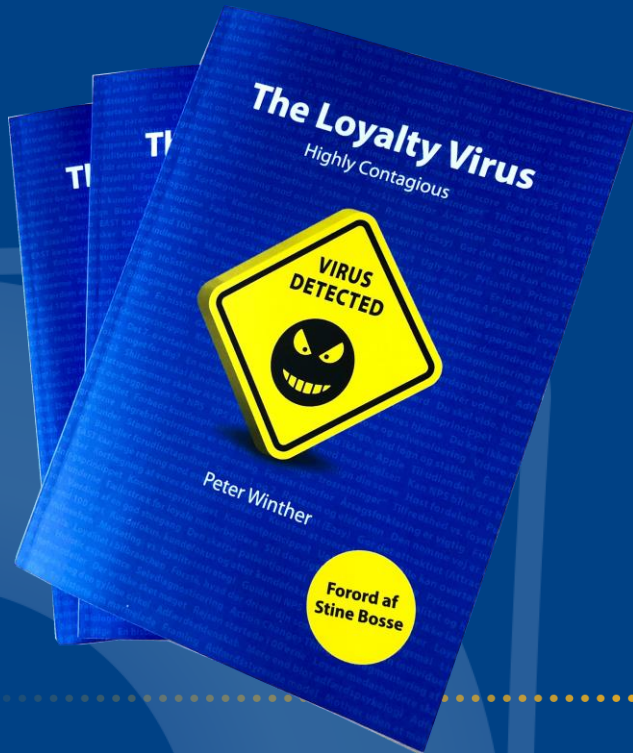




Net Promoter2®
Certified
Associate

WINHOLISTIC

Sådan skaber du vedvarende loyalitet



Medarbejderne



Kunderne



Samfundet

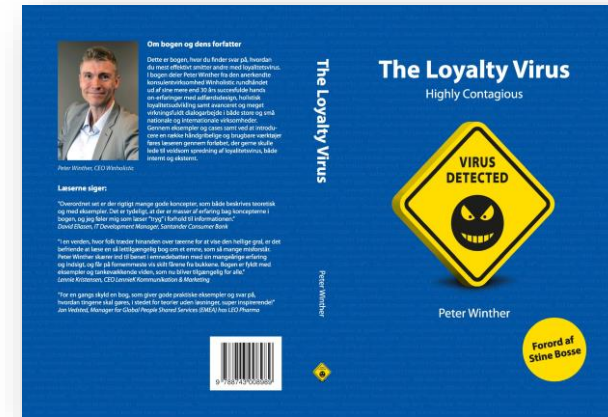


Virksomheds-
resultater

Vind ved at være holistisk

Lidt om mig og min baggrund

- Adfærds- og loyalitetsekspert, CEO, konsulent forfatter, underviser, foredragsholder m.m.
- +30 års ledelses-, adfærds-, loyalitets-, salg- og marketingerfaring bl.a. i børsnoteret virksomhed med mia.-omsætning
- Uddannet inden for bl.a. Ledelse, Psykologi, Salg, Marketing, CRM, Loyalitetsudvikling, NPS2, DiSC, GIA, Coaching, LeanSixSigma, Excellence m.m.
- ECHO judge siden DMA06
- 4 gange nomineret til Den Danske Direct Marketing Pris
- Grundlægger af Winholistic og Holistic Experience



CEO Peter Winther

ANA INTERNATIONAL



AWARDS 2020

OFFICIAL JUDGE



Net Promoter2®
Certified
Associate



CX Certified
Professional
by Winholistic

Nogle af dem vi har arbejdet for og med

WINHOLISTIC



Når forældre eller søskende er alvorligt syge eller døde

CEALO

Customer Entertainment Activates Loyalty

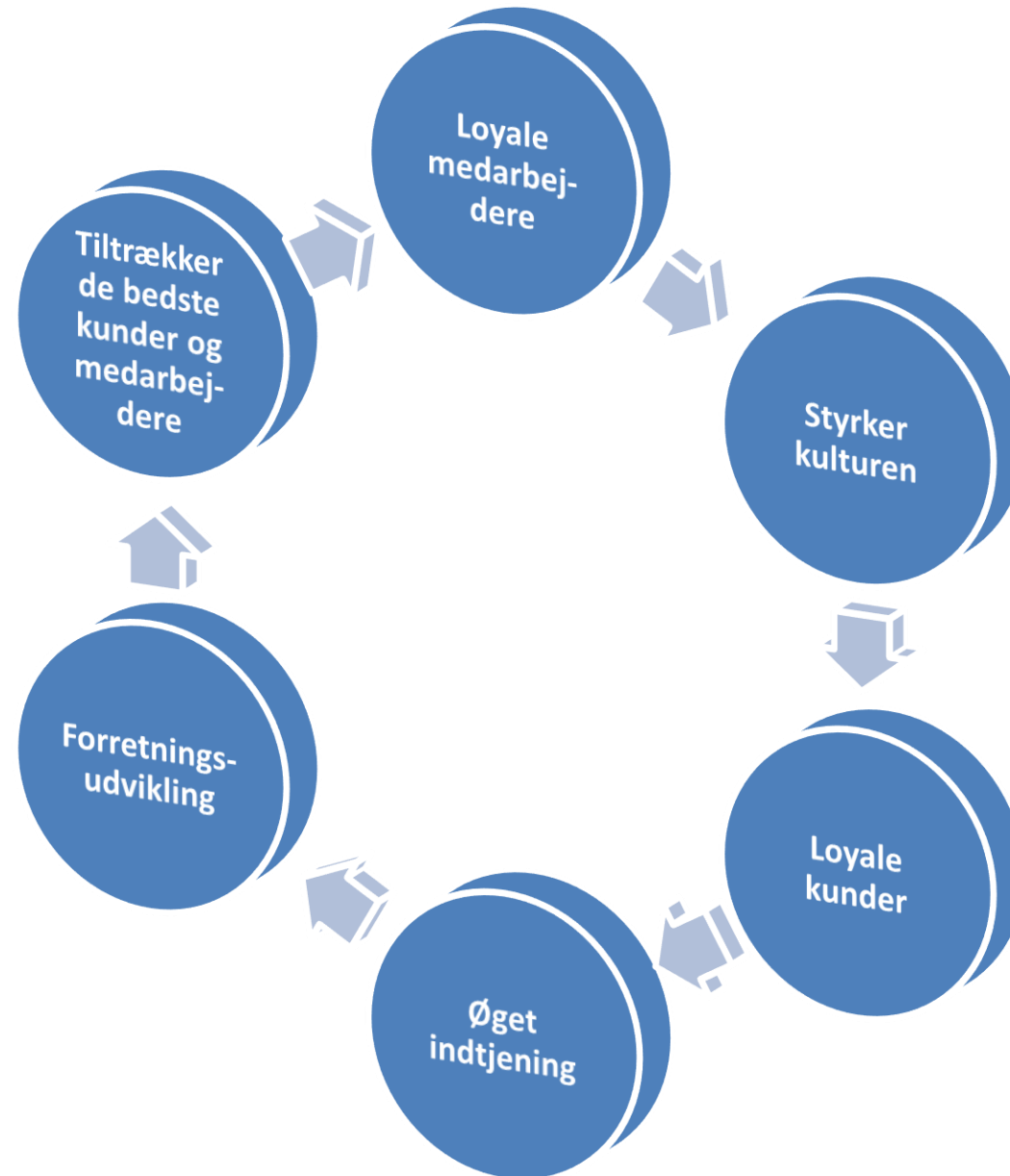


350 000 fornøyde abonnenter!



HIGH DEFINITION HEARING





Ved at benytte markedsføring.dk accepterer du, at der anvendes cookies, som vi bruger til at huske dine indstillinger, statistik og målrettede annoncer. [Læs mere her.](#)

OK - ACCEPTER

M DANSK MARKEDSFØRING

NYHEDER KURSER ▾ JOBMARKED OM DANSK MARKEDSFØRING MEDLEMSFORDELE BLIV MEDLEM VIDEO



ONLINEPRINTERS
NU 10 % PÅ ALLE REKLAMEARTIKLER*
Rabatkode : **REKLAME19**
* 10 % rabat på nettoleveranderværdien i den pågældende kategori. Ingen min. ordreværdi. Gyldig indtil 31.10.2019.

Skab værdi for alle interessenter

- Kunder
- Medarbejdere
- Samfund
- Aktionærer
- *Leverandører*



Foto: SHUTTERSTOCK. AMERIKANSKE TOPCHEFER HAR TAGET EN OPSIGTSVÆKENDE BESLUTNING.

224 181 AMERIKANSKE TOPCHEFER DROPPER PROFIT SOM LEDESTJERNE

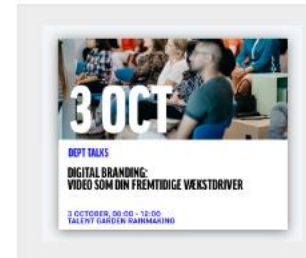
MARKETING 12. SEP 19 SKREVET AF JAKOB M. LARSEN

For en række af topcheferne i USA's største virksomheder er profit ikke længere det eneste formål.

181 topchefer fra en perlerække af USA's største virksomheder har underskrevet en [erklæring](#) om, at formålet med at drive virksomhed handler om mere end blot at skabe størst mulig profit.

Formålet er derimod at skabe værdi for alle virksomhedens interessenter – kunder, medarbejdere, leverandører, samfund og aktionærer.

Det lyder måske udramatisk og selvindlysende, men når erklæringen sker i regi af The Business Roundtable – en forening for topchefer i virksomheder som Coca-Cola, Dell og Ford – så er det værd at spidse øren.



Mike Burke
CHAIRMAN AND CEO
AECOM

Andrés Gluski
PRESIDENT AND CEO
THE AES CORPORATION

Daniel P. Amos
CHAIRMAN AND CEO
AFLAC

Roger K. Newport
CHIEF EXECUTIVE OFFICER
AK STEEL CORPORATION

Brent Saunders
CHAIRMAN AND CEO
ALLERGAN PLC

John O. Larsen
CHAIRMAN, PRESIDENT & CEO
ALLIANT ENERGY

Lee Styslinger, III
CHAIRMAN & CEO
ALTEC, INC.

Jeffrey P. Bezos
FOUNDER AND CHIEF EXECUTIVE OFFICER
AMAZON

Doug Parker
CHAIRMAN & CEO
AMERICAN AIRLINES

Nicholas K. Akins
CHAIRMAN, PRESIDENT AND CEO
AMERICAN ELECTRIC POWER

Stephen J. Squeri
CHAIRMAN AND CHIEF EXECUTIVE OFFICER
AMERICAN EXPRESS

James D. Taiclet
CHAIRMAN, PRESIDENT AND CEO
AMERICAN TOWER CORPORATION

James Cracchiolo
CHAIRMAN AND CHIEF EXECUTIVE OFFICER
AMERIPRISE FINANCIAL

Gail Koziara Boudreaux
PRESIDENT AND CEO
ANTHEM, INC.

Greg Case
CEO
AON

Tim Cook
CEO
APPLE

Eric Foss
CHAIRMAN, PRESIDENT & CEO
ARAMARK

Alan B. Colberg
PRESIDENT AND CEO
ASSURANT

Randall Stephenson
CHAIRMAN AND CHIEF EXECUTIVE OFFICER
AT&T INC.

John A. Hayes
CHAIRMAN, PRESIDENT AND CEO
BALL CORPORATION

Brian Moynihan
CHAIRMAN OF THE BOARD AND CHIEF EXECUTIVE OFFICER
BANK OF AMERICA

José (Joe) E. Almeida
CHAIRMAN, PRESIDENT AND CHIEF EXECUTIVE OFFICER
BAXTER INTERNATIONAL INC.

Philip Blake
PRESIDENT
BAYER USA

Brendan P. Bechtel
CHAIRMAN & CEO
BECHTEL GROUP, INC.

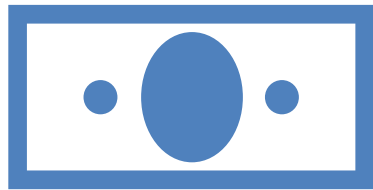
Corie Barry

Laurence D. Fink

Charles W. Scharf

Dennis A. Mullenburg

Målet er, at skabe fanatiske fans, der bliver længere, og tager deres venner med



Kunder giver deres
Penge og
medarbejdere hæver
deres **løn**

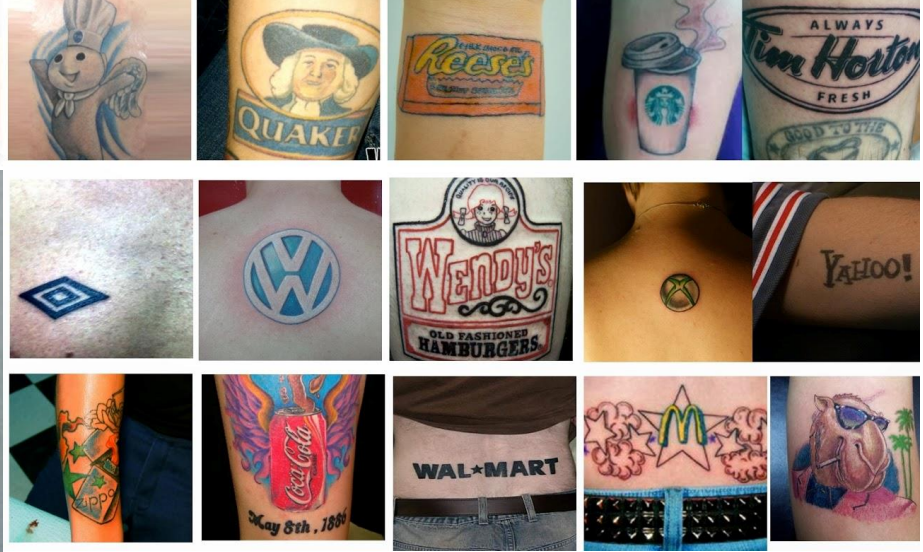


Fans giver deres
Hjerte



Fanatikere giver
deres **Blod**





Har du
100%



tilfredshed og

loyalitet?



DO YOU KNOW YOUR CUSTOMERS?

A hand is shown pointing upwards with the index finger, positioned directly below the question mark in the main title. The background is dark, and the text is in a bold, white, sans-serif font.

95% CEO's mente de var kundefokuserede
80% CEO's mente at de ydede excellent service
8% af kunderne var enige



Unless you have 100% customer satisfaction (loyalty), you must improve.

(Horst Shulze, Ritz Carlton)

Company	👤	NPS	Distribution	Detractors	Passives	Promoters	Hotel
Ritz Carlton	300	78	3	16	81		
Marriott	300	61	8	23	69		
Hilton	300	55	8	29	63		
Hyatt	300	53	9	29	62		
Hampton Inn	300	52	10	28	62		
Westin	300	48	10	32	58		
Sheraton	300	47	11	32	58		
Holiday Inn	301	46	10	34	56		
Best Western	300	41	10	39	51		
Choice Hotels	300	40	13	35	53		
Days Inn	300	16	22	40	38		
Super 8	300	3	29	39	32		



"Fin plan, kunne vi måske få bare lidt flere detaljer?"

Fra forordet til "The Loyalty Virus"

- **Holistic Experience skaber balance mellem:**
 - ✓ Høj indtjening | Glade kunder | Sunde arbejdspladser | Det omgivne samfund
- **Blot at ville tjene penge er ikke en strategi i sig selv – den skal kunne svare på følgende:**
 - ✓ Hvordan pengene skal tjenes
 - ✓ Hvorfor kunderne skal vælge netop jer
 - ✓ Hvorfor de dygtigste medarbejdere skal vælge netop denne arbejdsplads
 - ✓ Hvilke processer der gør netop denne arbejdsplads mest effektiv
 - ✓ Hvilke væsentlige samfundsopgaver løser I
- Investér i loyalitetsudvikling og kundefokus
- Lyt og lær - det er en uendelig rejse – lad den starter i dag




- 1. Hvad gør os specielle** – hvor i forhold til værdifaktorer differentierer vi os fra vores konkurrenter?
 - 2. Hvor lette er vi at arbejde med** – er det let at komme i gang (proces) og svært (pga. ”følelsesklistre/mistede rewards”) at forlade os igen?
 - 3. Hvilke rewards giver vi**, som ingen andre gør (for ellers er det blot hygiejnefaktorer)
-

- 1. USP**
- 2. Proces**
- 3. Reward**



Værdiforslag - "pitchable" sætninger – "elevatortalen"

- Vores _____
produkt og/eller service
 - hjælper _____
segment(er) eller kundebeskrivelse
 - med deres ønske(r) om at _____
det job (produkt/service) medfører
 - ved at _____
verbum (fx reducerer, undgår) customer pain
 - og _____
verbum (fx opnå, iværksætte) customer gain og
 - (Til forskel for _____)
konkurrerende tilbud
- 

- Prøv at beskrive hvad du laver og hvilket udbytte det giver dine kunder – på kun 12 ord
- Sørg for at det bliver en "eyebrow raising sentence"

Eksempler:

"BNI – vi bygger relationer, sikrer personlig og faglig udvikling og skaber vækst"

"Winholistic spreder loyalitetsvirus, internt og eksternt, til gavn for top og bundlinje"



Vi er en servicevirksomhed, der hjælper mennesker med at opfylde deres drømme.



Vi er i bund og grund en servicevirksomhed, der hjælper mennesker med at opfylde deres drømme.

Hvad enten det er kollegernes drøm om ultimativ arbejdsglæde, vores partners drøm om en ekstraordinært rentabel forretning eller vores kunders mangeartede drømme om ting, der er værd at føre ud i livet.

(CEO Frederik Fiktivia)

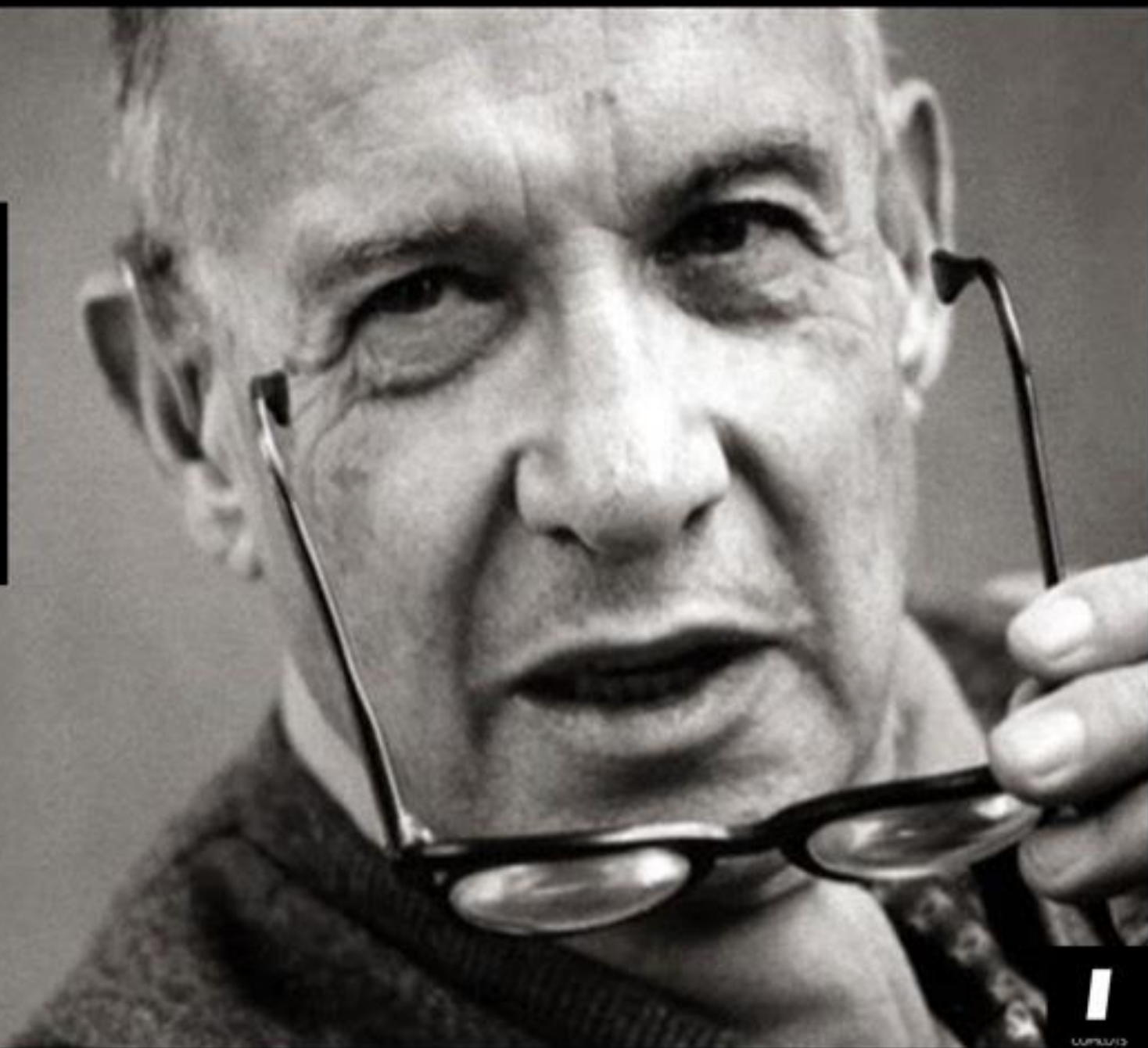


Employee Experience



CULTURE EATS STRATEGY FOR BREAKFAST

Peter DRUCKER



~~B2C~~

~~B2B~~

~~B2G~~

H2H

- **Behandl andre som de gerne vil behandles**
- Spørg dem, hvad de har behov for
- Det er ikke nok at tage udgangspunkt i dine egne behov

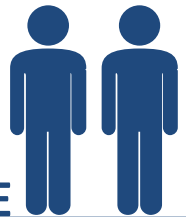
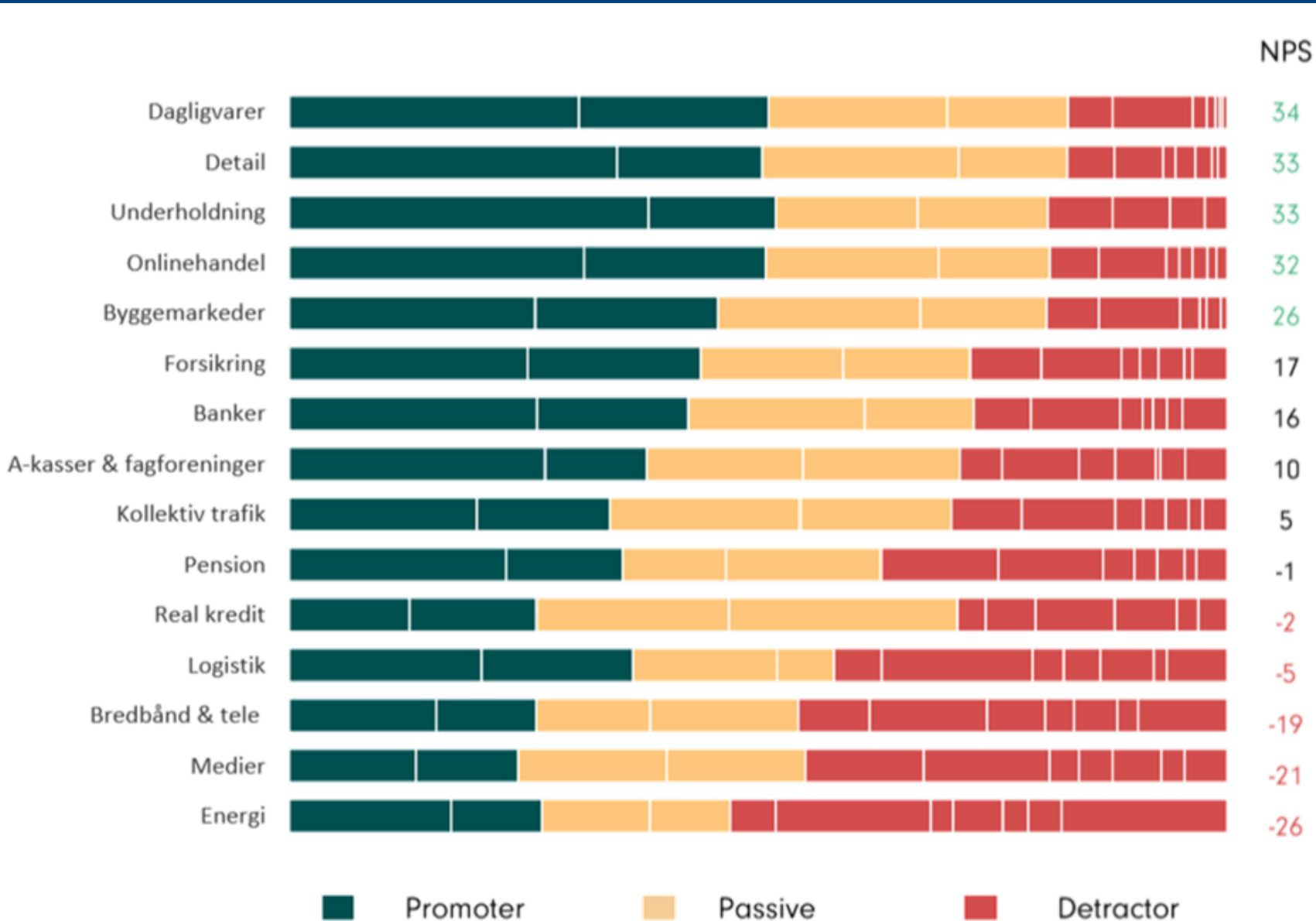




Adfærd skaber loyalitet



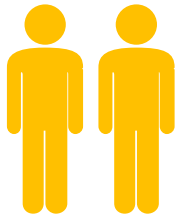
NPS og benchmark af kundeservice



PROMOTERS/FORTALERE

9 10

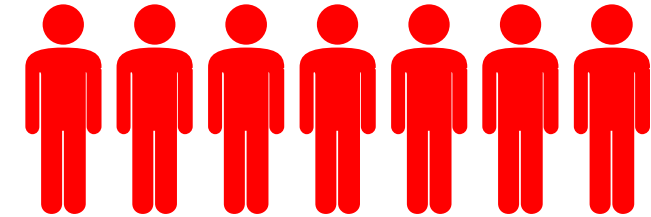
Research viser, at de bliver længere, køber mere og anbefaler dine produkter og serviceydelser til andre



PASSIVES/NEUTRALE

7 8

Research viser, at de nemt kan blive tiltrukket af bedre tilbud fra dine konkurrenter



0 1 2 3 4 5 6

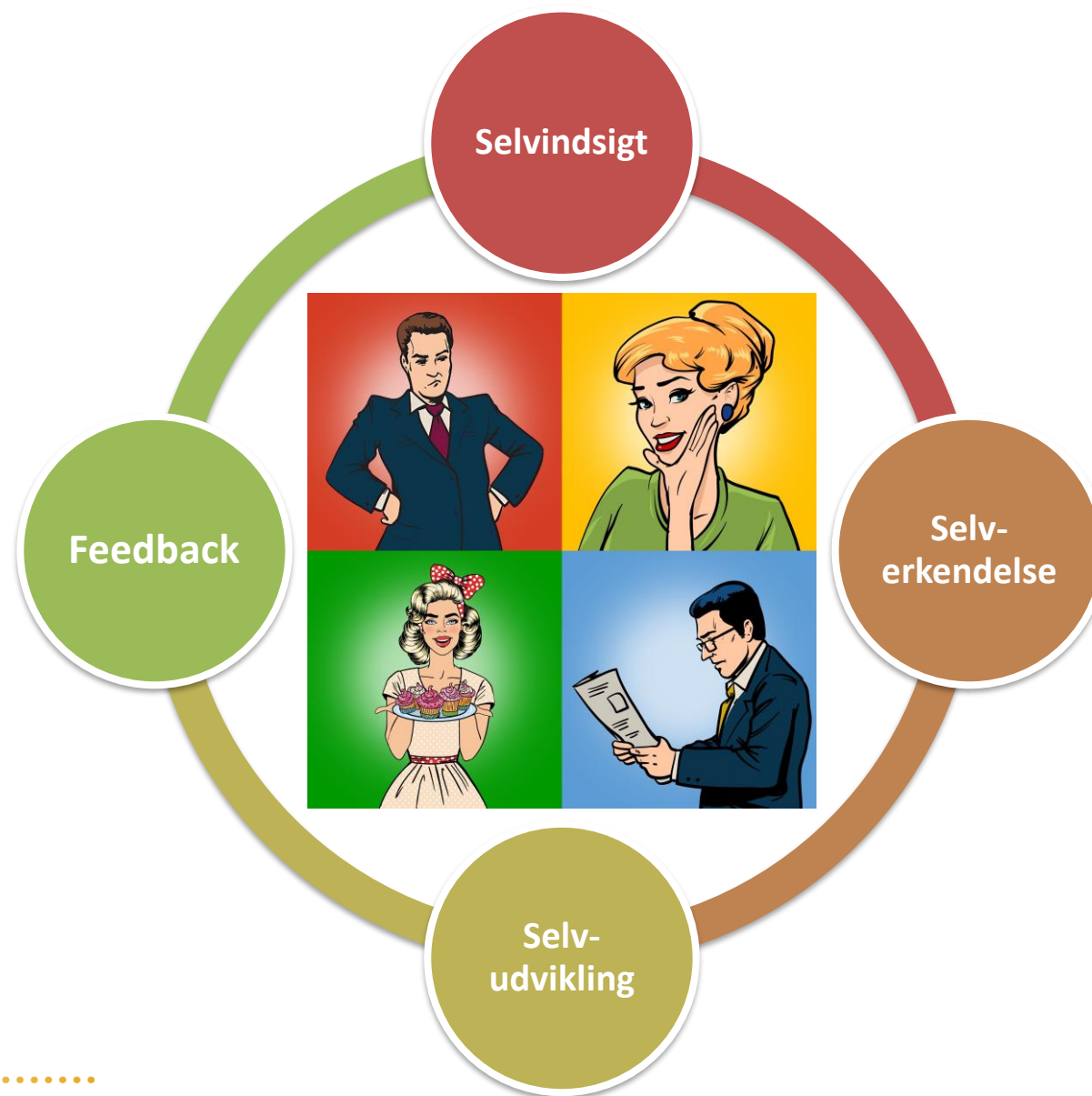
DETRACTORS/BAGVASKERE

Research viser, at der er større sandsynlighed for at de forlader dig og vil anbefale andre IKKE at gøre forretning med dig

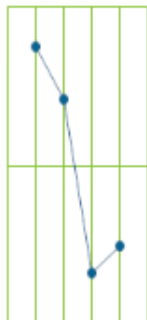
Løsning OG adfærd driver NPS=loyaliteten



**Definér
ønsket
adfærd
opstil
KBI'er
koblet til
KPI'er**



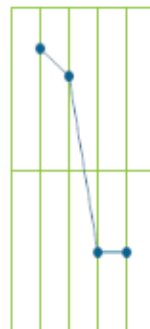
Adm. dir.



vælg

Ego-drive, handlekraft, Konkurrenceminded, Direkte, Dominerende, Selvstartende, Strategisk bevidsthed, Banebrydende, Anvende charme og indlevelse, Elskværdig, Overbevisende, Udvide venlighed, Positiv, Skabe en god kontakt/bølgelængde, Kommunikation, Aktivitet, Rastløshed, Årvågenhed, Ivrighed, Entusiasme, Dynamisk, Flexibilitet, Ihærdighed, Selvstændighed, Viljestærk, Eventyrlysten, Ligefrem, Modig, Iderig

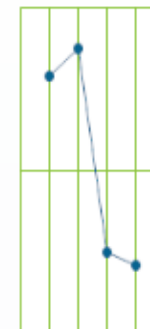
Salgsdirektør



vælg

Ego-drive, handlekraft, Konkurrenceminded, Direkte, Dominerende, Selvstartende, Strategisk bevidsthed, Banebrydende, Anvende charme og indlevelse, Elskværdig, Overbevisende, Udvide venlighed, Positiv, Skabe en god kontakt/bølgelængde, Kommunikation, Aktivitet, Rastløshed, Årvågenhed, Ivrighed, Entusiasme, Dynamisk, Flexibilitet, Ihærdighed, Selvstændighed, Viljestærk, Eventyrlysten, Ligefrem, Modig, Iderig

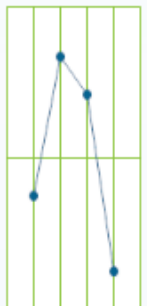
Salgschef



vælg

Konkurrenceminded, Dristighed, Kunne hævde sig, Direkte, Gennemslagskraft, Banebrydende, Udvide sikkerhed, Anvende charme og indlevelse, Udvide optimisme, Selskabelig, Positiv, Skabe en god kontakt/bølgelængde, Kommunikation, Aktivitet, Rastløshed, Årvågenhed, Ivrighed, Livlig, Overstrømmende, Dynamisk, Ihærdighed, Selvstændighed, Eventyrlysten, Ligefrem, Dristig, Viljestærk

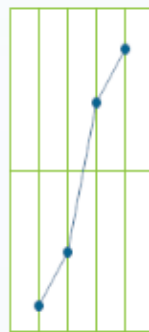
Teamleder



vælg

Behersket, ikke-agressiv stil, Tilgængelig, Imødekommende, Empatisk, Elskværdighed, Venlighed, Indflydelse, Ligevægtig, Deltagende, Fattet, Accepterende, Forudsigelig, Tålmodighed, Velovervejet, Vedholdende, Pålidelighed, Fast, Stærk vilje, Uafhængighed

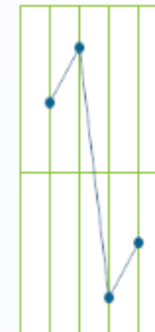
Ingeniør



vælg

Mådeholden, ikke-aggressiv, konservativ tilgang, forsigtighed, reserveret, samtykkende, imødekommende, seriøs, logisk, formel, stille, saglighed, tilbagetrukket, reflekterende, re-aktiv, selvkontrol, tålmodighed, velovervejet, rolig, lyttende, konsistent, autoritetstro, selvdisciplin, skarpsindighed, tilpasningsevne, orden, ensartethed

Kundeansvarlig / Key Acc.



vælg

Konkurrerende, dristig, assertiv, direkte, kraftfuld, banebrydende, selvtillid, charme, optimisme, selskabelig, positiv, relationsskabende, kommunikerende, aktiv, rastløs, årvågen, livlig, stormende, munter, vedholdende, uafhængighed, eventyrlyst, modig, vovelysten, viljestærk

Walt Disney World Guidelines for Guest Service

Make Eye Contact and Smile	<ul style="list-style-type: none">• Start and end every Guest contact and communication with direct eye contact and a sincere smile.
Greet and Welcome Each and Every Guest	<ul style="list-style-type: none">• Extend the appropriate greeting to every Guest with whom you come into contact.<ul style="list-style-type: none">• <i>"Good morning/afternoon/evening!" - "Welcome!"/"Have a good day!" - "May I help you?"</i>• Make Guests feel welcome by providing a special differentiated greeting in each area.
Seek Out Guest Contact	<ul style="list-style-type: none">• It is the responsibility of every Cast Member to seek out Guests who need help or assistance.<ul style="list-style-type: none">• <i>Listen to Guests' needs - Answer questions - Offer assistance (fx Taking family photographs)</i>
Provide Immediate Service Recovery	<ul style="list-style-type: none">• It is the responsibility of all Cast Members to attempt, to the best of their abilities, to immediately resolve a Guest service failure before it becomes a Guest service problem.• Always find the answer for the Guest and/or find another Cast Member who can help the Guest.
Display Appropriate Body Language at All Times	<ul style="list-style-type: none">• It is the responsibility of every Cast Member to display approachable body language when on stage.<ul style="list-style-type: none">• <i>Attentive appearance - Good posture - Appropriate facial expression</i>
Preserve the "Magical" Guest Experience	<ul style="list-style-type: none">• Always focus on the positive, rather than the rules and regulations.• Talking about personal or job-related problems in front of our Guests is unacceptable.
Thank Each and Every Guest	<ul style="list-style-type: none">• Extend every Guest a sincere thank-you at the conclusion of every transaction.• Extend every Guest a thank-you or similar expression of appreciation as he/she leaves your area.

"Do what you do so well that they want to see it again and bring their friends." - Walt Disney



TRAIN

people well
enough so they
can leave,

TREAT

them well enough
so they don't want
to.

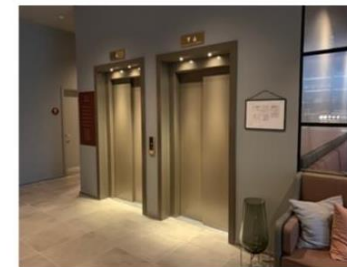
- Richard Branson

- Gør det let at forstå forskellen
- Giv "ahaoplevelser"
- Før bevis for at excellent service ikke er mere krævende end dårlig
- Let at huske
- Skab en feedbackkultur hvor det er OK at minde hinanden om den rette adfærd

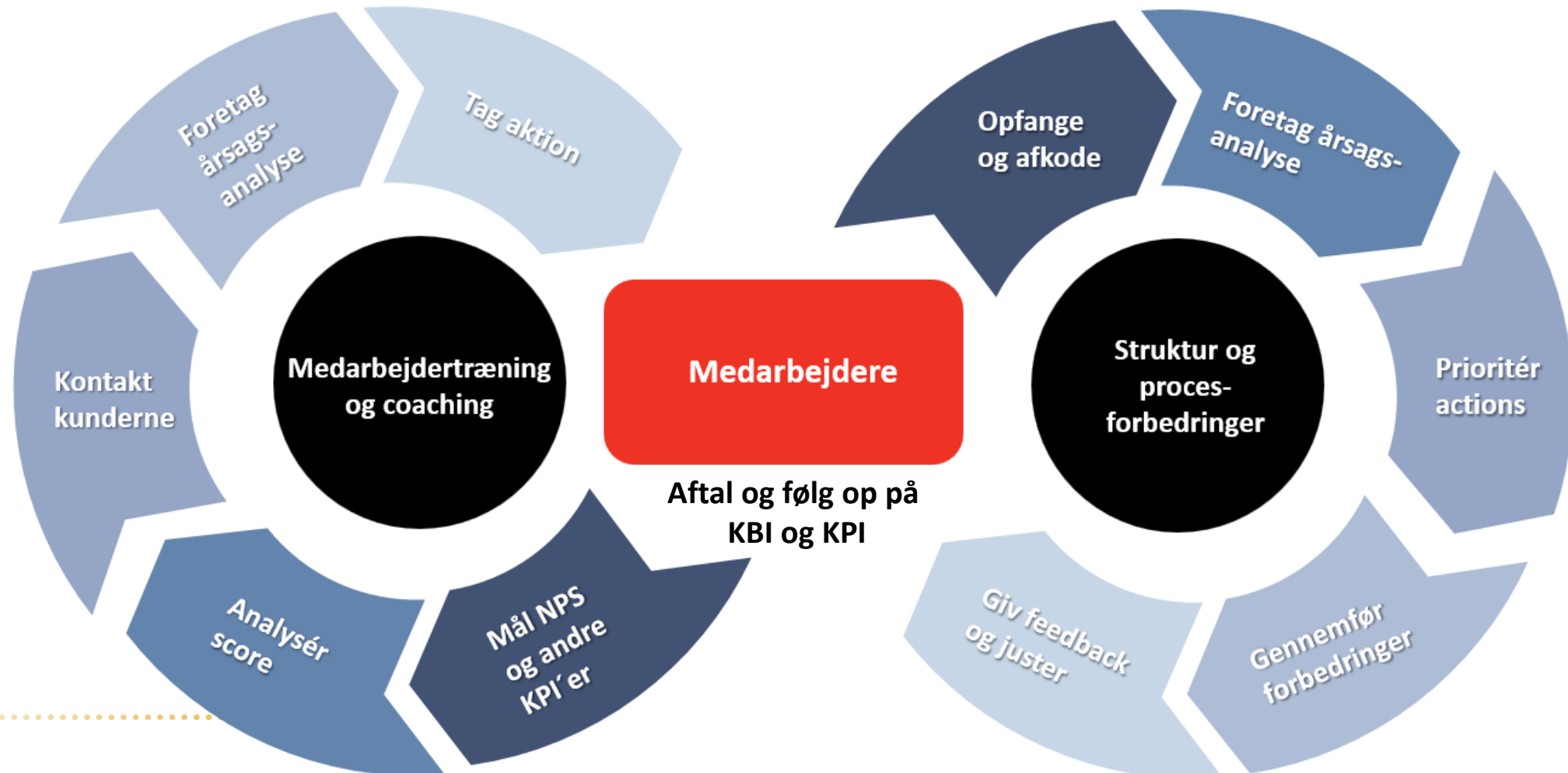
Touch Point situation	3'er adfærd	8'er adfærd	10'er adfærd
Køb af en croissant til flyveturen. Beder om at få den pakket ekstra godt ind. (Undgå krummer i øvrigt bagage)	Lader som ingenting og giver kunden en pose med croissanten.	Venlig og smilende. Lukker posen med croissanten ekstra omhyggeligt.	Venlig og smilende. Kommer posen med croissanten ned i en ekstra pose.



Touch Point situation	3'er adfærd	8'er adfærd	10'er adfærd
En hotelgæst skal med elevatoren. To hotelmedarbejdere står tæt ved og taler sammen.	Hotel medarbejderne lægger ikke mærke til gæsten.	Hotelmedarbejderne nikker og hilser venligt på hotelgæsten.	Hotelmedarbejderne nikker og hilser venligt på hotelgæsten. Den ene hotelmedarbejder trykker på knappen, som får elevatoren til at komme.



Ledende loyalitets-udøvere sætter medarbejderne i centrum af deres kundefeedback loop



Gør medarbejderne bevidste om kundens faktiske oplevelse og eliminér "herblindheden" – er der sammenhæng mellem I og P niveau?

1. Employee Survey

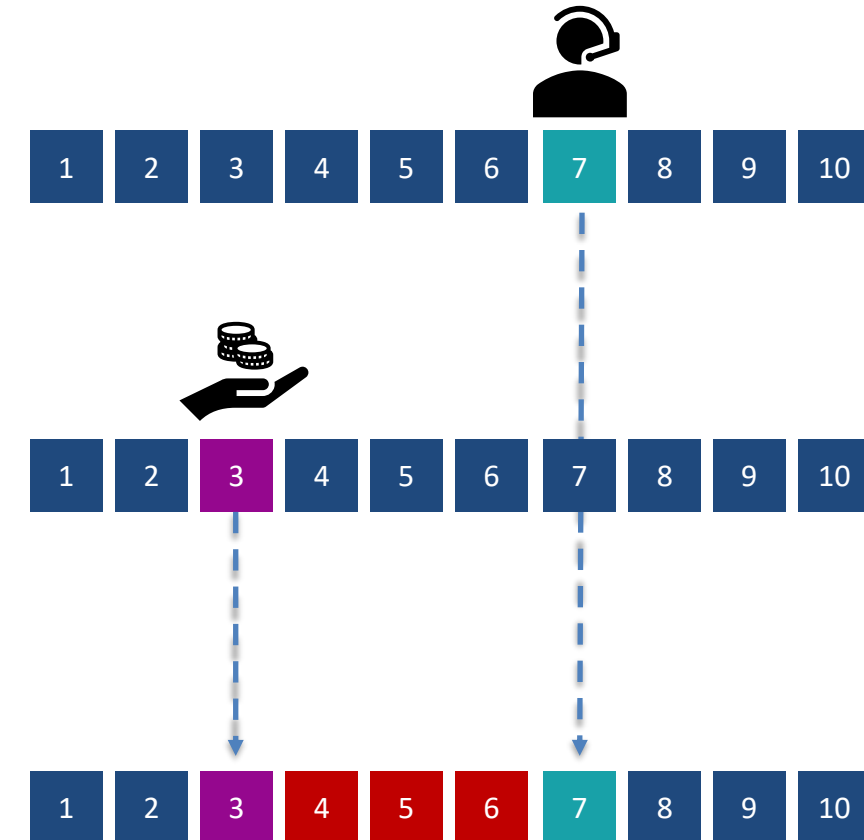
- Employee is forced to think of and feel how the customer is left emotionally and to what degree they will recommend the company

2. Customer Survey

- After end conversation with employee, the customer will be asked in what degree he/she will recommend the company

3. Perception Gap

- The gap between the two scores is called perception gap. It tells us to what degree the employee understand the customer



NO

BLAME



Gaming

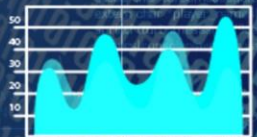




CUSTOMER EXPERIENCE



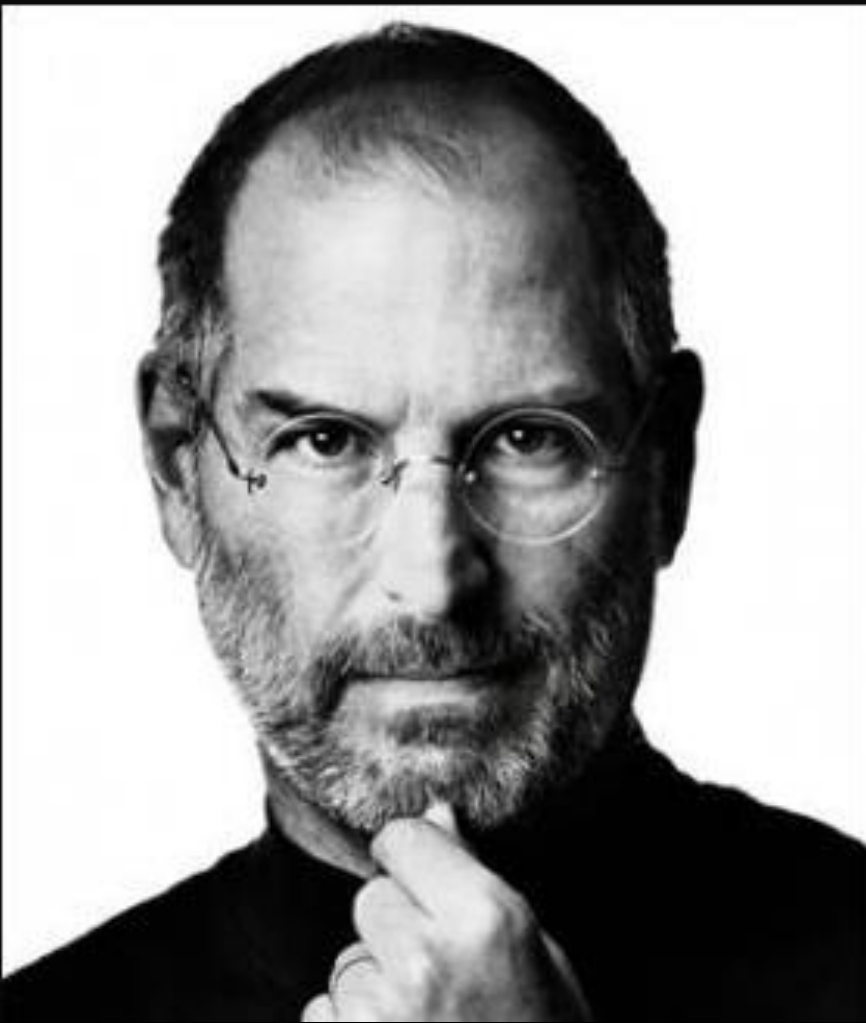
Customer Experience



“85% of your financial success is due to **your personality and ability to **communicate, negotiate, and lead.****

Shockingly, only 15% is due to technical knowledge.

~ Carnegie Institute of Technology



You've got to start with the customer experience and work back toward the technology - not the other way around.

(Steve Jobs)

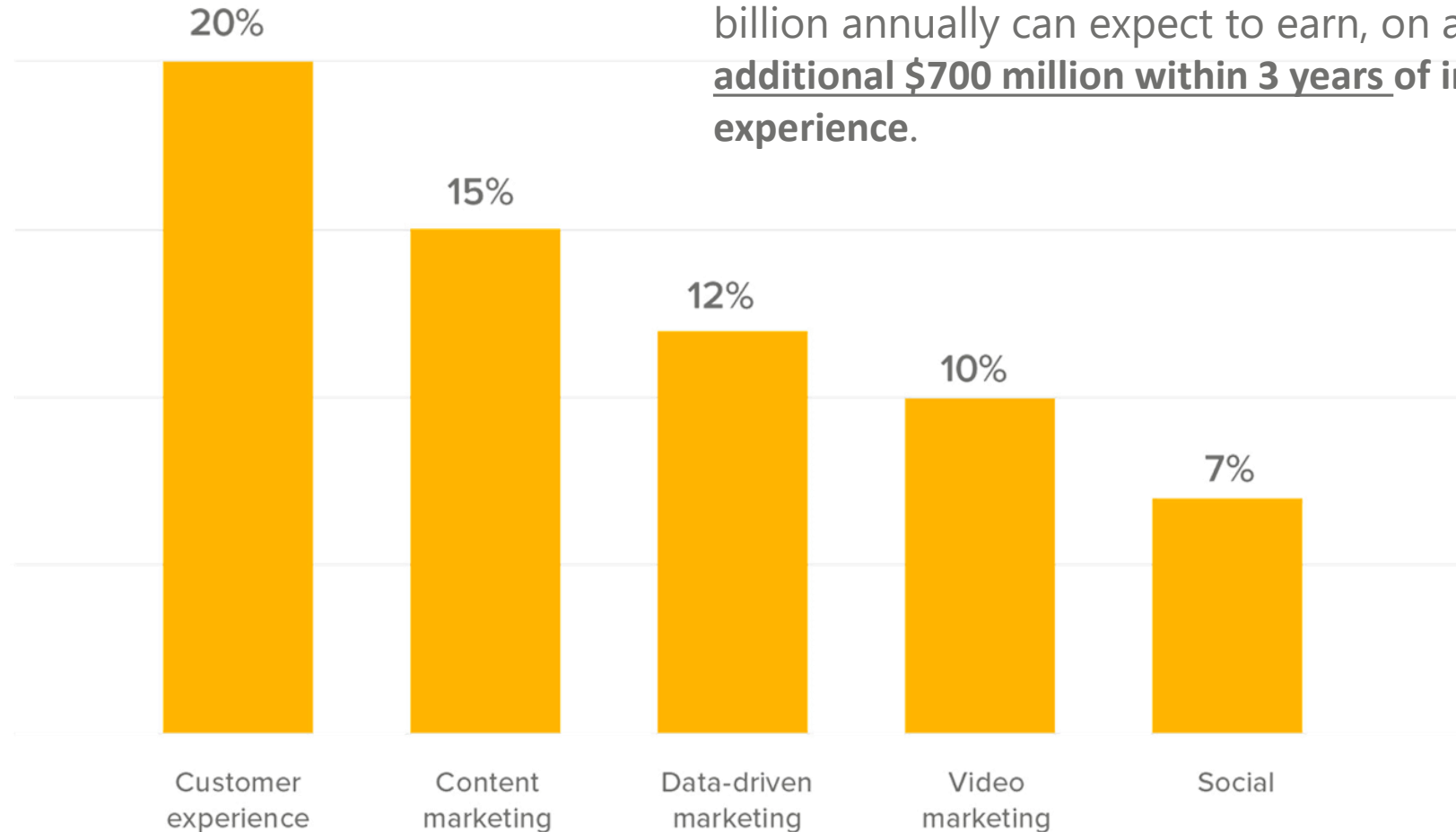
Company	Icon	NPS	Distribution	Detractors	Passives	Promoters
Laptop						
Apple	300	62	7	24	69	
Samsung	301	55	12	21	67	
Dell	301	39	16	29	55	
Lenovo	300	37	17	29	54	
Acer	300	33	17	33	50	
Asus	300	32	18	33	50	
HP	300	32	18	32	50	
Gateway	168	27	20	33	47	
Toshiba	300	26	20	34	46	
Overall	2,570	39	16	30	55	

Company	Icon	NPS	Distribution	Detractors	Passives	Promoters
Smartphone						
Apple	302	60	6	28	66	
Samsung	301	46	13	28	59	
LG	300	30	22	26	52	
Motorola	300	29	21	29	50	
HTC	300	23	22	32	45	
Nokia	117	18	30	22	48	
Overall	1,620	36	18	28	54	

- **Fik ikke hvad de ønskede** 14%
- **Bedre pris** 9%
- **Ophørt** 4%
- **"Nevø-effekten"** 5%
- **Manglende service/dialog/pleje** 68%

"68% af kunderne i detailhandel mistes pga. en ligegyldig, nedladende og uengageret medarbejderadfærd." - McKinsey

Most exciting business opportunity



The [Temkin Group](#) found that companies that earn \$1 billion annually can expect to earn, on average, an **additional \$700 million within 3 years of investing in customer experience.**

- At investere i CX-initiativer har potentiale til at **fordoble din bundlinje inden for 36 måneder**
- **86% af kunderne er villige til at betale mere** for en god kundeoplevelse
- Jo dyrere det man sælger er desto mere vil kunderne betale (iflg. PWC)
- **Kunder vil betale op til +13% (helt op til +18% for luksusprodukter og service)** blot fordi de modtager en god kundeoplevelse
- CX påvirker også **spontane indkøb**
- **49%** af kunderne har foretaget impuls køb efter at have modtaget en mere personificeret oplevelse
- Et Walker-studie afslørede, at ved udgangen af 2020, vil **kundeoplevelser overtage pris og produkt som nøgledifferentiator**



Det "livsfarlige" gennemsnit



**Gennemsnitsformue
389 mia kr.**

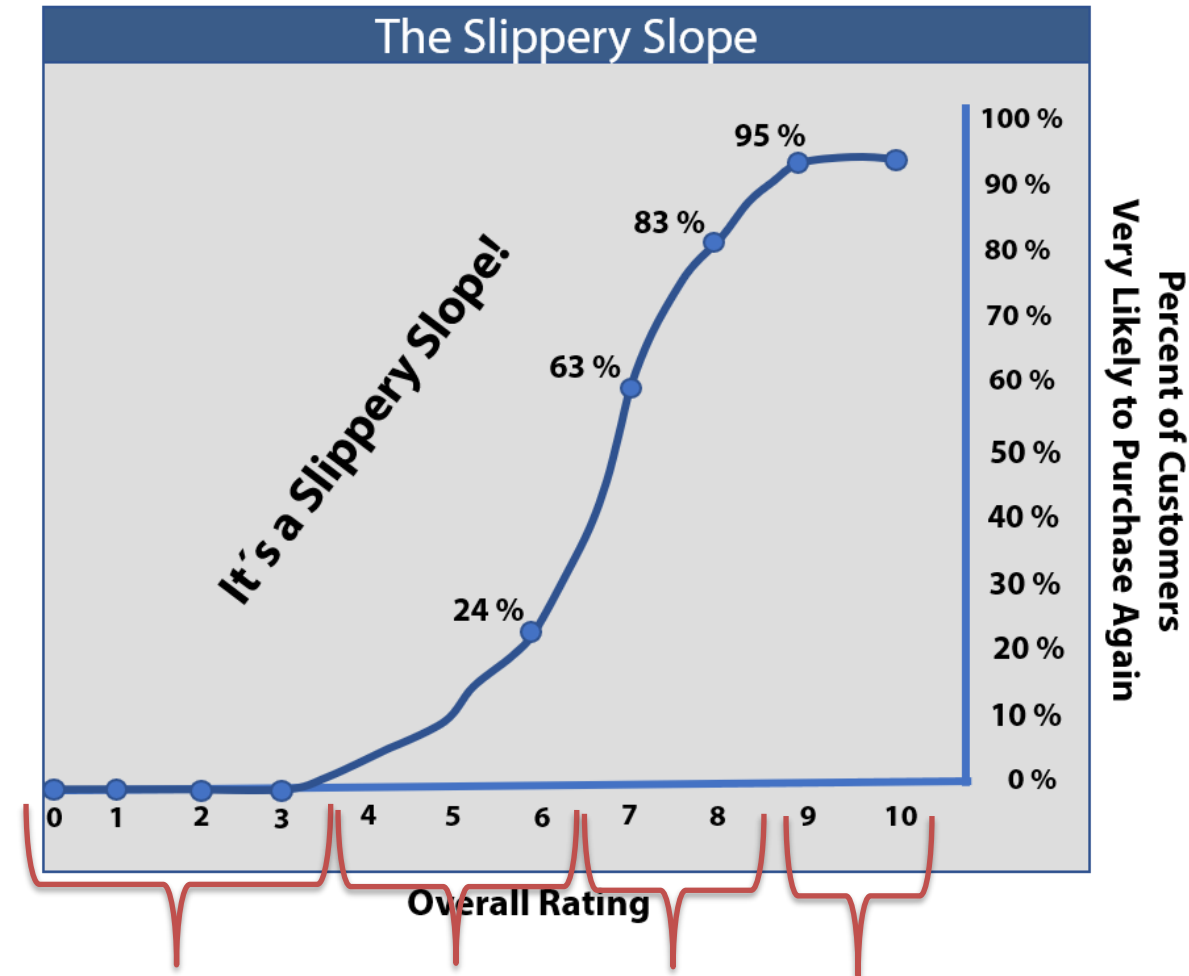
Svartider i timer
4
4
4
4
4
3
3
3
0,1
0,1
29,2
2,92

20% Over forventning

80% Under forventning



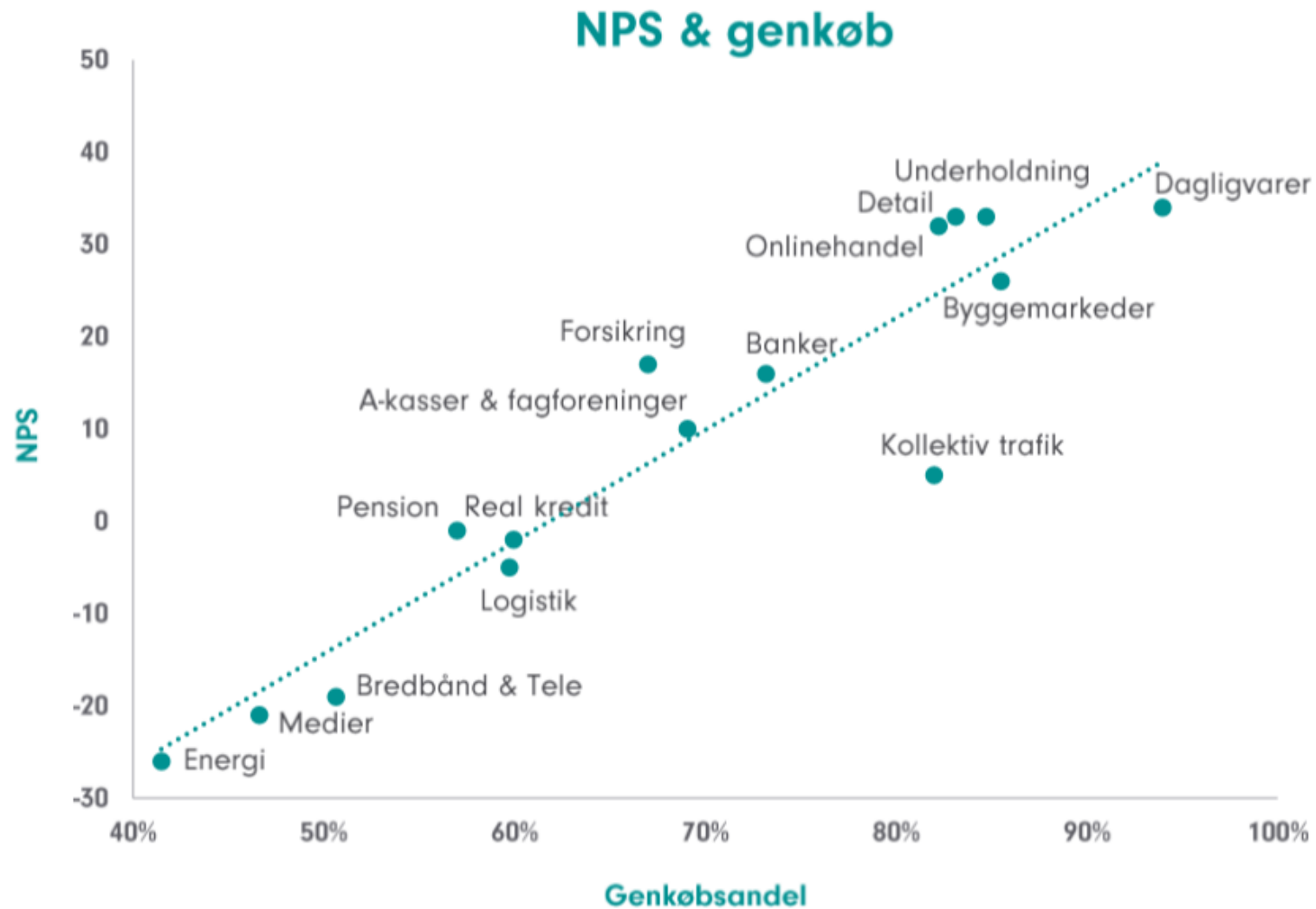
- Slår du fx tilfreds og meget tilfreds sammen?
- Svarer du på en anden skala?
- Der er meget stor forskel
- Svarer 9-10 - 95% genkøbssandsynlighed
- Svarer 8 – 83% genkøbssandsynlighed
- Svarer 7 – 63% genkøbssandsynlighed
- Svarer 6 – 24% genkøbssandsynlighed
- Svarer 0-3 – 0% genkøbssandsynlighed



Hvilke oplevelser og hvilken adfærd skaber hvilke resultater?
Hvad skal du undgå?
Hvad vil kunderne opnå?

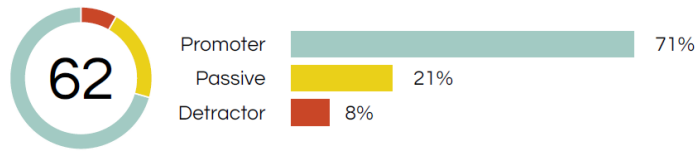
Forskellen imellem antal gange en tilfreds kunde og en meget tilfreds kunde HAR anbefalet

	Tilfredse kunder 7-8	Meget tilfredse kunder 9-10
Banker	1,2	2,5

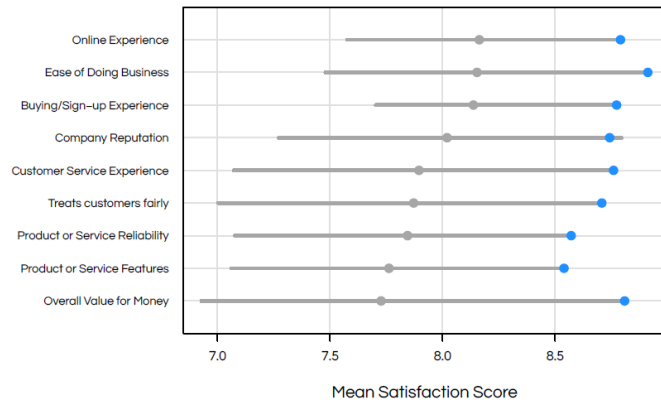


Eksempel fra flybranchen

1st: Southwest



Competitive Performance: Relationship Drivers



Importance-Performance Plots: Industry Drivers



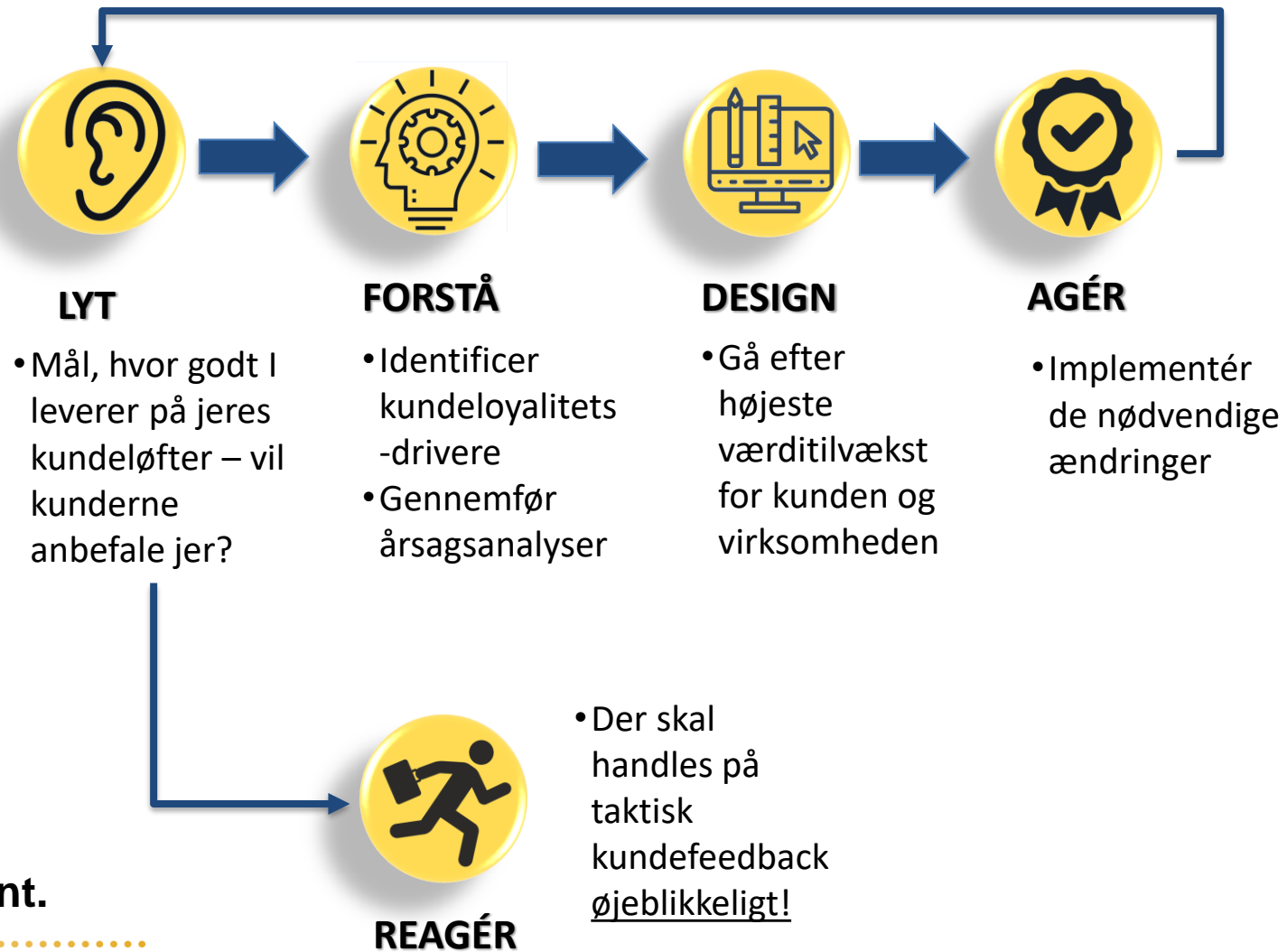
▪ Ligningen for korrelationskoefficienten er:

$$Correl(X, Y) = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \sum (y - \bar{y})^2}}$$

NPS	Kundeservice	Pris
10	10	6
9	10	7
9	9	8
9	9	9
9	5	1
7	3	3
7	3	4
6	3	6
5	3	3
5	3	3
76	58	50
6,333333	4,833333333	4,166666667
	0,856990954	0,468292906



NPS closed loop



Et studie viste, at et svar inden for 48 timer, kan forbedre NPS med 11 point.

.....

Loyalty builders

1. Det vigtigste
2. Det næst vigtigste
3. Det tredje vigtigste

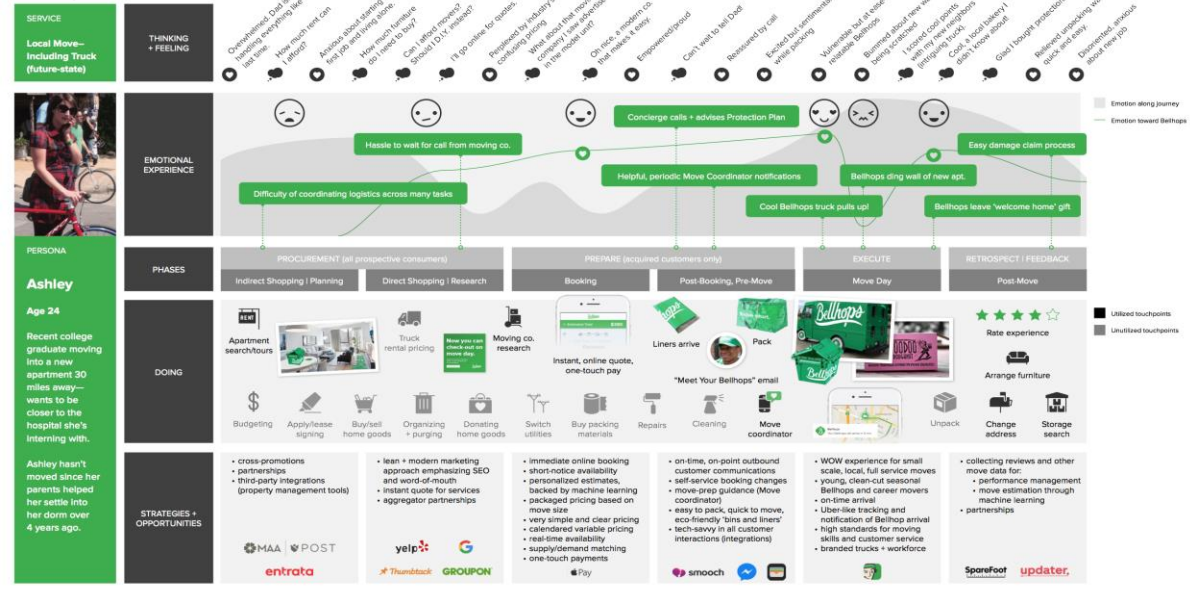
Loyalty destroyers

1. Det vigtigste
2. Det næst vigtigste
3. Det tredje vigtigste

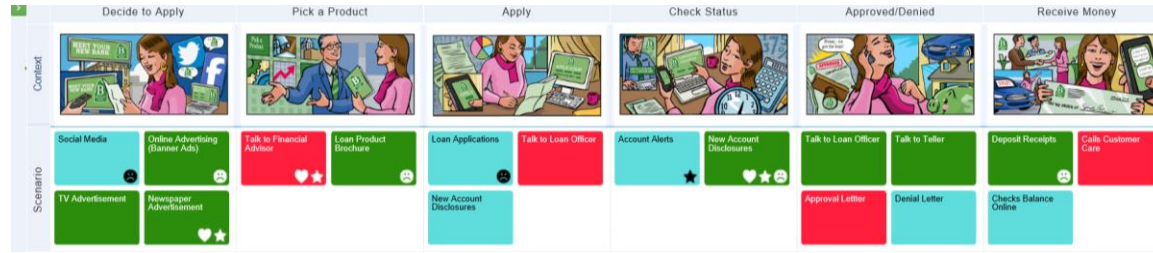
Customer Journey eksempel



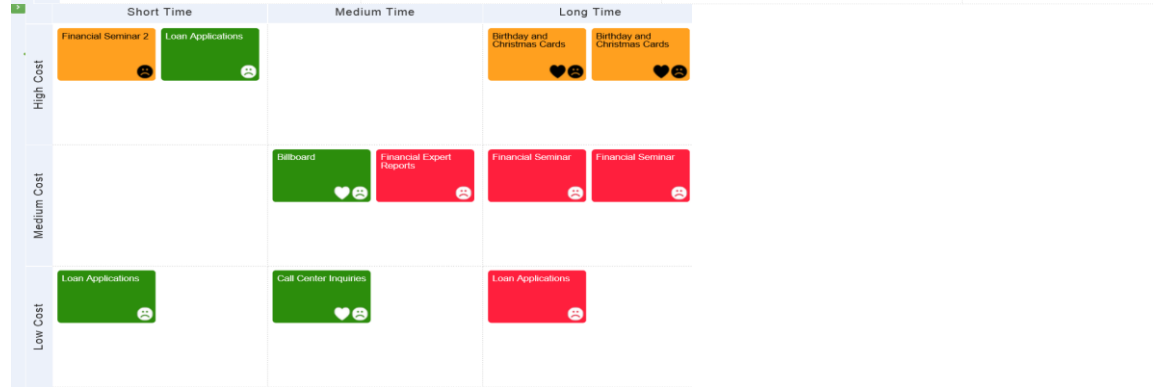
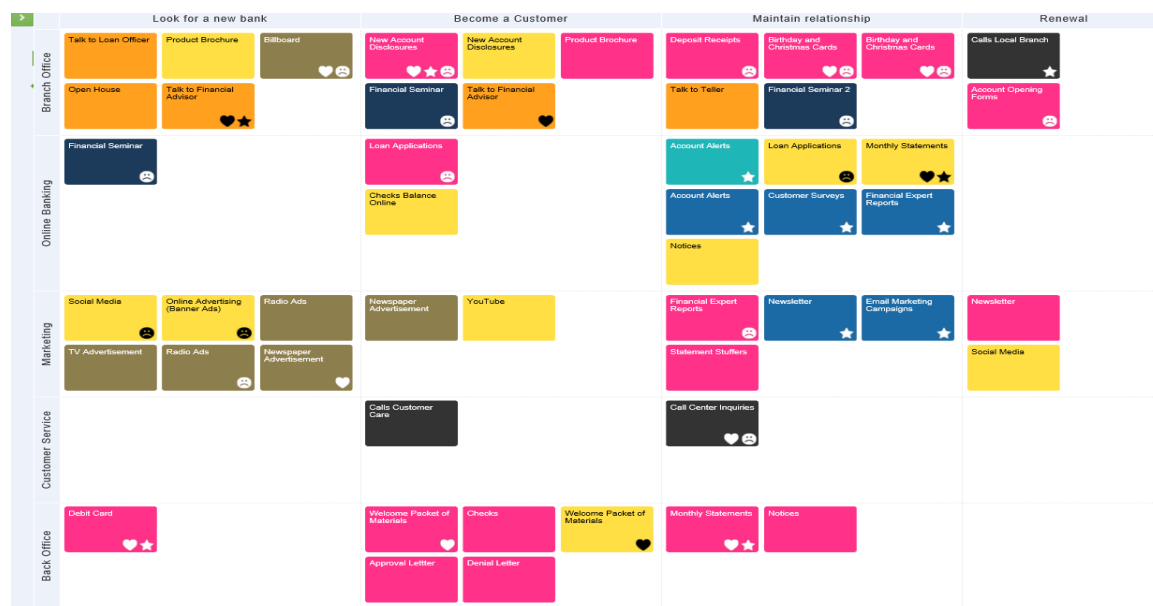
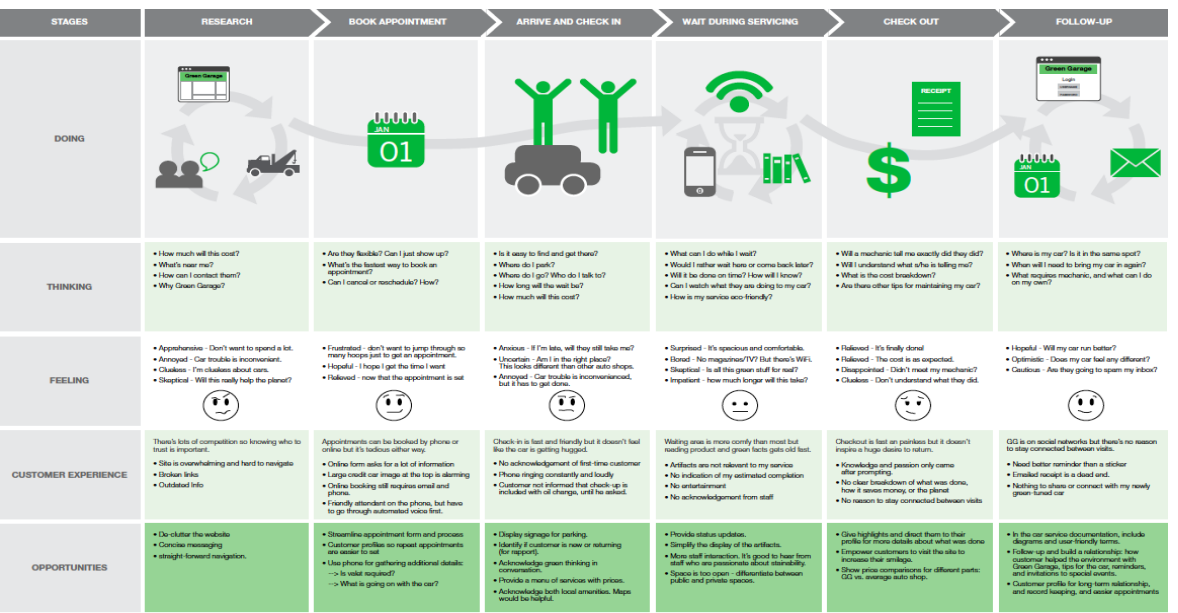
Flyttefirma



Bank



Bilfirma



Net Promoter Score

Net Promoter System

Net Promoter Spirit



LEGO®

The image features the iconic LEGO logo centered on a bright red background. The word "LEGO" is rendered in a bold, white, rounded font with a thick black outline and a yellow drop shadow. A registered trademark symbol (®) is positioned to the upper right of the letter 'O'. The central red rectangle is flanked on both sides by a dense, colorful pile of various LEGO bricks, including blue, yellow, green, red, and white pieces, creating a vibrant and textured border.

Kun 1 ud af 26
klager!

Over 96%

klager IKKE



Den gode nyhed er at vi har 100% færre klager. Den dårlige nyhed er at vi har mistet alle vores kunder.

91% af kunderne vil ikke handle med virksomheder, der fejler første gang.



”Kunderne skal ikke
bare kunne lide Lego –
de skal elske det!”

Conny Kalcher VP CEM at Lego

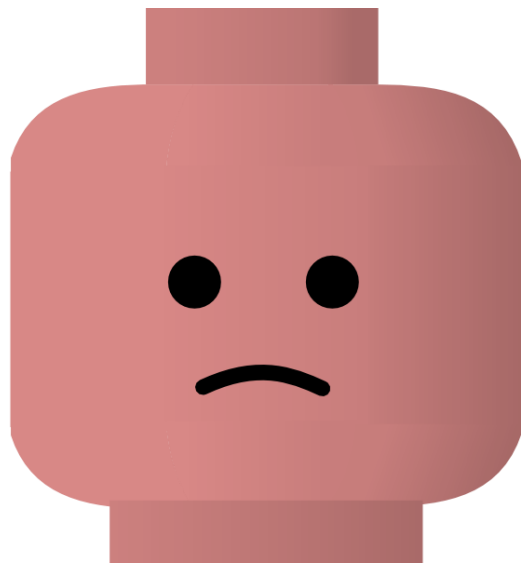
I LOVE YOU!

- Langsom ekspedition i Legobutik i Florida.
- 4-tal i NPS-score fra utilfreds kunde.
- Klokkeren er 11.11 om formiddagen.
- Klokkeren 11.18 personlig-mail retur der beklager oplevelsen og spørger, hvad der præcist var problemet.
- Inden for én time, har chefen for den pågældende butik rundsendt en e-mail til sine ansatte, om at rette til i ekspeditionen, så lignende oplevelser kan undgås i fremtiden.



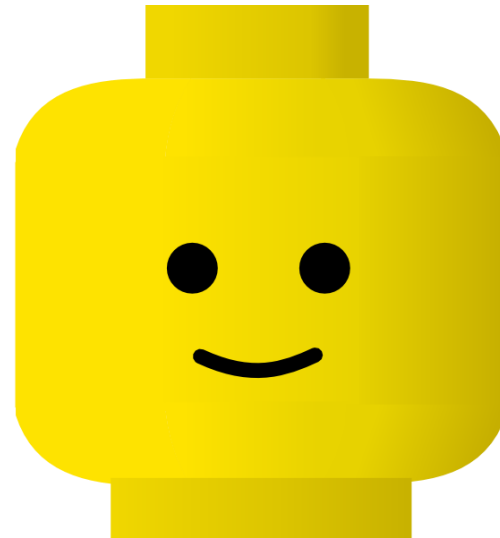
Kan I lære noget her?

Hvad betyder det for salget hos LEGO?



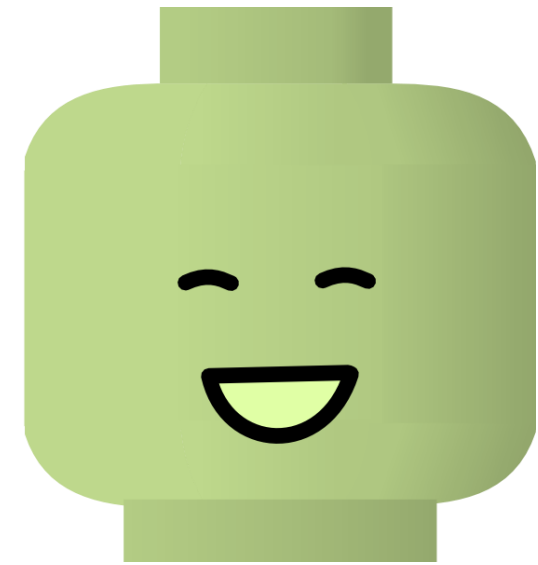
Detractor
0-6

+20%



Passive
7-8

+26%



Promoter
9-10

Virksomheder der succesfuldt implementerer CX-projekter, begynder med at:

- Fokuserer på hvordan de **indsamler og analyserer på kundefeedback**
- Spørger efter og læser kundernes kommentarer, forslag og meninger for at **finde ind til hvad de forventer af dig**
- Investéerer så tid (og penge) i, at **møde deres forventninger**



**"if you're competitor-focused, you have to wait until the competitor is doing something. Being customer-focused allows you to be more innovative."
- Jeff Bezos, Amazon.com**



A large crowd of diverse people in business attire is walking on a wide, curved path that leads towards two modern, white skyscrapers. The scene is set against a clear blue sky with a few scattered white clouds. The perspective is from an elevated position, looking down at the crowd as they move towards the buildings. The overall atmosphere is one of a busy, organized urban environment.

Society Experience

BT

NYHEDER SPORT UNDERHOLDNING

ADVERTISEMENT



Vil du gerne kunne tale over 43 sprog? Med denne enhed kan du det øjeblikkeligt

Vil du gerne kunne tale over 43 sprog? Med denne enhed kan du det øjeblikkeligt

muama-enenoe.net

See more

SAMFUND - 24. jan. 2020 - 9.41 | Opdateret 24. jan. 2020 - 11.53

Peter fik taget sin bærbare computer af kabinepersonale: Fik 'arrogant svar' fra SAS

BO POULSEN



Scandinavian Airlines Systems fly i Københavns Lufthavn i København, mandag den 29. januar 2016. Flyetklubbet SAS præsenterer... [Vis mere](#)

ADVERTISEMENT



Instant Translator

Vil du gerne kunne tale over 43 sprog? Med denne enhed kan du det øjeblikkeligt

muama-enenoe.net

See more

'Hvad bilder I jer ind, SAS? Hvornår tager I ansvar for jeres uretmæssige handling?'

Sådan skriver Peter Møller på SAS' Facebook-side, efter han har været ude for en 'rystende' oplevelse, da han rejste med dem.

I opslaget, han skrev 15. januar, afkræver han dem svar. Han påstår, at SAS-kabinepersonale tog hans bærbare computer, og han vil

ADVERTISEMENT



The Green

Opret dig og få **50 cash spins!**

Uden indbetaling

See more

09.16
Safari



Världens första IKEA second hand-butik öppnar i Sverige

11.9.2020 11:28:58 CEST | [IKEA](#)

Dela       


I höst slår IKEA upp dörrarna till sin första renodlade second hand-butik – och det i Sverige; på återbruksgallerian ReTuna i Eskilstuna. Här ska möbler och heminredning från IKEA få en andra chans, samtidigt som IKEA testar och utvecklar en cirkulär och hållbar affärsmodell för framtiden.







 **Joackim Pentti Go...**   23  1



18.27




Jonas Schrøder • 2.
Kommunikationschef - REMA 1000. Dagligvarebranchen, CS...
1u • 







Vi aflyser Black Friday i år. Det dur ikke med vilde tilbud en enkelt dag pga Corona - tiltrækker for mange kunder samtidig. I stedet kører vi de samme tilbud over flere dage og vil generelt ikke have endagstilbud indtil videre. Sikkerhed for kunder er vigtig 

   2.536 73 kommentarer


 **Synes godt...**  **Kommenter**



 **Del**





Reaktioner

Kommentarer

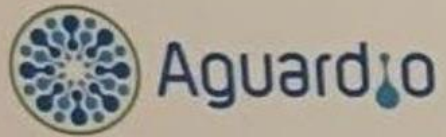
Mest relevante 

 **Giv din mening til kende**  **Opslå**

Startside  Dit netværk  Opslå  Notifikationer  Job

Handling taler meget højere end ord





Du vælger selv, om du vil have det godt. Et almindeligt bad her på hotellet har vandet løbende i **4:50 minutter.**

Kan du gøre det hurtigere?
Vandbesparelse starter med dig.
Vær stolt!



VILJEG?

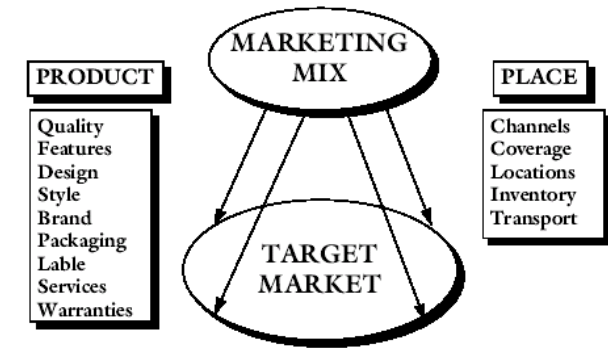
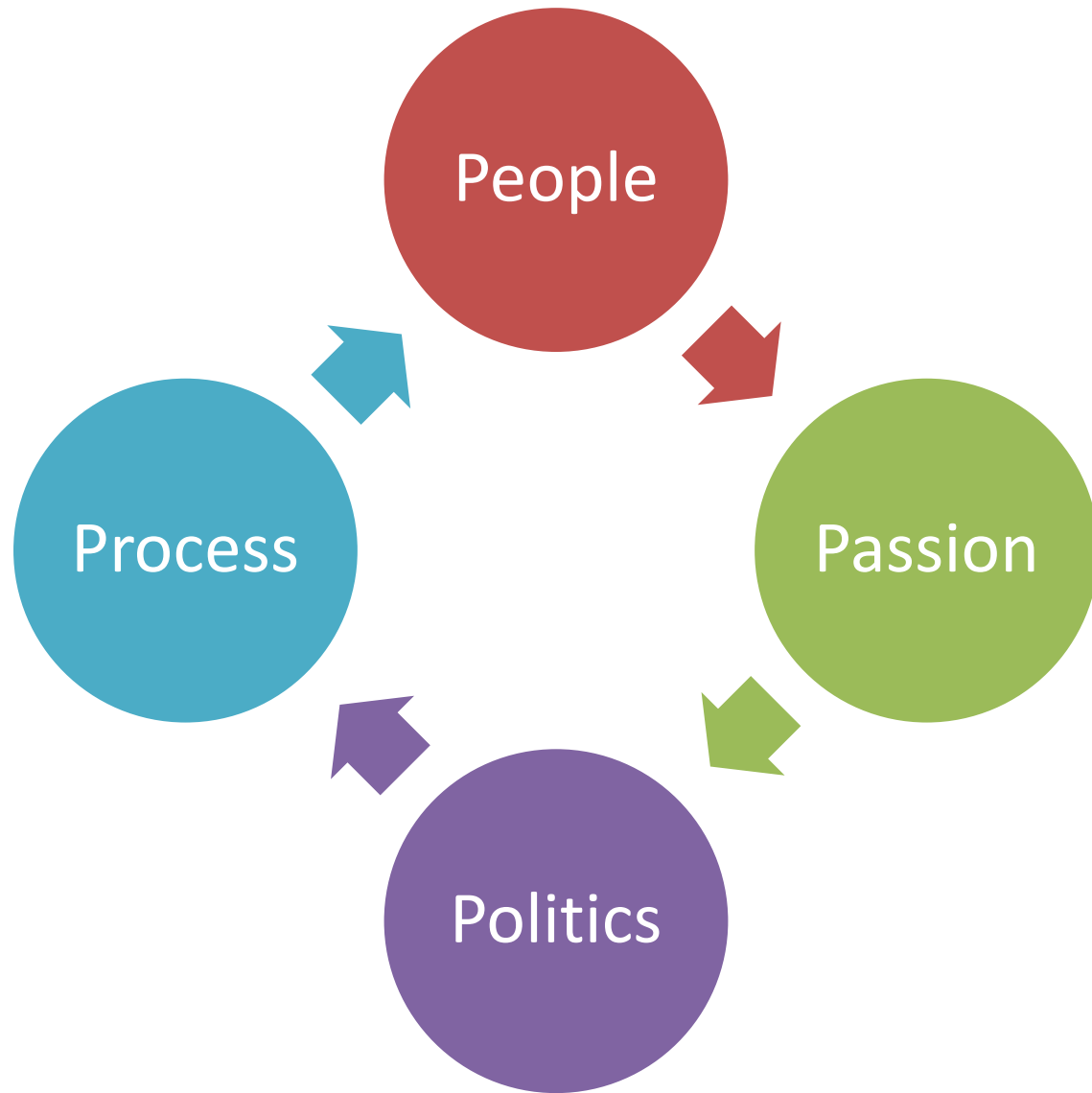
VIDEN

KUNNNEN

=

VANER

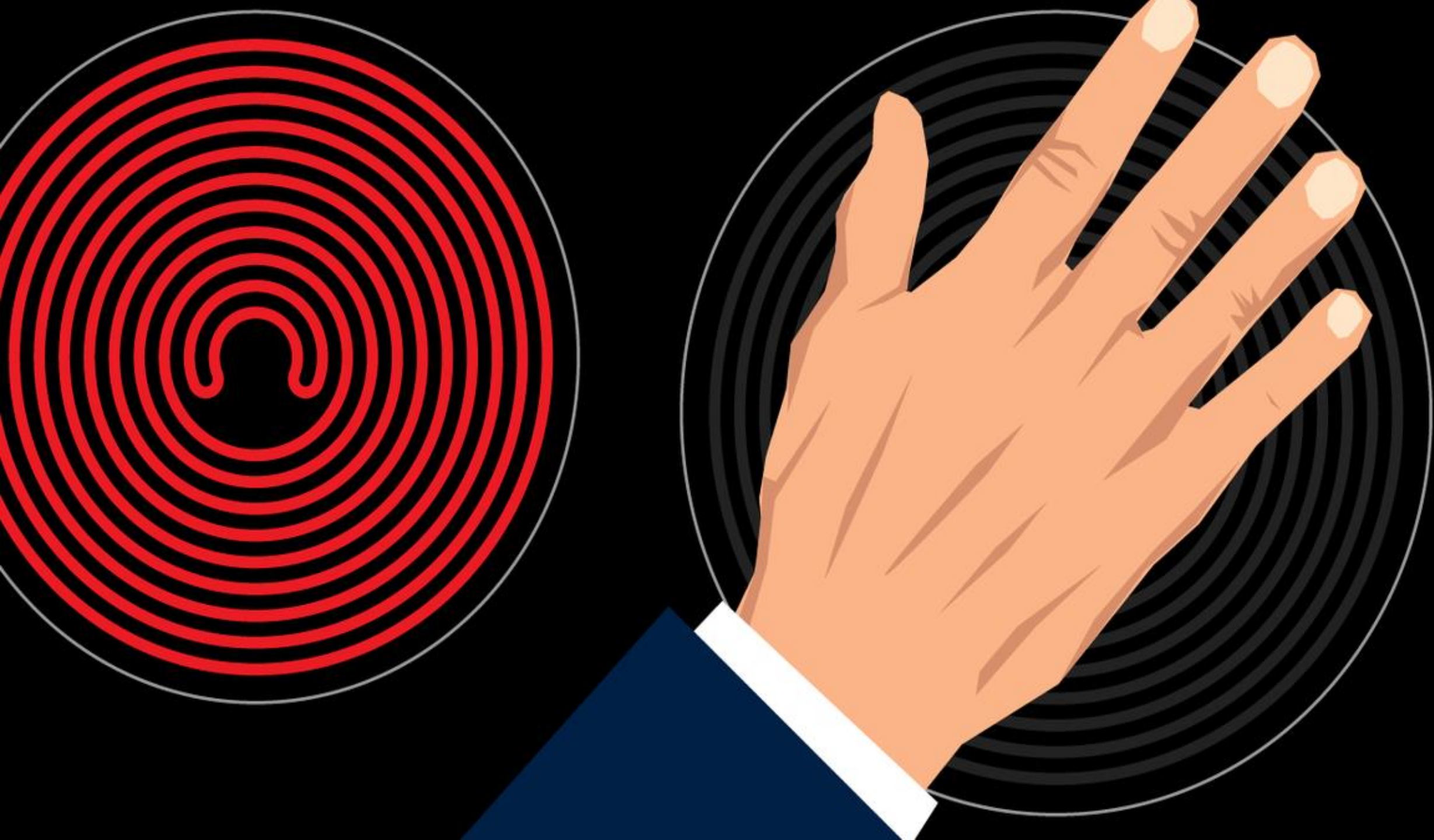




8 Ps of the Marketing Mix Defined



- **Product** includes use, design, packaging, quality, features, colors & size options.
- **Price** depends on packaging (including sizes), discounts, timing, location, shipping & other offer-related elements.
- **Place** includes retail, digital, phone, chat, fax & multi-channel options.
- **Promotion** consists of content, communications & messaging to persuade audience to buy.
- **People** includes everyone your business touches.
- **Principle** means your business must stand for something more than making a profit.
- **Process** focuses on technologies to improve customer experience.
- **Performance** means measurable results aligned with financial & strategic objectives.



**Loyalitet er når
kunderne kommer tilbage**



og ikke produktet



og de anbefaler til deres venner og bekendte

Tusinde tak for din interesse!

Har du spørgsmål til Holistic Experience eller spredning af loyalitetsvirus, er du meget velkommen til at tage kontakt mig:

e-mail: pw@winholistic.dk

Mobil: +45 53 38 34 00



Vind ved at være holistisk



Net Promoter2®
Certified
Associate

WINHOLISTIC

Sådan skaber du vedvarende loyalitet



Medarbejderne



Kunderne



Samfundet



Virksomheds-
resultater

Vind ved at være holistisk