

DNA:n ja Vanhustyön keskusliiton tutkimus ikäihmisten kokemuksista operaattoreiden myynnistä

Ikäihmisille myynti ja asiakaspalvelu teleoperaattorialalla

DNA haluaa osana yhteiskuntavastuun toteutumista kiinnittää entistä enemmän huomiota teleoperaattoriliikkeissä, verkossa ja puhelimitse asioivien ikäihmisten palveluun. DNA:n ja Vanhustyön keskusliiton yhteisenä tavoitteena on kasvattaa ymmärrystä ikäihmisten haasteista ja luoda lisää sellaisia toimintatapoja, joiden avulla ei-toivottuja tilanteita pääsee syntymään entistä vähemmän.

Tutkimuksen tavoite

Aika ajoin esille nousee tilanteita, joissa ikäihmisille on myyty palveluita tai tuotteita, joiden sisältöä he eivät ole ymmärtäneet täysin tai joiden kustannukset ovat tulleet jälkikäteen yllätyksenä. Teleoperaattorialalla tapauksia on jonkin verran, sillä digitaaliset tuotteet ja palvelut voivat olla kuluttajalle hankalasti ymmärrettäviä iästä riippumatta. Haasteet kuitenkin korostuvat suuremmissa ikäluokissa, jotka eivät ole kasvaneet tietotekniikan parissa koko ikäänsä. Ikäihmiset eivät ole kuitenkaan yksi homogeeninen ryhmä vaan jokaisessa ikäluokassa ihmisillä hyvinkin erilaisia digitaitoja ja valmiuksia ymmärtää erilaisten palvelujen luonnetta ja tarvetta.

Tutkimuksen avulla halutaan luoda kuvaa siitä, millaisia erityispiirteitä ikäihmisille tapahtuvassa myynti- ja asiakaspalvelutyössä tulee olla. Tutkimuksessa selvitettiin mitä haasteita ikäihmiset kohtaavat myynti- ja asiakaspalvelutilanteissa, mitkä asiat aiheuttavat huolta, epäselvyyttä tai vaikeuksia ja mitä asioita ikäihmiset toivovat myynti- ja asiakaspalveluhenkilöstöltä.

Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin paneelikyselynä yli 65-vuotiaille. Vastauksia kerättiin Bilendin kuluttajaneelistasta 25 - 28.9.2023 ja Vanhustyön keskusliiton asiakasrekisteristä 9.10 - 22.10.2023. Kyselyyn vastasi yhteensä 1329 vastaajaa; 1200 vastaajaa Bilendin kuluttaja- paneelista ja 129 Vanhustyön keskusliiton asiakasrekisteristä.

Vastaajista 37 % oli 65–69-vuotiaita, 54 % 70–79-vuotiaita, 9 % yli 80-vuotiaita. Vastaajia oli tasaisesti kaikkialta Suomesta ja vaihtelevista koulutustaustoista.

Kyselyn tulokset

Ikäihmiset asioivat mieluiten myymälässä (46 %) tai verkossa (31 %) kun tarvitsevat teleoperaattoripalveluita tai -tuotteita.

Ikäihmiset kokevat teleoperaattorien kanssa käytävät asiakaspalvelutilanteet pääosin jokseenkin tai erittäin miellyttäväksi – tilanteista myymälässä käytyä kokee miellyttävänä 80 % vastaajista, verkossa tapahtuneet 63 % vastaajista ja puhelimitse tapahtuneet 63 % vastaajista.

34 % vastaajista on ollut tilanteessa, jossa ei ymmärrä mitä teleoperaattori on myymässä ja 26 % vastaajista kertoo, että heille on koitunut sellaisia kuluja, joista eivät ole olleet tietoisia ostaessaan tuotetta.

Eniten epäselvyyttä aiheuttaa tuotteiden tai palvelujen sopivuus omaan tarpeeseen, jonka vastasi 33 % vastaajista. Tuotteiden ja palveluiden tekniset ominaisuudet (29%), tuotteiden tai palvelujen hinta (25%) ja

sopimusehdot kuten sopimuksen kesto sisältö (24%) aiheuttavat epäselvyyttä. Mitä korkeampaan ikäluokkaan mennään, sitä enemmän tuotteiden tai palvelujen tekniset ominaisuudet ovat aiheuttaneet haasteita. Yli 80-vuotiaista näin vastasi 43 %.

Se mitä ikäihmiset toivovat enemmän teleoperaattoripalveluiden myynti- ja asiakaspalveluhenkilöstöltä, on opastusta laitteiden ja palvelujen käyttöön. Näin vastasi 39 %. Myös selkeämpää kommunikointia (35 %) ja tarpeisiin sopivien tuotteiden tai palveluiden suosittelua (33 %) toivotaan enemmän.

47 % kertoi, että positiivisina ovat jääneet mieleen sellaiset kokemukset, joissa myyjä ei kiirehtinyt vaan pystyi käymään asiat rauhassa läpi.

Keskustelu

Tapaukset, joissa ikäihminen on kokenut saaneensa huonoa palvelua, ovat yksittäistapauksia eikä niitä tapahdu systemaattisesti. Jokaisen huonon kokemuksen estämiseksi on silti tärkeää toimia aktiivisesti.

Suurin kehityskohta on molemminpuolisen ymmärryksen varmistaminen: että asiakaspalvelu- ja myyntihenkilöstö ymmärtää oikein ikäihmisen tarpeen, ja ikäihminen puolestaan ymmärtää ostamansa tuotteen tai palvelun sisällön, kulut ja käytön.

Yksi keino tarjota parempaa palvelua ikäihmiselle on lisätä ajankäyttöä. Ikäihmiset kaipaavat rohkeampaa suosittelua, enemmän tietoa tuotteiden sopivuudesta omaan tarpeeseensa ja myös konkreettista käyttöapua. He arvostavat sitä, että nämä asiat käydään rauhassa heidän tahtiinsa läpi, ja että asiakaspalvelijat ja myynnin ammattilaiset osaavat puhua heidän kanssaan samaa kieltä, ammattilaiskieltä ja kiirehtimisen tuntua välttämällä.

DNA:n periaate on valmentaa myyjät palvelemaan jokaista yksilökohtaisesti ja keskittymään asiakastytyväisyyteen mittarina. Näin syntyy tarpeisiin vastaavaa palvelua iästä riippumatta. Kaikkea asiakaspalvelua ohjaa ajatus siitä, että jokaista palvellaan yksilönä ja palvelukohtaaminen lähtee aina henkilökohtaisten tarpeiden tunnistamisesta.

DNA on yksi Suomen johtavista tietoliikenneyhtiöistä. Tehtävämme yhteiskunnassa on yhdistää tärkeimmät. Tarjoamme yhteydet, palvelut ja laitteet koteihin sekä töihin ja pidämme näin huolta yhteiskunnan digitalisaatiosta. DNA:n asiakkaat ovat jo vuosien ajan olleet mobiilidatan käyttömäärissä maailman kärkijoukossa. DNA:lla on noin 3,6 miljoonaa matkaviestin- ja kiinteän verkon liittymäasiakkuutta. Yhtiö on palkittu lukuisia kertoja erinomaisena työntelijänä ja perheystävällisenä työpaikkana. Vuonna 2022 liikevaihtomme oli 997 miljoonaa euroa ja yhtiössä työskentelee noin 1 700 henkilöä ympäri Suomea. DNA on osa Telenoria, joka on Pohjoismaiden johtava tietoliikenneyhtiö. Lisätietoa osoitteessa www.dna.fi, X:ssä @DNA_fi, Facebookissa @DNA.fi ja LinkedInissä @DNA-Oyj.

Vanhustyön keskusliitto (VTKL) edistää iäkkäiden ihmisten hyvää ja turvallista arkea. VTKL on maan laajin valtakunnallinen vanhuusalan järjestö. Se toimii asiantuntijana ja kehittäjänä, tukee ja verkostoi vanhuusalan toimijoita sekä vahvistaa ikäymmärrystä useilla eri foorumeilla. VTKL:n SeniorSurf-toiminta vahvistaa seniorien digiosallisuutta ja tukee digiopastuksia valtakunnallisesti. Katso lisää www.seniorsurf.fi ja www.vtkl.fi