

Der findes ingen
tryllepiller
til en succesfuld
kundeorientering!



© Loyalty Group

1

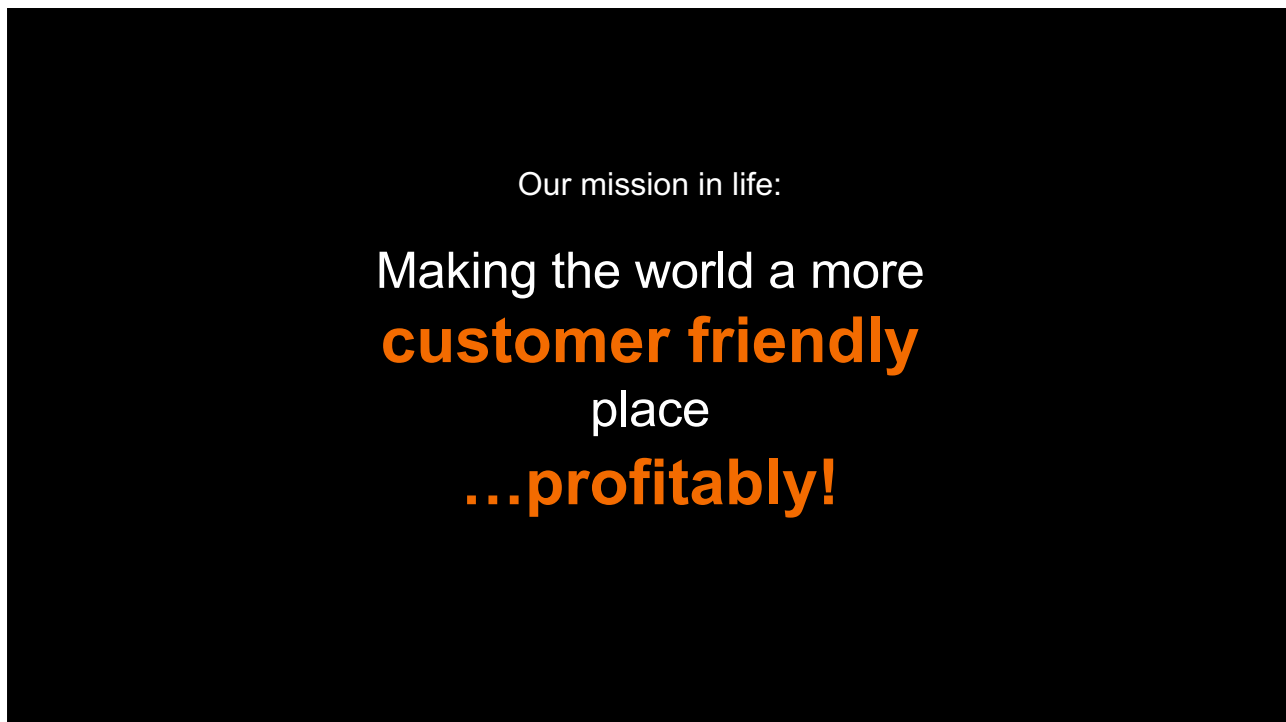
LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

1

Passionate
about
customers



2



3



4

*De danske virksomheder er
ikke så kundeorienterede
som de (ledelsen) tror.*

*Der er et kæmpe **uudnyttet**
potentiale for økonomisk vækst
i de danske virksomheder!*

NPS?
Fred Reicheld?

68%

bruger NPS til at måle kundelojalitet

Kilde: CX udfordringer 2020, Loyalty Group

© Loyalty Group

7

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

7

70%



8

”Survey begging”

If someone is begging you for a score, he doesn't work for a company that is run very well. **Begging is usually a symptom not of a rogue employee but of an ill-conceived system.** It is the bosses who create the systems that produce this behavior

Fred Reicheld, Oct 2019

9

The first mistake is linking frontline employees' compensation to survey scores. This doesn't just lead to **undignified behavior from employees.** It also takes the emphasis off learning and improving from customer feedback

Fred Reicheld, Oct 2019

10

First fix the basics!

© Loyalty Group

11

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

11



© Loyalty Group

12

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

12

Forrester CX Predictions

I 2018 vil kvaliteten af kundeoplevelsen **stagnere eller falde**. Fokus på **lavt-hængende frugter og hurtige resultater**.

I 2019 vil **hele 30%** opleve en **yderligere nedgang** i kvaliteten, som vil have direkte **konsekvens for virksomhedernes vækst**.

I 2020 vil **25%** af CX-ansvarlige miste deres job pga **manglende dokumentation for lønsomhed** i CX-arbejdet.

I 2021 vil **tillid, sikkerhed og inklusion** være centrale i CX-arbejdet. **25%** af virksomhederne vil skabe **øget CX-kvalitet**.



80% vs. 8%

Bain & Company, 2007

75% vs. 30%

Cap Gemini, 2017

© Loyalty Group

15

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

15

8%

2007

30%

2017

80%

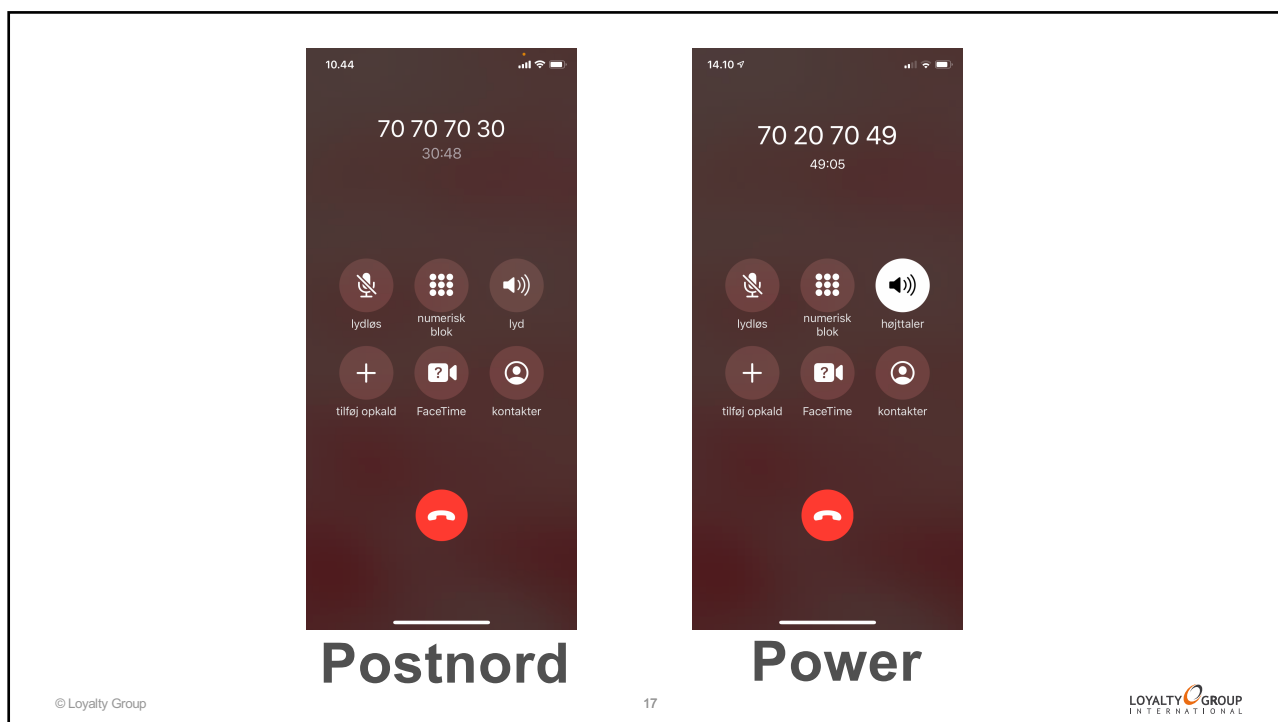
2047 ??



Efter 10 år:

**Hårdt arbejde og fremskridt,
men langt fra nok!**

16



17

< Tilbage 

[Spørgsmål og ændringer til årsopgørelse 2018](#) > [Fradrag](#) > [Kørselsfradrag](#)

Tak for din besked.

Vi har travlt for tiden. Vi vil forsøge at besvare din henvendelse i løbet af 20 dage.

Vi sender en mail til dig, når svaret er klar.

Vi beklager den lange ventetid.

På skat.dk kan du i vores privatlivspolitik læse nærmere om, hvordan vi behandler dine personoplysninger.

Hvis du har rettelser til din mailadresse, eller vi ikke har fået den, kan du lukke dette vindue, vælge "Ret kontaktoplysninger" og oplyse adressen.

Venlig hilsen
Kundecentret i Skatteforvaltningen

Du kan se din henvendelse i indbakken (eller lukke vinduet ned).

18

Tal ledelsens sprog!

Sæt tal på værdien af en øget kundeorientering!



19

Der er penge i loyale kunder

Loyale kunder...

- ▶ anvender en større budgetandel hos dig
- ▶ forbliver kunder hos dig i længere tid
- ▶ anbefaler dig til andre potentielle kunder
- ▶ **er mindre følsomme overfor prisstigninger**
- ▶ **er lettere og billigere at håndtere**



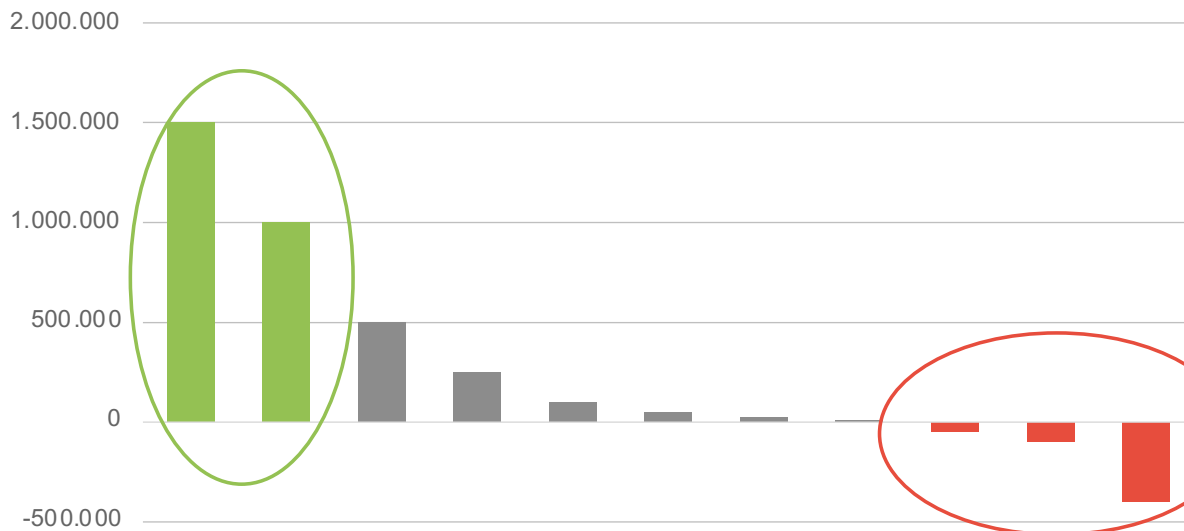
© Loyalty Group

20

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

20

80-20 reglen...



© Loyalty Group

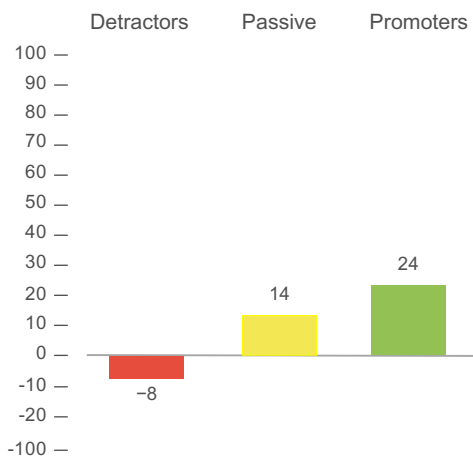
21

LOYALTY GROUP INTERNATIONAL

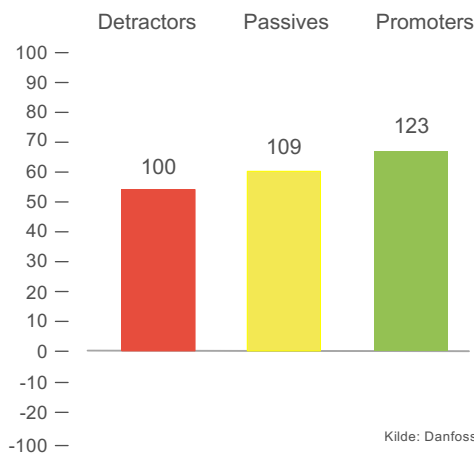
21

BtB: Eksempel på økonomisk effekt

Salgsvækst år 1-2 (%)



Bruttofortjeneste (indeks)



Kilde: Danfoss

© Loyalty Group

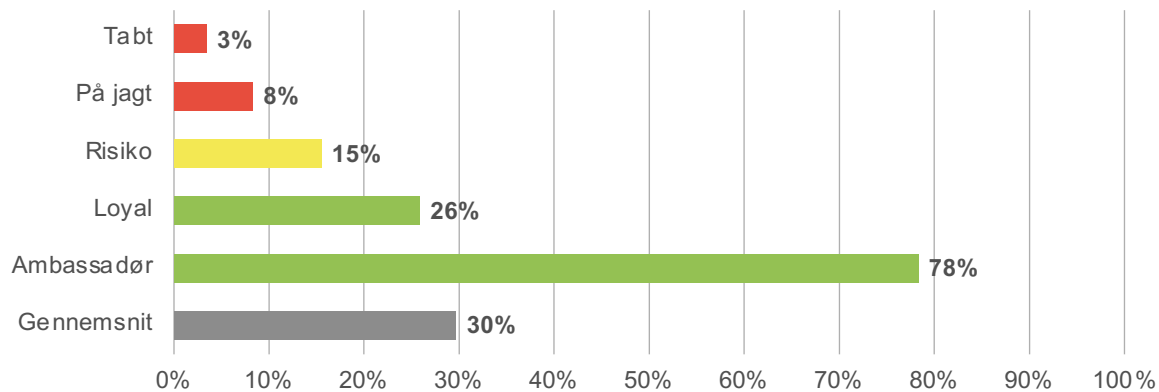
22

LOYALTY GROUP INTERNATIONAL

22

BtC: Genkøb på tværs af brancher

Hvor sandsynligt er det, at du ville vælge samme leverandør igen?



Kilde: Loyalty Groups BrancheIndex (baseret på mere end 20.000 BtC-kundesvar)

© Loyalty Group

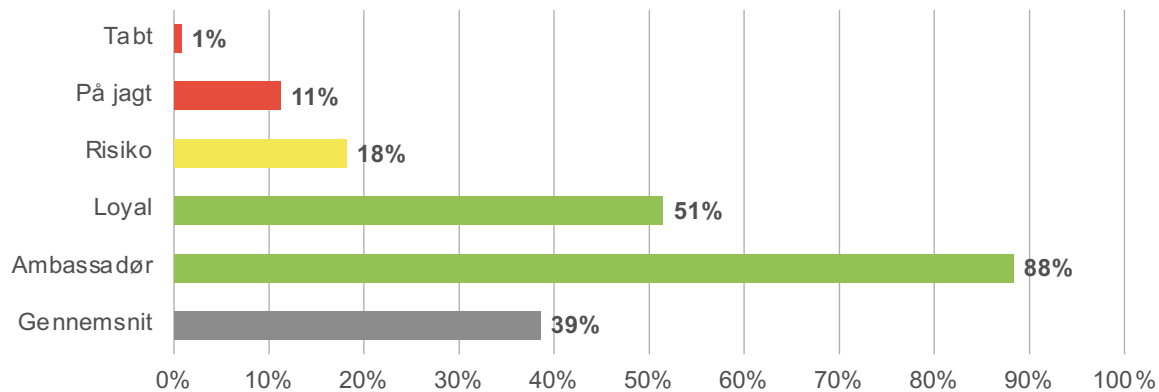
23

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

23

BtC: Anbefaling på tværs af brancher

Vil du anbefale din leverandør, hvis muligheden byder sig?



Kilde: Loyalty Groups BrancheIndex (baseret på mere end 20.000 BtC-kundesvar)

© Loyalty Group

24

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

24

Et regneeksempel

Et eksempel fra detail 1/2

	Procentvis fordeling	Gns. DB pr. md.	Antal kunder	Total DB pr. md.
Røde kunder	17%	405 kr.	45.108	18.268.740 kr.
Gule kunder	22%	462 kr.	58.173	26.875.926 kr.
Grønne kunder	60%	503 kr.	156.719	78.829.657 kr.
Total	100%		260.000	123.974.323 kr.

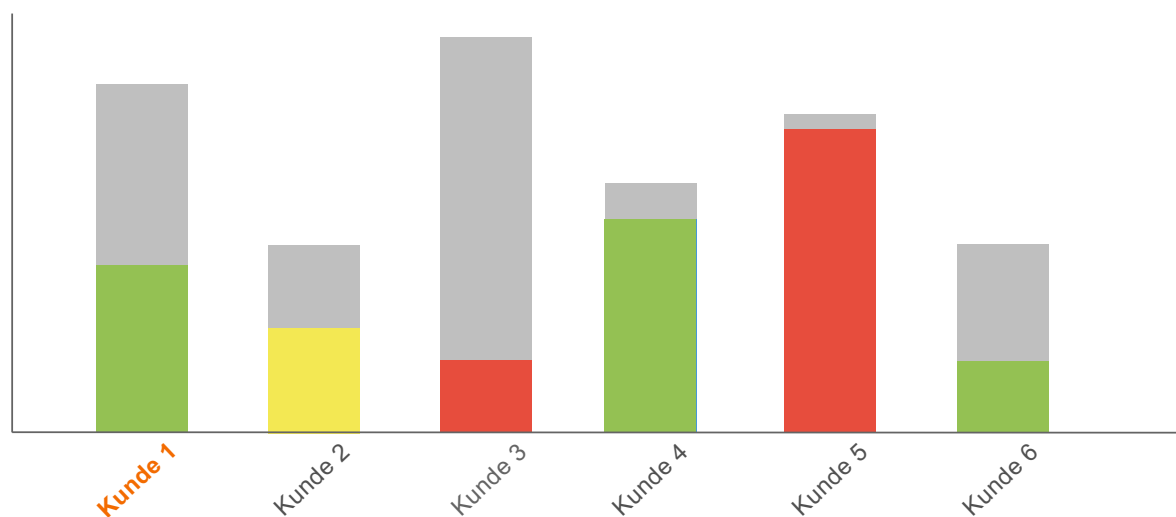
Et regneeksempel

Et eksempel fra detail 2/2

	Udgangspunkt	1% røde til gule	1% gule til grønne
Røde kunder	17%	16%	17%
Gule kunder	22%	23%	21%
Grønne kunder	60%	60%	61%
Total	100%	100%	100%
Total DB pr. md.	123.974.323 kr.	+147.586 kr.	+105.978 kr.

Prioritering af jeres kundebase

Når loyaliteten bliver styrende



© Loyalty Group

27

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

27

58%

beregner ikke den økonomiske effekt ved deres CX-initiativer

Kilde: CX udfordringer 2020, Loyalty Group

© Loyalty Group

28

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

28

Når så ledelsen endelig har forstået budskabet...

Vi skal være mere
kundeorienterede...
NU!

Vi skal have gang i
arbejdet med
kundeanalyser...

Vores kunderejse
skal beskrives mere
detaljeret ...

Vi må holde et event
for vores kunder i
næste måned...

Problemet i mange virksomheder:

**Definitionen af
kundeorientering
er alt for "fluffy"**



65%

Har ikke implementeret
en struktureret plan for
arbejdet med CX

Kilde: CX udfordringer 2020, Loyalty Group

© Loyalty Group

31

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

31

Der findes en struktureret diagnosemodel

Modellen nedbryder kundeorientering i **4 hovedområder** med hver **5 underkategorier**, som virksomheder skal fokusere på at udvikle – afhængig af deres **nuværende niveau** af kundeorientering og **ambitioner for fremtiden**



© Loyalty Group

32

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

32

4 vigtige nøglekomponenter...



Engagement

Når ledelsen er kommittet og involverer sig i kundeorienteringen og medarbejderne bliver opmuntret og støttet i kundeorienteret adfærd. Der er et klart billede af, hvor virksomheden vil udvikle sit kundefokus ligesom øvrige forretningsmål ikke konflikter med mål for kundetilfredsheden.



Kompetence

Når der er defineret kompetenceniveauer samt karriereplaner og der løbende gennemføres uddannelse i kundeorientering. Alle har adgang til information om kunder og tilfredshed ligesom der lægges planer for udvikling af kundetilfredsheden.



Mulighed

Når medarbejderne har mandat til at afvige faste processer i kundeorienteringens tegn. Hele organisationen arbejder mod samme mål og processerne tager udgangspunkt i kunderne, båret af at ledelsen fremelsker en kundeorienteret kultur.

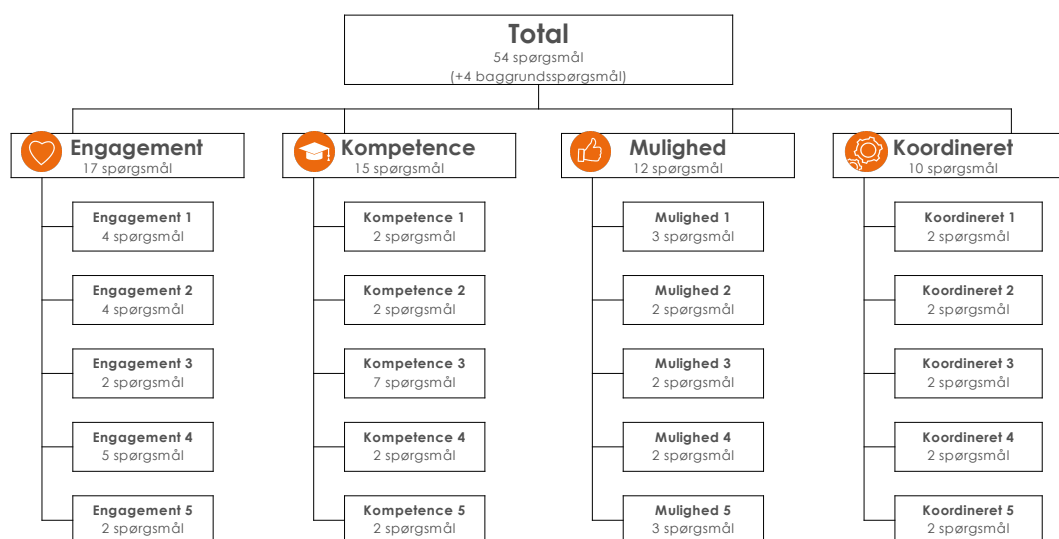


Koordineret

Når der er et fælles "kundeorienteringsprog" og de bedste kundebehandlinger indsamles og deles. Der er de nødvendige IT løsninger, der indeholder og analyserer kundetilfredshedsdata baseret på kundesegmenter og deres vej gennem organisationen.

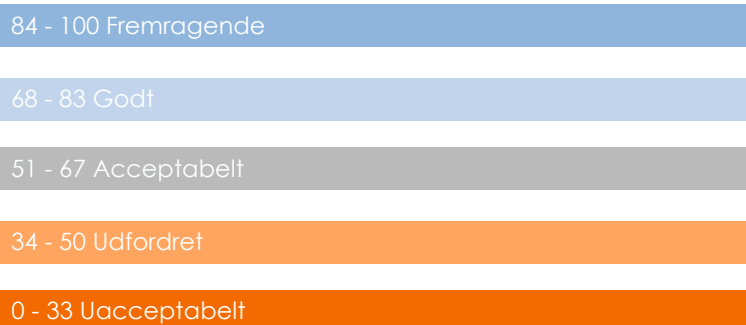
33

..beskrevet i 20 fokusområder



34

Temperaturen på kundeorientering



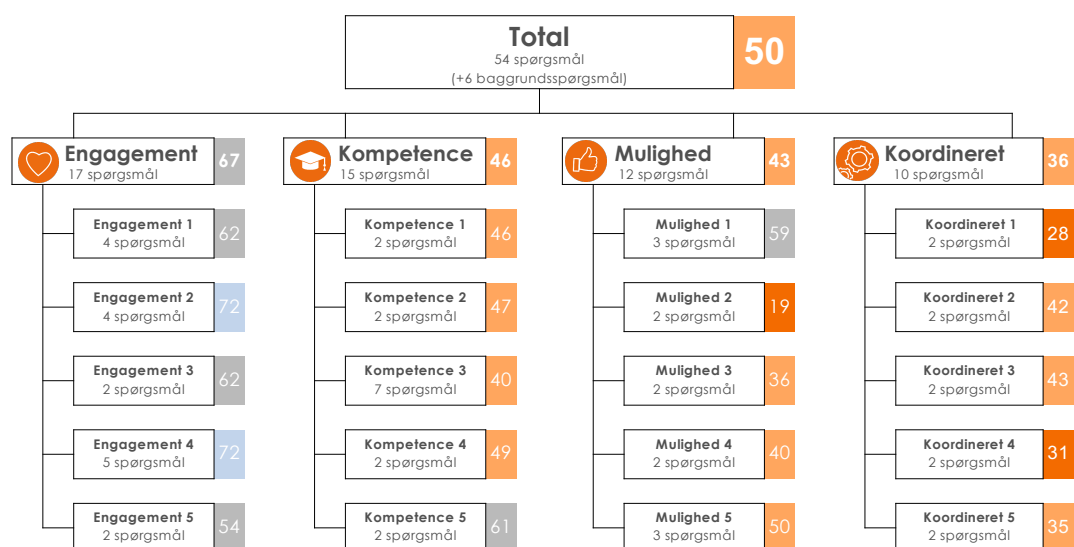
© Loyalty Group

35

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

35

Customer Experience "Heat Map"



© Loyalty Group

36

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

36

84%

Høster ikke værdien af deres indsats for en øget kundeorientering

Kilde: Customerfit data, 2018

© Loyalty Group

37

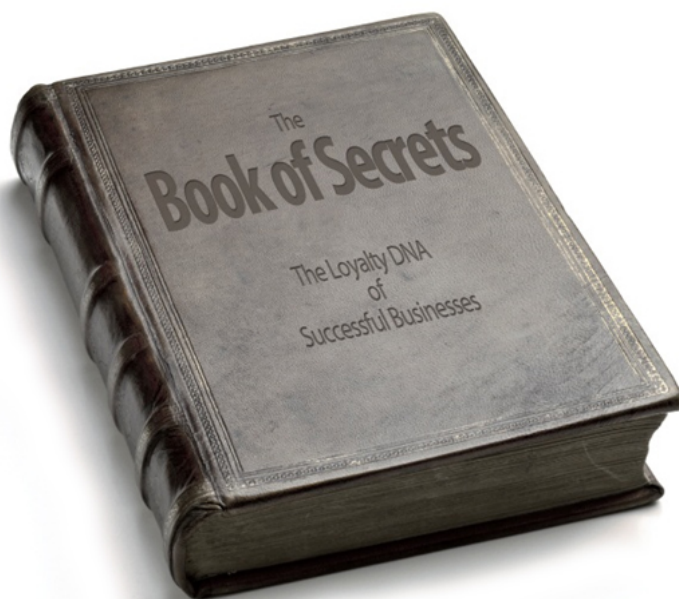
LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

37

Best Practice

Hvad kendetegner de mest succesfulde virksomheder?

...og de mindre gode?

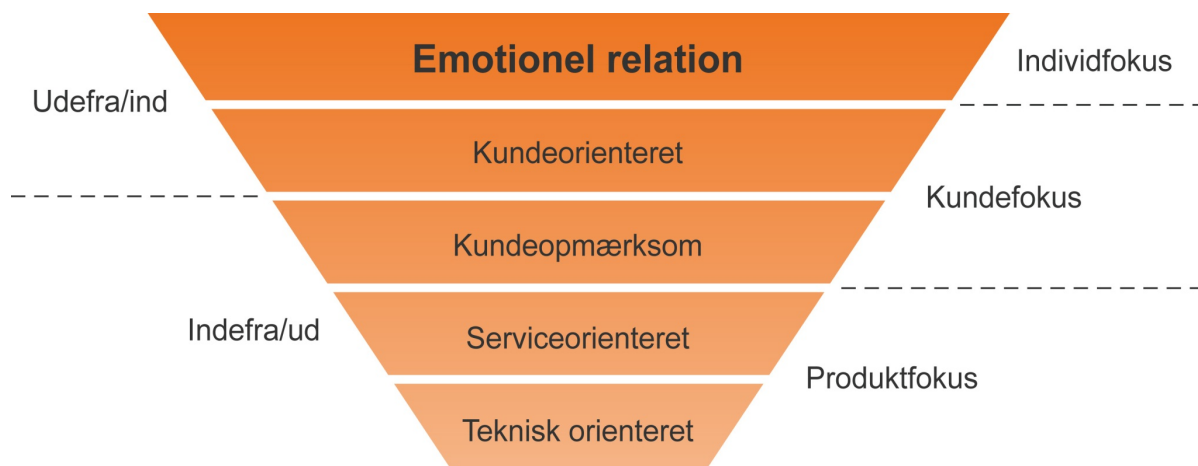


© Loyalty Group

38

38

Fra produktfokus til individfokus



© Loyalty Group

39

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

39

Her er de bedste råd...

Baseret på interviews med topledere og 25 års erfaring



Beregn den
forretnings-
økonomiske værdi



Motivér
medarbejderne og
klæd dem godt på



Gå forrest og vær et
godt eksempel for
medarbejderne



Kortlæg og beskriv
kunderejsen på
tværs af afdelinger



Indsaml kundeindsigt
ved alle relevante
interaktioner



Gør kundeindsigt
tilgængelig for de
relevante funktioner

© Loyalty Group

40

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL

40

Hvis du vil vide mere...

Mikkel Korntved
mk@loyaltygroup.dk
dk.linkedin.com/in/mikkelkorntved



loyaltygroup.dk

© Loyalty Group

41

LOYALTY GROUP
INTERNATIONAL