa usein jo siinä vaiheessa, kun asiakas vasta harkitsee tuotteen ostamista. Sen sijaan, että hän painaisi Osta-nappia, hän voi ottaa ensin yhteyttä asiakaspalveluun. Asiakkaat saattavat varmistaa, sopiiko tuote varmasti juuri heidän käyttöönsä kysymällä asiakaspalvelussa hyvin spesifejä kysymyksiä.

Asiakkaat voivat haluta kuulla verkkokaupan ”äänen” voidakseen luottaa siihen, että verkkosivuston takana todella on aitoja, rehellisiä ihmisiä. Asiakas saattaa soittaa kysyäkseen asioita, jotka hän on jo lukenut verkkosivustolta. Tällöin asiakaspalvelun tärkein tehtävä on herättää kuluttajassa luottamus palveluun – että tilaus todella toimitetaan kaupassa luvatulla tavalla.

Ovathan verkkokaupassasi nämä luottamusta herättävät asiat kunnossa?

- → Asiakaspalvelu on avoinna verkkokaupassa luvattuina aikoina.
- → Asiakaspalvelijat ovat asiantuntevia ja pystyvät auttamaan useimmiten välittömästi.
- → Verkkosivustolla olevat tiedot (mm. yhteystiedot ja toimitusajat) ovat ajan tasalla.
- → Sähköposteihin vastaaminen on riittävän nopeaa: Esim. lupaus ”Vastaamme viestiisi 24 tunnin sisällä” todella pitää paikkansa..
- → Asiakaspalvelua tarjotaan sivustolla käytettävillä kielillä.
- → Tuotteista on riittävästi tietoa (myös esim. väri, materiaali, koko ja käyttöohje) sekä kunnolliset tuotekuvat.

# Haluaisitko lukea lisää ulkoistetusta asiakaspalvelusta ja asiakaspalvelusta myynnin tukena?

Voit ladata oppaan kokonaisuudessaan nettisivuiltamme osoitteessa

https://digizer.fi/asiakaspalvelu-verkkomyynnissa-opas/

Lisää tietoa ulkoistetusta asiakaspalvelusta  löytyy myös nettisivuiltamme.

## Ota meihin yhteyttä!

Kerromme mielellämme, miten ulkoistettu asiakaspalvelu virtaviivaistaa asiakaspalvelun prosesseja, kasvattaa konversioita ja lisää myyntiä verkossa.