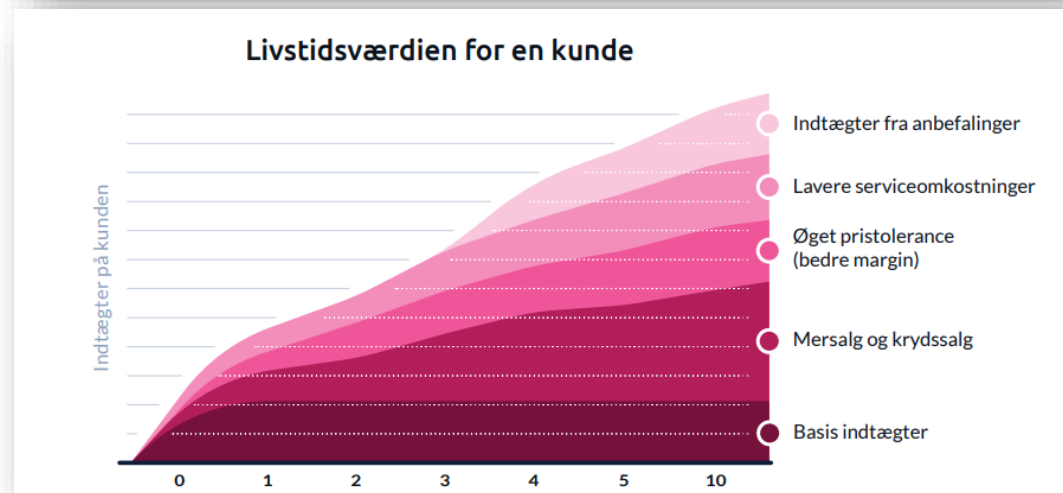


Bliv blandt de bedste til kundefokus – lær af Danmarks topvirksomheder

V. Christian Sørensen



Kundetilfredsheden driver forretningen



Kilde: Satrimetrix: The ROI of Experience Management The true engine of profit, growth, and value

KUNDEFOKUS

Økonomien i kundefokus og tilfredse kunder

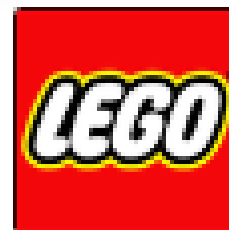
.....

1



Christian Sørensen (He/Him) [Add verification badge](#)

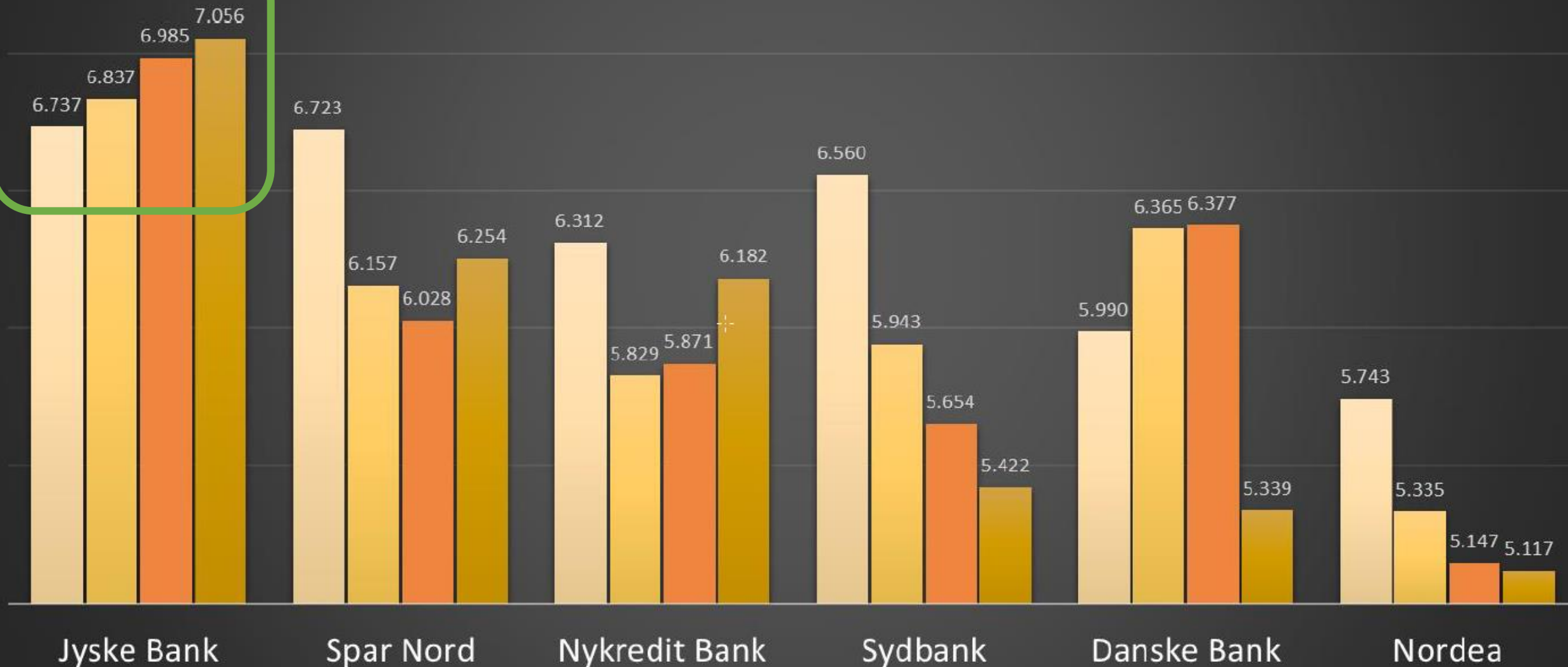
Head of Sales enablement | Forfatter Kundehelelene |
Forretningsudvikling | Kundefokus | Nysalg

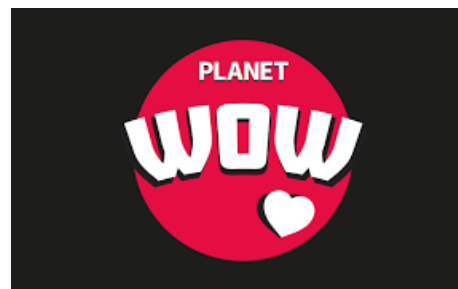




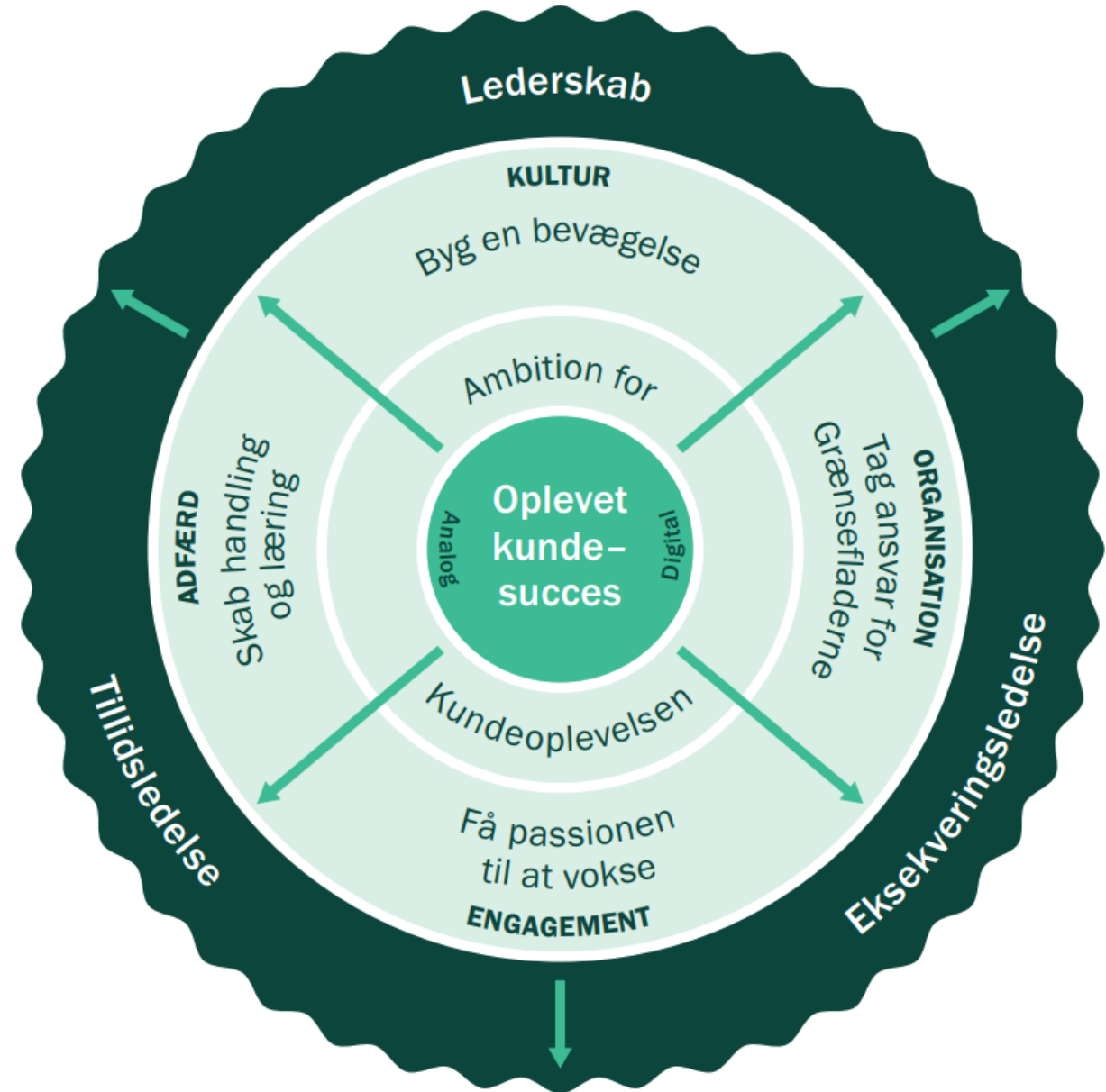
Bedste Private Banking - Udvikling

CEM Score ■ År 2016 ■ År 2017 ■ År 2018 ■ År 2019





- Tre niveauer
- 9 byggesten
- Bygget på konkrete fokusområder og handlinger
- **SAMLET:** En kapabilitet for kundearbejdet



Der er **ikke**
raketvidenskab, at
forstå det de gør

Det er raketvidenskab
at **få det til at ske** –
hver gang og igen og
igen



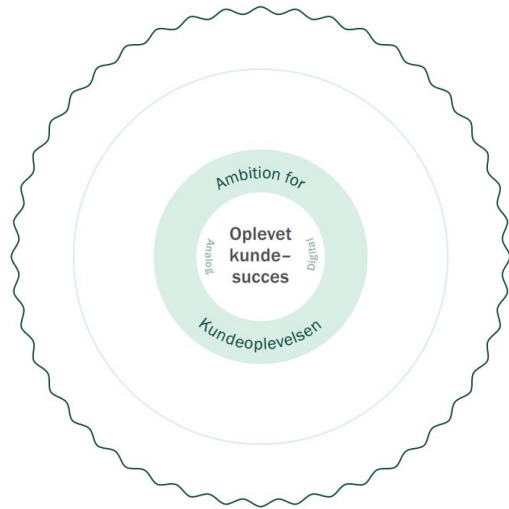


Værktøj nummer 1:

Blive helt klar på hvad succes er for dine kunder – og med deres ord!

$$\text{Oplevet kundesucces} = \frac{\text{Oplevelse af processen} + \text{Ubøvet oplevelse} + \text{Følelse af kontrol}}{\text{Får løst behov}}$$

Formel for oplevet kundesucces.



Værktøj nummer 2:

Formuler en enkel kundeambition / kundeløfte

– der giver mening i din forretningen

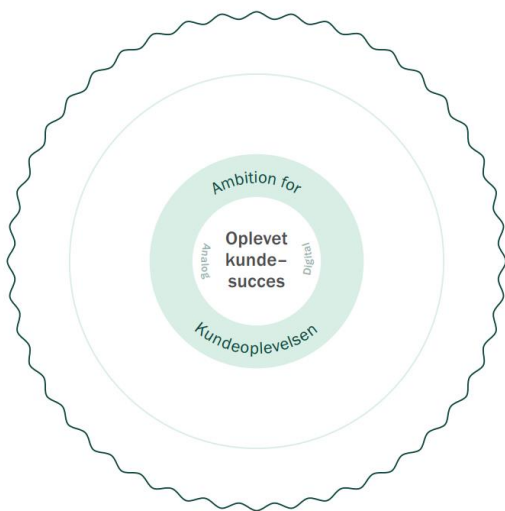


"Come as a Guest, leave as Family"
.... Onkel Arne



Vores løfte til kunderne er, at det for kunden skal være nemmere og bedre at handle i STARK hver eneste gang



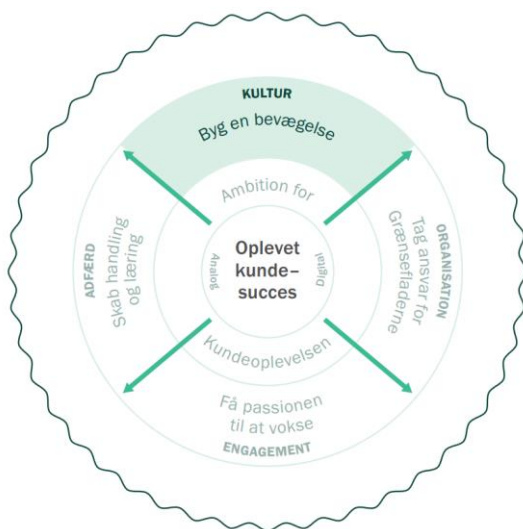


Værktøj nummer 3:

Prioriter hvem, der er dine vigtigste målgruppe(r)



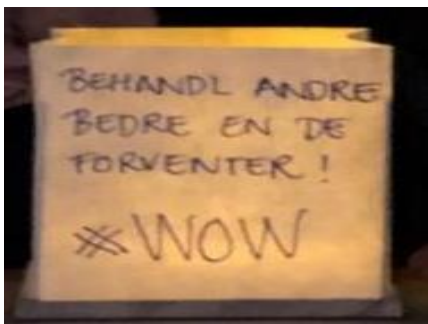
”Husk, hvem vores målgruppe er,
Husk, hvem vores målgruppe er
Husk, hvem vores målgruppe er”.



Værktøj nummer 4:

Gør kundernes succes til noget, I taler om – sådan helt naturligt!

Værdier / DNA
– lugten i bageriet

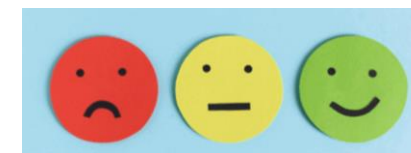


Vores antagelser om service

- Oplevelser handler KUN om mennesker.
- Fremragende oplevelser er en sanseoplevelse.
- Medarbejdere styrer gæsternes følelser - og hinandens...
- Det, vi fokuserer (og måler...) på vokser!
- Dårlige oplevelsesmønstre ændres lettest ved at lave nogle nye, der er bedre!
- "Hvordan KUNNE vi gøre det" rummer alverdens fremdrift.
- Fårup Værtsskab lever kun, når vi ER det!
- Vi vil give vores medarbejdere frihed under ansvar – ikke fastlåst af regler, men inspireret af vores Fårup-kultur!



Rekrutterer på
holdninger og
personlighed



Bruger kundernes
Feedback / stemme





Værktøj nummer 5: Giv organiseringen et serviceeftersyn ift. kundens oplevelse!



Emil Krull

404 venner • 8 fælles

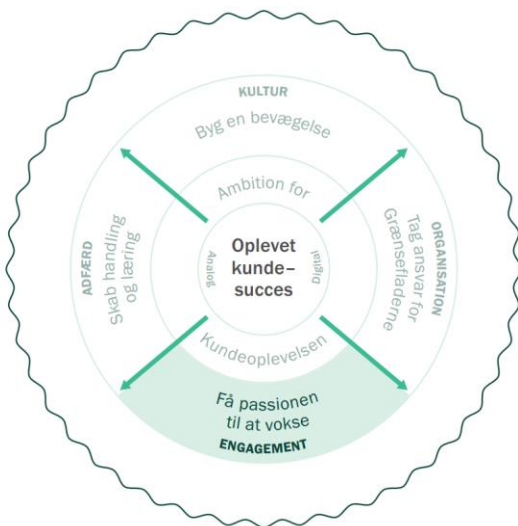


Specialisering til
kundens bedste



Byg bro mellem siloer





Værktøj nummer 6: Behandl dine medarbejdere som (bedre end) dine kunder!





Trustpilot TopGun og faglig wingman hos Visma e-...

4t ...

Jeg mindes stadig 'min' Dino-dag for godt 4 år siden som noget helt særligt! Jeg er stor Tom Cruise fan og min dag blev derfor fejret med TopGun tema og der blev serveret fritter med bearnaise som snack - helt i min ånd! Absolut fantastisk 🥰🥳🦖🥳
Jeg glæder mig allerede til min 10års Dino-dag senere på året 🥳🥳



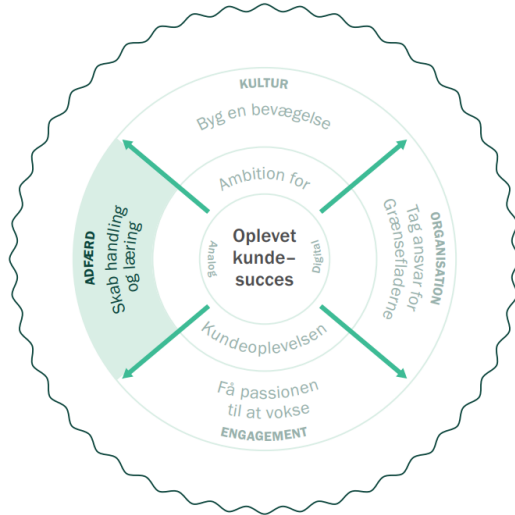
Synes godt om • 9 Svar



Giv din mening til kende

@ Opslå





Værktøj nummer 7:

Det handler om det du GØR
– og som kan italesættes (servicesprog)!

“It’s hard to be 100% better than your competition, but
you can be 1% better in 100 ways.”

— Rich Melman



DEN GODE ADFÆRD

Vores adfærd er alt det, vi gør og siger.

Vores adfærd er afgørende for kundens oplevelser i STARK – og ikke mindst for kundens loyalitet.

Gennem vores adfærd skal vi give kunderne den opmærksomhed, de forventer, og gøre dem bevidste om

Vi bruger 0-10 skalaen fra Net Promoter Score til at måle kundernes loyalitet og skabe et sprog om vores adfærd. Vi taler derfor om henholdsvis 5'er-adfærd, 8'er-adfærd og 10'er-adfærd.

10

10'er-adfærd – når du går den ekstra mil

Her går vi den ekstra mil for kunderne, som knytter dem tættere til STARK og i sidste ende, får dem til at anbefale os til andre. Med andre ord opnår vi en bedre forretning gennem 10'er-adfærd. Du leverer for eksempel denne adfærd, når du uopfordret går i dybden på en sag og finder alternativer eller mulige besparelser på enten tid eller penge, som kunden ikke selv havde set.

8

8'er-adfærd – mindre kan ikke gøre det

Denne adfærd er det, alle medarbejdere som minimum leverer i mødet med kunden – hver gang. Du har for eksempel en 8'er-adfærd, når du afdækker projektbehov, tilbyder folgevarer, afstemmer forventninger og følger hurtigt op på tilbud.

5

En 5'er-adfærd – ikke godt nok

En 5'er-adfærd er en adfærd, som vi ikke accepterer. Her skuffer vi kunderne og indfrier ikke deres forventninger. Du leverer eksempelvis en 5'er-adfærd, når du blot spørger overfladisk ind til projektet, sender tilbuddet fladt igennem og undlader at følge op. Det er også en 5'er-adfærd, når du i en supportfunktion ikke vender tilbage til aftalt tid eller afviser at hjælpe en kollega, der har brug for din hjælp.

Net Promoter Score (NPS) måler kundernes loyalitet.

De loyale kunder handler nemlig oftere, handler et bredere sortiment og

Service-hånden

De fem vaner,
der GØR
forskellen

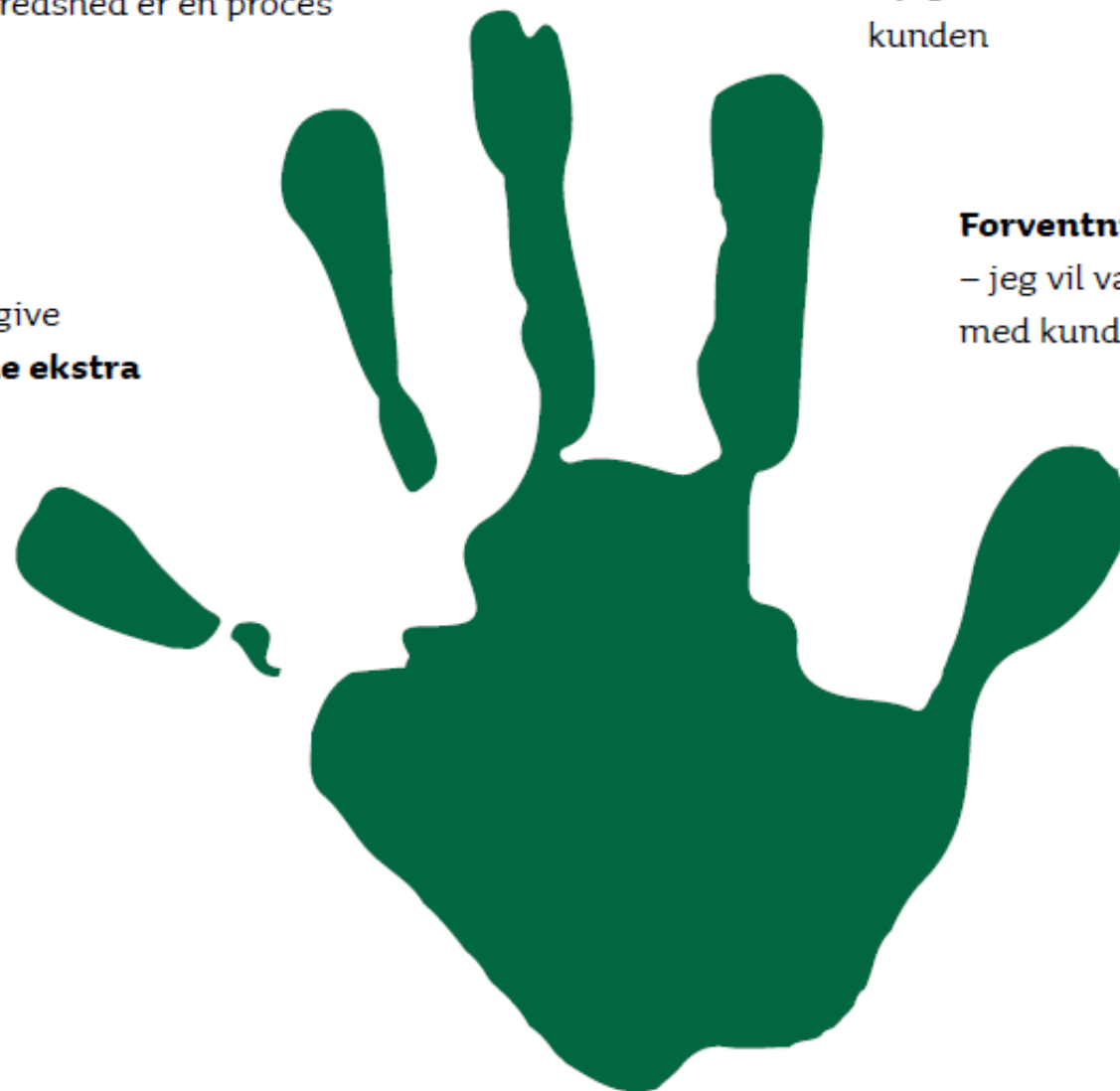
Jeg vil **ringe til kunden**
– tilfredshed er en proces

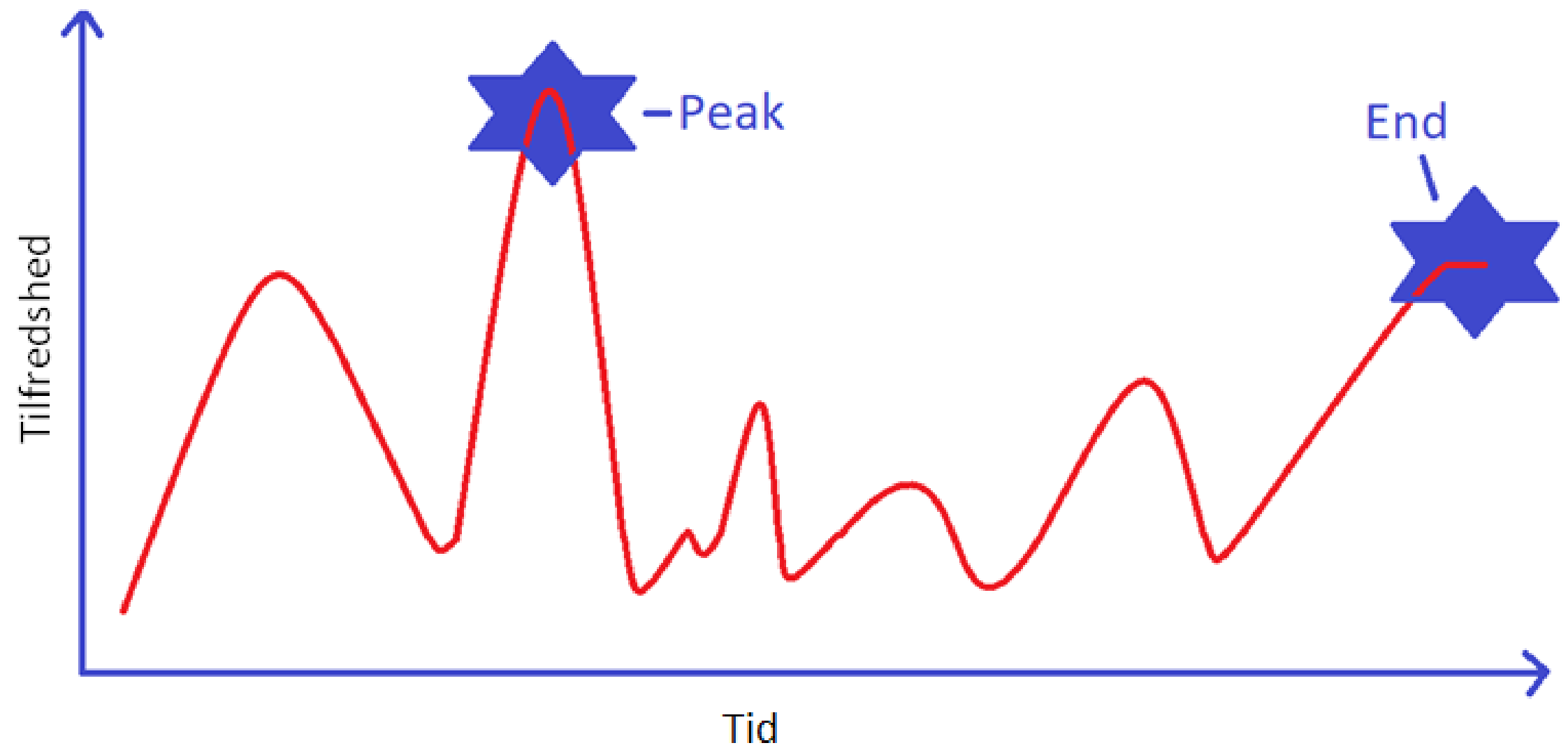
Jeg vil **gå langt**
for at løse kundens
problem

Ægte interesse
– jeg vil have fokus på
kunden

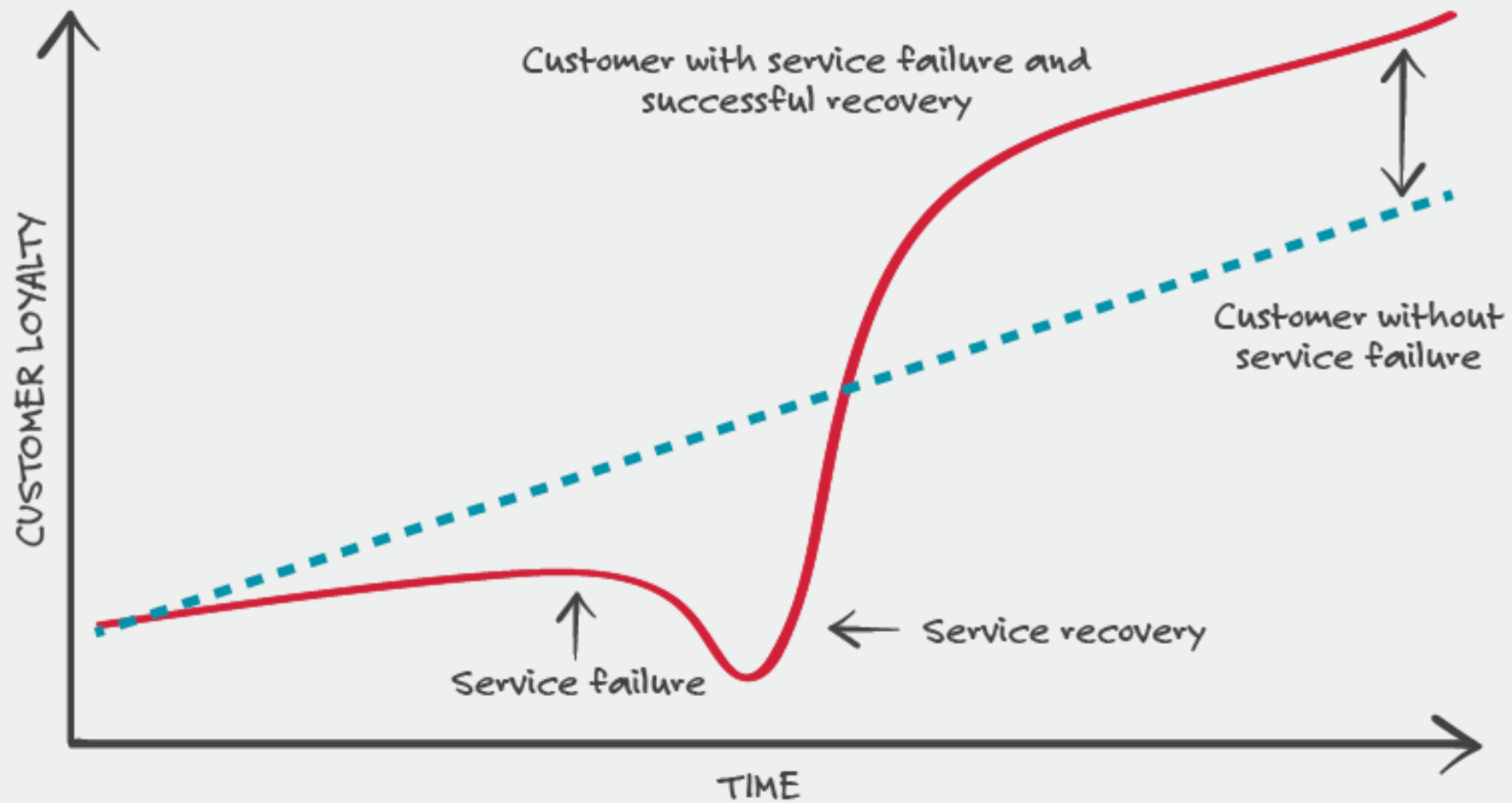
Forventninger
– jeg vil være på forkant
med kundens oplevelse

Jeg vil give
det lille ekstra

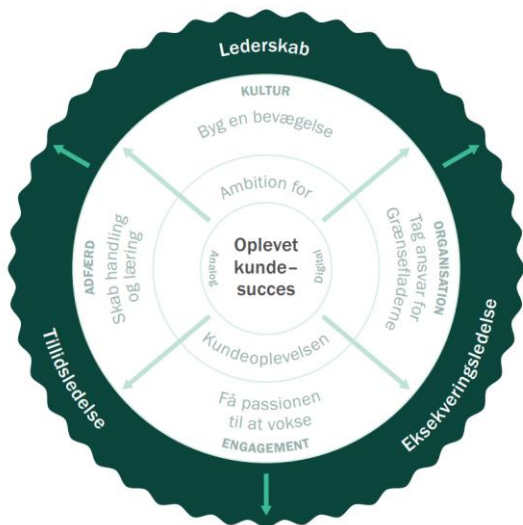












Værktøj nummer 8:

Skab en bølge – arbejdet med kunderne bliver aldrig færdigt

Vi hjælper de gennemsnitligt fattigste mennesker i Danmark, nemlig de små iværksættere

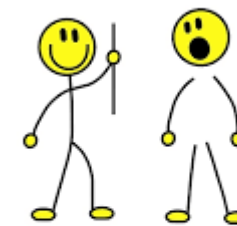
Skab mening!



Ikoniske historier og rollemodeller



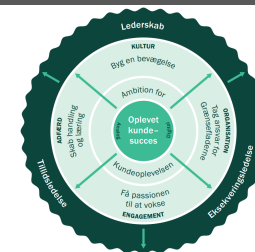
Hold fokus – og nogens ansvar



don't worry...
i've got your back

Jeg er der for dig

Dagens otte værktøjer - fra Kundeheleterne



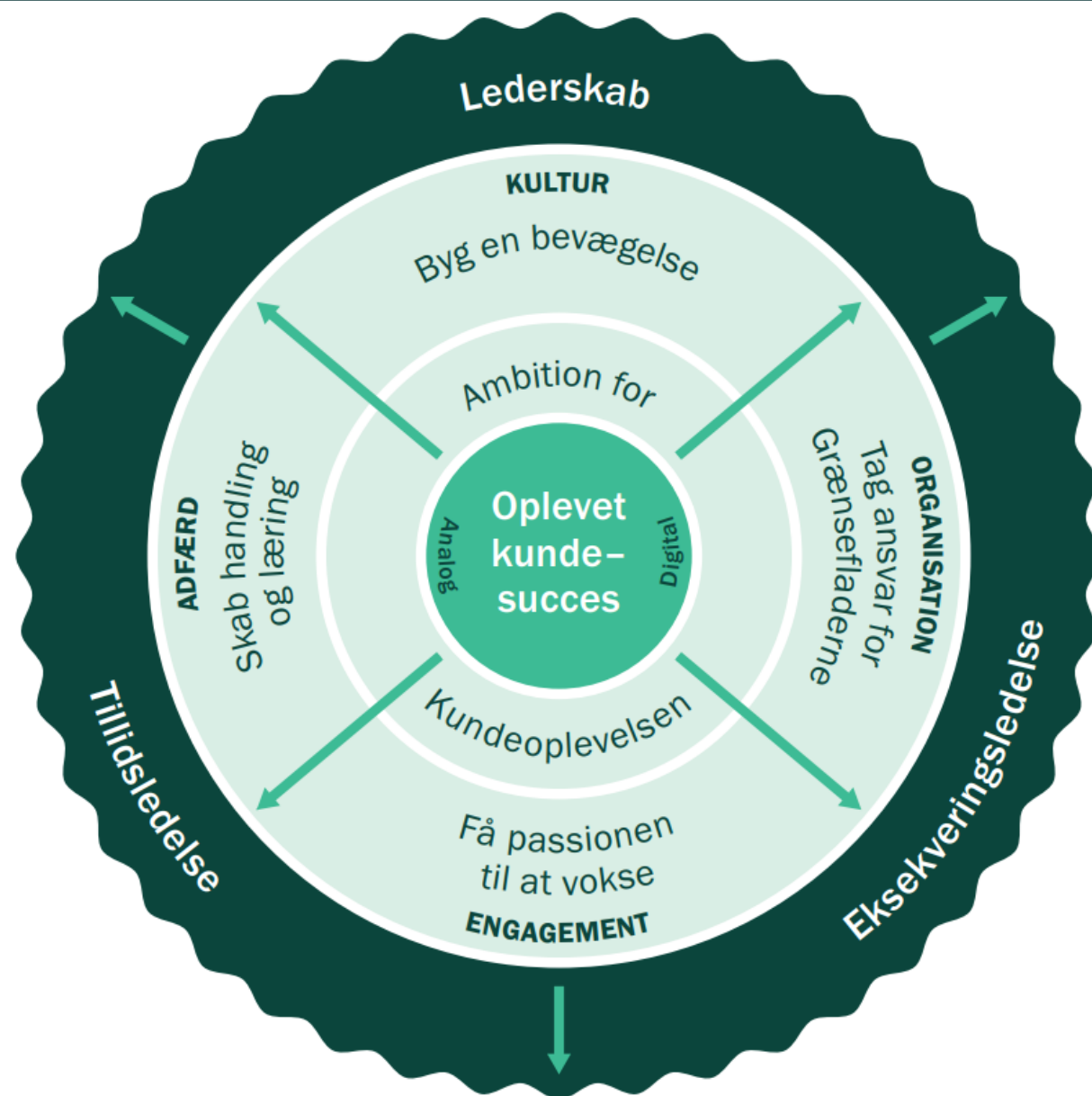
1. Blive helt klar på hvad **succes er for dine kunder** – og med deres ord!
2. Formuler en enkel **kundeambition** – der giver mening i din forretningen
3. **Prioriter** hvem, der er dine vigtigste målgruppe(r)
4. Gør kundernes succes til noget i taler om – sådan helt naturligt i **kulturen**!
5. Giv **organiseringen** et serviceeftersyn ift. kundens oplevelse!
6. Behandl dine **medarbejdere** som dine kunder - **passion**!
7. Det handler om det du **GØR** – og som kan italesættes (servicesprog)!
8. Skab en **bølge** – arbejdet med kunderne bliver aldrig færdigt

SAMLET:

**Konkrete værktøjer /
byggesten**

**En kapabilitet for
kundearbejdet**

**Vejen til at lykkes
hver dag
Og til at slå dine
konkurrenter**



Held og lykke med arbejdet med
kunderne - noter de 2-3
guldkarameller du vil tage med hjem

Særpris på bogen 25% rabat
...Find mig på konferencen

Få artikel: Økonomien i tilfredse kunder
Christiansoerensen@hotmail.com
Lad os linke: [Christian Sørensen](#) | [LinkedIn](#)

