



Arena Interactive kolminkertaisti verkkoliidinsä chatin avulla

Aki Hankaniemi

CEO at Arena Interactive Oy

Kylmä lomake on kylmä lomake, eikä sellaisenaan kovin tehokas. Sen tiesi myös Arena Interactiven myynnistä ja markkinoinnista vastaava johtaja Aki Hankaniemi törmätessään Finnchatin chat-palveluun.

Arena Interactive otti Finnchatin palvelun käyttöönsä tammikuussa 2014. Ensin yritys tarjosi chattia sivuillaan neljän kuukauden ajan ja sitten jätti sen hetkeksi pois. Lopputulos: chatin kautta liidejä tuli kolme kertaa enemmän kuin ilman sitä. ”Sen jälkeen uskalsimme investoida. Chat maksaa itsensä hyvin takaisin. Meidän kokoisella liiketoiminnalla yksi chatin kautta tuleva kauppa kuukaudessa kattaa kustannukset”, Hankaniemi sanoo.

Arena Interactivelle chatin tarkoitus on ennen kaikkea parantaa myyntiä verkossa.

”On erittäin tärkeää, että saamme verkkosivuiltamme kiinni liidejä, joita sinne on ohjattu Google-markkinoinnilla. Nyt olemme saaneet asiakaskontaktien määrän maksimoitua.”

Arena Interactive tarjoaa asiakkailleen mobiiliviestinnän palveluita, jotka tehostavat yritysten myyntiä, markkinointia, asiakaspalvelua ja viestintää. Asiakkaat siis useimmiten tietävät jo valmiiksi, mitä ovat etsimässä Arena Interactiven sivuilta. Mutta koska B2B-kaupassakin myynti on enenevässä määrin siirtynyt verkkoon, ei enää riitä, että sama tarjouspyyntölomake homehtuu sivuilla iät ja ajat. Asiakkaita on pystyttävä palvelemaan paremmin.

”Kylmän lomakkeen täyttäminen koetaan turhauttavaksi. Kun tietoa etsii verkosta, chat on normaalia matalampi kynnyksensä saada asiakaskontakti kiinni. Sitä kautta saadaan yhteystiedot helposti lisättyä myyntiputkeen”, Hankaniemi kertoo.

“(...) yksi chatin kautta tuleva kauppa kuukaudessa kattaa kustannukset”

FINNCHAT

**”Finnchat sai nopeasti kiinni meidän asiastamme.
Ja kun liidejä on tullut, niin voi sanoa,
että keskustelu on pääsääntöisesti ollut tosi hyvää.
Sellaista kuin yhdessä sovittiin.”**

Hankaniemi kiittelee erityisesti chat-palvelun käyttöönoton nopeutta ja helppoutta. Arena Interactiven ja Finnchatin yhteinen alkupalaveri kesti pari–kolme tuntia. Sen perusteella Finnchat koulutti chat-asiakaspalvelijansa vastaamaan Arena Interactiven liiketoimintaan ja tuotteisiin liittyviin kysymyksiin sekä generoimaan hyvät liidit eteenpäin. Myös teknisesti chatin käyttöönotto oli nopeaa ja yksinkertaista.

Chatin pyörittäminen ei vie Arena Interactiven omalta henkilöstöltä käytännössä lainkaan aikaa, koska Finnchat huolehtii kaikista chatin henkilöstöresursseihin liittyvistä asioista.

”Liidit tippuvat minulle, minä käsittelen ne ja jaan myyjille. Se ei oikeastaan vaadi mitään muuta”, Hankaniemi kuvailee. Joskus chat-asiakaspalvelijalta saattaa tulla Hankaniemelle liidi, joka ei ole sovitun mukainen. Silloin siitä ei tarvitse myöskään maksaa. Hankaniemen mukaan yhteydenpito ja chat-palvelun kehittäminen yhdessä Finnchatin kanssa toimii hyvin.

**”Finnchatin hinnoittelu on ylläpito ja liidi -pohjainen.
Silloin maksamme vain oikeasti hyvistä
ja relevanteista liideistä.”**

Kaiken lisäksi myös Arena Interactiven asiakkaat ovat panneet chatin merkille ja antaneet siitä positiivista palautetta. Se on tärkeää digimaailmassa toimivalle yritykselle.

”Chat on kuin meidän kivijalkaliikkeen tiski tai neuvontapiste. Sinne asiakas voi heittää, että tarvitsee tietoa jostakin asiasta, voisiko joku soittaa hänelle. On positiivista, että meillä on nopea kanava, johon voi laittaa viestiä”, Hankaniemi kehuu. ”Jotkut asiakkaat ovat kysyneet, että mistä tuollaisen palvelun saa, mekin haluamme ostaa.”

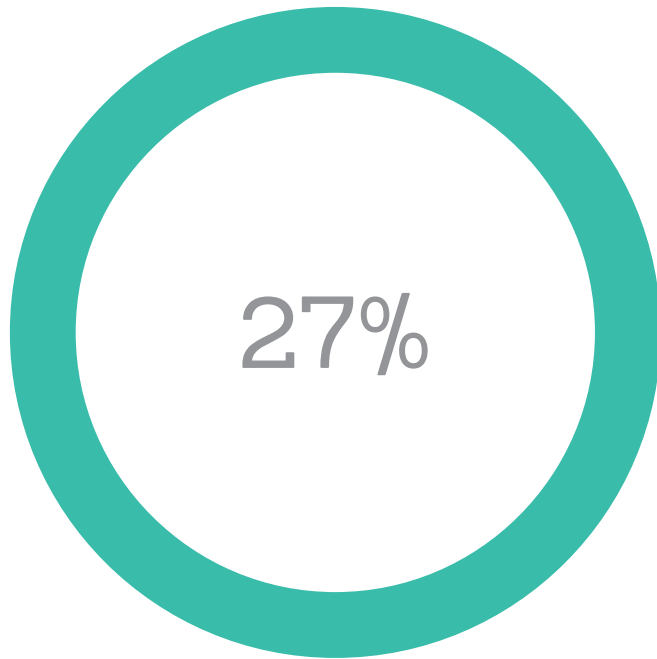
”Liidit tippuvat minulle, minä käsittelen ne ja jaan myyjille. Se ei oikeastaan vaadi mitään muuta”

Joskus chat-asiakaspalvelijalta saattaa tulla Hankaniemelle liidi, joka ei ole sovitun mukainen. Silloin siitä ei tarvitse myöskään maksaa. Hankaniemen mukaan yhteydenpito ja chat-palvelun kehittäminen yhdessä Finnchatin kanssa toimii hyvin. ”Finnchatin hinnoittelu on ylläpito ja liidi -pohjainen. Silloin maksamme vain oikeasti hyvistä ja relevanteista liideistä.”

Kaiken lisäksi myös Arena Interactiven asiakkaat ovat panneet chatin merkille ja antaneet siitä positiivista palautetta. Se on tärkeää digimaailmassa toimivalle yritykselle.

”Chat on kuin meidän kivijalkaliikkeen tiski tai neuvontapiste. Sinne asiakas voi heittää, että tarvitsee tietoa jostakin asiasta, voisiko joku soittaa hänelle. On positiivista, että meillä on nopea kanava, johon voi laittaa viestiä”, Hankaniemi kehuu. ”Jotkut asiakkaat ovat kysyneet, että mistä tuollaisen palvelun saa, mekin haluamme ostaa.”

Keskimääräinen
konversio



chat-liidejä
kuukaudessa



”Kokeile palvelun
nopeutta”



CHAT DEMO