



# ATT PASSA IN CRM-PUSSELBITEN I EN ORGANISATION

THOMAS THORÉN



# ATT PASSA IN CRM-PUSSELBITEN I EN ORGANISATION

Ett äkta kundorienterat syn- och arbetssätt i alla led där man förlitar sig på bevisad kundinsikt för att förstå kundens behov för att sedan bygga lojalitet genom att leverera på dessa behov. Kommunikation med kund är relevant, engagerande och tester används för ständig förbättring. Medarbetarna har en gemensam acceptans att framgång kan beskrivas med kundlivsvärde.

Är det smidigt? Nej, det är lite av en resa...

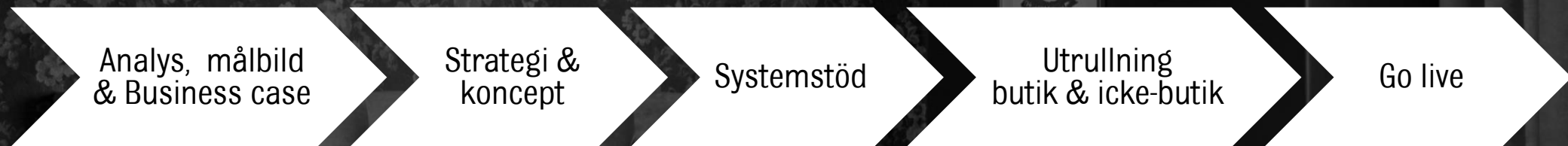
Spotlight  
by  
ginatricot

MIO  
MEDLEM

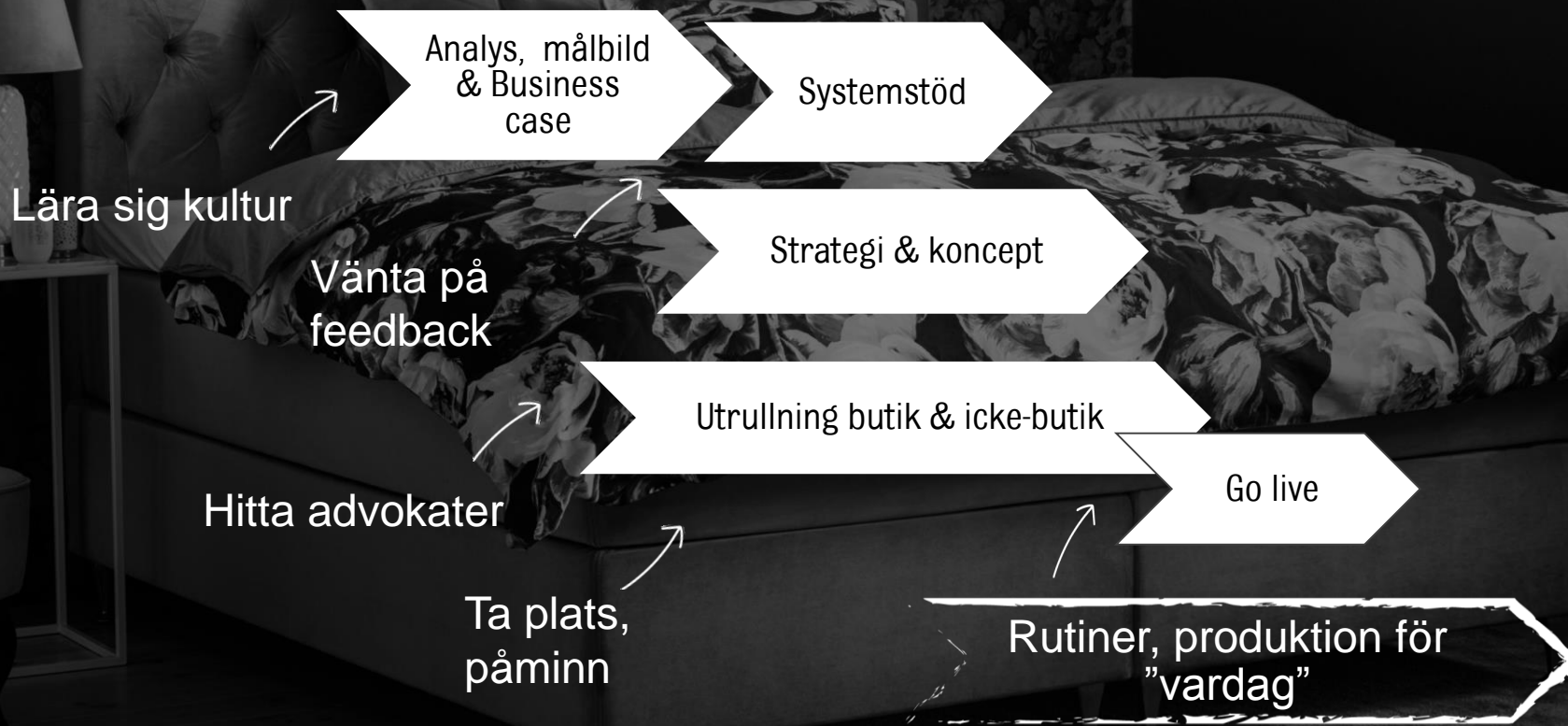


- Störst på soffor
- Störst på sängar
- 72 månader i rad med tillväxt
- Störst på möbler 2022

# METODEN



# HUR DET SNARARE VARIT



# ANALYS, MÅLBILD & BUSINESS CASE

- Enkel men heltäckande förstudie
- Involvera och engagera
- Skapa värdeord, motton

- ✓ Kartlägg påverkare & advokater
- ✓ Känn in kulturen

## Mio medlems värdeord

Våra medlemmar är våra bästa kunder, inget annat.

Om våra bästa kunder skall sätta Mio först, måste Mio sätta medlemmen först.

Relation och medlemmens värde över tid är viktigare än ett köp här och nu.

Vi får inte göra kundklubben till en "krångkanal", då gör vi snabbt kanalen mindre säljande.

Det är lättare att få en medlems fötter över tröskeln än en helt ny kunds fötter över tröskeln.

**mio**

**mio**

Angivna siffror är fiktiva.

	Föregående år	Föregående år troliga framtida medlemmar
<b>Utgångsläge</b>	<b>2016</b>	<b>2016 top 35%</b>
Total nettoförsäljning ex moms SEK	1 000 000 000	
Antal köptransaktioner	5 000 000	
Snittkvitto, summa SEK	200	<b>248</b> *
Antal köp per kund och år (enligt GFK)	2	<b>3</b> *
Kundvärde per år SEK	400	<b>744</b> *
Antal unika kunder handlat innev. år	2 500 000	<b>875 000</b>
Nettoförsäljning ca 65% av total SEK		<b>651 000 000</b>

\*) Parameter att diskutera

- Påvisa potential
- Resonera och sätt mål tillsammans med ledning

✓ Förenkla till nyckeltal, ingen verkar fatta!

Försäljning	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ökning summa snittkvitto		0%	1%	2%	3%	4%*
Ökning antal köp per medlem		2%	4%	8%	10%	12%*
Snittköp, summa SEK		248	250	253	255	258
Köp per medlem Antal		3,1	3,1	3,2	3,3	3,4
Medlemsvärde per år SEK		759	781	820	843	867
Antal medlemmar		250 000	500 000	700 000	900 000	1 000 000
Nettoförsäljning från medlemmar SEK		189 720 000	390 748 800	573 713 280	758 656 800	866 611 200
Ökad nettoförsäljning på medlemmar SEK		<b>3 720 000</b>	<b>18 748 800</b>	<b>52 913 280</b>	<b>89 056 800</b>	<b>122 611 200</b>
Kostnad rabatter, 5%		186 000	937 440	2 645 664	4 452 840	6 130 560
Varukostnad, 45%		1 674 000	8 436 960	23 810 976	40 075 560	55 175 040
<b>Täckningsbidrag KSEK</b>		<b>1 860 000</b>	<b>10 311 840</b>	<b>29 102 304</b>	<b>48 981 240</b>	<b>67 436 160</b>

Kostnader	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Exempelkostnader	500 000	1 000 000	1 500 000	2 000 000	2 500 000	3 000 000
Exempelkostnader	100 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
xxx						
<b>Totalt</b>	<b>600 000</b>	<b>1 500 000</b>	<b>2 000 000</b>	<b>2 500 000</b>	<b>3 000 000</b>	<b>3 500 000</b>
<b>EBTDA KSEK</b>	<b>-600 000</b>	<b>360 000</b>	<b>8 311 840</b>	<b>26 602 304</b>	<b>45 981 240</b>	<b>63 936 160</b>

Avskrivningar SEK	2017	2018	2019	2020	2021	2022
IT-system, år 1						
<b>Totalt avskrivningar KSEK</b>						

<b>EBIT KSEK</b>	<b>-600 000</b>	<b>360 000</b>	<b>8 311 840</b>	<b>26 602 304</b>	<b>45 981 240</b>	<b>63 936 160</b>
<b>Total EBIT</b>						<b>144 591 544</b>
<b>Total kostnad</b>						<b>13 100 000</b>
<b>Investering</b>						<b>1104%</b>

## STRATEGI & KONCEPT

- Skapa "ett varför" som blir din ledstjärna
- Basera på kundinsikter + företagets DNA
- Gör en roadmap för strategiska faser
- Förväxla inte häftiga saker med riktig kundnytta

- ✓ Håll din vision, be strong!
- ✓ Koppla gärna roadmapen till någon form av verklighet

## Kundklubben för dig som vill drömma dig hem.

Som medlem hos oss har vi gjort det enklare för dig att skapa ditt drömhjem. Massvis med inspiration, inredningstips och givetvis bra erbjudanden. Dessutom får du halva priset på möbelvård så att du kan ge dina möbler den kärlek de förtjänar.



# SYSTEMSTÖD

- Fånga guldkornen i standardlösningar
- Dela in projektet i "korta" faser
- Pilot fyra veckor innan Go live
- Bygg det enkelt för butik

- ✓ Börja med kick-off
- ✓ Balans mellan tydlighet och frihet
- ✓ Bevaka fas 2, roadmap!





# UTRULLNING TILL BUTIK

Information

Engagemang

Utbildning

Ställ krav

- Inkludera i förstudie
- Ta ansats för ett förändringsarbete
- Glöm inte internkommunikationsbudgeten
- Skapa enkla nyckeltal
- Skapa turnéplan



- Förbered vacuum efter lanserings-yrant!
- Live the brand butik
- Vårda relationen - Surprice & Delight!
- Skapa tävlingar

### 3 Framgångsfaktorer

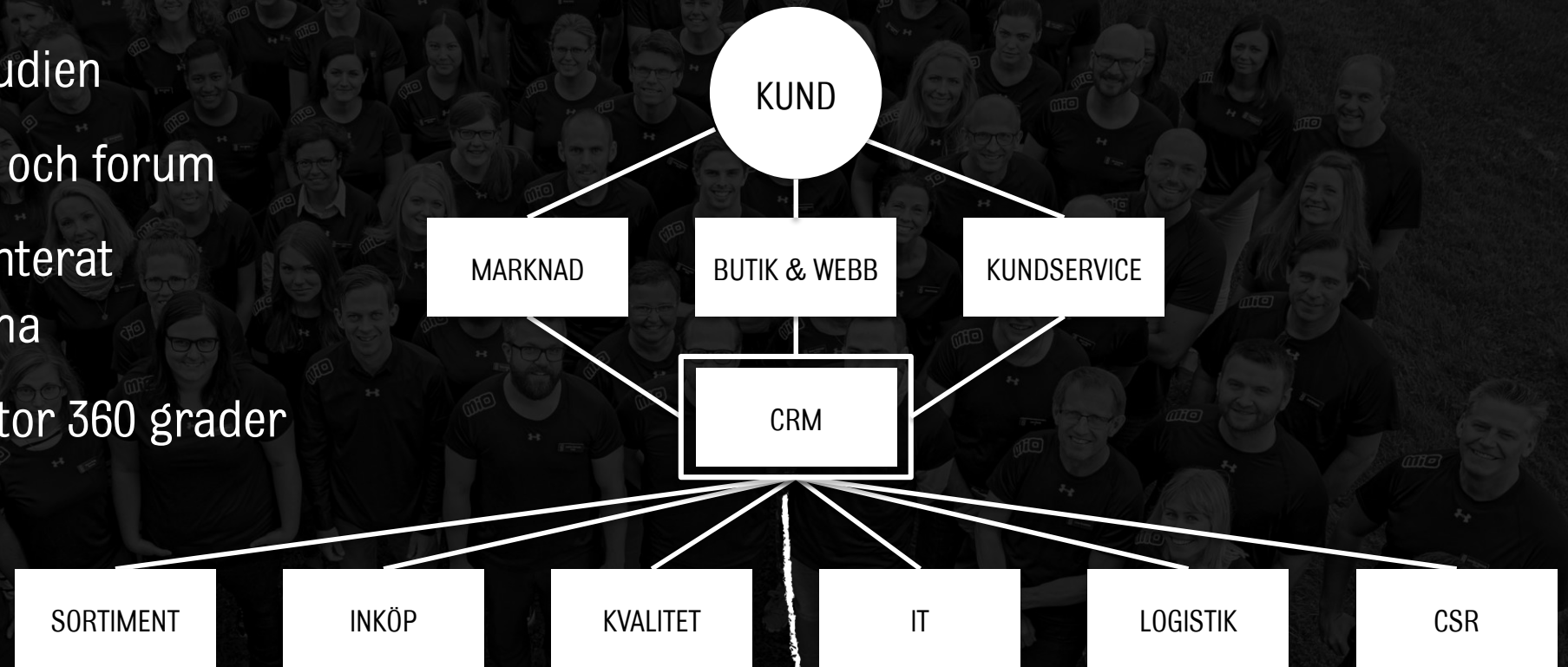
- ✓ Är du medlem?
- ✓ Är du medlem?
- ✓ Är du medlem?



sammans med

# FÅ UT CRM till ORGANISATIONEN

- ✓ Involvera från förstudien
- ✓ Infiltrera rapporter och forum
- ✓ Skapa ett kundorienterat organisationsschema
- ✓ Jobba för affärsnyttor 360 grader



- ✓ Våga släppa in och släppa fram

ONE TEAM

VD,  
ledning



# Generell kampanjplan + kundklubbens personliga, riktade, engagerande, relevanta kommunikation = sant?

- Ta hand om ordinarie kampanjplan
- Integrera kundklubben in i teamets ordinarie arbetsprocess
- Tydliggör strategi, aktivitets- & kommunikationsplan
- Öka relevans och relationsbyggandet successivt
  - Volym i medlemsbasen
  - Datakvalité och testmetodik
  - Kapacitet att skapa content

ONE TEAM

**Mio**

Vardagarum Matrum Sovrum Inspiration Kampanj

Mina Sidor

**UNDAN HALVA PRISET**

KONTINENTALSÄNG SÄRD  
**12.995.-**  
(26.990.-)

**HALVA PRISET PÅ UTVALDA SÄNGAR!**

Det är många som upptäckt hur skönt man kan sova i en ny kvalitetsäng från Mio. Faktiskt så många att vi blivit översold på sönder i Sverige. Det tycker vi är fantastiskt roligt och idag startar våra sovrumkampanjer som gör att du nu kan ta en ny skön prisvärd söng i sovrummet.

**HALVA PRISET**

KONTINENTALSÄNG  
KÅBÄR INKL. BÄDDMADRASS  
**7.995.-**  
(15.990.-)

**HALVA PRISET**

KONTINENTALSÄNG  
KÅBÄR INKL. BÄDDMADRASS  
**6.495.-**  
(12.990.-)

Two pushpins are pinned to a white wall in the upper left corner of the image. The pushpins are silver and have a circular head. The wall is plain and white.

Dyk upp på oväntade platser

- Involvera och engagera
- Fånga möjligheter och lågt hängande frukter
- Repetera och påminn





*baltasar.*



Tack!

Thomas Thorén, Mio  
thomas.thoren@mio.se

