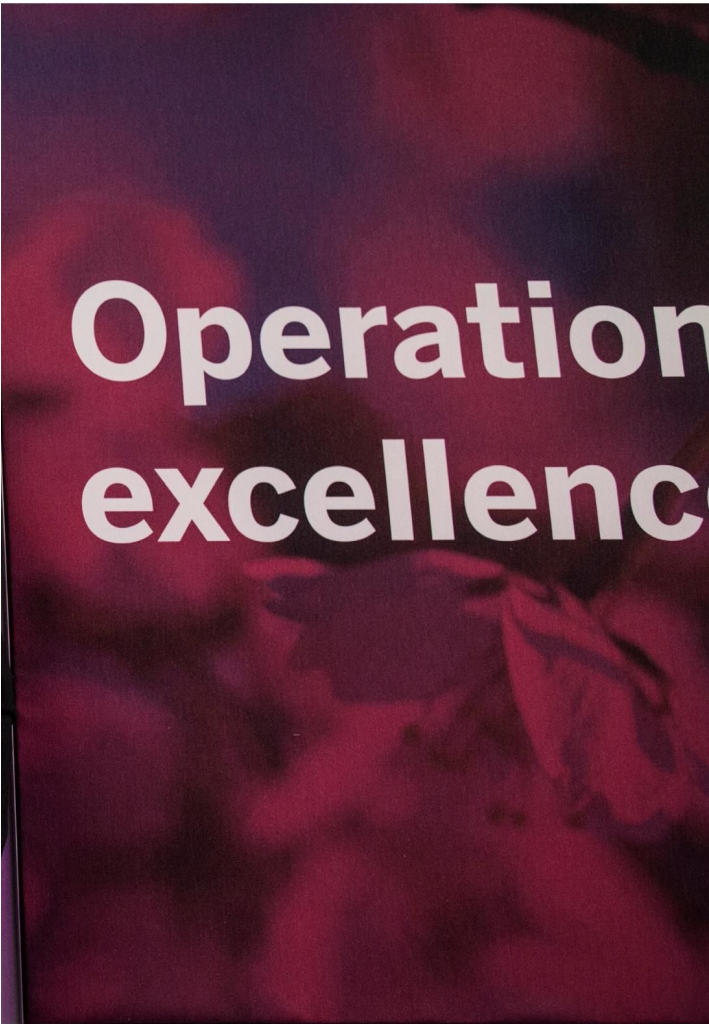




Palvelua TUNTEELLA

Teksti **Verna Julkunen/Otavamedia OMA**
Kuvat **Niklas Meltio**



Työvaatteita, mattoja, saippua- ja käsipyyhe-automatteja, teollisuuspyyhkeitä, ravintola-, hotelli- ja hoitoalan tekstiilejä. Lindströmin tuotteet ovat valtaosalle suomalaisista tuttuja.

Mutta firma ponnistaa paljon pitemmälle, ja siksi meneillään on iso palvelukulttuurin muutos, jossa ventiloinnilla-kin tarkoitetaan jotain muuta kuin tuuletusikkunoiden avaamista.

– Palvelu on aina ollut jokapäiväistä leipäämme, mutta nyt keskitymme erityisesti asioihin, jotka tekevät asiakkaan ja hänen asiakkaansa arjesta helpompaa kertoo Lindströmin Vice President **Pasi Saarinen**.

Yritys on viemässä läpi palvelukulttuurin muutosta, jonka ytimessä on yksilöllinen asiakaskokemus. Tavoitteena ei ole sen enempää tai vähempää kuin olla Suomen paras palvelualan yritys. Palvelukulttuurin muutosta rakennetaan yhdessä muotoilutalo Roger Studion kanssa muun muassa asiakaskokemuksen johtamisen keinoin.

”Meidän täytyy pystyä tuottamaan tunne-elämyksiä asiakkaille.”

Plakkarissa on jo tuore palkinto Suomen parhaasta myyntiorganisaatiosta vuonna 2018.

”Myynnin määrä, teho ja asiakas-tyytyväisyys on kehittynyt erinomaisesti, mikä on osoitus siitä, että olemme tehneet asiakastyötä oikein”, Saarinen iloitsee.

Myyntistrategiassa keskitytään kahteen segmenttiin, on Fast track, jolle tarjotaan helppoja esimerkiksi sähköisiä palveluita, sekä HighValue -asiakkaat, joita palvelullaan mahdollisimman yksilöllisesti.

Tunteiden merkitys on tulevaisuuden liiketoiminnassa nykyistä suurempi, sillä ammattiosaamisen lisäksi empatiakyky on tärkeää.

”Meidän täytyy pystyä tuottamaan tunne-elämyksiä asiakkaille”, Saarinen haastaa.

Yksilöllinen palvelu saa asiakkaan kukoistamaan

Lindströmillä huolehditaan ihmisistä työssä. Joustavilla ja asiakkaan arkea hel-

Ilmiö



MIKA RAULAS
Partner, Business Designer
Roger Studio

Tuotanto- lähtöisestä asiakas- lähtöiseksi

LINDSTRÖM SUOMEN palvelukulttuurin muutosta rakennetaan yhdessä liiketoiminnan, palvelujen ja teknologian muotoilutalo Roger Studion kanssa.

Edelläkävijän asiakas-kokemuksen rakentaminen vaatii uudenlaisen palvelukulttuurin ja asiakas-lupauksen rakentamista. Liiketoiminnan uudistamista kannattaa tehdä tulevaisuuden ilmiöistä ja asiakkaan polusta lähtien, "outside in". Näin teet asiakkaan arjesta helpompaa, autat asiakkaita menestymään ja loistamaan omilla yhteisöissään.

"Erottava asiakas-kokemus rakennetaan myös hyvän henkilöstökokemuksen avulla. Muotoile henkilöstöprofiilit palvelemaan eri asiakaspersoonien tarpeita. Rakenna asiakkaalle huippuhetket ("signature moments") oikeisiin kohtaamispisteisiin ja kanaviin, ja luo vahvoja tunnekokemuksia. Mittaa ja muuta asiakkaan käyttäytymistä", kehottaa **Mika Raulas**, Roger Studion partneri ja business designer.

pottavilla tekstiilipalveluilla parannetaan asiakkaiden turvallisuutta, hygieniaa ja yrityskuvaa. Lindströmillä työskentelee yli 4300 ihmistä Euroopassa ja Aasiassa. Konsernin vuoden 2018 liikevaihto oli 387 miljoonaa euroa. 170-vuotiaan yrityksen visiona on olla yritys, jonka sitoutuneet työntekijät tuottavat erinomaisen asiakaskokemuksen.

Lindströmin tarinassa näkyy omistajien arvomaailma sekä pitkäjänteinen tapo toimia. Niin asiakkuudet kuin työurat ovat Lindströmillä pitkiä.

Jokainen lindströmiläinen tekee työtä henkilökohtaisesti asiakkaalle ja yhdessä tämän kanssa.

Palvelukulttuurin muutos kiteytyy ihmisiin: ei ole henkilöstöä tai asiakkaita, olemme kaikki ihmisiä ja yksilöitä.

"Asiakkuuksien painopiste on asiakasorganisaation liiketoiminnan sekä siellä työskentelevien yksilöiden henkilökohtaisessa kehitymisessä. Palvelulupauksemme on, että teemme arjesta helpomman ja sinusta alasi arvostetuimman asiantuntijan", Saarinen kertoo.

"Haluamme, että asiakkaamme onnistuvat yksilöinä ja että palveluitemme ansioista heidän aikaansa vapautuu siihen, mikä saa heidät loistamaan."

"Haluamme, että asiakkaamme onnistuvat yksilöinä."

Palveluviennillä kansainvälistä kasvua

Lindström on perheyritys, ja voimakkaasti kasvava kansainvälinen yhtiö. Tavoitteena on laajentua maantieteellisesti ja kasvattaa markkinaosuutta pitkäjänteisesti. Menestyksen taustalla on vahvasti konseptiohjattu toiminta, joka varmistaa toiminnan laadun, yhdenmukaisen palvelun ja vastuullisuuden kaikissa toimintamaissa.

Tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että uuteen kohtemaahan viedään asiakaslähtöinen palvelukonsepti ja seiniin satsataan vasta kun palvelu vetää.

"Meidän funktiomme on palvelu, ja teemme palveluvientiä. Trendit vievät sii-





hen suuntaan, että miksi omistaa tekstiiliä, kun sen voi palveluna vuokrata – alustatalouden myötä palvelu on se tärkein asia”, Saarinen avaa menestyksen taustoja.

Innovointia ja ventilointia

Pasi Saarinen puhuu paljon palvelukulttuurin muutoksesta. Sitä rakennetaan niin, että asiakas on aina keskiössä. Palveluasenne on aina ollut Lindströmin DNA:ssa, mutta nyt yritys on muuttanut palvelukulttuuriaan vieläkin yhteisöllisemmäksi ja henkilökohtaisemmaksi.

”Ei keskitytä siihen, mitä kaikkea olemme tehneet asiakkaan eteen, vaan kuinka hyvin olemme ottaneet asiakkaan yksilölliset tarpeet huomioon.”

Yksi uudenlainen tapa rakentaa asiakkuutta ovat yhteiset ideointi- ja innovaatio-työpajat asiakkaan kanssa. Niissä on ideaa tuottaa uusia, arkea helpottavia palveluita sekä omalle asiakkaalle että tämän asiakkaalle.

Yhdessä tekemistä on ollut aina, mutta tapa on uusi. Työpajoissa päästään kasvokkain kertomaan näkemyksiä, kehitys-

”Trendit vievät siihen suuntaan, että miksi omistaa, kun sen voi palveluna vuokrata.”

ideoita ja ”ventiloimaan” kuten Saarinen kuvailee.

Palaute on ollut pelkästään myönteistä. Innovaatio-työpajojen tuloksena on jo syntynyt uusia tuotteita, muun muassa panttilinen ostoskassi.

Lindströmillä on valmius järjestää 300–400 työpajaa vuodessa. Lindström Suomen asiakaskunta on laaja kattaus suomalaisista yrityksistä, joten heillä on yhdessä tekemisen myötä valtavasti tietoa yritysten arjesta.

Jatkossa työpajoja on tarkoitus kehittää yhteisöksi, sillä suunnitteilla on Lindström Lounge, Suomen suurin business to business -yhteisö eri toimialoille. •