



2013-04-10 09:51 EEST

Croisanttia kahvin kanssa?

Sietämätöntä. Menet mihin tahansa kahvilaan Helsingin lentokentällä, Köpiksen kentällä tai muualla, niin sinulle yritetään myydä lisää. Kaksi vesipulloa toinen puoleen hintaan. Croisantti kahvin lisukkeeksi. Lehti aamiaisen lisukkeeksi jne. Kielen päällä on jo jonossa vastaus 'ei kiitos'. Saisinko nyt vain maksaa sen mitä halusin ostaa. Kiirekin on, kuten kaikilla aamulla lentokentällä.

Suosittelu ja lisämyynti on ihan ok, kunhan se ei ole automaattista ja kunhan asiakkaan tilanne ja tarve huomioidaan. Kannattaako tuputtaa silloin, kun asiakas vilkuilee kelloa tai olen nimenomaisesti yksin tiskillä ostamassa vain sitä yhtä vesipulloa.

Myyntilukujen valossa tämä lisämyyntikonsepti todennäköisesti toimii. Ainakin lyhyellä aikajänteellä. Mutta karkoittaako se osan asiakkaista, kuten minut? No ei siinä tapauksessa mikäli kaikki lentokentän kahvilat ja kioskit toimivat samalla tavalla. Vaihtoehtoja ei silloin asiakkaalla ole.

Mutta mikä vaikutus tällä on asiakaskokemukseen ja myyntiin pidemmällä tähtäimellä?

Dataa yhdistelemällä ja analysoimalla voisi löytää asiakkaiden käyttäytymismalleja, joiden avulla tuota lisämyyntiä voisi vaihdella ja kohdentaa esimerkiksi päivän tai vuorokauden ajan mukaan erilaisille asiakasryhmille.

Arkiaamun kiireisille työkseen matkustaville voisi ehkä olla tuputtamatta kaikkea lisää. Rentoutuneet lomamatkustajat toisaalta olisivat varmaan mielissään kahdesta vesipullosta edulliseen pakettihintaan. 'Ohikulkukahvilassa' kannattanee keskittyä nopeaan hyvään palveluun, kun taas kahvilassa jossa selkeästi tapetaan odotusaikaa, on hyvinkin potentiaalista lisämyyntikohderyhmää. Aikakin kuluu mukavammin kahvin ja leivoksen kera.

Menestyjät näkevät asiakkaansa yksilöinä ja kohtelevat heitä sellaisina. Teknologian avulla tämä on mahdollista, ja kuluttajana toivon sen olevan pian todellistakin. Mielenkiintoista nähdä, ketkä ottavat Suomessa paalupaikan tässä kilpailussa.

Kirjoittaja:

[Anne Nahkala](#)

Liiketoiminta-analytiikan ja monikanavaisen markkinoinnin asiantuntija, IBM

Lisätiedot:

IBM Viestintäosasto
puh. (09) 459 5900

ibmficom(at)fi.ibm.com

Lisätietoja IBM:stä (NYSE: IBM):

www.ibm.com/fi

IBM Finland Twitterissä:

<http://twitter.com/ibmfinland>

IBM Finland Facebookissa:

www.facebook.com/ibmfinland

Ellei edellä ole toisin mainittu: / Unless stated otherwise above:

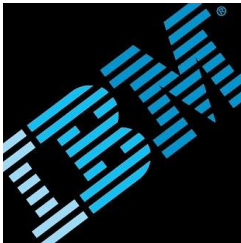
Oy IBM Finland Ab

PL 265, 00101 Helsinki, Finland

Business ID, Y-tunnus: 0195876-3

Registered in Finland

Yhteyshenkilöt



IBM Viestintäosasto

Lehdistökontakti

ibmficom@fi.ibm.com

(09) 459 5900