

CASE STUDY

Vahvoja asiakassuhteita mieleenpainuvien asiakaskokemusten avulla

1. Haaste

Miten Amos Rex voi varmistaa nykyisten kävijöiden tyytyväisyyden ja sitä kautta luoda edellytykset kasvattaa käyntimääriä ja saada uusia kävijöitä? Asiakaspalvelun omien havaintojen lisäksi haluttiin saada lisätietoa ja kokonaisvaltainen näkymä kävijäkokemuksesta ja miten sitä on mahdollista hioa entistä paremmaksi.

2. Lähestymistapamme

Tutkimuksen viitekehikkona käytettiin Kantarin globaalisti validoimaa TRI*M-menetelmää asiakassuhteiden kehittämiseen. Analyysi kertoo kuinka vahvoja asiakas-/kävijäsuhteet ovat sekä tunnistaa ja tuo esille kaikkein tärkeimmät asiat asiakkaiden kokonaiskokemuksessa – niin vahvuudet kuin kehittämiskohteetkin.

3. Löydös

Amos Rex sai hyvää tutkimustietoa ja näkemyksiä siitä, miten se on onnistunut valitsemisissa keskeisissä painopistealueissa Osa vahvasti Amos Rexin omia käsityksiä, osa taas kumosi niitä.

4. Hyödyntäminen

Amos Rex sai vahvistusta päätöksentekoon. Konkreettisesti tehtiin esim. muutoksia lipunmyyntiin ja lipunmyyntiaulan rakenteisiin. Tilaratkaisusta tuli toimivampi ja jatkotutkimuksessa kävijäpolku saikin parempia arvosanoja.

”

Koemme vuosittaisen tutkimuksen hyödyllisenä – voimme seurata, arvioida ja kehittää toimintaamme tutkimustyökalun avulla.

”

Viestintäpäällikkö Lia Palovaara,
Amos Rex



Kuva: Tuomas Uusheimo / Amos Rex