

**Opettajan
materiaali**
myyjänvastuun
opetukseen 2023

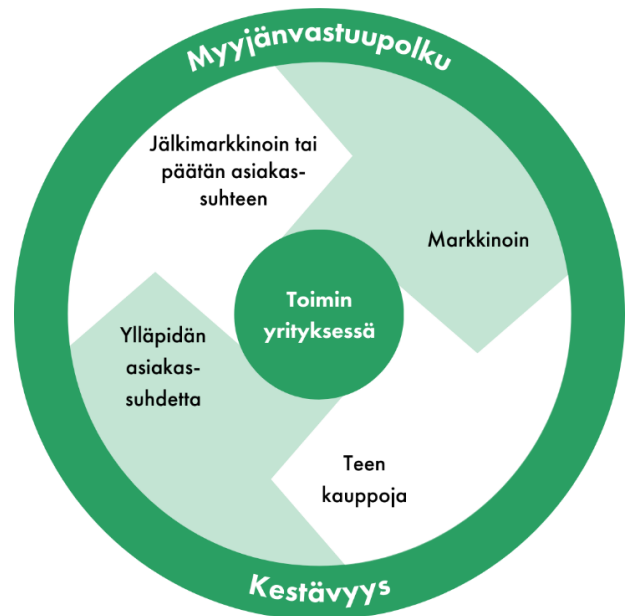
KKV Kampus

Myyjänvastuupolun yleinen esittely

Myyjänvastuun aineistopankki sisältää oppimistehtäviä ja opetusvinkkejä myyjänvastuun opettamiseen. Aineistopankin tehtäviä voi käyttää koko toisen asteen opintojen ajan eri kursseilla, joissa opiskellaan kuluttajansuojan liittyviä asioita. Osa tehtävistä soveltuu myös käytettäväksi yrittäjyyskasvatuksessa. Tämä paketti sisältää kokoavia oppimistehtäviä ja opetusvinkkejä myyjänvastuun opettamiseen.

Tehtävät on jaoteltu myyjänvastuupolun viiden askeleen mukaisesti. Esimerkkejä myyjänvastuupolun askeleiden sisällöistä:

- 1 **Toimin yrityksessä:** Kaupankäynti ja arvot toiminnan taustalla, yrityksen arvot, visio ja missio. Kestävyys ja eettiset toimintatavat. Liiketoimintasuunnitelmat.
- 2 **Markkinoin:** Markkinoinnin ja roolien tunnistettavuus, kohderyhmien huomiointi, hyvä tapa, tuotteesta annettavat tiedot, sopimattomat menettelyt.
- 3 **Teen kauppvoja:** Kivijalkakaupan myynti, verkkokauppa, etämyynti, kotimyynti, sopimukset, maksutavat.
- 4 **Ylläpidän asiakassuhdetta:** Virhe- ja viivästystilanteiden asianmukainen hoitaminen, takuu, reklamaatio ja asiakaspalaute, huolto, käytön tuki, laskutus ja sopimusehtomuutokset.
- 5 **Jälkimarkkinoin tai päätän asiakassuhteen:** Laskutus, perintä, sopimuksen päättäminen, asiakaspalaute, jälkimarkkinointi.





Myyjänvastuupolun askel 1: *Toimin yrityksessä*

Myyjänvastuupolun ensimmäisellä askeleella opitaan työelämässä tarvittavia metataitoja, tunnistetaan oma rooli yrittäjänä ja havainnoidaan omaa toimintaa ohjaavia tekijöitä. Lisäksi käsitellään liiketoimintasuunnitelman tekemistä.

Tavoiteltava osaaminen

Myyjä

- toteuttaa yrityksessä myyjänvastuun huomioivaa päätöksentekoa sekä tunnistaa omaa käyttäytymistään ja sitä ohjaavia tekijöitä liiketoiminnassa
- tunnistaa, milloin toimii markkinoilla kuluttajakauppaa tekevässä yrityksessä
- hahmottaa omaa liiketoimintamalliaan myyjänvastuun näkökulmasta
- tuntee omaan liiketoimintaan kuuluvat tuotteet ja palvelut sekä liiketoimintaympäristönsä myyjänvastuun toteuttamisen näkökulmasta
- käsittää, että yrityksen toimintaa koskevat velvoitteet suhteessa asiakkaaseen/ostajaan riippuvat siitä, tarjoaako yritys tuotteita kuluttajille vai toisille yrityksille.



Toimin yrityksessä -askeleella opetus suunnitellaan

- motivoimaan yrityksessä työskentelevää lainmukaiseen päätöksentekoon
- motivoimaan myyjää tunnistamaan ja arvioimaan omaa toimintaansa
- kehittämään myyjätaitoja ratkaista myyjänvastuuseen liittyviä ongelmatilanteita.

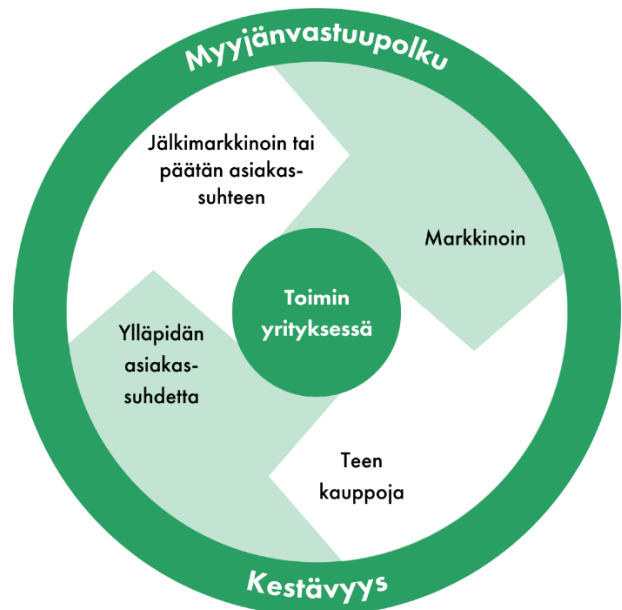
Tehtävä 1) Tunnetko myyjänvastuun?

Myyjänvastuulla tarkoitetaan sitä, että elinkeinonharjoittaja toimii kuluttajansuojalainsäädännön velvoitteiden mukaisesti. Kuluttajakaupassa myyjänvastuun toteuttaminen on maineen- ja riskienhallintaa. Yrityksen on menestyäkseen tarpeen hankkia yritykseensä riittävästi henkilöstöä, joka hallitsee kuluttajansuojan periaatteet ja soveltamiskäytännöt.

 Tutustu kuvioon myyjänvastuupolusta. Kuvion keskellä olet sinä yrityksessäsi tai työsi kautta. Laadi visualisoitu tai kirjallinen kuvaus omasta roolistasi kuluttajakaupan toteuttajana. Käytä pohdinnoissasi seuraavia teemoja ja omia kokemuksiasi:

- pakottava lainsäädäntö
- noudattamatta jättämisen seuraukset
- elinkeinonharjoittajan velvoitteet suhteessa kuluttajaan
- kuluttajaviranomaiset ja niiden tehtävät.

 ”Kuluttajat suosivat luotettavaa kauppakumppania eli yritystä, joka toimii lain edellyttämällä tavalla.” Pohdi, miten ja miksi myyjänvastuun tunteminen kuuluu yrityksessä toimivan keskeiseen osaamiseen.



Tehtävä 2) Omat tuotteet ja palvelut tutuiksi

Ajattele omaa työtäsi yrityksessä tai kuvittele olevasi yrityksen palveluksessa. Pohdi myyntiprosessia. Käytä apunasi myyjänvastuupolun kuvaa.

- Mitä myytte: tuotetta, palvelua vai näiden yhdistelmää?
- Missä myytte: verkossa, kivijalkakaupassa vai yhdistelmänä?
- Miten myynti etenee suunnittelusta eteenpäin: markkinointi, myynti, asiakassuhteen hoito, asiakassuhteen päättäminen ja jälkimarkkinointi?

Tehtävä 3) Miten yrityksen arvot ja asenteet liittyvät myyjänvastuuseen?

Markkinoilla pärjäävät yritykset, jotka hahmottavat roolinsa ja suunnittelevat toimintansa alusta alkaen myyjänvastuun tuntien ja tuntevat kuluttajansuojalainsäädännön velvoitteet. Vastuullisuus ja kestävyys markkinoinnissa ja yrityskuvan luomisessa ovat itsestäänselvyys. Ne näkyvät myös myyjänvastuun toteuttamisessa.



Kuvittele, että sinulla on yritys. Vastaa kysymyksiin ottaen huomioon sosiaalinen, taloudellinen ja ekologinen kestävyys.

- 1 Mitkä ovat yrityksen arvot? Nimeä kolme tärkeintä yritystoimintaa ohjaavaa arvoa.
- 2 Miksi yritys on valinnut juuri nämä arvot?
- 3 Miten arvot näkyvät yrityksen a) tuotteissa b) palveluissa c) asiakkaan kohtaamisissa, anna esimerkkejä?



Pohdi, miten arvot vaikuttavat työntekijöiden asenteisiin myyjänvastuun kantamisessa ja hyvän asiakaspalvelun aikaansaamisessa.

Tehtävä 4) Pimeät käytännöt tutuksi

Verkkopalvelujen suunnittelussa hyödynnetään usein kuluttajille tyypillisiä ajatusvinoumia ja tuuppausta (nudging) kohti toivottua toimintaa, hyvässä tai pahassa.



Tutustu esimerkkeihin pimeistä käytännöistä KKV Kampuksen kurssilla Pimeät käytännöt tutuksi: <https://kkv-kampus.fi/course/view.php?id=112>



Ota selvää ja pohdi:

- Mitä pimeät käytännöt tarkoittavat?
- Mitkä annetuista esimerkeistä olivat sinulle entuudestaan tuttuja?
- Mitä pimeisiin käytäntöihin liittyviä hyötyjä ja haittoja keksit myyjän näkökulmasta?



Myyjänvastuupolun askel 2: *Markkinoin*

Myyjänvastuupolun toinen askel käsittelee markkinointia, sen suunnittelua ja toteutusta. Aiheita ovat mainonnan tunnistettavuus, kohderyhmien huomioiminen ja kuluttajille kerrottavat tiedot tuotteista.

Markkinoin-askeleella muodostuu käsitys vastuullisen ja läpinäkyvän markkinoinnin toteuttamisesta. Myyjää autetaan tunnistamaan, nimeämään ja käyttämään erilaisia markkinointikeinoja sekä huomioimaan kuluttajansuojan vaatimukset markkinoinnissa.

Myyjän vastuulla on todenmukaisen ja kattavan tiedon tuottaminen tuotteista, palveluista ja niiden yhdistelmistä.

Myyjän tulee suunnitella ja toteuttaa markkinointi ja myyntitoimenpiteet kuluttajille tunnistettavasti ja läpinäkyvästi.



Tavoiteltava osaaminen

Myyjä

- suunnittelee ja toteuttaa markkinointinsa ja myyntitoimenpiteensä tunnistettavasti ja läpinäkyvästi ja ottaa huomioon erilaiset kuluttajaryhmät
- tuntee tietojenantovelvollisuutensa, markkinoinnin säädökset ja niiden soveltamiskäytännöt, noudattaa niitä ja osaa tarvittaessa etsiä niistä tietoa varmistaen kuluttajalle mahdollisuuden tehdä monipuolisia ja kestäviä valintoja tarjolla olevista tuotteista ja palveluista.

Markkinoin-askeleella opetus suunnitellaan

- motivoimaan myyjää tuottamaan luotettavaa tietoa suunnittelemistaan tuotteista ja palveluista
- motivoimaan myyjää suunnittelemaan ja toteuttamaan markkinoinnin ja myyntitoimenpiteet kuluttajille tunnistettavasti ja läpinäkyvästi.

Tehtävä 1) Kaupallinen viestintä tutuksi

Kaupallinen viestintä on osa myyntiprosessia, jossa herätetään kuluttajan kiinnostus. Sen avulla markkinoija antaa kuluttajalle tietoa tuotteesta tai palvelusta ja kaupan ehdoista. Kaupallisen viestinnän on oltava tunnistettavissa markkinoinniksi esitystavasta ja mainosvälineestä riippumatta.



Tutki kaupallista viestintää ja etsi

- huomion kiinnittäjiä ja mainonnan keinoja
- tuotteen tai palvelun tietoja
- kaupan ehtoihin liittyviä tietoja.



Havainnoi ja arvioi, miten kaupallisessa viestinnässä kuluttajan ja kaupasta sopimisen näkökulmasta tärkeät tiedot olivat esillä.

Tehtävä 2) Markkinointi ja valvonta

 Millaisiin asioihin kuluttaja-asiamies on puuttunut markkinoinnissa? Tutustu seuraaviin esimerkkeihin:

Markkinointi Aku Ankka -lehdessä (kuluttaja-asiamiehen ratkaisu): <https://www.kkv.fi/paatokset/kuluttaja-asiat/markkinointi-aku-ankka-lehdessa/>

Markkinoinnin virhetilanteet (kuluttaja-asiamiehen linjaus): <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/markkinointi-alennukset-ja-hinnan-ilmoittaminen/markkinointi-ja-menettely-asiakassuhteessa/mainoksen-virheen-oikaisu/>

 Ota selvää, miten huomioit markkinoinnissa sekä mainonnan suunnittelussa ja toteutuksessa erityistä suojaa tarvitsevat kuluttajaryhmät.

Tehtävä 3) Kaupallisen viestinnän pelisäännöt pätevät myös verkkokaupassa

Epäonnistunut mainonta johtaa valituksiin. Kuluttaja voi reklamaatiossaan vedota markkinoinnissa annettuihin tietoihin, tietojen puutteisiin, virheisiin tai harhaan johtamiseen. Samat säännöt pätevät myös verkkokaupassa.



Selvitä KKV Kampuksen kurssilta **Verkkokaupan tiedonantovelvoitteet – osa 1**: <https://kkv-kampus.fi/course/view.php?id=97>

Mitä tarkoittaa myyjän tiedonantovelvollisuus verkkokaupassa?

- Mitä tarkoittaa se, että markkinointi ei saa olla hyvän tavan vastaista?
- Mitä tarkoittaa se, että markkinoinnissa ja asiakassuhteessa ei saa käyttää sopimatonta menettelyä (esim. harhaanjohtaminen ja aggressiivinen menettely)?
- Mitä tietoja verkkokauppiaan on kerrottava kuluttajalle ennen sopimuksen syntyä?

Tehtävä 4) Vaikuttajien ja sosiaalisen median käyttö markkinoinnissa

Mainonnan tunnistettavuuden vaatimus koskee kaikkia kanavia ja muotoja, myös sosiaalista mediaa. Kuluttajalla on oikeus tietää, milloin häneen yritetään vaikuttaa kaupallisesti.



Pohdi, mitä tarkoittaa myyjän näkökulmasta, että kuluttajalla on oikeus tietää, milloin häneen vaikutetaan kaupallisesti.



Yritykset käyttävät somea markkinointikanavinaan. Lue ja tutustu vaikuttajamarkkinointikurssiin KKV Kampuksella: <https://kkv-kampus.fi/course/view.php?id=79>



Laadi visualisoitu tai muu kuvaus (esimerkiksi kuvakollaasi, sarjakuva, video, podcast tai blogi) omasta roolistasi markkinoinnin toteuttajana sosiaalisessa mediassa. Käytä pohdinnoissasi seuraavia teemoja ja omia kokemuksiasi:

- Kuka on vaikuttaja ja mitä eri nimityksiä vaikuttajista käytetään?
- Mitä vaikuttajamarkkinointi tarkoittaa mainonnan muotona?
- Anna esimerkkejä kanavista, joissa vaikuttajamarkkinointia käytetään.
- Miten ja milloin vaikuttajien tulee kertoa kaupallisesta yhteistyöstä?
- Käsittele kuvauksessasi myös vaikuttajamarkkinointia käyttävän yrityksen vastuuta.



Myyjänvastuupolun askel 3: *Teen kauppvoja*

Myyjänvastuupolun kolmannella askeleella käsitellään kaupan tekoa. Myyjän ja ostajan kannalta kauppa on aina sopimus, jota kumpikaan ei noin vain voi muuttaa. Myyjällä on tiedonantovelvollisuus, joka alkaa markkinoinnista, jatkuu ostotilanteessa ja koko asiakassuhteen ajan. Myyjän osaamiseen kuuluu muun muassa kivijalkakaupan ja verkkokaupan erityispiirteet ja niihin liittyvät sopimukset ja maksutavat.

Teen kauppvoja -askeleella muodostetaan käsitys myyjän oikeuksista ja vastuista kuluttajakaupassa, lisätään myyjän valmiuksia toimia yrityksen asiantuntijan roolissa kaupantekotilanteessa sekä syvennetään osaamista maksutapojen tarjoamiseen ja laskuttamiseen liittyvissä asioissa.

Myyjä saa valmiudet suunnitella, järjestää ja toteuttaa maksuliikenteen kuluttajakaupan säännösten ja hyvän asiakaskokemuksen mukaisesti. Tämä askel syventää kuluttajalähtöistä ajattelua ja ymmärrystä siitä, kuinka luoda hyvä asiakaskokemus myyntitilanteessa.



Tavoiteltava osaaminen

Myyjä

- toimii säännösten mukaan kaikissa sopimussuhteissaan ottaen huomioon toimintansa kuluttajamarkkinoilla
- tuntee eri sopimustyytit, sopimusoikeuden periaatteet ja kuluttajasopimuksia koskevat säännökset ja osaa tarvittaessa etsiä tietoa kohtuullisten sopimusehtojen laatimiseen
- huolehtii sopimusehtojen kohtuullisuudesta, ymmärrettävyydestä ja saatavuudesta käyttämissään myyntikanavissa
- suunnittelee ja toteuttaa hinnan tai hinnoitteluperusteiden ilmoittamisen, sopimusehdot sekä maksamisen tavat säännösten mukaisesti ja asiakaslähtöisesti antaen kuluttajille mahdollisuuden taloudelliseen harkintaan
- suunnittelee, järjestää ja toteuttaa maksuliikenteen, maksujärjestelyt ja perinnän säännöksiä noudattaen.

Teen kauppvoja -askeleella opetus suunnitellaan

- motivoimaan myyjää antamaan kuluttajalle mahdollisuuden harkintaan, jotta kuluttaja voi hyödyntää voimavarojaan tarkoituksenmukaisesti ja hallita talouttaan kestävästi
- lisäämään myyjän osaamista esitellä maksutavat selkeästi ja näkyvästi
- lisäämään myyjän ymmärrystä, miten huomioida lainmukainen sopimuskumppanuus kuluttajakaupassa
- ohjaamaan myyjää suunnittelemaan, järjestämään ja toteuttamaan kuluttajakaupan maksuliikenteen säännösten ja hyvän asiakaskokemuksen mukaisesti
- aktivoimaan myyjää kuluttajalähtöiseen ajatteluun ja hyvän asiakaskokemuksen luomiseen.

Tehtävä 1) Kauppa on sitova sopimus

Kuluttajakaupassa myyjä ja kuluttaja sopivat kaupan ehdoista.

 Ota selvää, mitä seuraavat sopimukseen liittyvät asiat tarkoittavat:

- kaupan kohde
- hinta
- sopimuksen kesto: kertasopimus, määräaikainen tai toistaiseksi voimassa oleva
- toimitusaika ja maksuehdot
- sopimusrikkomusten seuraamukset
- sopimusehtojen muuttaminen
- sopimuksen irtisanominen ja purkaminen.

Tehtävä 2) Hinta ja kaupan kohde

Myyntitilanteessa myyjän tulee antaa kuluttajalle tiedot tuotteesta tai palvelusta ennen sopimuksen tekoa. Näiden tietojen tulee vastata markkinoinnissa annettuja tietoja.

 Ota selvää, mitä seuraavat käsitteet tarkoittavat:

- hinnan ilmoittaminen selkeästi
- myyntihinta ja sen ilmoittaminen
- yksikköhinta ja sen ilmoittaminen
- tavaroiden hinta vähittäismyyntipaikassa, näyteikkunassa ja verkkosivustoilla
- palveluiden hinnasto verkossa ja kivijalassa
- kauppaan liittyvät tai erikseen markkinoitavat palvelut
- hintatietojen antaminen koti- ja etämyynnissä
- hinnan pyöristäminen.

 Lisätietoja: KKV:n ohjeet hinnan ilmoittamiseen:

Hinnan ilmoittaminen <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/markkinointi-alennukset-ja-hinnan-ilmoittaminen/hinnan-ilmoittaminen/>

Tavaran ja palveluiden hinnan ilmoittaminen <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiemiehen-linjaukset/tavaroiden-ja-palveluiden-hinnan-ilmoittaminen/>

Tehtävä 3) Tunne kuluttajakaupassa käytettävät sopimustyytit

Myyjän ja ostajan kannalta kauppa on aina sopimus, jota kumpikaan ei noin vain voi muuttaa. Myyjän tiedonantovelvollisuus, joka alkoi markkinoinnista, jatkuu kaupantekovaiheessa. Myyjän osaamiseen kuuluu muun muassa kivijalkakauppa ja verkkokauppa erityispiirteineen. Kaupanteko on sopimusten tekoa ja maksamista.

 Tutustu KKV Kampuksen Myyjän askeleiden perusteet -kurssin "Markkinoin"-askeleeseen: <https://kkv-kampus.fi/course/view.php?id=72>.

 Etsi esimerkki joko tavarankaupaa koskevasta sopimuksesta tai palvelua koskevasta sopimuksesta.

Pohdi ja ota selvää:

- Mitä tarkoittaa sopimus ja sopimuksen ehdot?
- Millä tavoin sopimus sitoo myyjää/palveluntarjoajaa?
- Mitä tietoja tarvitset, kun laadit sopimusta?
- Mitä tarkoittaa sopimusehtojen kohtuullisuus?
- Miten sopimusehdot esitetään selkeästi?

Tehtävä 4) Maksaminen

Myyjän tehtävänä on järjestää kaupanteon maksamisratkaisut lainmukaisella tavalla.

 Tutustu seuraaviin aineistoihin:

Maksutavan valinta -video (KKV): <https://www.youtube.com/watch?v=HSZnNs4tEZc>

Pysyvätkö kuluttajat mukana maksamisen murroksessa? (Kuluttaja-asiamiehen blogi) <https://kuluttaja-asiamies.fi/2021/05/20/pysyvatko-kuluttajat-mukana-maksamisen-murroksessa/>

 Selvitä, mitä seuraavat käsitteet tarkoittavat ja miten ne eroavat toisistaan.

- Maksukortit
- Prepaid-maksukortti
- Verkkomaksu verkkopankkitunnuksilla
- Lähimaksaminen
- Maksaminen maksunvälityspalvelua käyttäen
- Maksaminen maksutoimeksiantopalvelua käyttäen
- Hyödykesidonnainen luotto
- Osamaksu
- Liittymän laskulla maksaminen
- Laskulla maksaminen
- Suoramaksu
- Maksupalvelu
- Käteinen raha
- Maksaminen mobiilipalvelulla

 Ota selvää, miten myyjän tulee menetellä

- periessään lisämaksua maksutavan perusteella
- antaessaan alennusta maksutavan perusteella
- periessään ennakkomaksua
- määritellessään laskun ajankohtaa.

 Kysymyksiin liittyvät aineistot kkv.fi-verkkosivuilla:

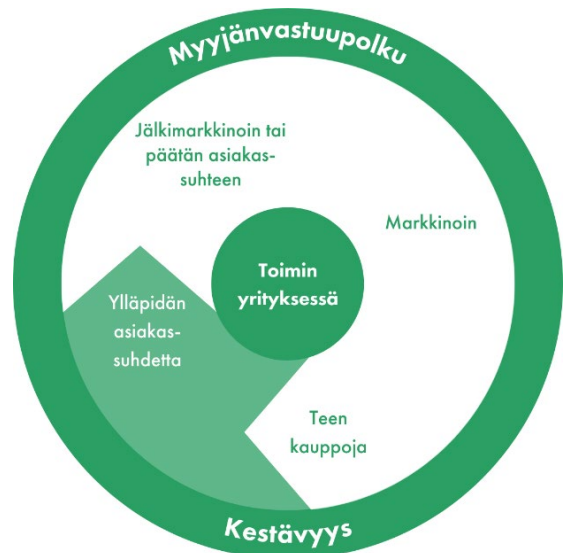
- 1 Maksutavan valinta <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/maksaminen-ja-laskutus/>
- 2 Kuitti <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/luotot-ja-maksaminen/maksaminen/kuitti/>
- 3 Kuluttaja-asiamiehen linjaus: Maksaminen verkkokaupassa <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/maksaminen-verkkokaupassa/>



Myyjänvastuupolun askel 4: *Ylläpidän asiakassuhdetta*

Myyjänvastuupolun neljäs askel liittyy asiakassuhteen ylläpitämiseen. Myyjän on reagoitava erilaisiin reklamaatio-, asiakaspalautte-, huolto- ja tukitilanteisiin. Tässä vaiheessa tulee esille, miten hyvin myyjänvastuupolun aiemmat vaiheet ovat sujuneet. Ylläpidän asiakassuhdetta -askeleella muodostuu käsitys asiakaspalvelun, asiakaspalautteiden ja reklamaation käsittelyn merkityksestä liiketoiminnalle. Askeleella lisätään valmiuksia toimia lainmukaisesti myyjän roolissa erilaisissa virhe-, viivästys- ja valitustilanteissa.

Askel ohjaa toimimaan kuluttajaoikeudellisen virhevastuun mukaisesti ja antamaan kuluttajalle lain edellyttämän hyvityksen sekä kannustaa avoimeen ja selkeään viestintään kaikissa asiakaspalvelutilanteissa. Laskutukseen liittyen ohjataan laskuttamaan ja huolehtimaan perinnästä säädösten mukaisesti sekä käsittelemään maksamiseen liittyvät reklamaatiot ja viivästykset asiaan kuuluvalla tavalla.



Tavoiteltava osaaminen

Myyjä

- tuntee asiakassuhdetta koskevat säännökset ja soveltaa niitä asiakaspalvelussaan ennen kaupantekoa, kaupanteon aikana ja sen jälkeen, alkaen yrityksen yhteystiedoista palvelukanaviin eri asiakasryhmille
- kehittää palveluprosesseja asiakasyhteydenottoihin, häiriötilanteisiin ja reklamaatioiden käsittelyyn sekä henkilöstönsä osaamista kuluttajan oikeuksista ja tunnistaa toimivaltuuksien merkityksen hyvän asiakaskokemuksen luomisessa
- hyödyntää kuluttajien käyttäjäkokemuksinaan jakamaa tietoa vastuullisesti ja erottaa asiakaspalautteen ja reklamoinnin
- tarjoaa asiakaspalvelua (mielellään useassa kanavassa)
- hoitaa reklamaatiot viivytystä.

Ylläpidän asiakassuhdetta -askeleella opetus suunnitellaan

- ohjaamaan myyjää suunnittelemaan, järjestämään ja toteuttamaan kuluttajakaupan maksujärjestelyt ja perinnän säännösten ja hyvän asiakaskokemuksen mukaisesti
- auttamaan myyjää hahmottamaan, millainen vika on virhe, josta myyjä vastaa ja mitkä asiat ovat ostajan vastuulla
- kannustamaan myyjää kuluttajapalautteen ja reklamaatioiden järjestelmälliseen käsittelyyn ja päätösten perusteluun
- lisäämään myyjän tietoa ja ohjaamaan käyttämään riidanratkaisuelimiä asianmukaisten toimintamallien mukaisesti.

Tehtävä 1) Asiakaspalvelun saavutettavuus

Asiakaspalvelussa hoidetaan kauppasopimukseen liittyviä asioita. Yrityksen tulee kertoa lain mukaan kuluttajalle yrityksen asiakaspalvelun yhteystiedot, jossa asiakas voi hoitaa sopimukseen, laskutukseen, huoltoon ja varaosiin, palvelun laatuun sekä mahdollisiin virheisiin liittyviä asioita.



Lue KKV Kampuksen asiakaspalvelukurssin ensimmäinen osa asiakaspalvelun saavutettavuudesta:
<https://kkv-kampus.fi/course/view.php?id=91>



Tutustu eri verkkokauppoihin ja arvioi, miten helposti kuluttajan on mahdollista hoitaa seuraavia asiakaspalveluun liittyviä asioita:

- sopimukset
- laskutus
- huolto ja varaosat
- palvelun laatu
- mahdollisiin virheisiin liittyvä asiointi.



Palauta mieleen onnistuneita ja epäonnistuneita kivijalkakaupan asiakaspalvelutilanteita. Keskustelkaa parin tai ryhmän kanssa kokemuksistanne.

- 1 Miten kuvaat asiakaspalvelua, jossa myyjä toimii vastuunsa tuntien?
- 2 Arvioi, mikä merkitys toimivalla asiakaspalvelulla on yrityskuvan luomisessa.

Tehtävä 2) Asiakaspalautteet ja reklamaatit haltuun

Asiakaspalvelulla sekä asiakaspalautteiden ja reklamaation käsittelyllä on suuri merkitys liiketoiminnalle.

 Tutustu, mitä palvelua yritys saa kuluttajaneuvonnasta, kun asiakas reklamoi: <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/neuvontaa-yrityksille-kuluttajaoikeudellisissa-asioissa/>

 Ota selvää:

- Mitä tarkoittavat yrityksen lisätuna tarjoamat vaihto- ja palautusoikeus sekä takuu?
- Mitä lisätietoja tarvitset viallisesta tuotteesta/palvelusta ennen kuin hyväksyt/hylkää reklamaation?
- Mitä keinoja myyjällä on vian korjaamiseksi?
- Mikä on kohtuullinen korjausaika?
- Miksi reklamaatioiden ja palautteiden vastuullinen käsittely on tärkeää yritykselle?

 Mitä tarkoittaa myyjänvastuun kannalta, jos kuluttaja haluaa

- antaa palautetta myyjän toiminnasta
- valittaa virheestä tai aiheettomasta laskusta.

Tehtävä 3) Reklamaatioapuri tutuksi

 Kuvittele, että olet asiakas, joka on ostanut yritykseltäsi

- tuotteen, joka ei toimi mainoksessa lupaamallasi tavalla
- palvelun, jonka lopputulos ei vastaa asiakkaan tilausta
- tuotteen kuukausiveloituksella ja asiakkaan lasku ei vastaa sovittua.

Siirry asiakkaan rooliin ja käytä reklamaatioapuria. Tee harjoitusreklamaatio KKV:n reklamaatioapurin avulla. Avaa apurin informaatioboksit aina, kun sellainen on tarjolla. Lopuksi perehdy apurin koostamiin reklamaatioihin ja pohdi, miten yrittäjänä niihin vastaisit. Reklamaatioapurin löydät osoitteesta <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/kuluttajaneuvonta/reklamaation-tekeminen-yritykselle/>

Tehtävä 4) Milloin tuotteessa tai palvelussa on virhe?

 Tutustu kuluttaja-asiamiehen linjaukseen virhevastuusta ja takuusta. <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/virhevastuu-ja-takuu-kulutustavaran-kaupassa/>

Selvitä:

- Miten takuu ja virhevastuu eroavat toisistaan?
- Millainen vika on virhe, josta myyjä vastaa ja mitkä asiat ovat ostajan vastuulla?

 Pohdi, miten virhevastuun tiedostaminen auttaa hyvän asiakaskokemuksen luomisessa.

Tehtävä 5) Maksujärjestelyt ja perintä

Maksu- ja perintäkäytäntöjen tulee täyttää lain vaatimukset.

 Katso KKV:n videot:

Ongelmia laskujen maksamisessa? <https://www.youtube.com/watch?v=CZs4U4bcMNc>

Vältä maksuhäiriömerkintää! <https://www.youtube.com/watch?v=O2lR3FX5d6l>

 Pohdi vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Mistä osista yrityksen laskutus koostuu?
- Miten laskuttaminen järjestetään käytännössä ja miten laskujen perinnässä voi edetä?
- Miksi laskutuksen ja perinnän selkeät ja läpinäkyvät toimintatavat ovat tärkeitä kuluttajalle ja yritykselle?
- Perintä etenee neljän vaiheen kautta. Mitä nämä vaiheet ovat? Tutustu ja tee aikajana perinnän etenemisestä vaiheittain.

 Kysymyksiin liittyvät aineistot:

1. Maksut, laskut ja perintä <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/perinta-ja-maksujarjestelyt/>

2. Maksujärjestelyt <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/perinta-ja-maksujarjestelyt/maksujarjestelyt/>

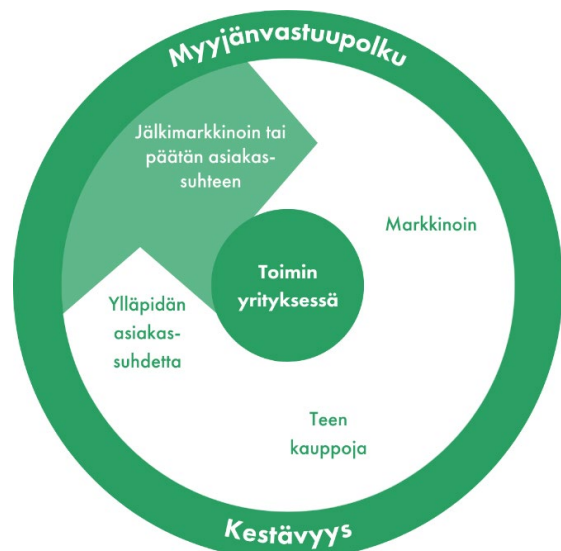


Myyjänvastuupolun askel 5: *Jälkimarkkinoin tai päätän asiakassuhteen*

Jälkimarkkinoin tai päätän asiakassuhteen -askeleella muodostuu käsitys siitä, että kuluttajanäkökulman huomioiminen on asiakasuskollisuuden kulmakivi.

Tavoitteena on, että myyjä ymmärtää jälkimarkkinoinnin merkityksen yritystoiminnalle ja osaa huomioida kuluttajasuojan siinä.

Myyjä oppii toimimaan sopimuksen muutos-, päättymis- ja irtisanomistilanteissa lain mukaan. Myyjä hahmottaa eri tilanteet sopimusten tuotteen tai palvelun elinkaaren päättyessä ja ymmärtää yrityksen vastuun ulottumisen myös tuotteen käytön päättymiseen. Tavoitteena on vahvistaa käsitystä siitä, mikä merkitys kuluttajalle on päivityksillä, huollolla ja asiakaspalvelulla.



Tavoiteltava osaaminen

Myyjä

- rakentaa luottamuksen ja asiakasuskollisuuden myyjänvastuun tuntemuksen avulla
- suunnittelee ja toteuttaa jälkimarkkinointinsa ja jatkomyyntitoimenpiteensä tunnistettavasti ja läpinäkyvästi, ottaen huomioon erilaiset kuluttajaryhmät.
- huolehtii asiakaspalvelun ja huollon saatavuudesta tuotteen tai palvelun elinkaaren loppupäässä
- toimii säännösten mukaan päättyvissä sopimussuhteissaan ottaen huomioon toimintansa kuluttajamarkkinoilla
- soveltaa eri sopimustyyppisiä, sopimusoikeuden periaatteet ja kuluttajasopimuksia koskevat säännökset tuntien ja osaa tarvittaessa etsiä tietoa kohtuullisten sopimusehtojen laatimiseen muutostilanteissa
- huolehtii sopimusehtojen kohtuullisuudesta, ymmärrettävyydestä ja saatavuudesta käyttämissään myyntikanavissa myös jälkimarkkinoidessaan tuotteitaan tai palveluitaan.

Jälkimarkkinoin tai päätän asiakassuhteen -askeleella opetus suunnitellaan

- aktivoimaan myyjää arvioimaan oman tuotetta tai palvelua kuluttajan näkökulmasta, kuten asiakaspalvelun tai huollon saatavuutta
- motivoimaan myyjää antamaan tietoa jälkimarkkinoinnin yhteydessä ja uuden sopimuskauden alkaessa läpinäkyvästi ja luotettavasti
- motivoimaan myyjää tuottamaan luotettavaa tietoa suunnittelemistaan tuotteista ja palveluista jälkimarkkinointia varten
- motivoimaan myyjää suunnittelemaan ja toteuttamaan markkinoinnin ja myyntitoimenpiteet kuluttajille tunnistettavasti ja läpinäkyvästi.

Tehtävä 1) Kuluttajakaupan jälkimarkkinoinnin muodot

Yrityksellä on monenlaisia markkinointitapoja, jotka sitouttavat ja houkuttelevat asiakkaan takaisin kaupantekoon. Asiakkuuden perusteella pidetään yhteyttä eri tavoin sekä kerätään asiakaspalautetta.

 Pohdi:

- Milloin päädytään ostamaan sama tuote uudelleen, milloin tilausta jatketaan?
- Mitä on jälkimarkkinointi?
- Miten kuluttajiin vaikutetaan jälkimarkkinoinnin keinoin?
- Miksi jälkimarkkinoinnissa tulee huomioida hyvä tapa ja läpinäkyvyys kuluttajalle?
- Miten myyjänvastuun huomioiminen asiakkaan ostopolkua suunniteltaessa edesauttaa asiakasuskollisuutta ja vähentää jälkimarkkinoinnin tarvetta?
- Mikäli asiakkuus päättyy, mitä tietoja asiakkailta kerätään ja minkälaista jälkimarkkinointia kuluttajalle voidaan kohdistaa?

 Selvitä, millaisin keinoin ja välinein yritykset toteuttavat jälkimarkkinointia. Tee kuvakollaasi tai muistilista erilaisista kuluttajakaupan jälkimarkkinoinnin muodoista, joita yritykset käyttävät.

Tehtävä 2) Jälkimarkkinoinnin pelisäännöt

Epäonnistunut mainonta johtaa valituksiin. Kuluttaja voi reklamaatiossaan vedota markkinoinnissa annettuihin tietoihin, tietojen puutteisiin, virheisiin tai harhaanjohtamiseen.

 Selvitä:

- Mitä tarkoittaa myyjän tiedonantovelvollisuus jälkimarkkinoinnissa?
- Mitä tarkoittaa, että markkinointi ei saa olla hyvän tavan vastaista jälkimarkkinoinnissa?
- Mitä tarkoittaa, että markkinoinnissa ja asiakassuhteessa ei saa käyttää sopimatonta menettelyä (esim. harhaanjohtaminen ja aggressiivinen menettely)?
- Miten huomioit markkinoinnissa, jos palvelun sisältö/hinta/ehdot muuttuvat seuraavalla sopimuskaudella?

Tehtävä 3) Onnistuminen punnitaan

Seuraavissa harjoituksissa oppilaat pohtivat ostopolun loppuvaihetta ja ostopolkua kokonaisuutena.



Tarkastele myyjänvastuun toteutumista kokonaisuutena. Mitä olet oppinut myyjänvastuusta ja prosessista? Kertaa myyjänvastuupolku kokonaisuudessaan ja sen keskeisimmät asiat.



Tee muistilista "Mitä on myyjänvastuu?", johon kokoat tärkeimmät asiat myyjänvastuupolulta. Alla muistilistan rakentamisen tueksi esimerkkejä avainsanoista polun varrelta:

- markkinoinnin mielikuva
- annetut lupaukset
- tuotteen virheettömyys vs. virheen mahdollinen hyvitys
- sopimuksen noudattaminen ja ehtojen ymmärrettävyys
- hinta ja laatu
- asiakaspalvelun toimivuus
- huolto
- vastuu jälkimarkkinoinnissa



Miten erilaisten hyödykkeiden elinkaari päättyy? Pohdi myyjän roolia ekologisen, sosiaalisen ja taloudellisen kestävyysnäkökulmasta.



Pohdi, miten myyjänvastuun huomioiminen asiakkaan ostopolkua suunniteltaessa edesauttaa asiakasuskollisuutta ja vähentää jälkimarkkinoinnin tarvetta.

Tehtävä 4) Uuden sopimuskauden kynnyksellä

 Kertaa eri sopimustyytit

Sopimuksen kesto <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/sopimukset/sopimuksen-kesto/>

Sopimuksen irtisanomisen ehdot <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/sopimukset/sopimuksen-irtisanominen/>

 Pohdi, mitä asioita myyjän tulee huomioida palvelun sopimuskauden päättyessä ja uutta tarjottaessa. Miten myyjänä menettelet seuraavissa tilanteissa?

- Kuluttajan sopimuskausi päättyy
- Kuluttaja on ilmoittanut irtisanovansa sopimuksen
- Kuluttaja kertoo palvelun tulleen tarpeettomaksi
- Palvelun ehdot ja hinnat ovat muuttumassa
- Palvelun sisältö muuttuu oleellisesti seuraavalla tilauskaudella
- Tekniikka vanhentuu ja esimerkiksi päivitykset loppuvat tai muuttuvat maksullisiksi