

WIRAYA

Svenskar om kundbesatthet

Sara Bremdal-Vinell

Charlotte Banning



Managed SaaS for Mobile Customer Activation



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



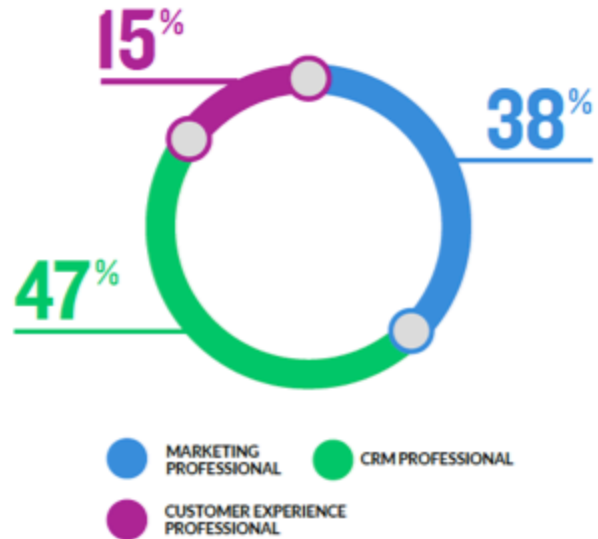
A woman with dark hair, wearing a pink jacket, is laughing and talking to a man with a beard and sunglasses wearing a white t-shirt. They are outdoors at sunset, with a blurred background of trees and hills. The scene is overlaid with blue geometric shapes (triangles) in the corners.

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

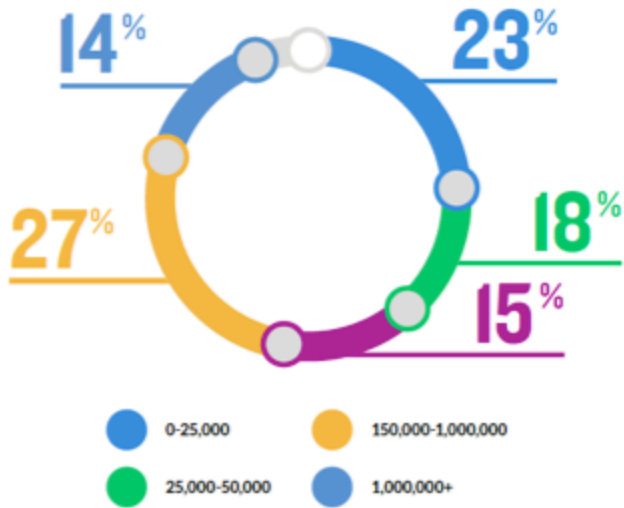


Affärsstrategi kombinerat med teknik för att bearbeta befintliga kunder i hela kundlivscykeln.

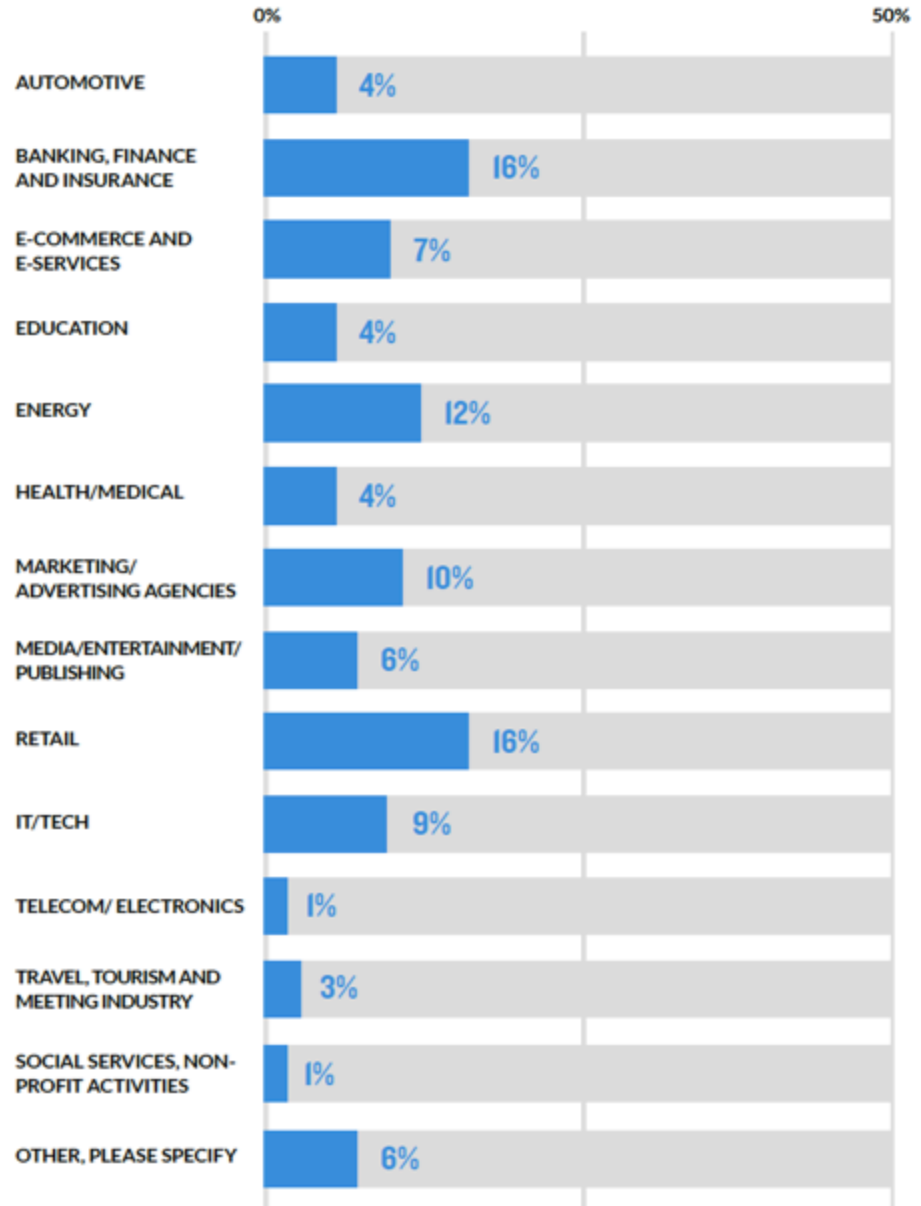
Which of the following best describes your profession?



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

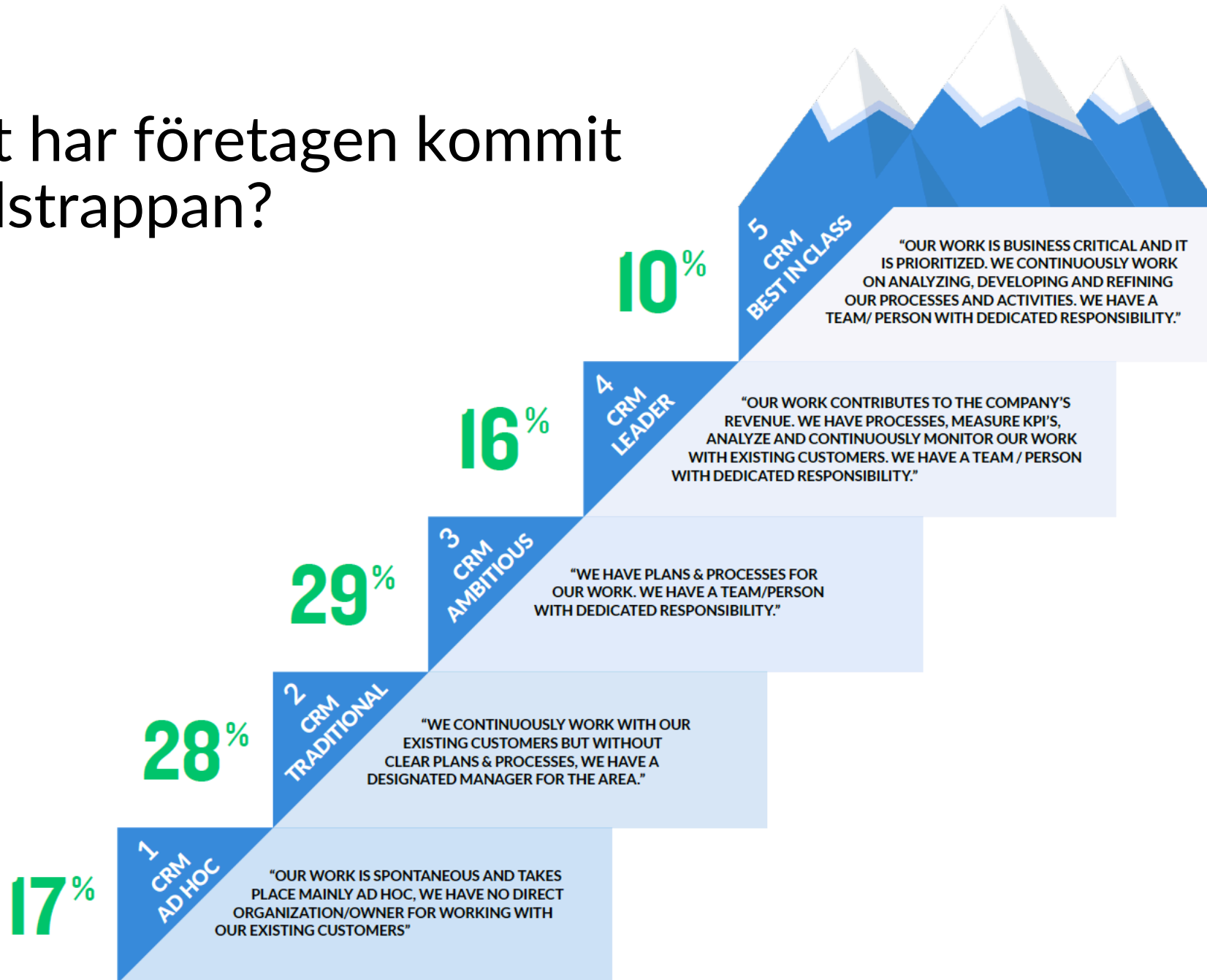
Visa ledningsgruppen vägen genom att visa dem data.


- 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:



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

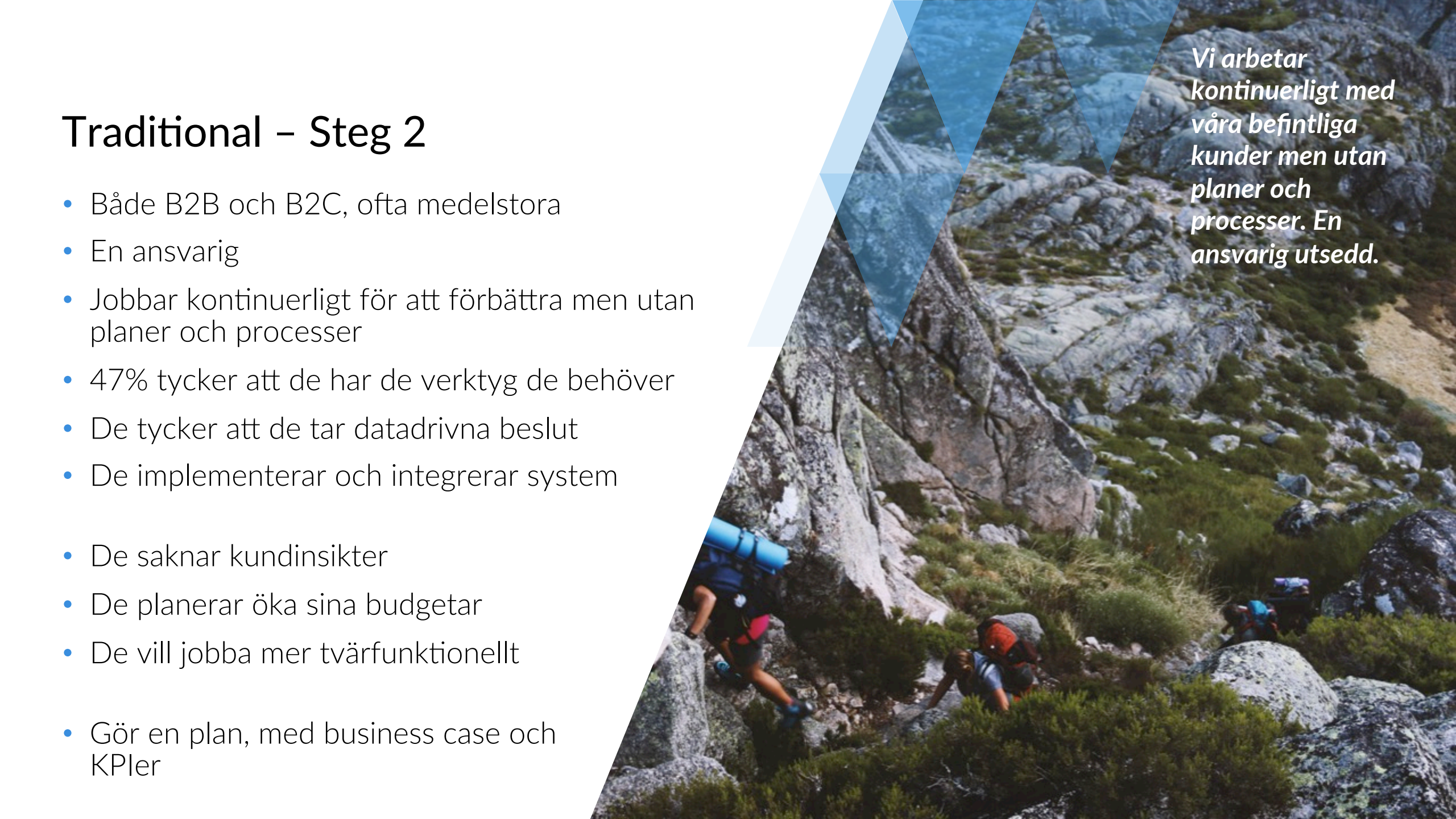
- Ta en strategisk riktning
- Börja i ett begränsat projekt
- Skaffa teknik som stöd

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 using a rope and a climbing device. The rock is light brown and textured. The background is a clear blue sky. The image is partially obscured by a white diagonal shape on the right side.

*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 KPIer, 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

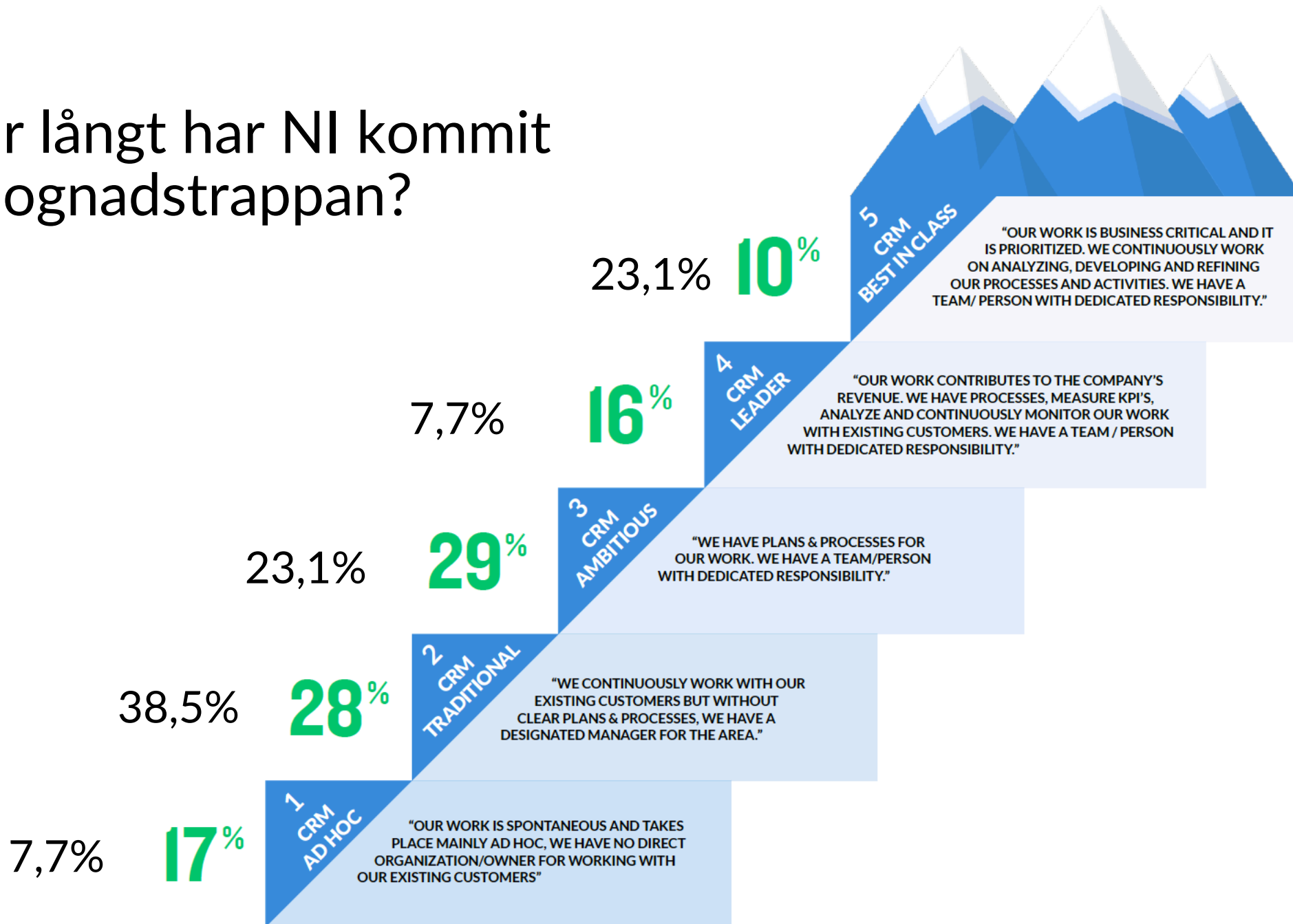
- Stora, datadrivna B2C företag
- Marknadschefen eller högsta ledningen strategiskt ansvarig.
- Många delaktiga i beslutet – hela organisationen samarbetar.
- Koll på CLV, churn rates, och ROI
- Dashboards för visualisering och uppföljning
- Hälften tänker öka sin budget

- Personaliserad kommunikation prio
- GDPR - samla in samtycken
- Ytterligare integration av system för prediktiva analyser

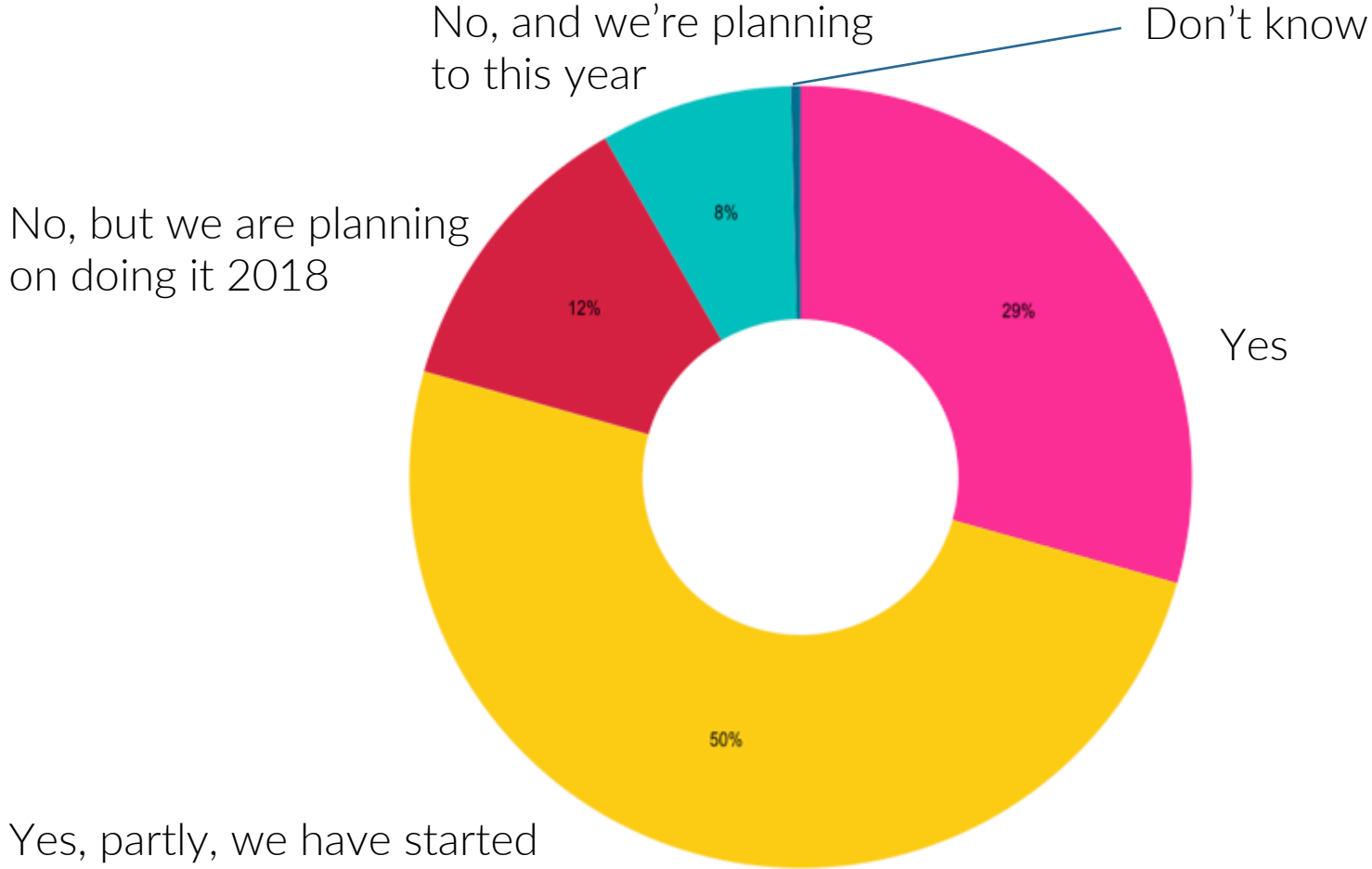
A person is holding a large, unfolded map outdoors. The map is held by two hands, one at the top and one at the bottom right. The map shows a detailed street grid and various landmarks. The background is a blurred outdoor setting with trees and a building. Overlaid on the map is a large white text question.

Hur långt har du kommit jämfört med andra företag?

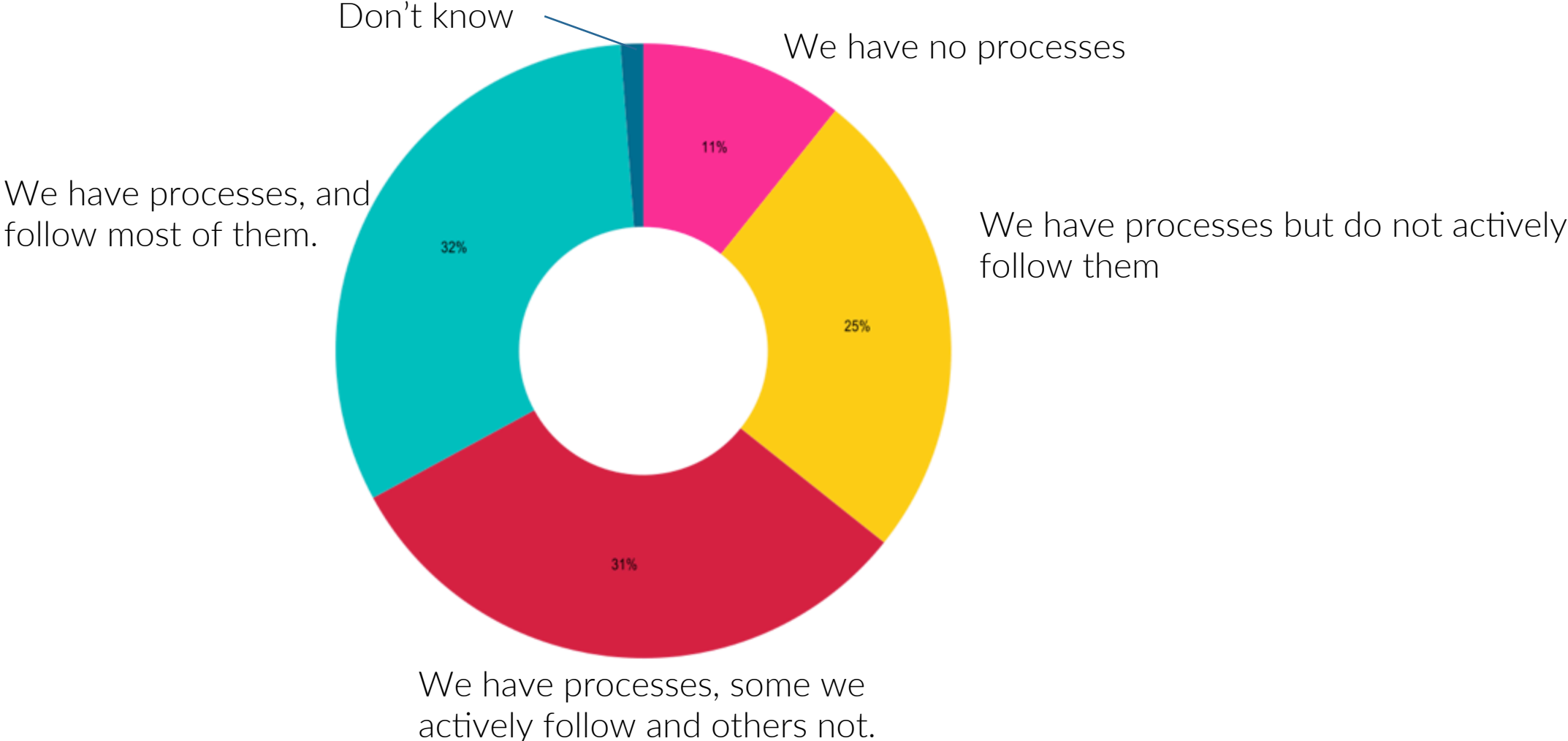
Hur långt har NI kommit i mognadstrappan?



Have you mapped your customer journeys?

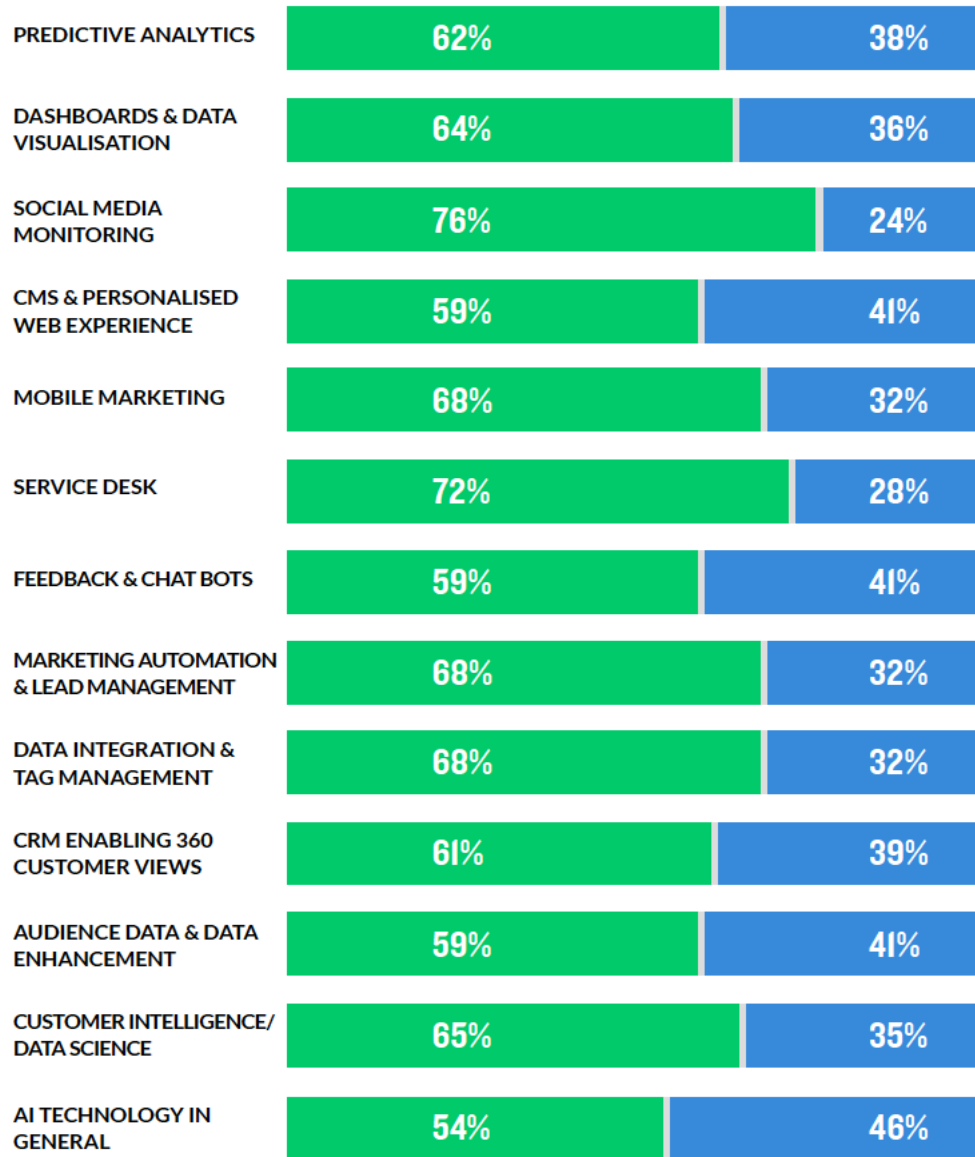


In your company, how would you describe your processes for working with existing customers?

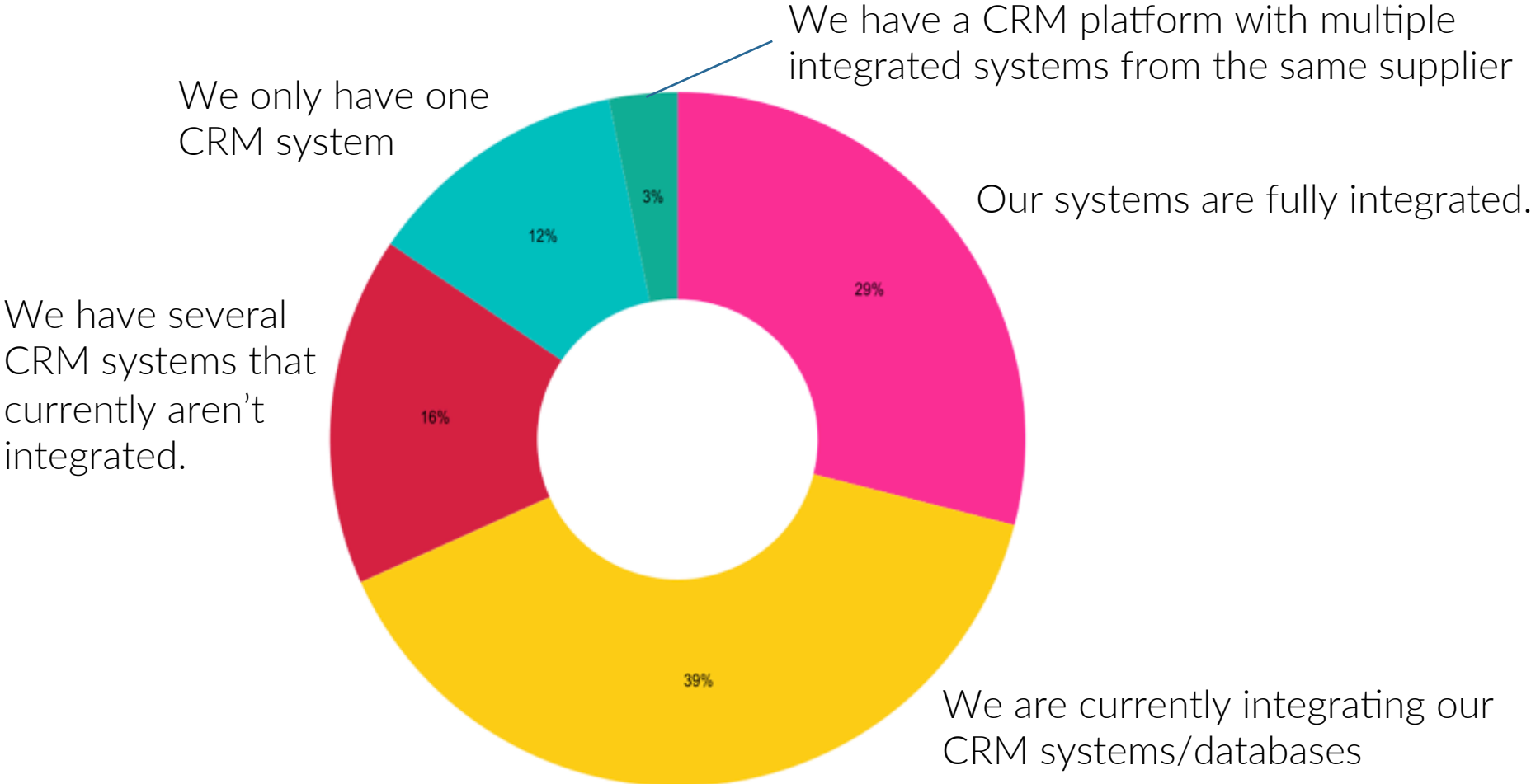


What marketing technology tools do you use?

- Yes, use and/or Yes, use and will increase
- No, don't use and/or No, but will invest



How integrated are your CRM systems?




Vad tycker
kunderna är bra
kundupplevelse?



A close-up photograph of a person's hands in a professional office environment. The person is wearing a light blue long-sleeved shirt and is holding a black pen over a clipboard with a silver clip. The background is softly blurred, showing a laptop screen and another person's hand in a dark suit. The overall lighting is warm and focused on the hands and the pen.


“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 om de
inte får en bra
kundupplevelse



49% vill inte lämna ifrån sig data.



**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

ORGANISATION

SYSTEMSTÖD

PROCESSER

ANALYS

DATA



WIRAYA

ODYSSEY

STRATEGI



WIRAYA

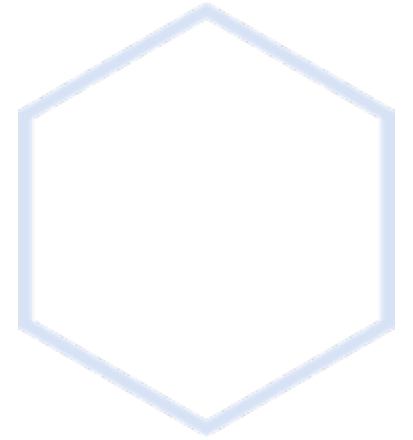
ODYSSEY

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



PROCESSER

ORGANISATION

ODYSSEY

Organisation & Processer

Rekommendationer

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

WIRAYA



PROCESSER

ORGANISATION

ODYSSEY

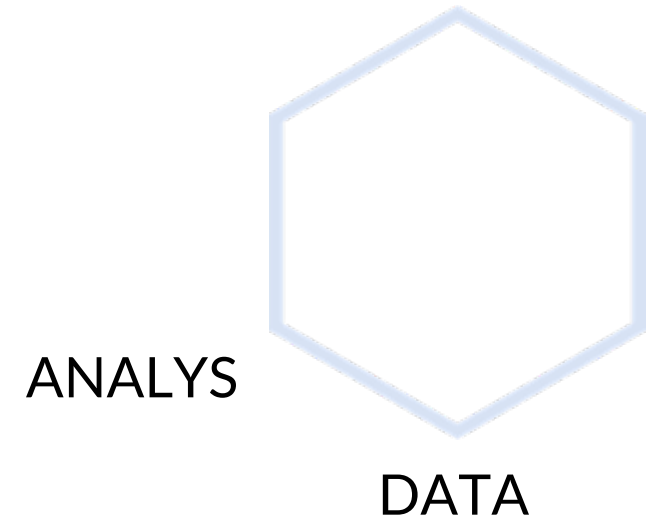


ANALYS

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



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