

# WIRAYA

## Svenskar om kundbesatthet

Sara Bremdal-Vinell

Charlotte Banning



# Managed SaaS for Mobile Customer Activation





Jag har ingen relation till min bank



2:27



**5-10%**

Företag som är ledande på kundupplevelser kan nå inkomstökningar på 5-10% och reducera kostnader med 15-25% inom två till tre år.  
- McKinsey

**81%**

81% av tillfrågade företag anger att de kommer konkurrera delvis eller helt med kundupplevelse innan år 2020.  
- Gartner



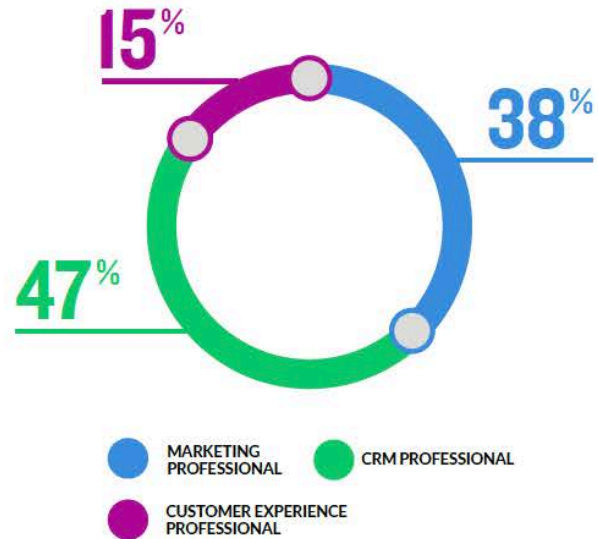
A photograph of three people outdoors at sunset. A woman in a pink jacket is laughing and looking at a man with a beard and sunglasses who is holding a beer bottle. Another man is partially visible on the left. The background shows a sunset over a landscape. There are blue geometric shapes in the corners.

**The Age of the Customer  
is upon us.**

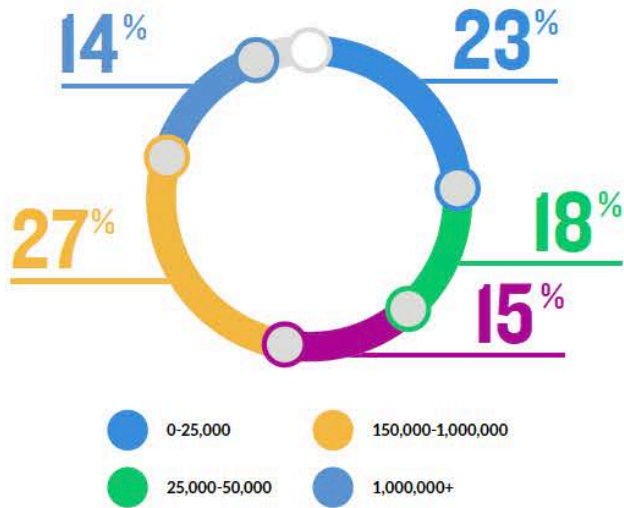
A wooden boardwalk path leads through a dense forest of tall trees and lush green ferns. The path is made of wooden planks and is surrounded by a thick carpet of green ferns and other forest plants. The trees are tall and thin, with some sunlight filtering through the canopy. The overall scene is a serene and natural forest setting.

**Affärsstrategi kombinerat med teknik för att bearbeta befintliga kunder i hela kundlivscykeln.**

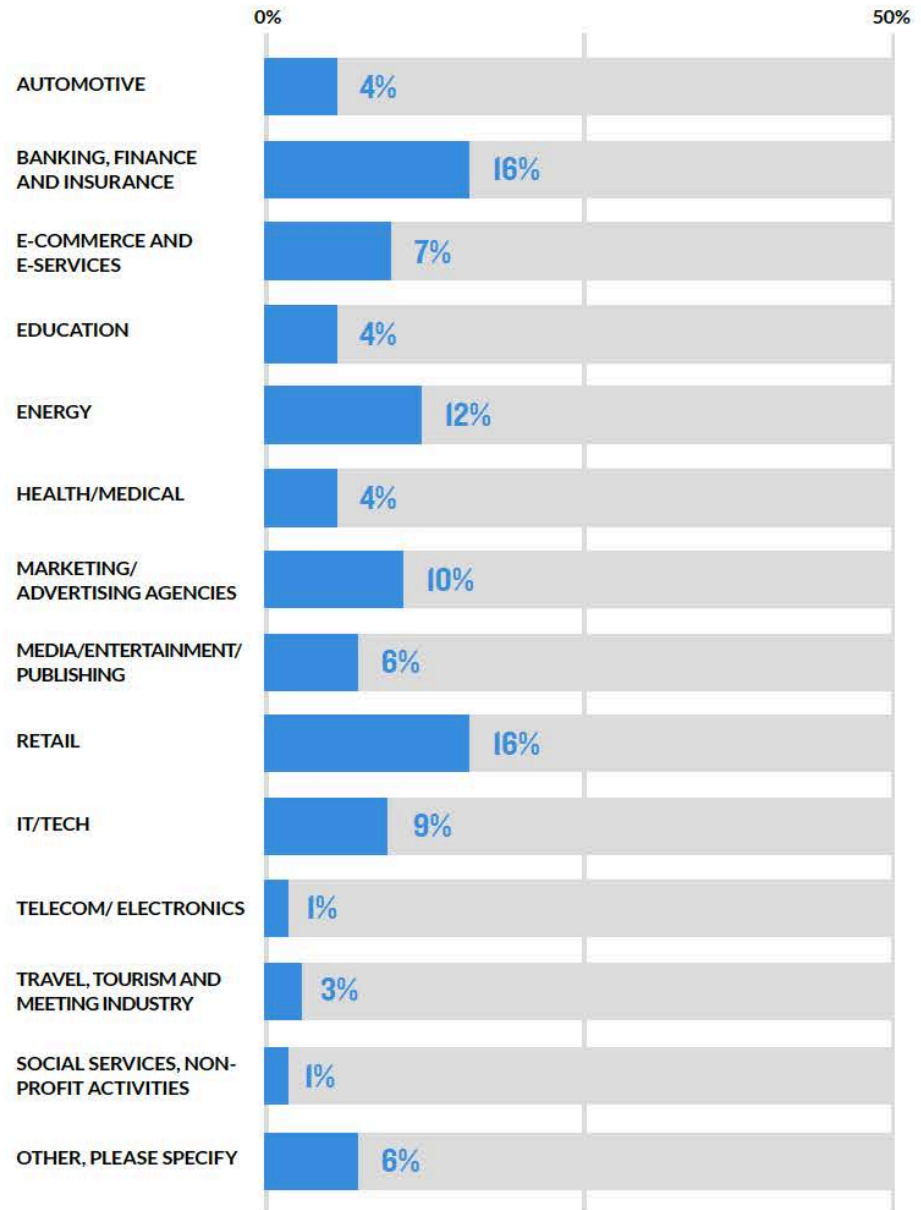
Which of the following best describes your profession?



What is the total number of customers in your organisation?



In which industry is your organisation?







## 5 top priorities

for companies to ensure a customer focused way of working.

**21%**

PLAN TO INCREASE FOCUS ON EXISTING CUSTOMERS

**18%**

PLAN TO GET THE MANAGEMENT ONBOARD

**22%**

PLAN TO MAKE MORE DATA-DRIVEN DECISIONS ON CUSTOMER INSIGHTS

**19%**

PLAN TO DELIVER BETTER CUSTOMER EXPERIENCE

**22%**

PLAN TO CREATE CROSS-FUNCTIONAL TEAMS

## Visa ledningsgruppen vägen genom att visa dem data.

- Ha en tydlig strategi – visa vad du vill göra
- Ett business case – varför du vill göra det
- Tydliga KPIer – som visar hur det går

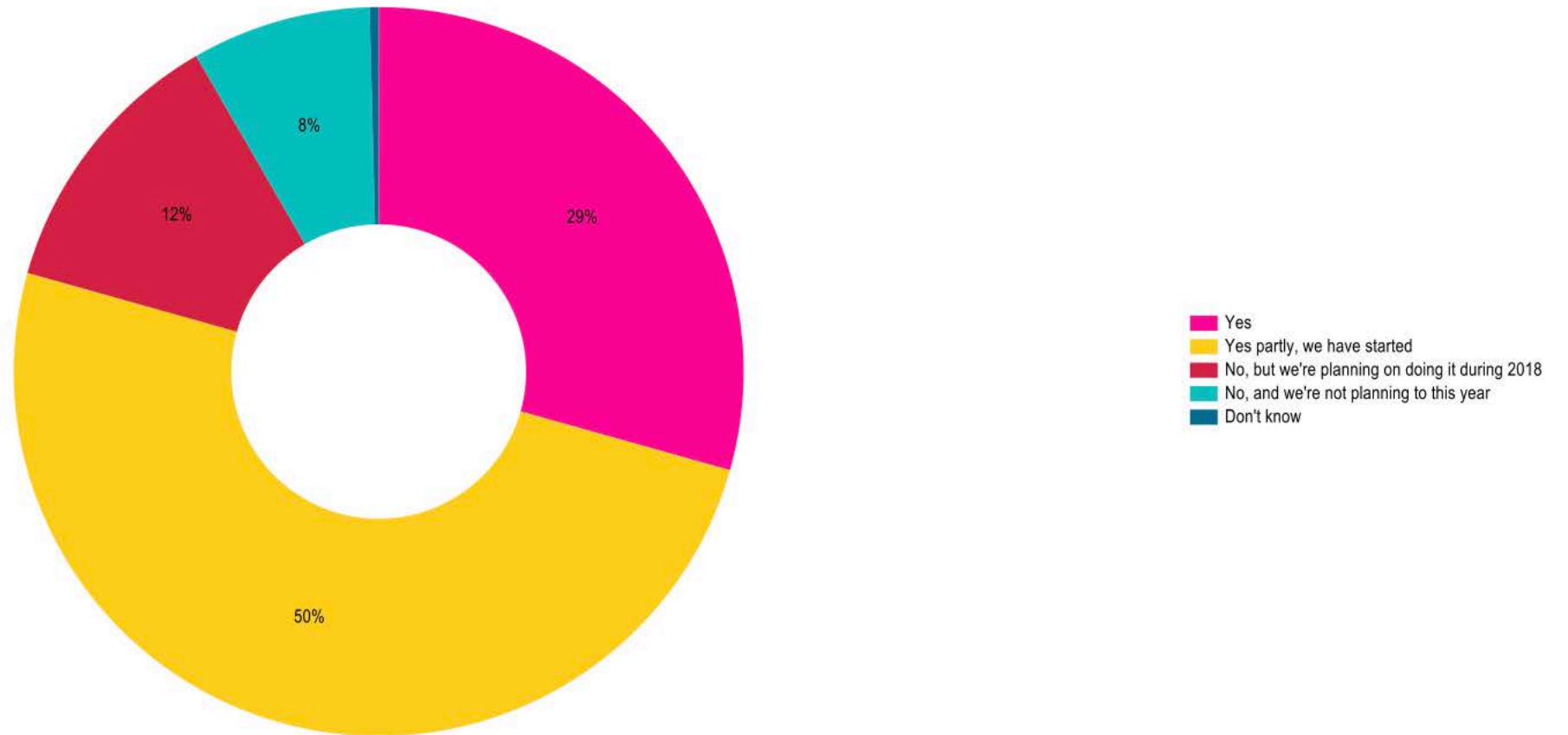
### De som tar datadrivna beslut:



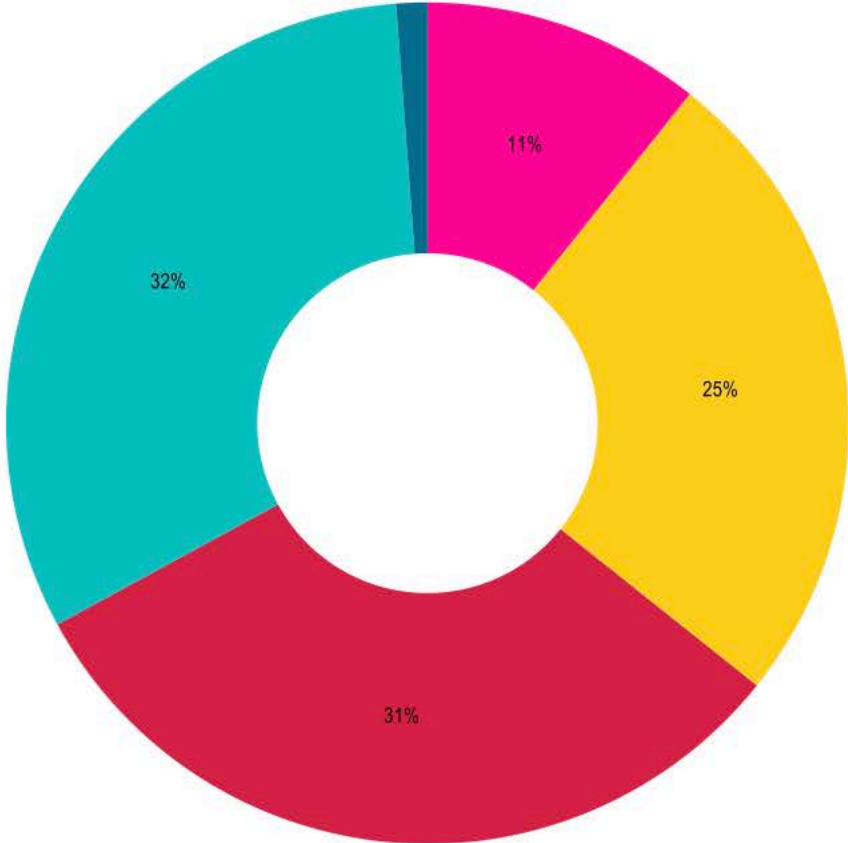
A person is holding a large, detailed topographic map outdoors. The map is held open by two hands, one at the top and one at the bottom right. The map shows a complex network of roads, green areas representing fields or forests, and various place names. The text 'Hur långt har du kommit jämfört med andra företag?' is overlaid in white on the map. The background is a blurred outdoor setting, and the person holding the map is wearing a blue jacket.

**Hur långt har du kommit  
jämfört med andra företag?**

Have you mapped your customer journeys?

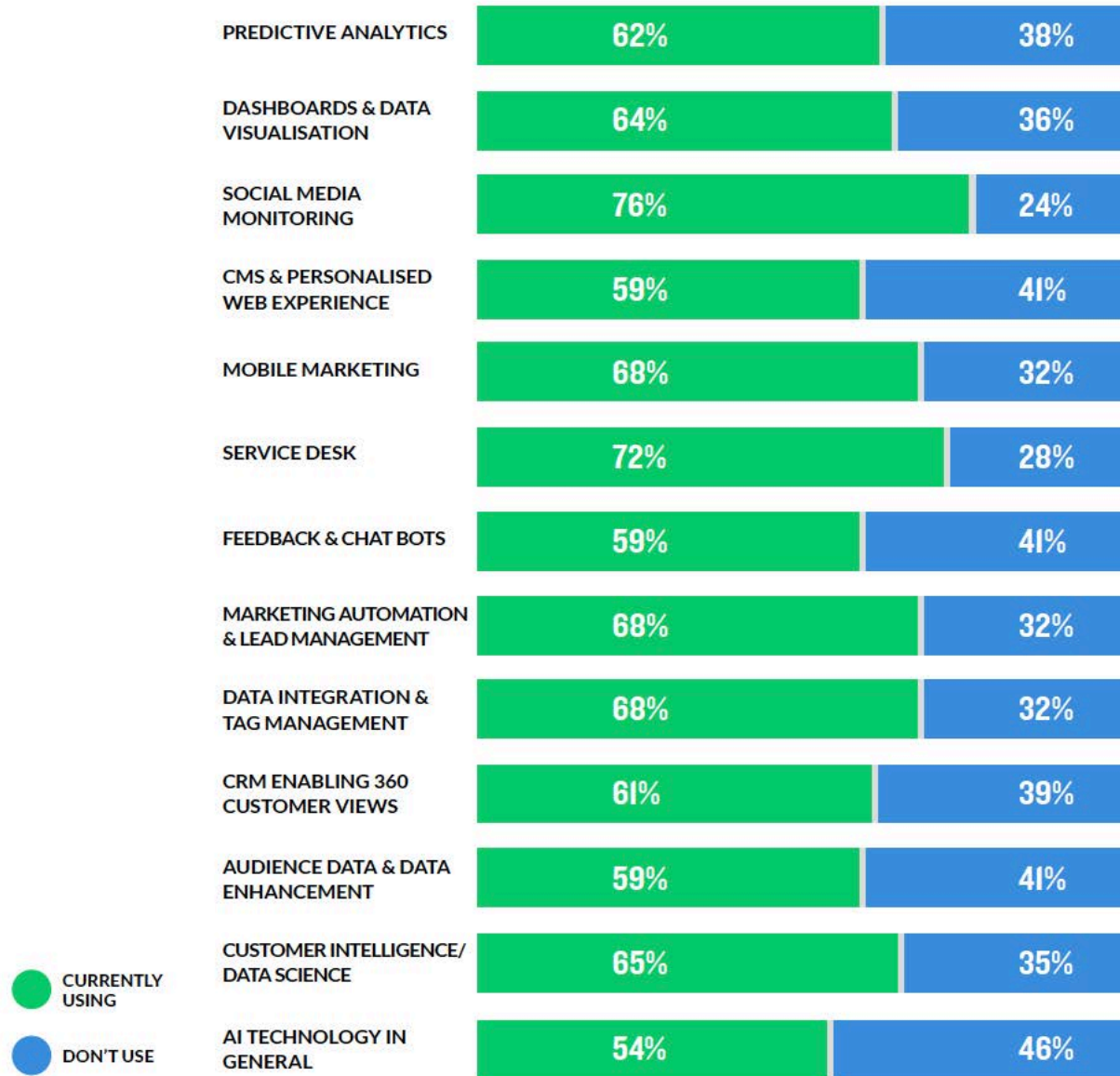


In your company, how would you describe your processes for working with existing customers?

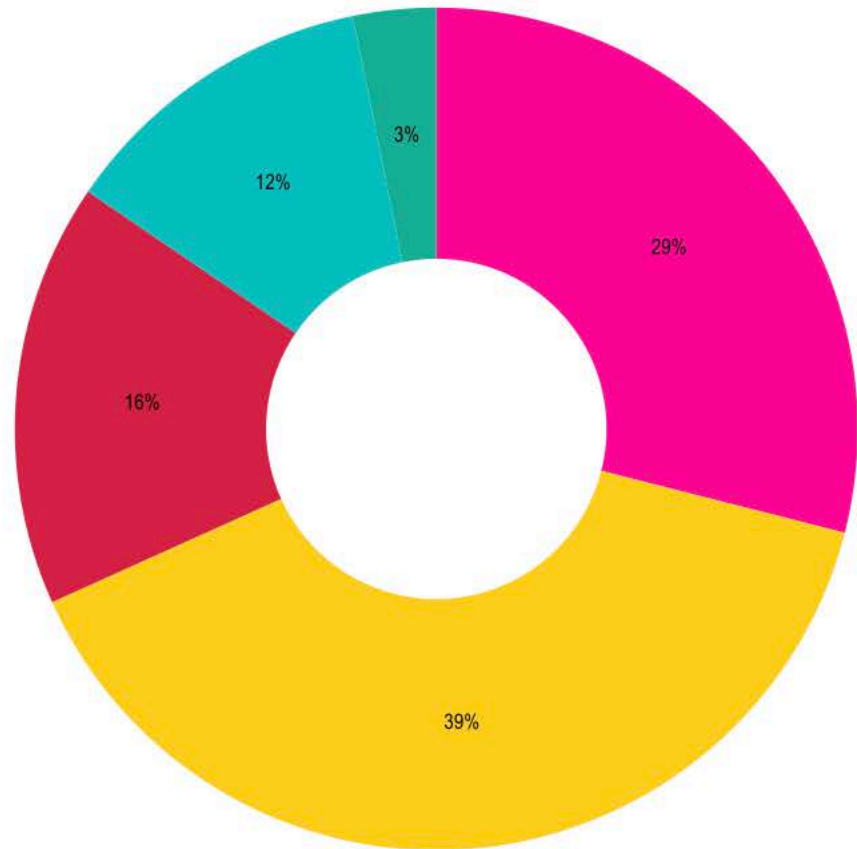


- We have no processes.
- We have processes but do not actively follow them.
- We have processes, some we actively follow and others not.
- We have processes and follow most of them.
- Don't know

## What marketing technology tools do you use?



How integrated are your CRM systems?




- Our systems are fully integrated.
- We are currently integrating our CRM systems / databases.
- We have several CRM systems that currently aren't integrated.
- We only have one CRM system.
- We have a CRM platform with multiple integrated systems from the same supplier.

# Hur långt har företagen kommit i mognadstrappan?







*Vårt arbete sker  
spontant och vi har  
ingen ansvarig.*

## Ad Hoc – Steg 1

- B2B företag och små konsumentföretag
- Ansvar hos ledningen
- Få med planer och ingen som operativt aktivt arbetar med CRM.
- Arbetar inte datadrivet
  
- Ska kartlägga kundresan
- Ska ta reda på kunddata
  
- Ta en strategisk riktning
- Börja i ett begränsat projekt
- Skaffa teknik som stöd

## Traditional – Steg 2

- Både B2B och B2C, ofta medelstora
- En ansvarig
- Jobbar kontinuerligt för att förbättra men utan planer och processer
- 47% tycker att de har de verktyg de behöver
- De tycker att de tar datadrivna beslut
- De implementerar och integrerar system
  
- De saknar kundinsikter
- De planerar öka sina budgetar
- De vill jobba mer tvärfunktionellt
  
- Gör en plan, med business case och KPIer

*Vi arbetar kontinuerligt med våra befintliga kunder men utan planer och processer. En ansvarig utsedd.*



A photograph of a person in a yellow shirt climbing a rock face. The person is wearing a helmet and a harness, and is holding onto a rope. The rock face is light-colored and has some blue geometric shapes overlaid on it. The text is positioned in the upper right corner of the image.

*Vi har planer och processer och en dedikerat ansvarig.*

## Ambitious – Steg 3


- Mix av olika verksamheter
- Tycker sig bara delvis ta datadrivna beslut.
- Involverar ledningen och andra i besluten
- Tycker att kundens röst saknas i ledningen
- Hälften tänker öka sin budget
  
- Kunddatat/kundinsikt prio – GDPR
- Involvera hela organisation för ökat kundfokus
- Testa, testa, testa och kom ihåg kontrollgrupper.

## Leader – Steg 4

- Större B2C-verksamheter
- Tydligt lönsamt med CRM-arbete.
- Hela organisationen involverad för kundfokus.
- CRM-budgeten ökar, marknadsbudgeten minskar.
- Kundresorna kartlagda eller justeras
- Tvärfunktionellt arbete påbörjas
  
- Vill satsa på mer teknologi och integration
  
- Se till att sätta upp mätbara mål
- Arbeta med kontrollgrupper
- Mät NPS, NKI

*Arbetet med befintliga kunder är lönsamt. Vi har KPLer, mäter, analyserar och optimerar. Vi har ett ansvarigt team.*





*CRM-arbetet är  
affärskritiskt för oss  
och vi förbättrar och  
optimerar konstant.*


## Best in class – Steg 5

- Stora, datadrivna B2C företag
  - Marknadschefen eller högsta ledningen strategiskt ansvarig.
  - Många delaktiga i beslutet – hela organisationen samarbetar.
  - Koll på CLV, churn rates, och ROI
  - Dashboards för visualisering och uppföljning
  - Hälften tänker öka sin budget
- 
- Personaliserad kommunikation prio
  - GDPR - samla in samtycken
  - Ytterligare integration av system för prediktiva analyser

Vad tycker  
kunderna är bra  
kundupplevelse?



*“vet inte...”*




*“Jag förväntar mig att de ska förutse och lösa mina problem. Och jag som lojal kund ska få de bästa erbjudandena.”*





87% kan tänka sig  
att lämna ifall de  
inte får en bra  
kundupplevelse



49% vill inte lämna ifrån sig data.

A close-up photograph of a person's hand adjusting a knob on a piece of audio equipment, with a keyboard visible in the background. The hand is wearing a dark blue sleeve. The background is blurred, showing a keyboard and some lights.

**Vi har tagit tempen på  
Sverige och Martech.**

**Vad är Martech?**





*“A martech stack, is a number of different technologies from a number of different companies that’s meant to attract and retain customers in the most efficient way possible.”*  
 Scott Brinker, editor ChiefMartech.com



En **affärsstrategi** kombinerad  
med **teknik** för att kunna  
arbeta **kundfokuserat**.

STRATEGI

SYSTEMSTÖD

ORGANISATION



ANALYS

PROCESSER

DATA

**WIRAYA**

ODYSSEY

STRATEGI



**WIRAYA**

ODYSSEY

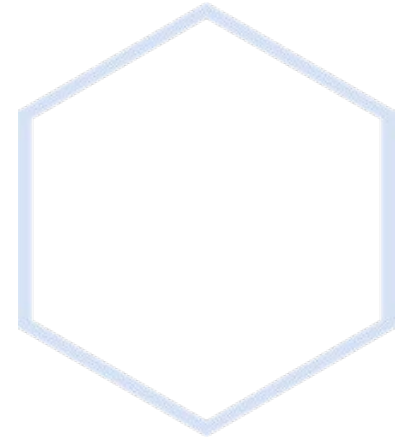


# Strategi

De som kommit längst har:

- En övergripande agil strategi i hela bolaget tydligt kommunicerad från styrelse och ledning.
- Fokus på kundresan
- Mål och nyckeltal som är tydliga och styrande för hela företaget.

STRATEGI





ORGANISATION

PROCESSER

# Organisation & Processer

- Ingen upplever att de har en optimal organisation
- Man vill arbeta mer kundfokuserat
- Analytiker står högst på önskelistan

**WIRAYA**



ODYSSEY

# Organisation & Processer

## Rekommendationer

- Skapa och arbeta efter en kundresekarta
- Var snabbbrörlig
- Ta hjälp

**WIRAYA**



PROCESSER

ORGANISATION

ODYSSEY

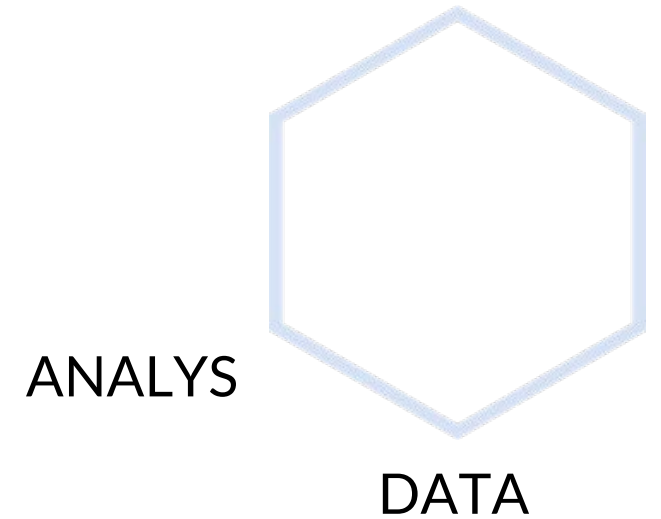
ANALYS



DATA

# Data & Analys

- Starkt ökat fokus på data och analys
- Fortfarande manuella insatser för att kunna agera på datat
- Analytiker står högst på önskelistan
- Intern konsensus viktigt – kan uppnås genom virtuellt gemensamt data forum



SYSTEMSTÖD



**WIRAYA**

ODYSSEY

# Teknik & Systemstöd

- Teknikstrategi saknas
- Köper utifrån behov
- Tekniken skapar inte resultatet

SYSTEMSTÖD





# Investeringar i marknadsteknologi under 2018

50%

Predictive analytics

50%

Dashboards & Data analytics

46%

Social media monitoring

44%

CMS & personalized web

43%

Mobile marketing

# 3 mognadsfaser



Sökarna



De insiktsfulla



De drivande

# Viktiga **nyckeltal**



**Customer Profitability**



**Customer churn**



**Customer Lifetime Value**



**Customer Loyalty Index**



**Customer Satisfaction Index**



**Customer Retention Rate**



**Net Promoter Score (NPS)**

# 5 tips för 2018



**1** Få med dig ledningen

**2** Räkna på värdet av ditt kundarbete

**3** Ta kontroll över ditt data

**4** Se teknik som en möjliggörare

**5** Lämna silotänket bakom er