

Resurs Retail Report julkaistaan Suomessa:

Tervetulleeksi ja arvostetuksi kokemisen tunne ohjaa voimakkaimmin asiakasuskollisuutta Pohjoismaissa

Resurs Bank julkaisee nyt Suomessa *Resurs Retail Report* -raportin, jonka teemana on positiivinen ostokokemus ja asiakasuskollisuus. Raportti perustuu pohjoismaiseen kuluttajatutkimukseen, ja siinä kerrotaan, mitkä tekijät ohjaavat asiakasuskollisuutta vähittäiskaupan alalla Pohjoismaissa ja erityisesti Suomen markkinoilla. Raportin mukaan tervetulleeksi kokemisen tunne on erittäin merkittävä asiakasuskollisuuteen vaikuttava tekijä. Se osoittautui tärkeimmäksi tekijäksi myymälöissä asioitaessa, ja myös verkkokaupassa tervetulleeksi kokemisen tunne on tärkeimpiä asiakasuskollisuuteen vaikuttavia tekijöitä.

Onnistuneen myymälä- tai verkkokauppakonseptin rakentamisessa luulisi olevan itsestään selvää, että asiakkaan halutaan tuntevan itsensä tervetulleeksi. Asiakasuskollisuudesta kilpaillaan kuitenkin monesti hinnoilla tai tuotevalikoimalla. Resurs Retail Report-raportin tulosten perusteella vähittäiskauppioiden olisi hyvä paneutua siihen, miten asiakkaat saadaan tuntemaan itsensä tervetulleiksi. Itsensä tervetulleeksi kokemisen tunne osoittautui yhdeksi tärkeimmäksi asiakasuskollisuutta ohjaavaksi tekijäksi niin kivijalkaliikkeissä kuin verkkokauppapaikoissa, kun taas hinta ja tuotevalikoima sijoittuivat tärkeysjärjestyksessä kauemmas kärjestä.

- Tutkimuksemme osoittaa selvästi, että erilaiset pehmeät vaikuttimet ovat välttämättömiä selkeän identiteetin, myönteisen ostokokemuksen ja asiakasuskollisuuden rakentamisessa. Kivijalkakaupassa kokemus siitä, että on asiakkaana tervetullut ja arvostettu, on tärkein asiakasuskollisuutta ohjaava tekijä. Tutkitun tiedon pohjalta näyttää siis siltä, että kaupan toimijoiden kannattaisi nostaa tämä tekijä keskeiseen asemaan omassa konseptissaan. Toivomme että raporttimme julkaisu Suomessa saa aikaan vilkasta keskustelua vähittäiskaupan alalla, sanoo Resurs Bankin markkinointijohtaja Anette Konar Riple.

Resursin teettämän pohjoismaisen kuluttajatutkimuksen mukaan Suomessa 25 % asiakkaista tuntee itsensä tervetulleeksi ja arvostetuksi asioidessaan fyysisessä myymälässä. Verkkokauppapaikoissa vastaava osuus on vain 15 %. Vaikka myymälöissä onnistutaan tässä suhteessa paremmin kuin verkkokaupassa, riittää vähittäiskaupan alalla vielä tehtävää, jotta nähdään, että itsensä tervetulleeksi kokemisen tunne on asiakasuskollisuutta rakentava vahvuus.

Top 10: Tärkeimmät asiakasuskollisuuteen vaikuttavat tekijät myymälöissä

Seuraavassa luettelossa on 10 tärkeintä tekijää, jotka vaikuttavat kivijalkamyymälöiden asiakasuskollisuuteen. [Resurs Retail Report](#) -raporttiin sisältyy myös vastaava luettelo verkkokaupan osalta sekä runsaasti ajatuksia ja vinkkejä asiakasuskollisuuden rakentamiseksi.

1. Tunsin itseni tervetulleeksi ja arvostetuksi
2. Ostaminen oli joustavaa ja helppoa

RESURS BANK

Resurs on johtava pohjoismainen erikoispankki, joka tarjoaa maksu- ja rahoituspalveluita vähittäiskaupan toimijoille ja näiden asiakkaille. Tarjoamme yrityksille ja yksityishenkilöille laina-, säästö- ja maksuratkaisuja. Meillä on yli 40 vuoden kokemus vähittäiskaupan alalta, ja teemme ostamisesta nopeaa, helppoa ja turvallista sekä verkkokaupassa että myymälöissä. Meille asiakaskokemus on keskeinen asia: teemme hauskaa totta ja vaikeasta helpompaa. Asiakkainamme on tällä hetkellä noin 6 miljoonaa kuluttaja-asiakasta, ja meillä on yli 700 työntekijää Pohjoismaissa.

3. Sain neuvontaa/apua/vinkkejä
4. Minun oli mahdollista esittää kysymyksiä ja sain apua
5. Oli helppo löytää itselleni sopiva tuote
6. Valitsemani tuotteen hinta-laatusuhde oli hyvä
7. Sain harkita ja päättää rauhassa
8. Koin yhteenkuuluvuutta ja ystävällisyyttä
9. Sain selkeää tuotetietoa
10. Oloni oli rauhallinen ja turvallinen

Tilaa Resurs Retail Report -raportti [täältä](#).

Taustaa: Resursin pohjoismainen kuluttajatutkimus

Resurs toteutti tutkimuksen yhteistyössä Kantar Sifon kanssa. Tutkimusta varten tehtiin yhteensä 4110 haastattelua Norjassa, Tanskassa, Ruotsissa ja Suomessa. Analyysit antavat tietoa siitä, mitkä tekijät lisäävät kuluttajien asiakasuskollisuutta esimerkiksi kodinelektroniikan, vaate-/kenkäkaupan ja rakennus-/puutarhatarvikkeiden alalla. Resurs on toiminut jo pitkään muun muassa näillä aloilla ja haluaa nyt syventää ymmärrystä niistä vaikuttimista, jotka saavat asiakkaan palaamaan aina uudestaan samaan myymälään tai verkkokauppaan.

Lisätietoja antavat:

Anette Konar Rippe, CMO, Resurs Bank, anette.konarrippe@resurs.se, +46 707 126 351

Anna Naucler, CCO, Resurs Bank, anna.naucler@resurs.se, +46 709737255

RESURS BANK

Resurs on johtava pohjoismainen erikoispankki, joka tarjoaa maksu- ja rahoituspalveluita vähittäiskaupan toimijoille ja näiden asiakkaille. Tarjoamme yrityksille ja yksityishenkilöille laina-, säästö- ja maksuratkaisuja. Meillä on yli 40 vuoden kokemus vähittäiskaupan alalta, ja teemme ostamisesta nopeaa, helppoa ja turvallista sekä verkkokaupassa että myymälöissä. Meille asiakaskokemus on keskeinen asia: teemme hauskaa totta ja vaikeasta helpompaa. Asiakkainamme on tällä hetkellä noin 6 miljoonaa kuluttaja-asiakasta, ja meillä on yli 700 työntekijää Pohjoismaissa.