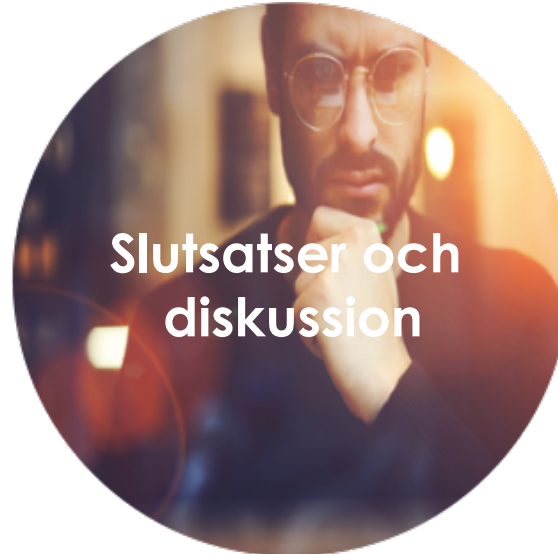
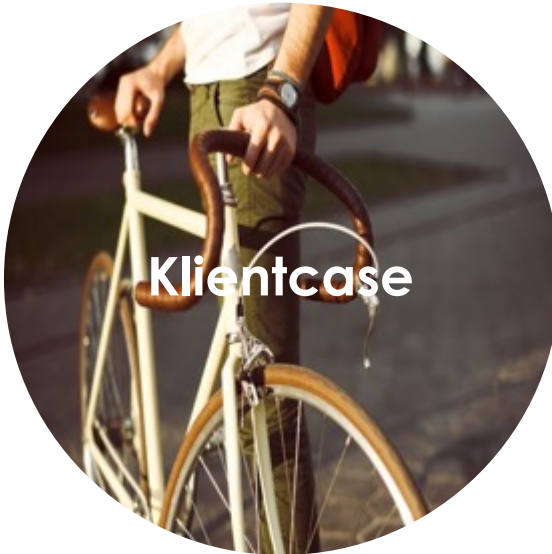


Wednesday Relations

# Kundlojalitet i en komplex värld

16 februari 2018

# AGENDA



# AGENDA



# Differ Sverige

- Strategikonsulter med fokus på att skapa tillväxt för våra uppdragsgivare
- Djup och bred erfarenhet inom alla front-end funktioner av ett företag eller organisation
- Ca. 35 konsulter i Stockholm och del av XLENT Consulting Group med 350+ konsulter inom Management och IT i Sverige och Norge
- Vi ägs dels av investeringsbolaget Neqst och dels genom ett delägarskapsprogram



# Vi hjälper företag och organisationer att skapa hållbar tillväxt och bättre kundupplevelser



## BOOST BRANDS

- Market research and segmentation
- Brand positioning
- Brand architecture
- Strategic communication



## INNOVATE OFFERINGS

- Innovation strategy
- Business model innovation and transformation
- Servitization/digitalization of offerings
- Pricing



## DESIGN CUSTOMER EXPERIENCES

- Customer research
- Customer journey mapping
- Service design
- Customer experience management and NPS



## OPTIMIZE CUSTOMER LIFECYCLE

- Go-to-market strategy
- Customer base segmentation and strategy
- Loyalty strategy and concept design
- Campaign management and automation



## TRANSFORM FRONTLINE PROCESSES

- Digitalized customer interface
- Advanced customer analytics
- Marketing automation
- Frontline set-up and governance

# Those who dare to differ



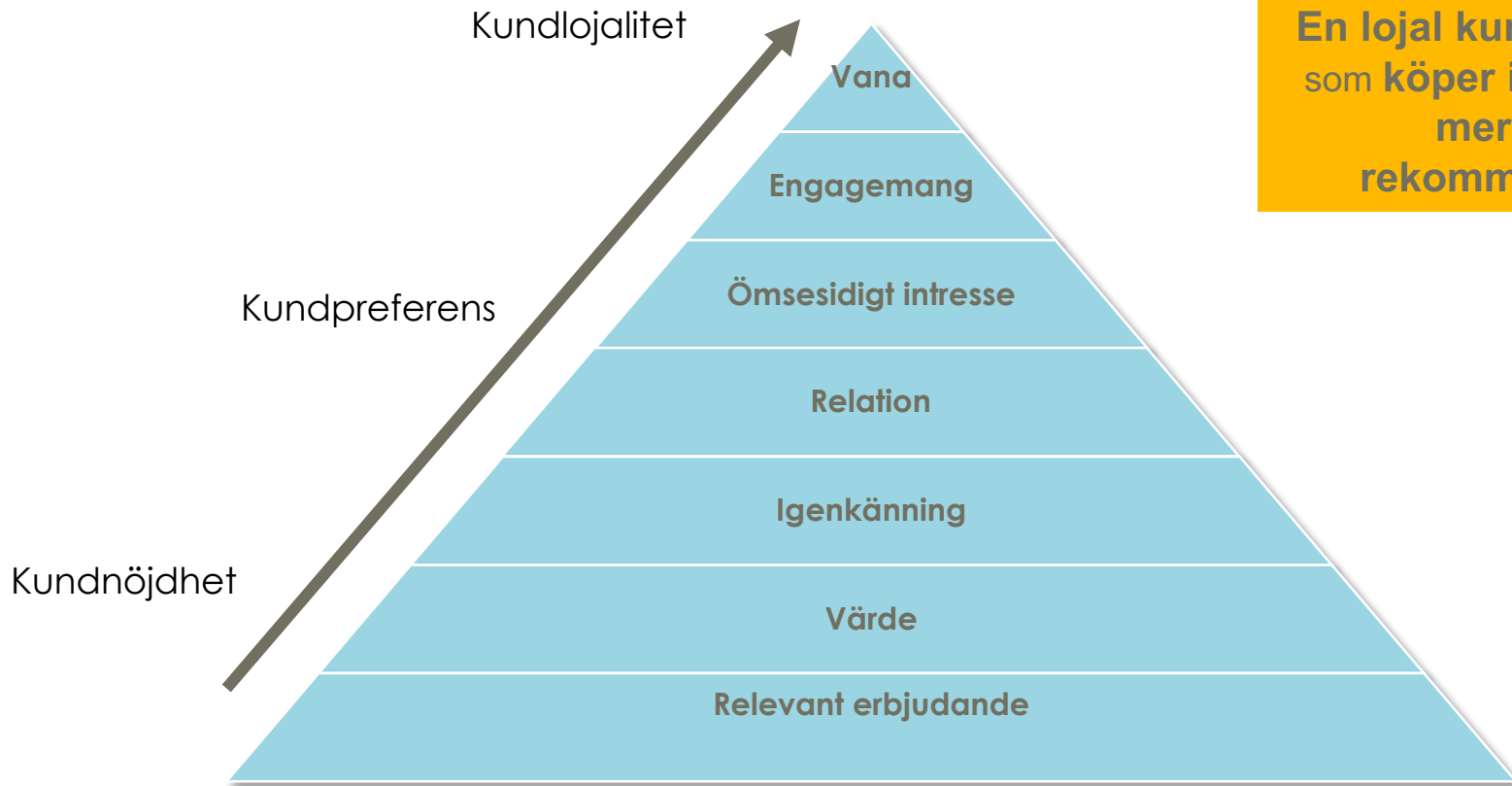
Urval av våra kunder



# AGENDA



# Kundnöjdhet räcker inte för att skapa sann lojalitet



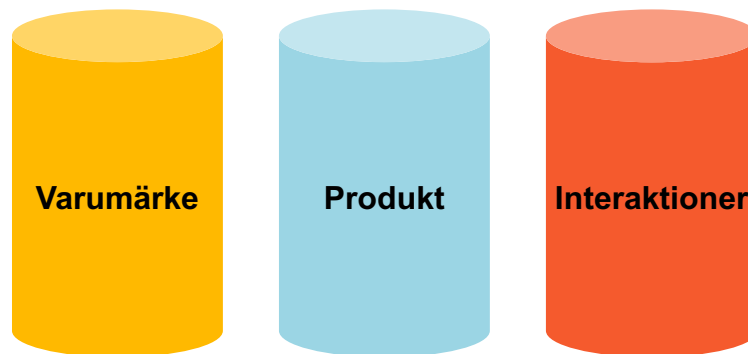
**En lojal kund** är en kund som **köper igen, köper mer och rekommenderar**



# Kundlojalitet drivs av kundupplevelsen

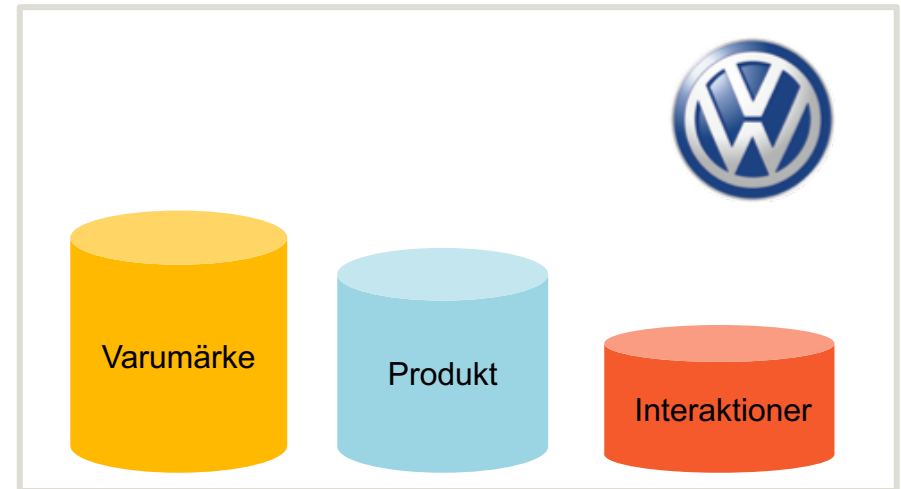
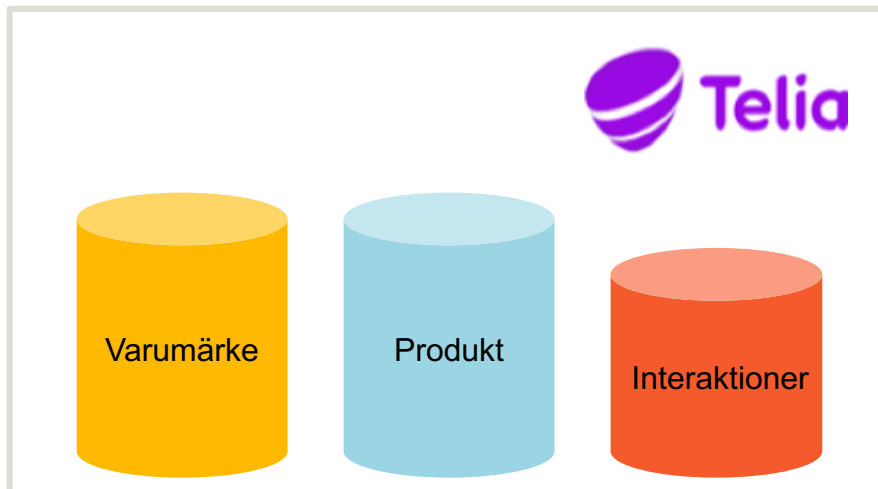
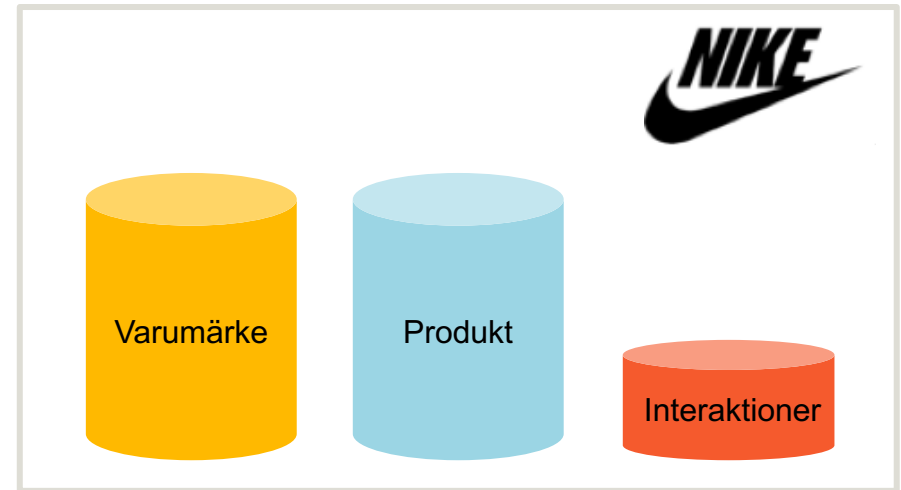
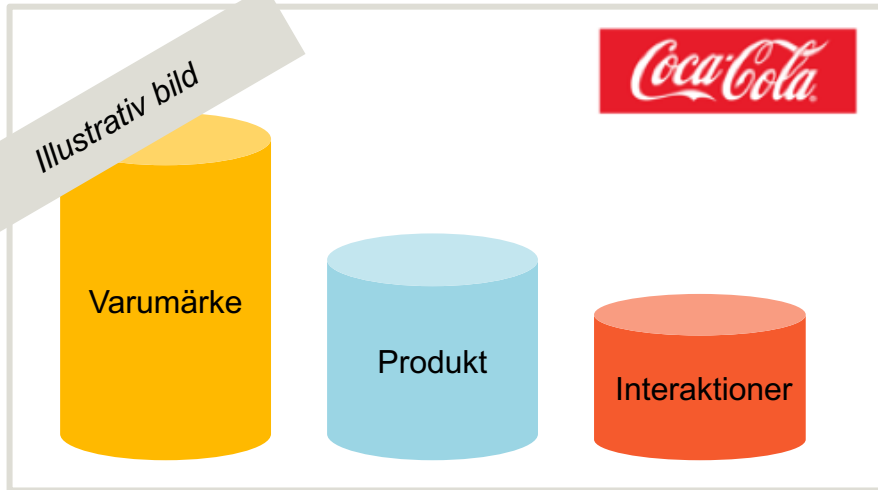
*Kundupplevelsen är den känsla som uppstår hos kunden som ett resultat av samtliga erfarenheter av ett företag i varje interaktion över tid.*

*Kundupplevelsen är byggd på tre pelare:*



# Pelarna har olika betydelse för kundupplevelsen i olika branscher

Illustrativ bild



# Framgångsrika lojalitetsstrategier fokuserar på hela kundupplevelsen



## *Framgångsrika företag:*

- 1** Utvecklar sin **analysförmåga** och **handlingskraft** till ett vasst, konkurrenskraftigt verktyg
- 2** Levererar **positiva kundupplevelser** över tid i alla interaktioner
- 3** Skapar **eko-system** där kunden trivs och är beredd att investera/betala för att stanna

# Det finns huvudsakligen två typer av kundlojalitet



# Önskad förflyttning

Attitydlojalitet  
"Tycker om  
varumärket/bolaget"

Behöver vinna kunden  
varje gång

















Stabil och kontinuerligt  
växande kundbas

Direkt churn

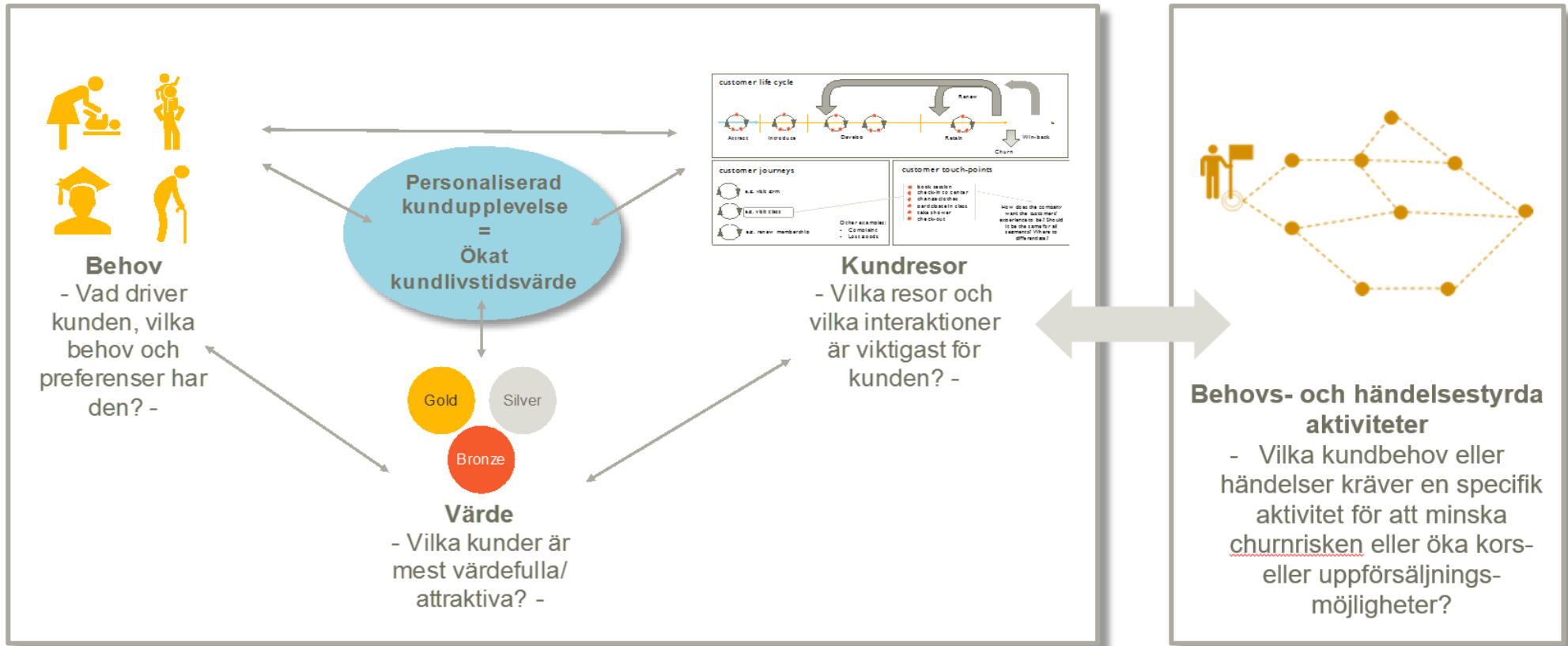
Kundtapp på längre sikt

Behovslojalitet  
"Behöver och  
köper produkten"

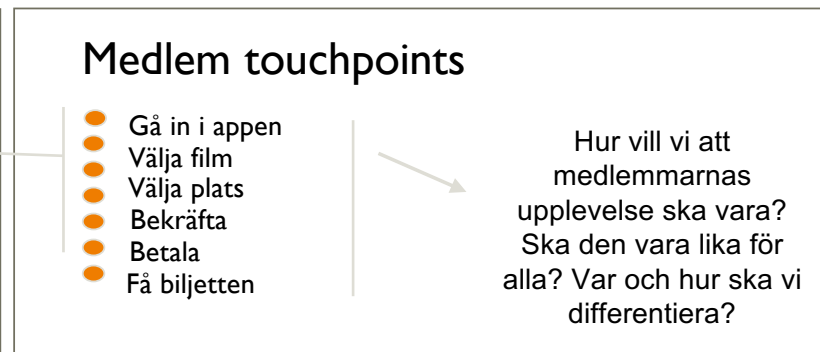
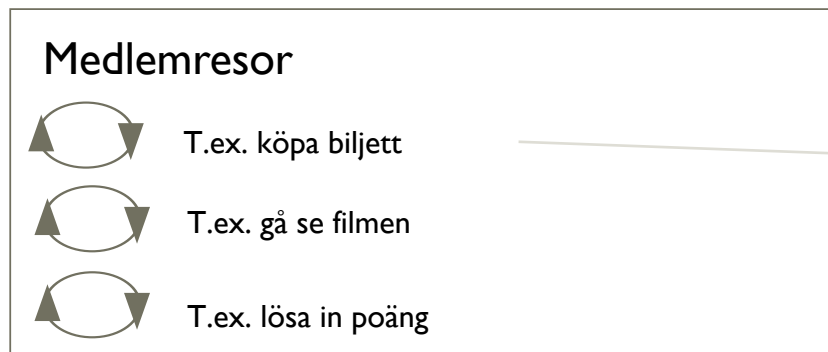
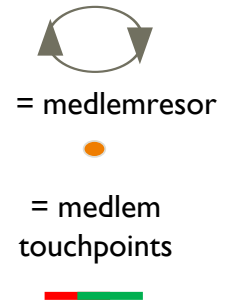
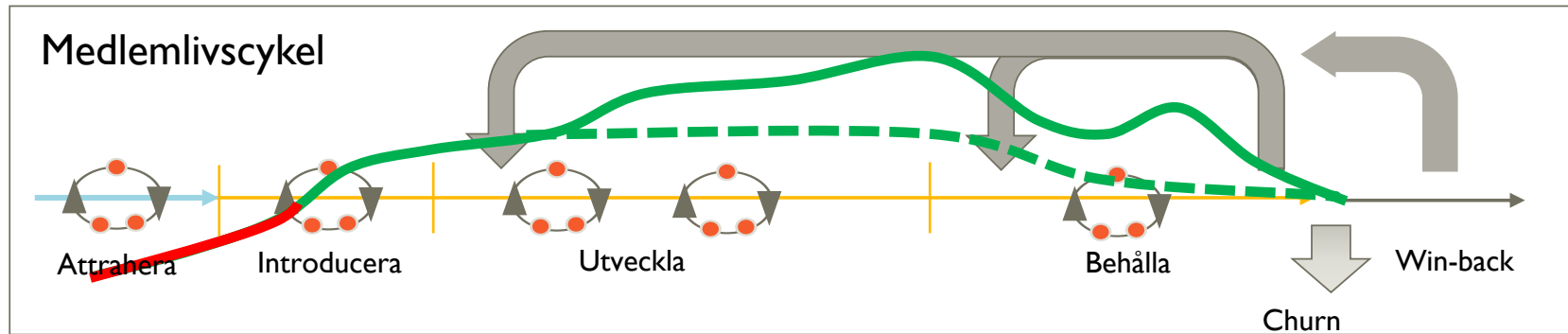
# För att bygga lojalitet behöver man arbeta med de lojaliserande mekanismerna

Attitydlojalitet		Behovslojalitet
Emotionella	Rationella	Processuella
<p><b>Riktad Service</b></p>  <p>Ideologisk koppling</p>  <p><b>Personlig relation</b></p>  <p>Sociala mervärden</p> <p><b>Varumärkesinlåsning</b></p>  <p>Status</p> 	<p><b>Bonus intjäning</b></p>  <p><b>Rabatter</b></p>  <p><b>Förmåner</b></p>  <p><b>Lösningar</b></p>  <p><b>Multierbudanden och bundlade tjänster</b></p> 	<p><b>Geografisk inlåsning</b></p>  <p><b>Kunskap om system</b></p>  <p><b>Bundna kontrakt</b></p>  <p><b>Tidskrävande och arbetsamt att byta</b></p>  <p><b>Villkorat partneravtal</b></p>  <p><b>Gjorda investeringar</b></p> 

# Kunder har olika behov och representerar olika värden för företaget - olika insikter måste samverka



# Kontinuerligt öka medlemlivstidsvärde



Medlemsvärde i medlemlivscykeln

Behöver vi differentiera några touchpoints eller resor efter segmenttillhörighet eller efter en viss händelse?



# Även företag som tidigare förnekade vikten av positiva kundupplevelser är numera övertygade

Tidigare

On passengers who forget to print their boarding passes: "We think they should pay €60 for being so stupid."\*



"If drink sales are falling off, we get the pilots to engineer a bit of turbulence. That usually spikes sales."\*

Numera

"If I'd only known being nice to customers was so good for our business, I'd have done it years ago."\*

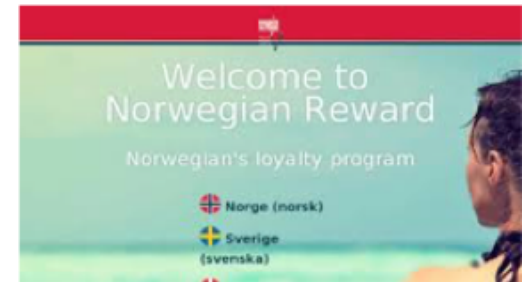
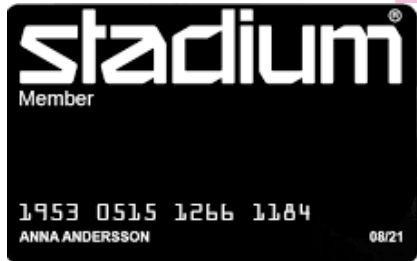


Recenta initiativ:

- "Always Getting Better" (AGB) program
- "rate my flight" mobilmätning
- My Ryanair Club bonus program

Resultat: ökad lönsamhet, omsättning och antal kunder

# Kundklubbar - fungerar de?



# Den nya verkligheten präglas av nya verktyg, nya kundupplevelser och mer information

**25%**

av alla millennials (globalt) tittar åtminstone 1x var femte minut på sin mobil

## *Mobilitet*

**27%**

globalt använder mobilen 6-20 gånger per månad för att betala

**33%**

av alla julklappar handlades on-line i Sverige 2017

## *Kundupplevelse*

**62%**

av människor (globalt) förväntar sig en konsekvent upplevelse varje gång de har kontakt med varumärket

**3-5**

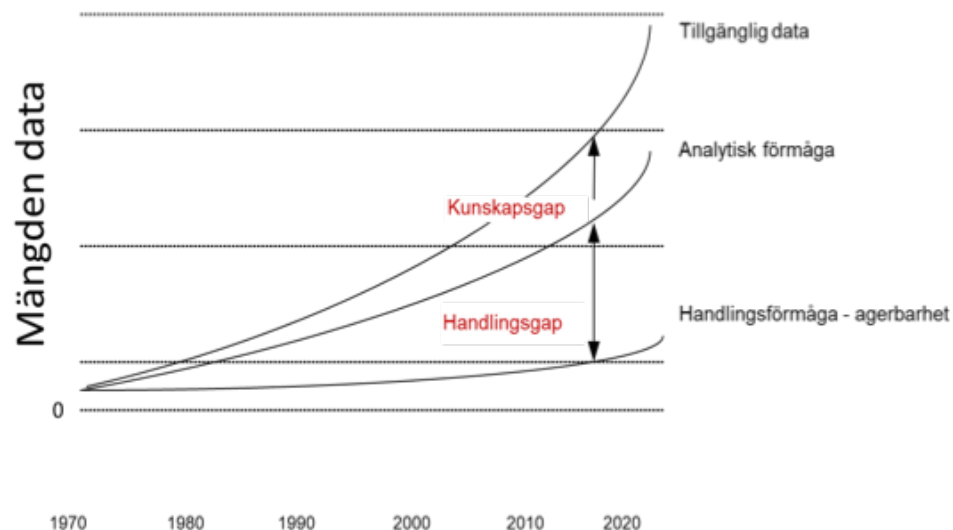
varumärken mäktar kunderna med att ha en relation till

## *Datamängd*

**3 000**

Kommersiella budskap når varje svensk per dag

... och ny kundinsikt skapas varje sekund



A close-up photograph of a person's hand holding a green apple, with another hand reaching towards it. The scene is set at a market stall with wooden crates filled with various fruits like peaches and raspberries. A digital scale is visible on the counter. The background is blurred, showing other people and market activity.

Sann kundlojalitet drivs fortfarande av  
positiva upplevelser...

... dock tre fundamentala utvecklingar  
ställer nya krav på företag

# Tre fundamentala utvecklingar



Överflöd av data

**90%**

av världens information  
skapades under de  
senaste 2 åren



Fullständig anslutning  
och uppkoppling

**200**

miljarder saker kommer  
bli uppkopplade de  
kommande tre åren

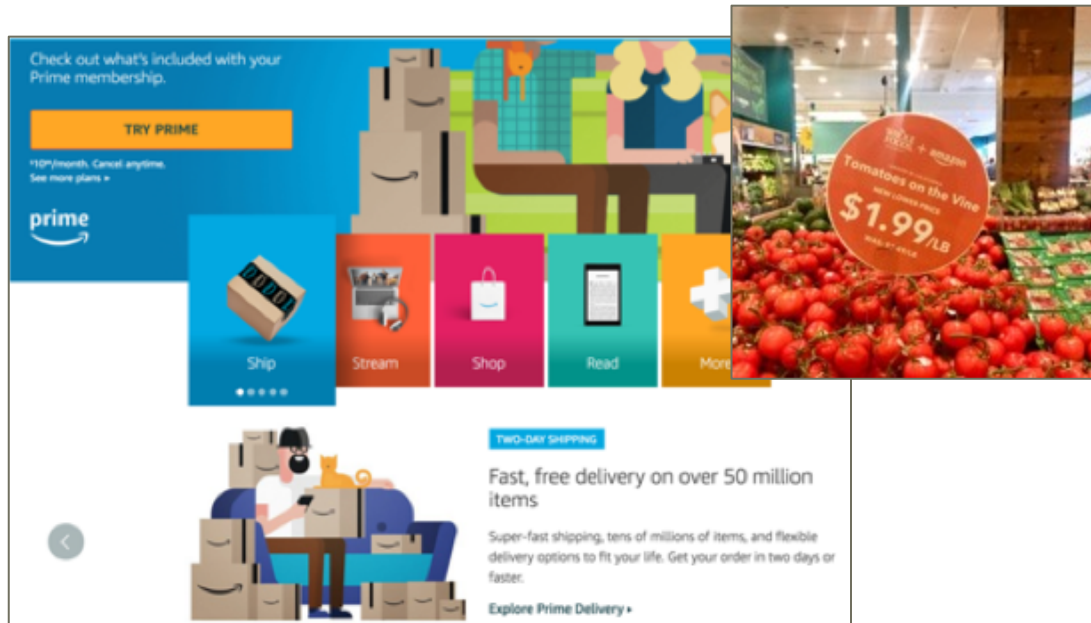


Radikal  
teknologiutveckling

**50x**

har snittpriset av en  
smartphone fallit

# Amazon verkar göra det mesta rätt



## Framgångsrika företag:

- 1 utvecklar sin **analysförmåga** och **handlingskraft** till ett vasst, konkurrenskraftigt verktyg
- 2 levererar **positiva kundupplevelser** över tid i alla interaktioner
- 3 skapar **eko-system** där kunden trivs och är beredd att betala för att stanna



# 90 mln

Betalande medlemmar i Prime  
(ca 90kr/månad)

# 5 mld

Produkter levererades under  
2017 via Prime

Vi är inte långt bort från den tiden när enklaste sättet att köpa någonting, någonstans blir genom en hemsida, en butik, en kiosk eller app med Amazon-logon på

Zalando förstår att returhanteringen är en av top 3 kundresorna från kundens perspektiv





# Stadium fortsätter att mäta, lära och utveckla kundupplevelsen (kopplad till bra kundprogram)

Tack för ditt besök på Stadium Pulse Kungsgatan.

Hur sannolikt är det att vänner och kollegor, som du rekommendera...

## Stadium i allmänhet

- 0. Inte alls sannolikt
- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10. Mycket sannolikt

## Butiken Pulse Kungsg

- 0. Inte alls sannolikt
- 1.

stadium

Vad roligt att du skulle rekommendera. Vad är de främsta orsakerna att du rekommenderar oss?

På denna fråga kan du välja flera alternativ.

- Stadiums säljare
- Butiken (Renlighet och ordning)
- Utbudet av produkter (Produktkategori, färg, storlek etc.)
- Inspirerande butiksmiljö
- Produktkvaliten
- Annat

Annat - Vad?

Under mitt besök i butiken upplevde jag...

att säljarna såg mig - Jag fick ögonkontakt, ett leende, en nickning eller ett hej

- 1. Instämmer inte alls
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6. Instämmer helt
- Vet ej/ Ingen åsikt

att jag snabbt fick kontakt med en säljare

- 1. Instämmer inte alls
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6. Instämmer helt
- Vet ej/ Ingen åsikt

att det var enkelt att lösa mitt ärende

- 1. Instämmer inte alls
- 2.
- 3.

Som avslutning, berätta gärna en sak som vi skulle kunna förbättra eller som du tycker att vi gör riktigt bra.



SEB satsar spå  
digitala  
medarbetare,  
som ger stora  
möjligheter...

... men se till att inte tappa  
affärsmöjligheter!

Aida 09:38: Om jag kan hjälpa dig med något annat är det bara att säga till.

Jag 09:48: OK

Aida 09:48: Tack.



Kundservice privat | Kundservice företag | Teknikhjälp | Juridik & säkerhet | Hitta bankkontor | Alla produkter & tjänster

Hem / Kundservice / Kundservice företag / Chatta med oss

- Vanliga frågor & svar
- Kontakta oss
- Bli kund
- Boka företagsrådgivning
- Aktuella räntor
- Aktuella priser
- Om något blivit fel
- Mötesplatser

## Chatta med oss

I den här chatten får du hjälp av Aida, vår digitala medarbetare med artificiell intelligens. Genom att svara på dina frågor blir hon bättre på att hjälpa dig.



### Vår chatt är ny och under utveckling

Aida 09:37: Hej! Jag heter Aida och är en digital assistent med artificiell intelligens. Jag är ganska ny på jobbet och kan därför inte svara på allt, men jag lär mig nya saker hela tiden.

Jag 09:37: Vad kan jag hjälpa dig med?

Jag 09:37: Ska starta ett nytt företag

Aida 09:37: Är du kund hos oss sedan tidigare?

Jag 09:37: Nej

Aida 09:37: För att skaffa det behöver du vara kund i SEB.

Jag 09:37: Vill du att jag guidar dig?

Aida 09:37: Nej, tack

Aida 09:38: Om jag kan hjälpa dig med något annat är det bara att säga till.

**Bemanning av chatten**

Aida finns på plats dygnet runt. Om hon inte kan svara på din fråga kan en kollega ta över chatten vardagar 9–17. Övriga tider kan du välja att bli uppringd.

**Tänk på säkerheten**

Skriv aldrig känsliga uppgifter som kontonummer i chatten.

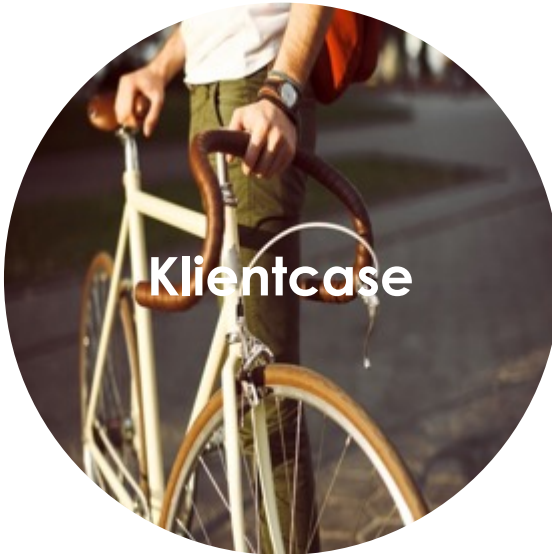
[Läs om hur vi behandlar dina personuppgifter](#)

I

Skicka

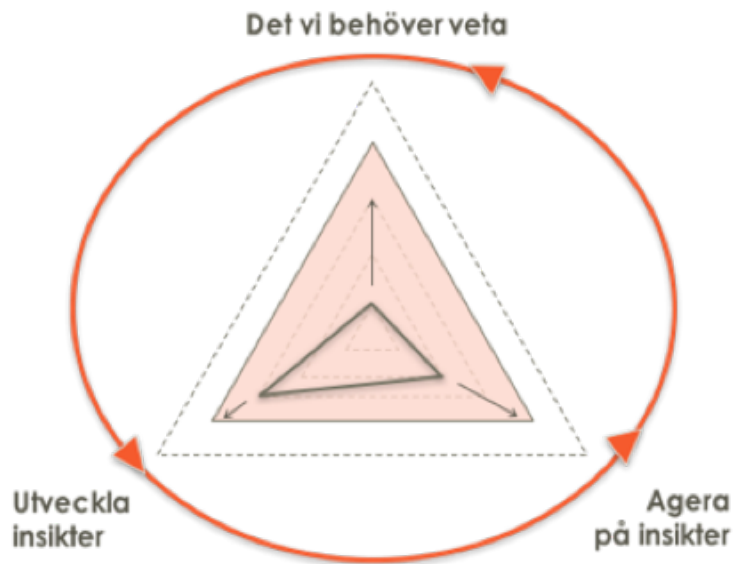


# AGENDA



# Förbättra analysförmågan för att nå ambitiösa strategiska mål (NPS ↑ och korsförsäljning ↑)

## Differ mognadsmodell



## Angreppssätt

1. Nuläge via intervjuer och desk research
2. Ambition utifrån strategiska mål
3. Gap-analys
4. Road map

## Rekommendation

Kundfokus (360° kund)

Digitalisering

Från deskriptiv till preskriptiv

# Segment- och individanpassad medlemsbearbetning för att minska churn

## Utmaningar

- Hög årlig churn
- Begränsad kundinsikt
- “One-size-fits-all” bearbetning av medlems-basen
- Stark konkurrens

## Ny segmenteringsmodell



- Drivare är:
- Frekvens
  - Variation
  - Senaste besök

## Resultat



# Digital transformation – analysmodeller integrerade med marketing automation lösningar

## Utmaningar

- Prispressad marknad med odifferentierade produkter
- Alla kundmöten är digitala
- Behov av mer kundinsikt
- Behov att digitalisera ytterligare

## Automatiserad digital kundbearbetning

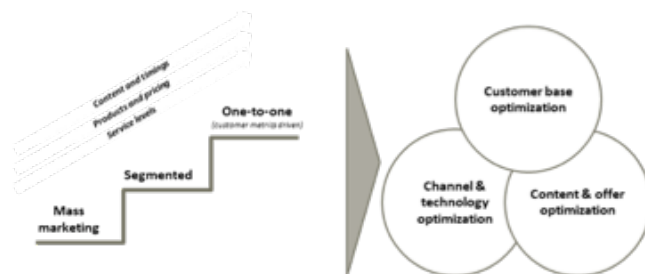
### 1. Kunddefinition



### 2. Värdesegment



### 3. Slutet flöde



## Resultat

”Machine learning”

Slutna automatiserade flöden

Automatiserade kampanjblock

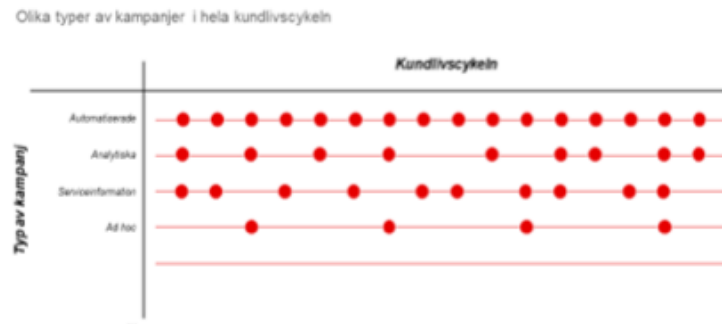
Avsevärt förbättrade intäkter och lönsamhet

# Digital transformation – helhetsgrepp om hela digitala kundupplevelsen

## Utmaningar

- Större marknadsförändringar
- Heterogen kundbearbetning
- Spridda digitala lösningar

## Automatiserad digital kundbearbetning



## Resultat

Slutna automatiserade flöden

Röd tråd från affärsstrategi till exekvering i flertal kanaler

Ökade intäkter

# AGENDA





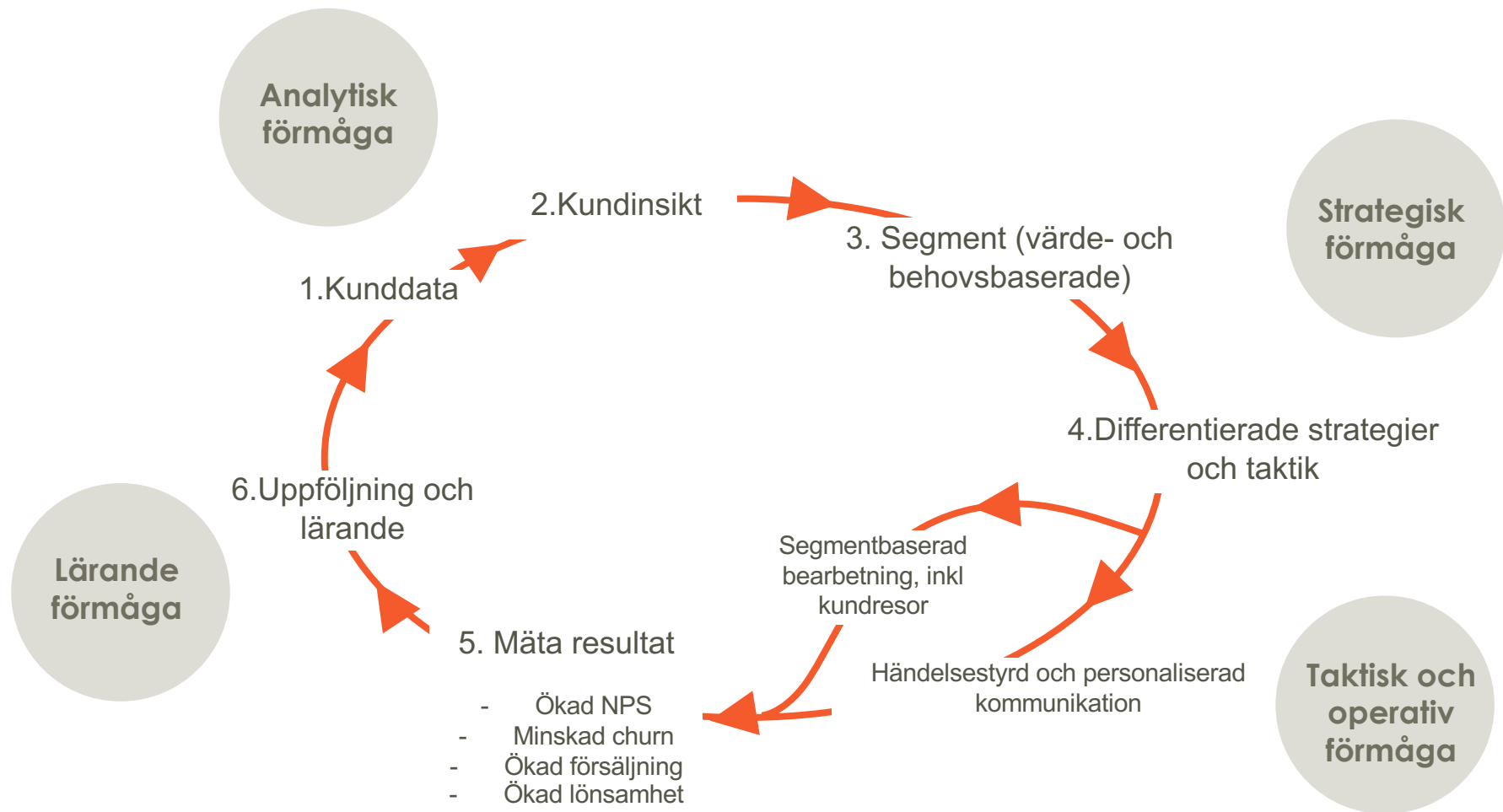
# Check-lista

- ✓ Tillgänglighet verktyg, data och modern analysförmåga
- ✓ 360° kundvy
- ✓ Värde- och behovssegmentering
- ✓ Strategi och taktik för kundbearbetning, inklusive kundresor och marketing automation
- ✓ Mäta, analysera, följa upp och förbättra – kultur och förmågor
- ✓ Automatisering

CHECKLIST



# Closed-loop principen - olika förmågor krävs



Inom alla delar blir automatiseringen allt viktigare  
– nya krav på bolagens digitala förmåga

**Q's?**

Vårt råd:

Förädla kunddata till olja – i en modern fabrik!

*“Data is the new oil. Data is just like crude.  
It’s valuable, but if unrefined it cannot really be used.”*

**Clive Humby**

Hoppas vi ses på vårt kommande seminarium

## Sveriges Grönaste Varumärke

2017



differ.

Vad: - Utnämning av Sveriges  
Grönaste Varumärke  
2017 i flera kategorier  
- Tionde året  
- Tidigare vinnare, bl.a.:  
COOP, SJ, Änglamark

När: Runt Påsk  
Var: Differ, Regeringsgatan

Inbjudan kommer inom kort



**Tack för idag, och...**  
**dare to differ!**

**Frank van Gelder**  
**072-584 71 82**

**Helena Nordman Stålnacke**  
**070-650 64 00**

**[www.differ.se](http://www.differ.se)**