

Så gör du för att förtjäna din målgrupps lojalitet

Med Jonas Åkerlind och Alexandra Drottler



The future of CX

- Undersökningen genomfördes under våren 2022
- Resultatet baseras på svar från 79 CX experter från en rad olika branscher
- Majoriteten arbetar i större företag (> 250 anställda)

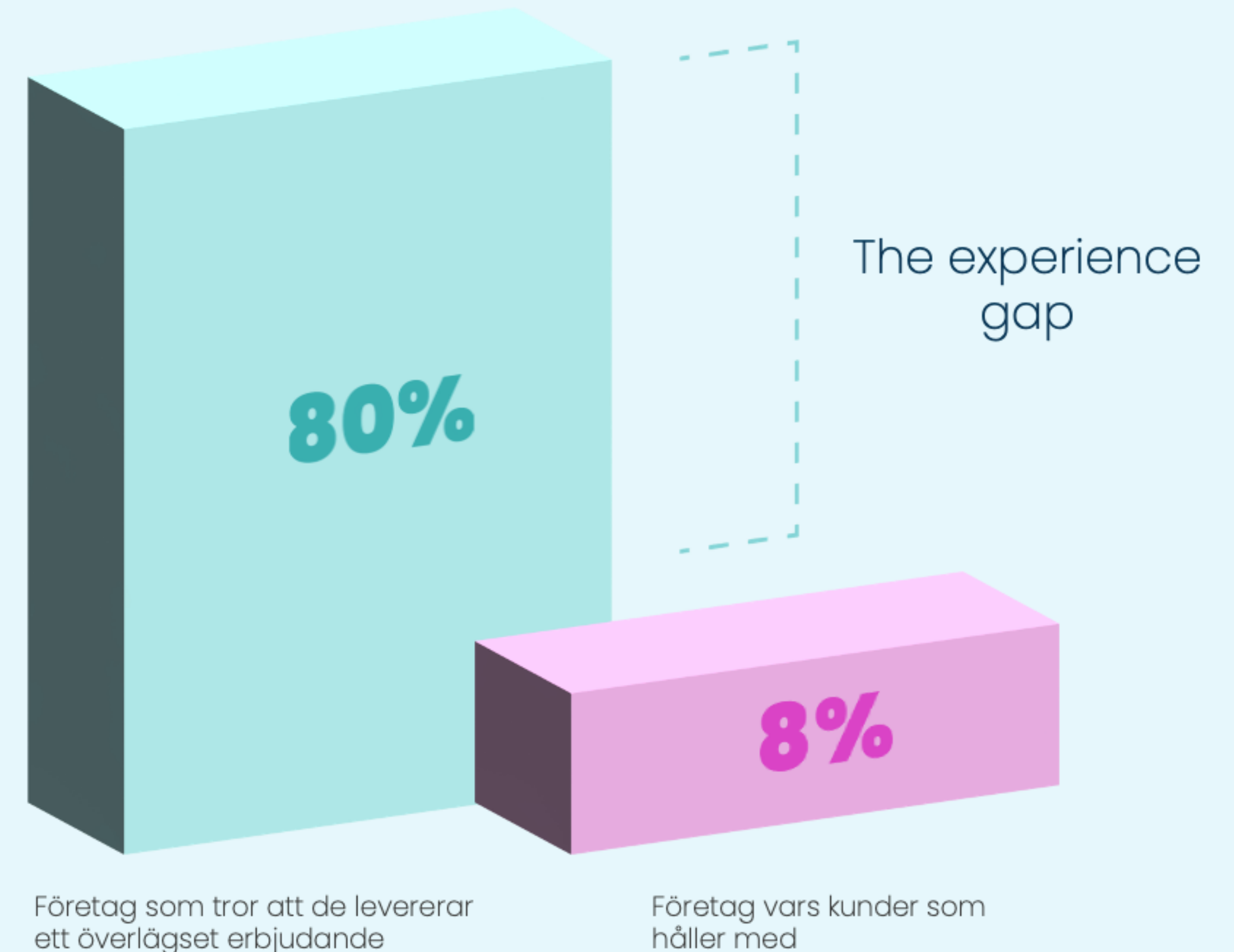


**80% anser att
kundupplevelsen är minst
lika viktig som produkterna
ett företag erbjuder**

**80% anser att
kundupplevelsen är minst lika
viktig som produkterna ett
företag erbjuder**

Dåliga upplevelser för kunder och medarbetare ökar

- Uppkomsten av **upplevelseekonomin** har förändrat hur företag konkurrerar och organisationer fungerar.
- 70% av konsumenterna är villiga att byta varumärke på grund av en dålig upplevelse.
- Över 67% av arbetskraften är oengagerade.
- Även om majoriteten av företagen tror att de levererar en överlägsen upplevelse, så är det få av deras kunder och anställda som faktiskt håller med.
- Detta kallas the **experience gap**.



Source: Gallup, State of the Global Workplace Report, 2021.

Kundlojalitet ökar intäkterna

Konsekvenserna av att inte lyssna på dina kunder



4x

En kund är mer benägen att gå till en konkurrent om de får dålig services jämfört med pris eller problem med produkten.

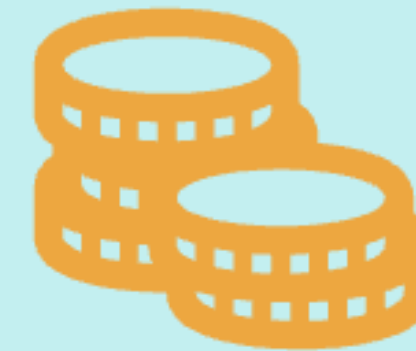
Source : Bain & Company



5 %

En ökning av kundlojaliteten med 5% leder i allmänhet till en ökning av affärsintäkterna med 25-95%.

Source : Bain & Company



6-7x

Det kostar i genomsnitt 6-7 gånger mer att värva en ny kund jämfört med att behålla en befintlig.

Source : Bain & Company



60-70 %

Sannolikheten att sälja till en befintlig kund är 60-70%. Sannolikheten att sälja till en ny kund är 5-20%.

Source: Marketing Metrics

**Endast 52% känner sig stolta
över sitt företags strategi för
kundupplevelse**

CSAT

CES

NPS

**Feedbackundersökningar är
den viktigaste kanalen när
det kommer till strategier för
kundupplevelsen**

Textanalys

Kundupplevelsen spelar roll

Konsekvenser av att inte lyssna på kunderna

25x

dyrare att förvärva
en ny kund än att
hålla befintliga nöjda

Source: Oracle

86%

av konsumenterna är
redo att betala mer för
att få en bättre
kundupplevelse

Source: Techjury

88%

av kunderna har
påverkats av en
online recension
när de fattar ett
köpbeslut

Source: Zendesk

91%

av kunder som är
missnöjda med
tjänsten lämnar utan
någon förvarning

Source: ThinkJar



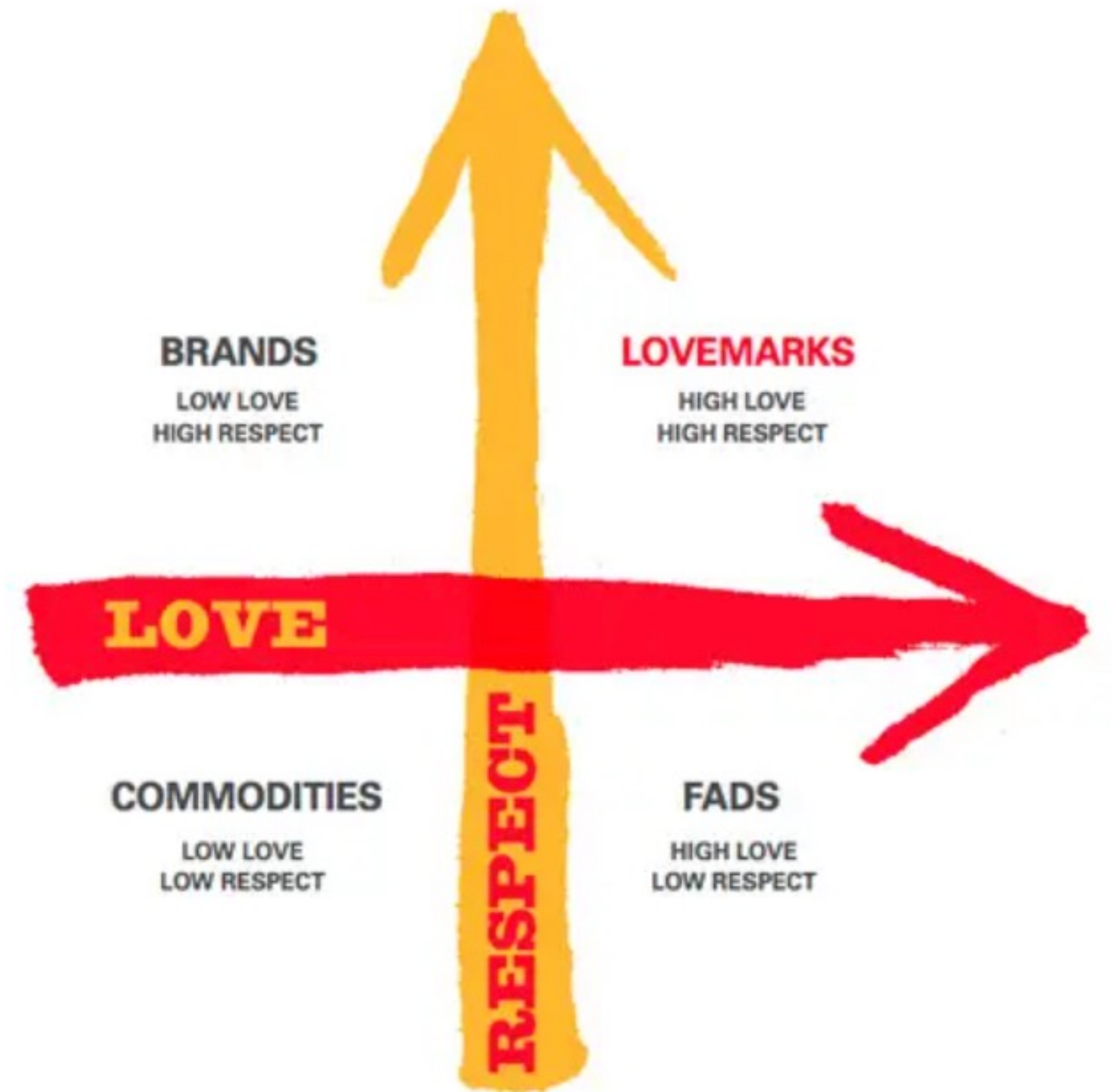
**FÖRTJÄNAR DU
DINA KUNDERS
LOJALITET?**



- Hej, kompis.

Så förtjänar ni era kunders kärlek (och köp):

1. Förankra ett kundfokus i hela organisationen



” Involvera alla och undvik att CRM blir den lilla bubblan som ingen kommer åt.”

Thomas Thorén, CRM-chef Mio



Prio dig





Framtidens ledare!

1 500 000

Man rekryterade 1,5 miljoner medlemmar första året

148%

På ett år hade Rustas medlemmar ökat sina besök i butik med 148 %

27%

Medlemmar köpte för 27 % mer

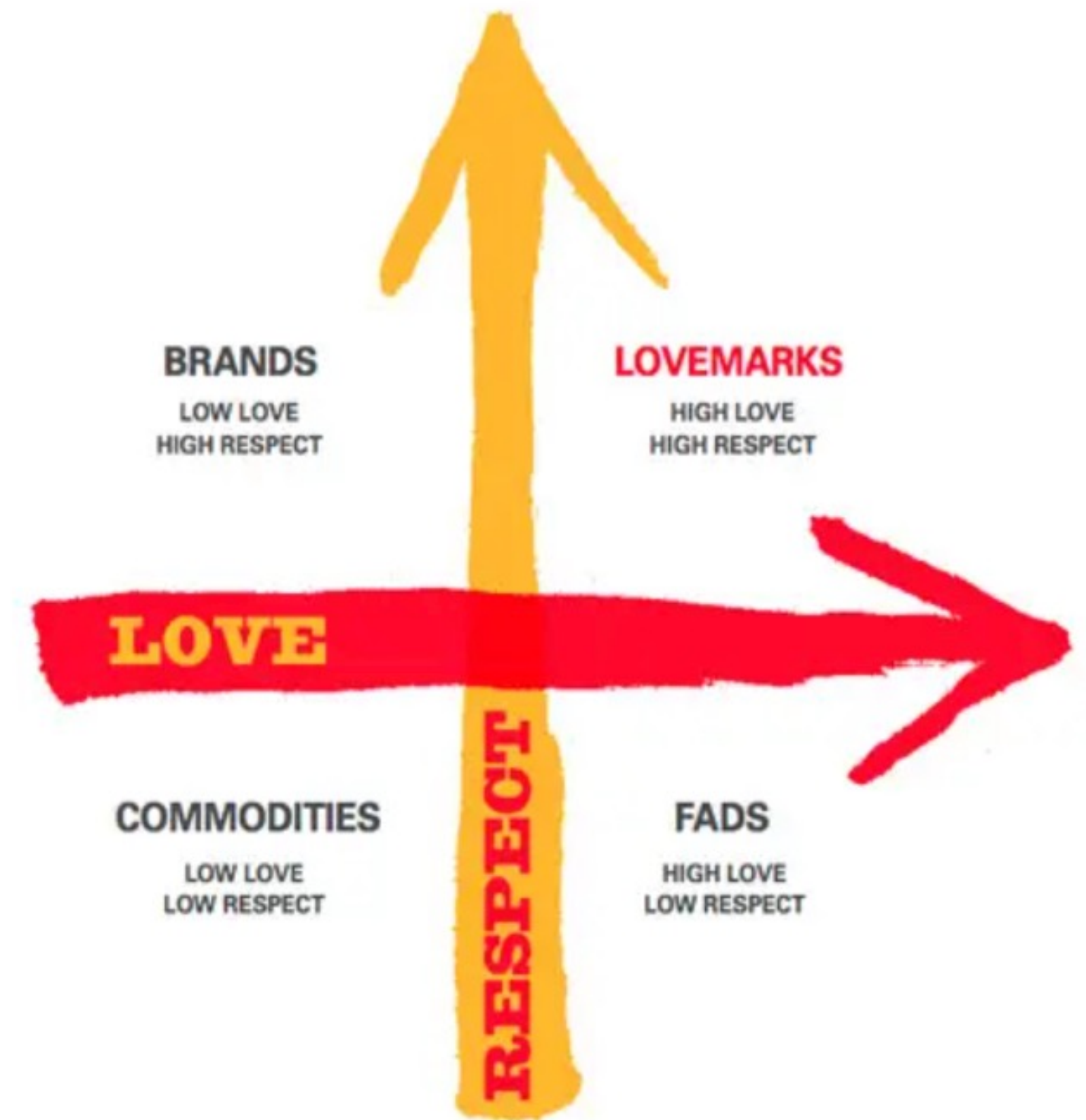
70%

De bästa butikerna hade 70 % medlemsköp

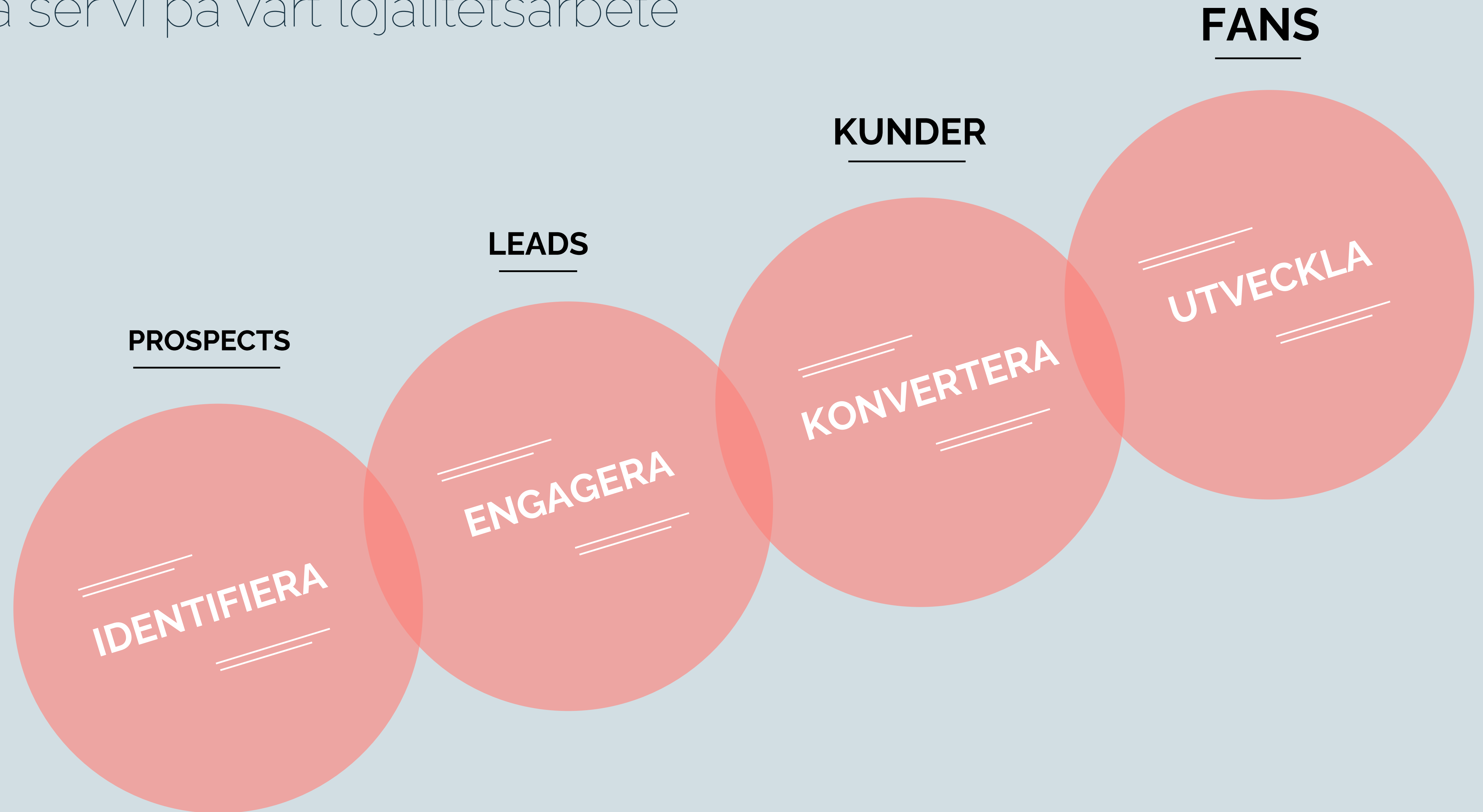


Så förtjänar ni era kunders kärlek (och köp):

1. Förankra ett kundfokus i hela organisationen
2. Skilj mellan konverteringsresa och kundresa



Så ser vi på vårt lojalitetsarbete



Så ser kunden på det

"De förstår vad jag tycker om"

5.

-Jag upplever att de ser mig och mina behov. Jag gillar allt de gör. Jag får samma härliga upplevelse oavsett möte.

4. "Ger bra förslag och tips"

-Jag får inte bara kommunikation som jag gillar utan också förslag på produkter och tips som känns relevanta

Först nu kan kunden tänka sig att dela data om sig själv.

2. "Ingen nytta"

-Jag har lämnat ifrån mig mina kontaktuppgifter men upplever inte någon direkt nytta av det. Jag får bara en j...a massa reklam.

"Funkar ibland"

3.

-Jag får ibland kommunikation och erbjudanden som passar mig och som känns personligt.

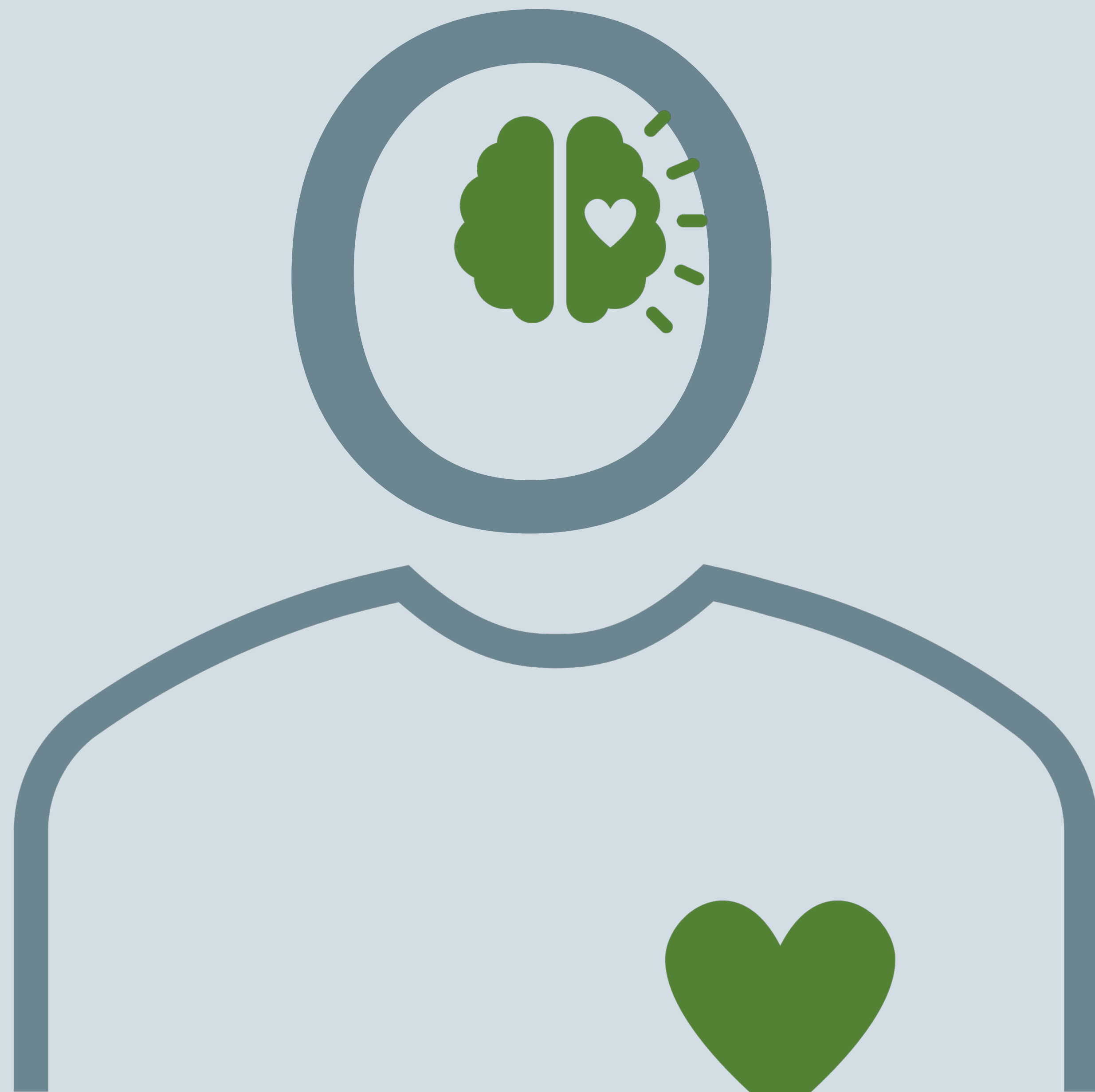
"Varför?"

1.

-Jag vet inte varför jag får utskick med rabatter på random-produkter. Hur fick de tag på min e-postadress?

Relevans och personliggöring

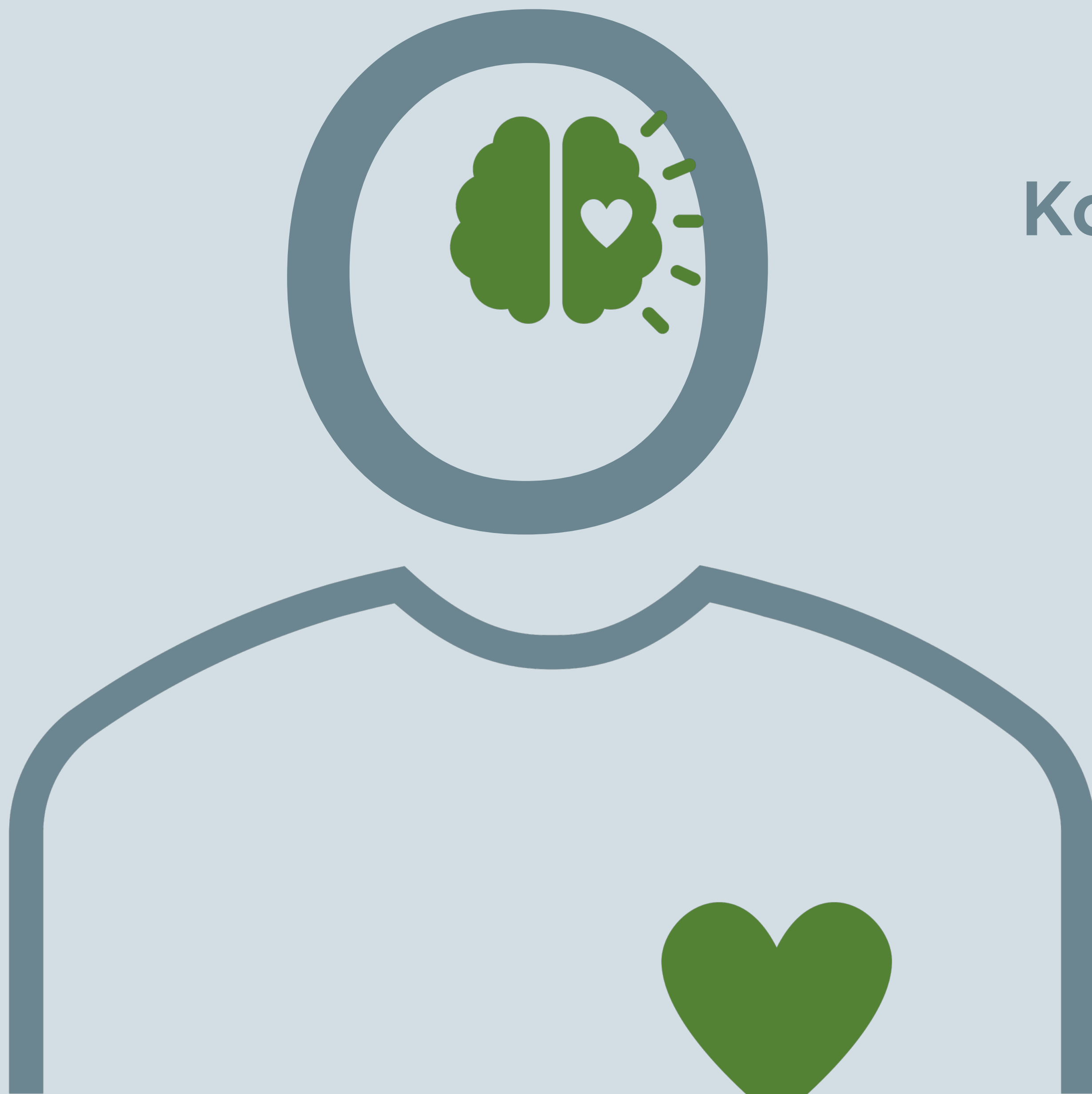




ommercial data

CX

e perience data



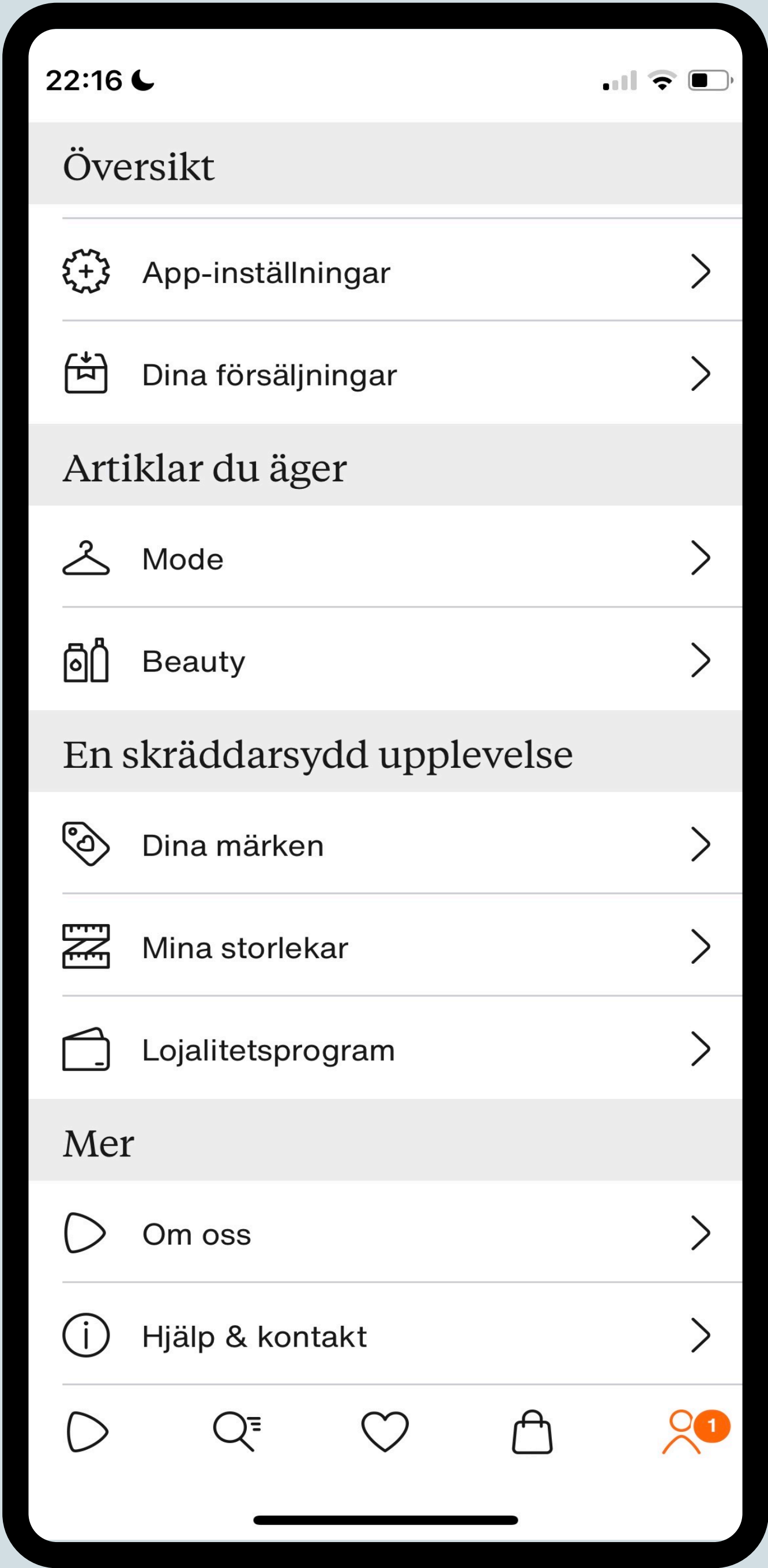
Konverteringsresa

Det är lika viktigt att
skilja på dessa som det är
att gifta ihop dem.

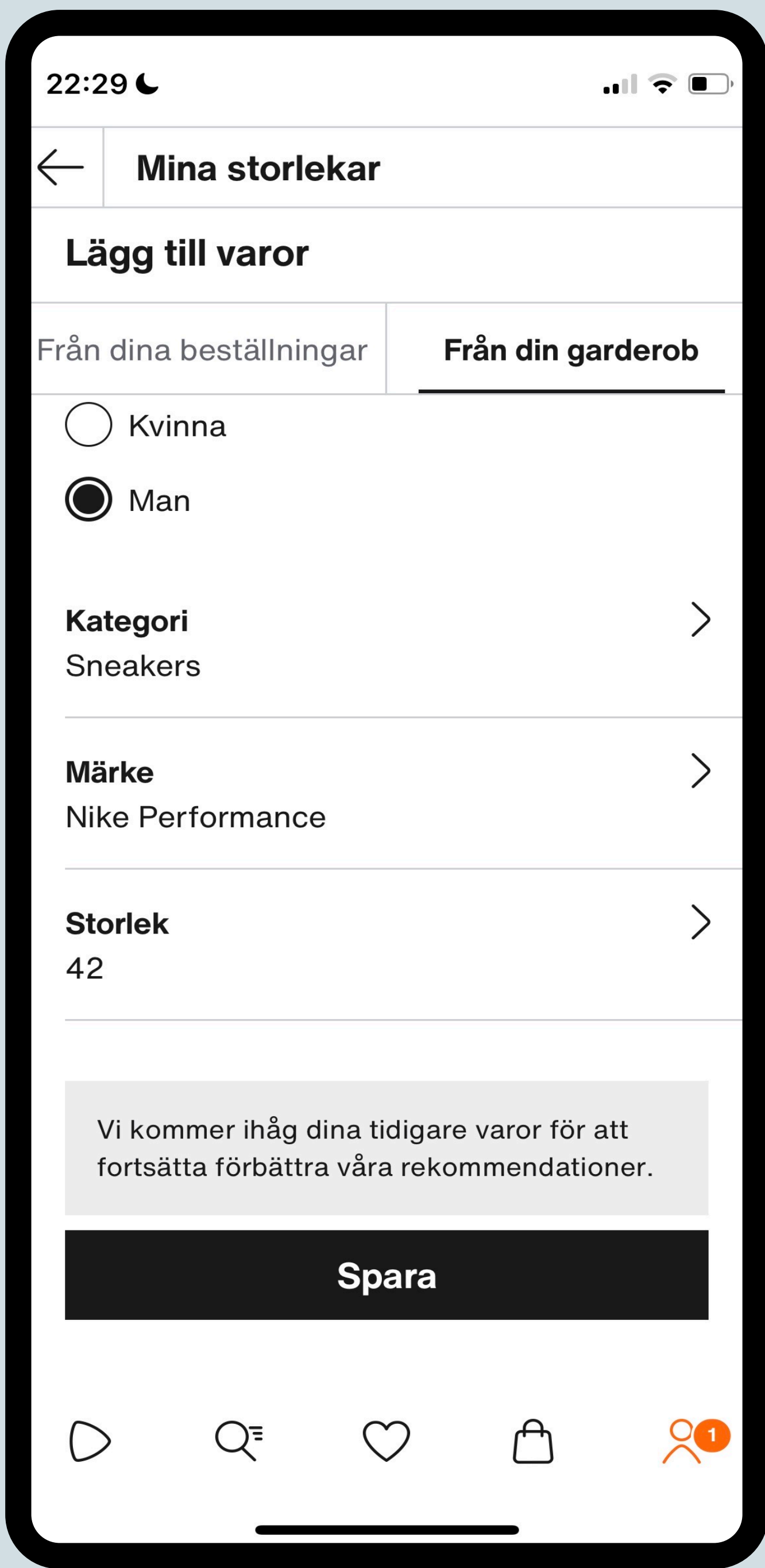
Kundresa

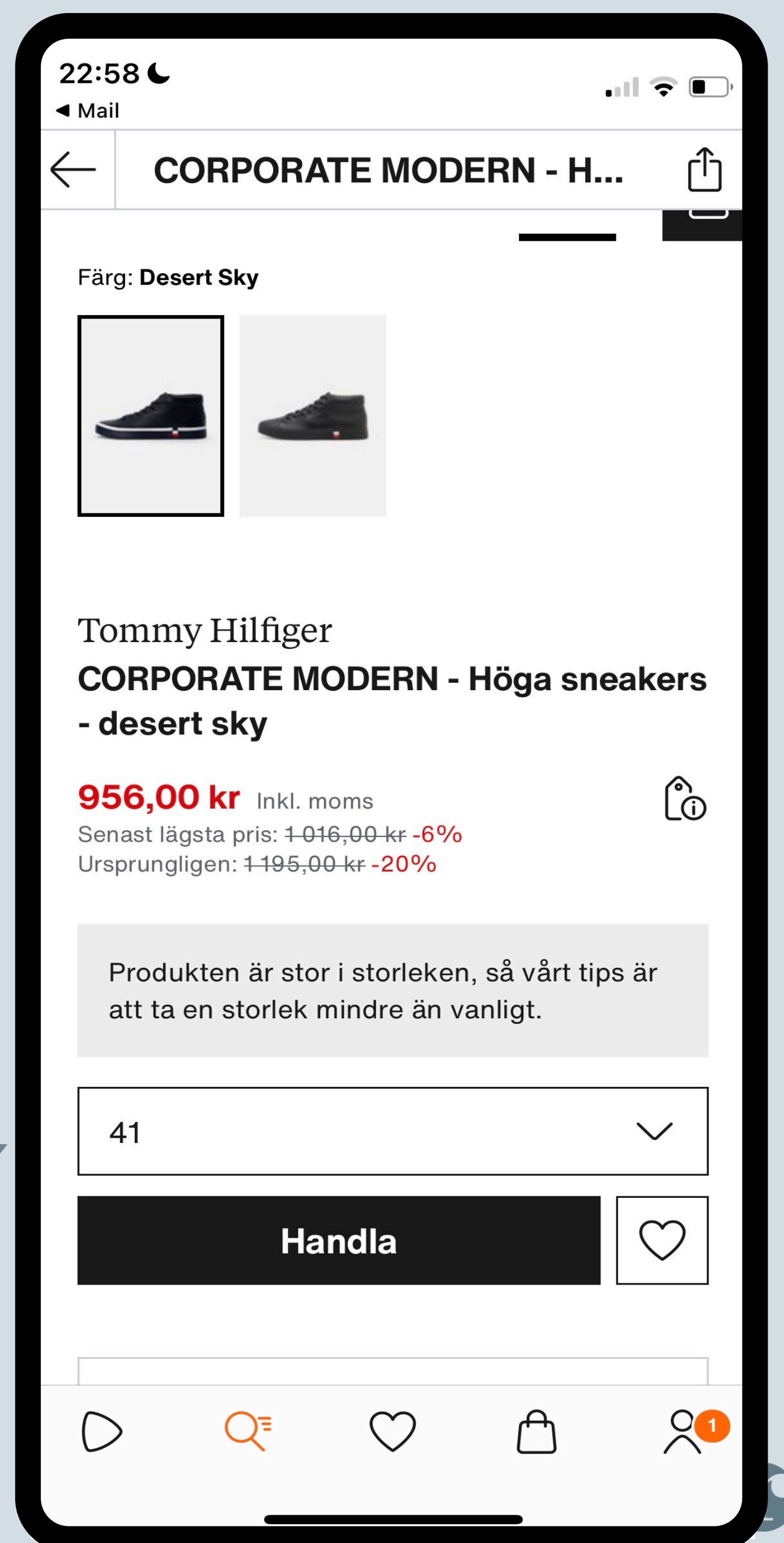
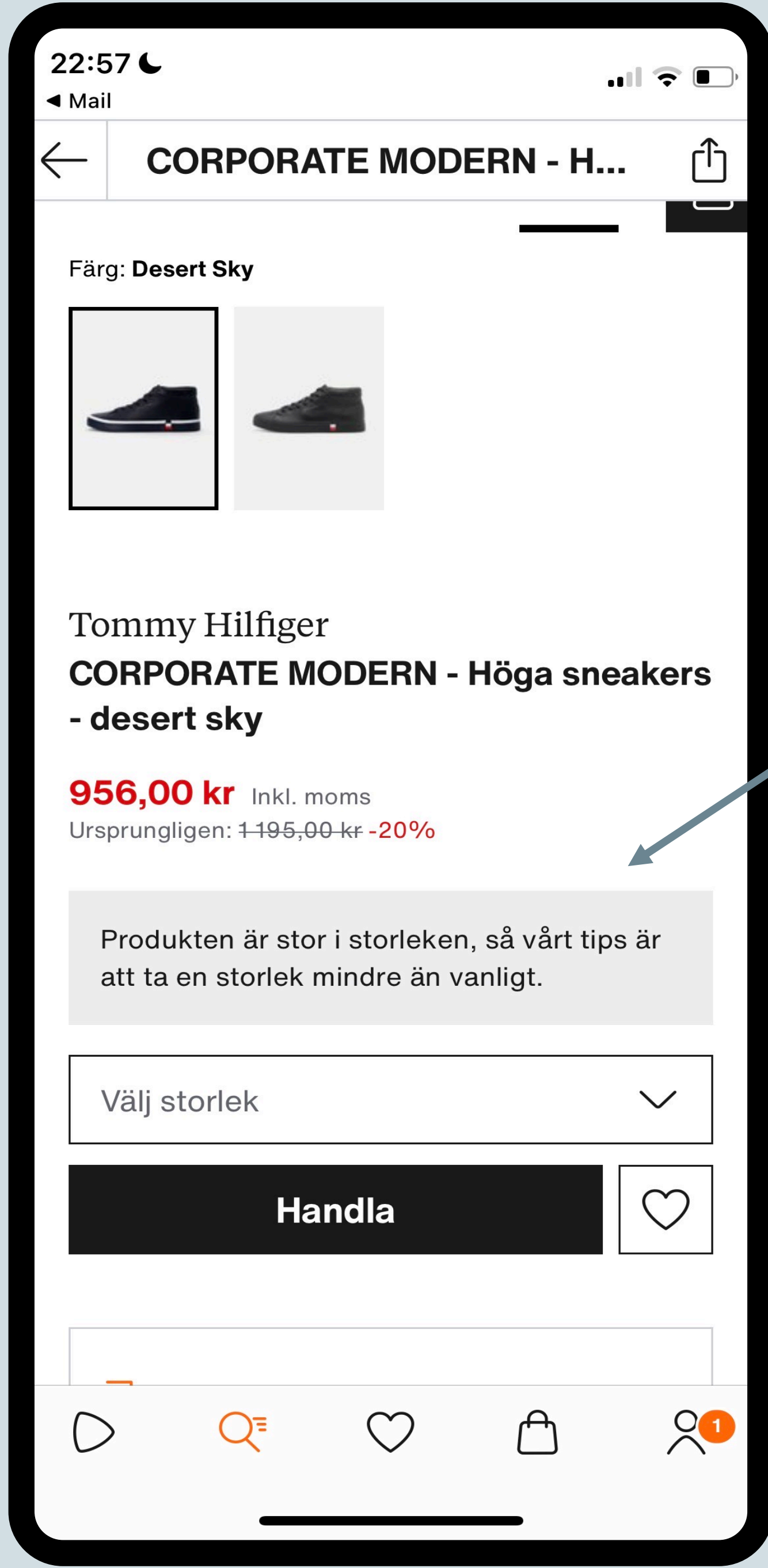
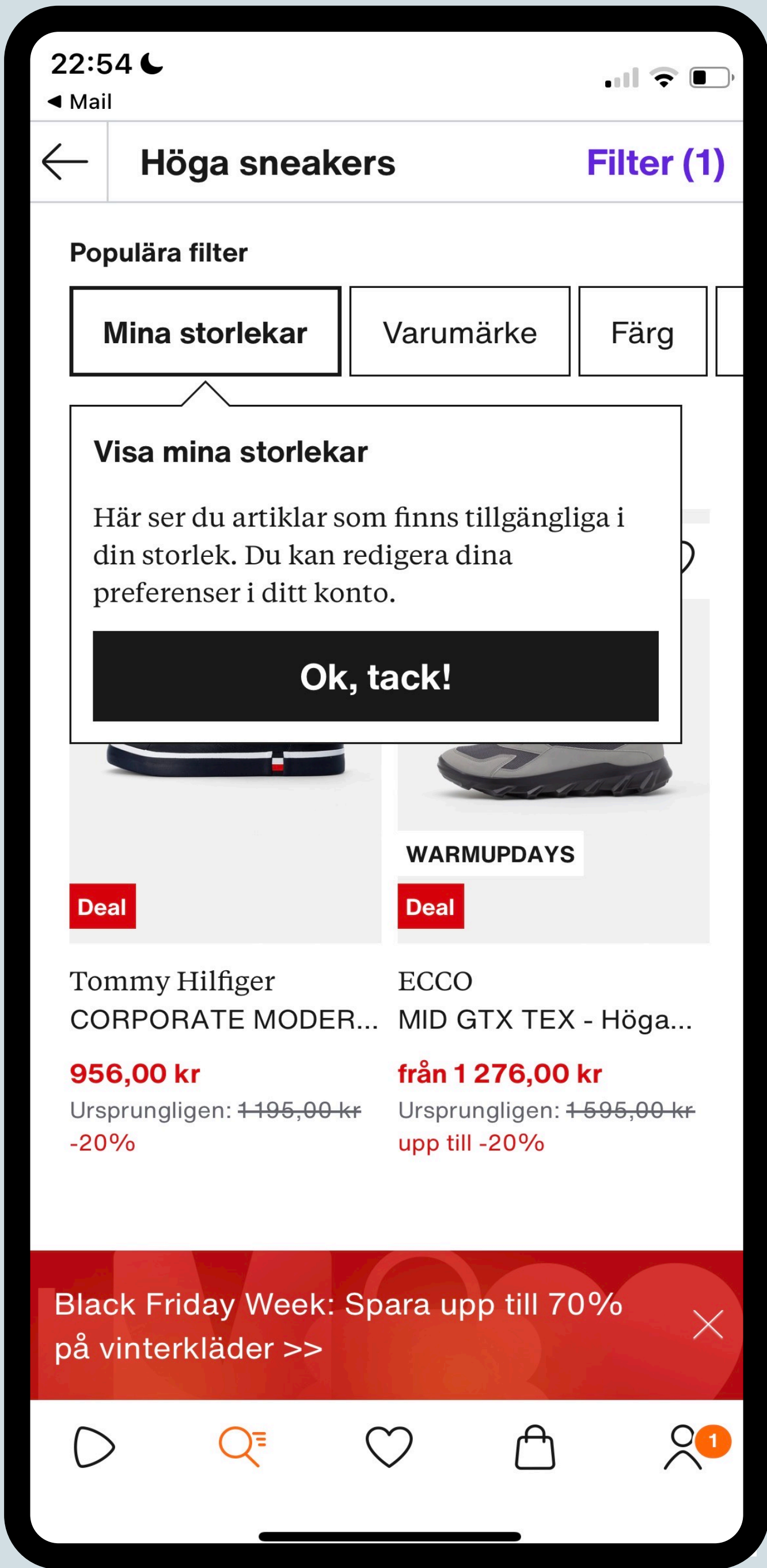
Mina nya
skor från
Zalando

Bra. Jag vill ha
min storlek.



Meningen
med livet!





CRM inom B2B – hjälp säljare att få kontakt med leads.

79%

Är villiga att använda chatbots och andra appar för att få hjälp

82%

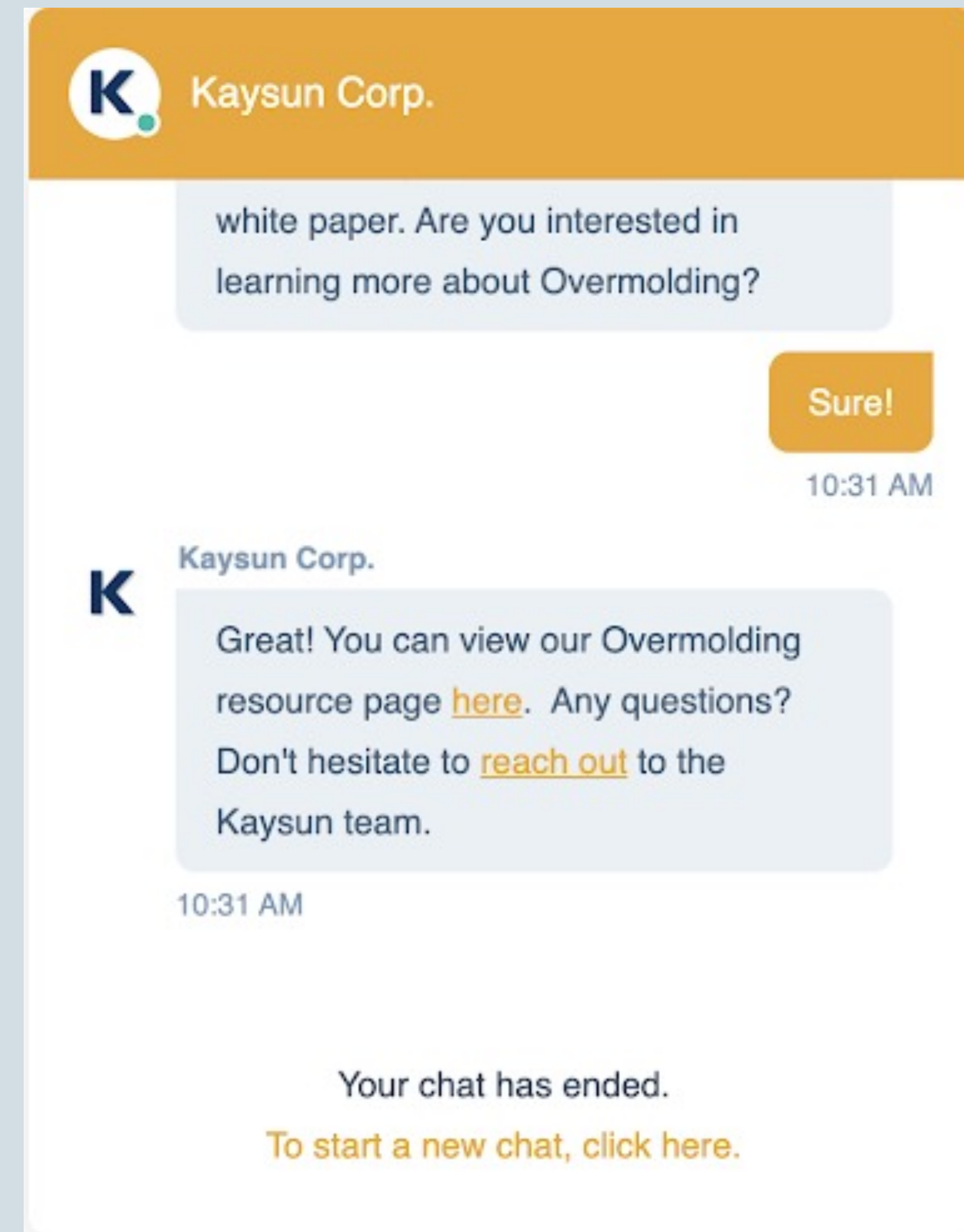
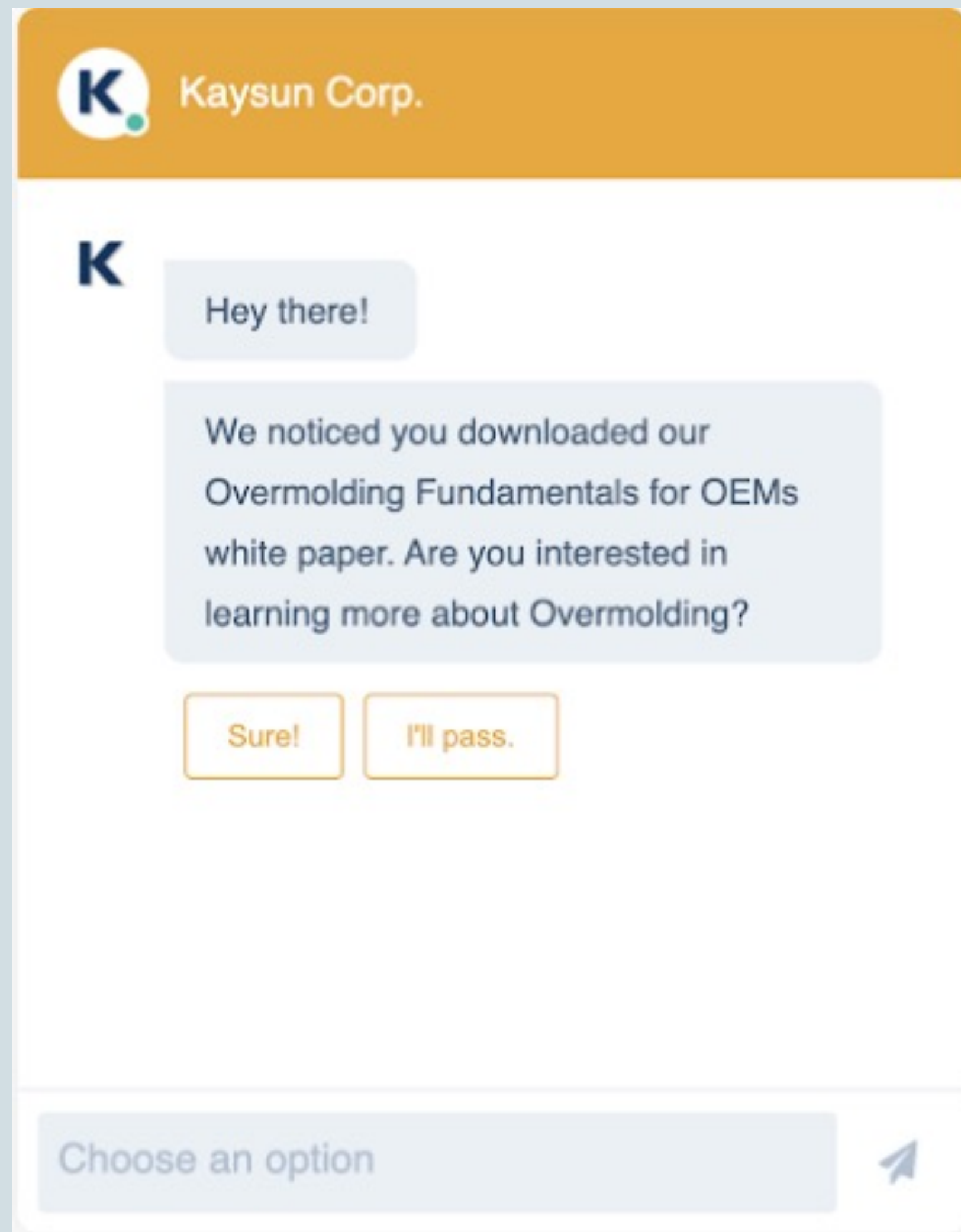
Anger en omedelbar respons som mycket viktigt när de har en köprelaterad fråga

Mä, vilket gap.

<36%

Företag som använder chat till förfrågningar inom marknadsföring, sälj & kundservice

CRM inom B2B – hjälp säljare att få kontakt med leads

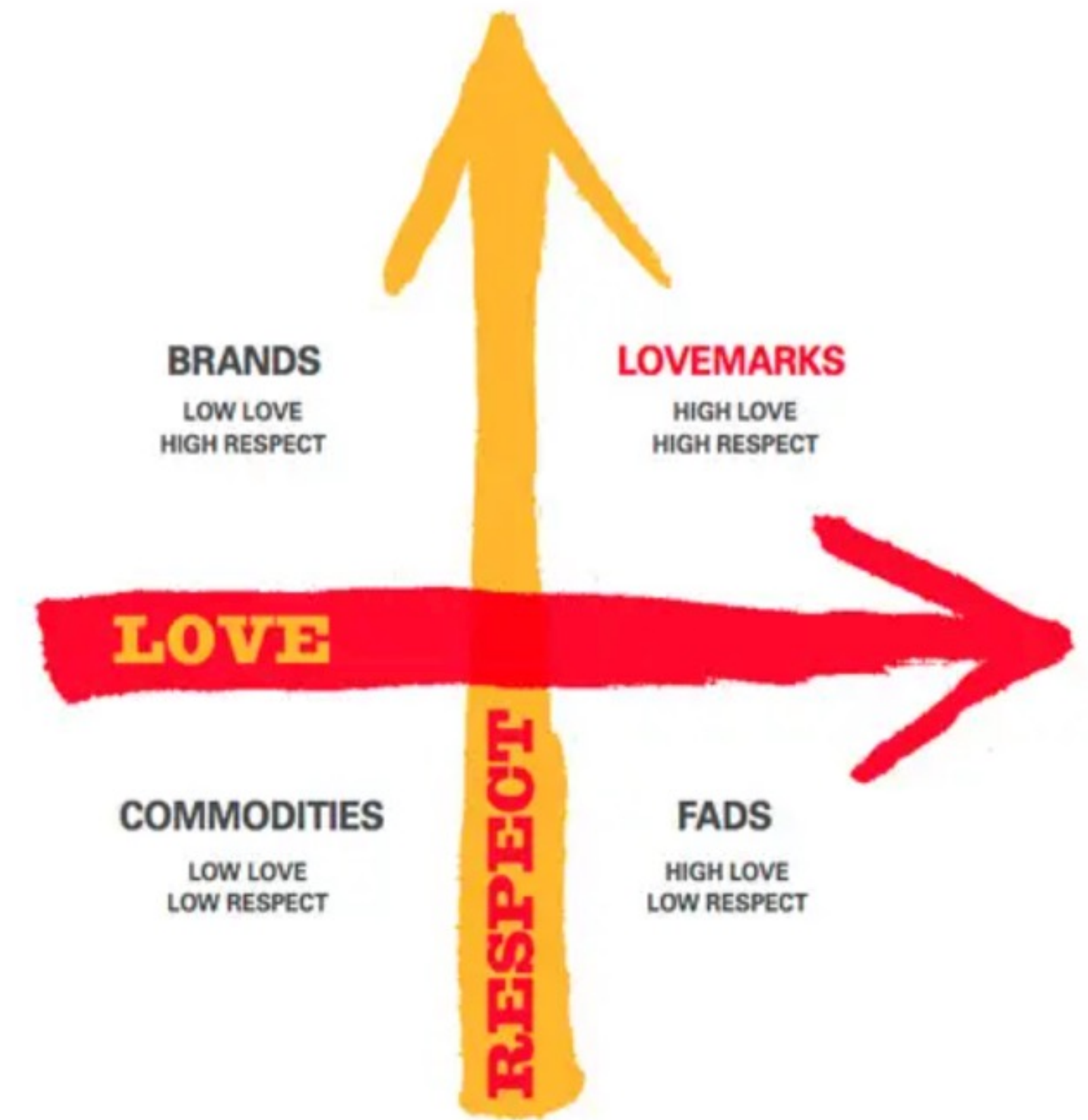


CRM inom B2B – hjälp säljare att få kontakt med leads



Så förtjänar ni era kunders kärlek (och köp):

1. Förankra ett kundfokus i hela organisationen
2. Skilj mellan konverteringsresa och kundresa
3. Agera på data som ni får av god vilja





Hur startar ni era kundresor idag?



Sök på Google

Jag har tur

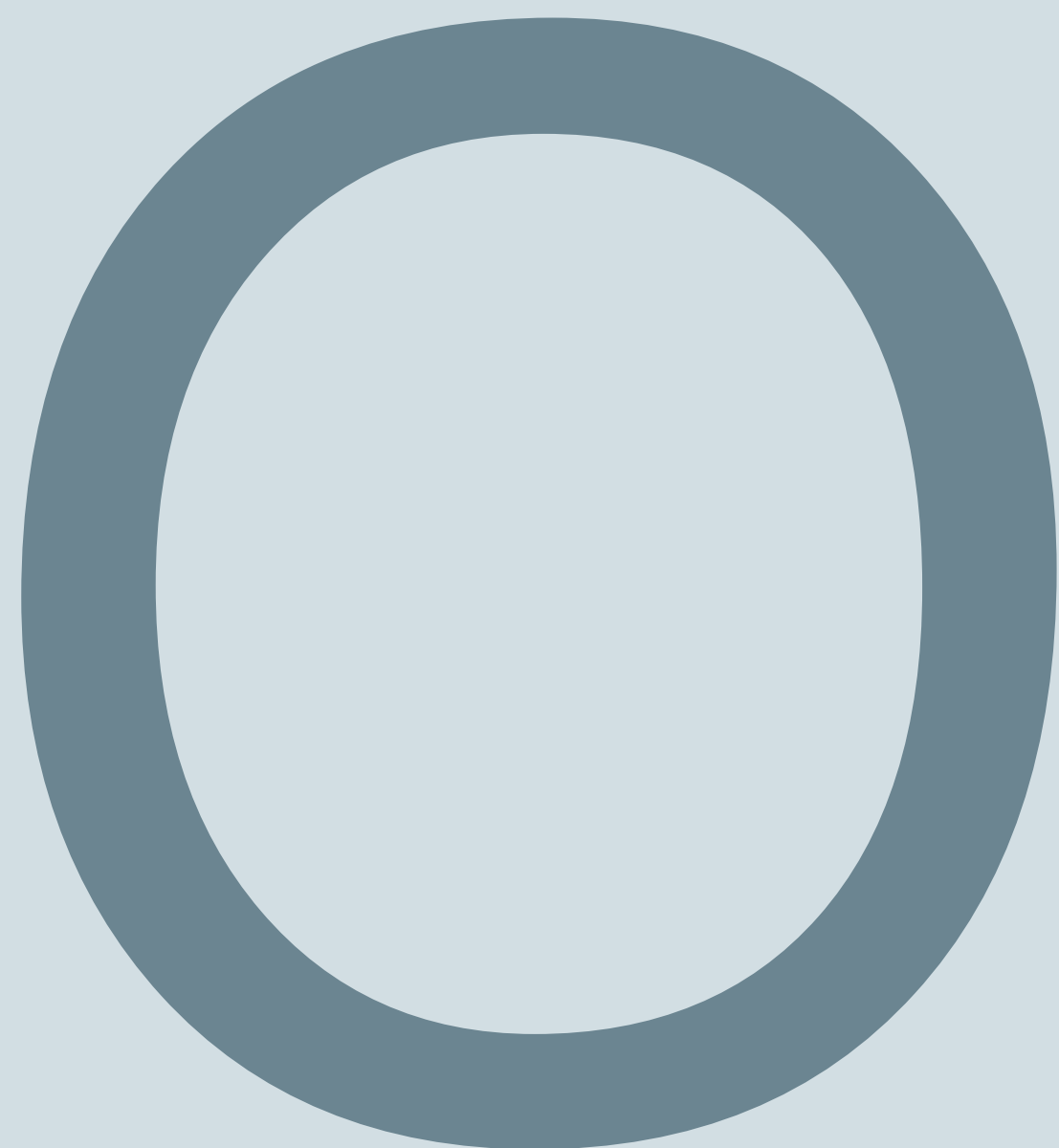


IKEA RETAIL THERAPY



Google Search

I'm Feeling Lucky



En bättre start: Följ en nolla!

Zero-Party

Personlig information som delas villigt och medvetet

First-Party

Information som samlas baserat på interaktion med varumärket

Second-Party

Förstapartsdata som delas till en företagspartner

Third-Party

Aggregerad data som förmedlas av marknadsplattformar, t ex Google



UGC



Samtycken



Feedback till kundservice



Produktrecensioner



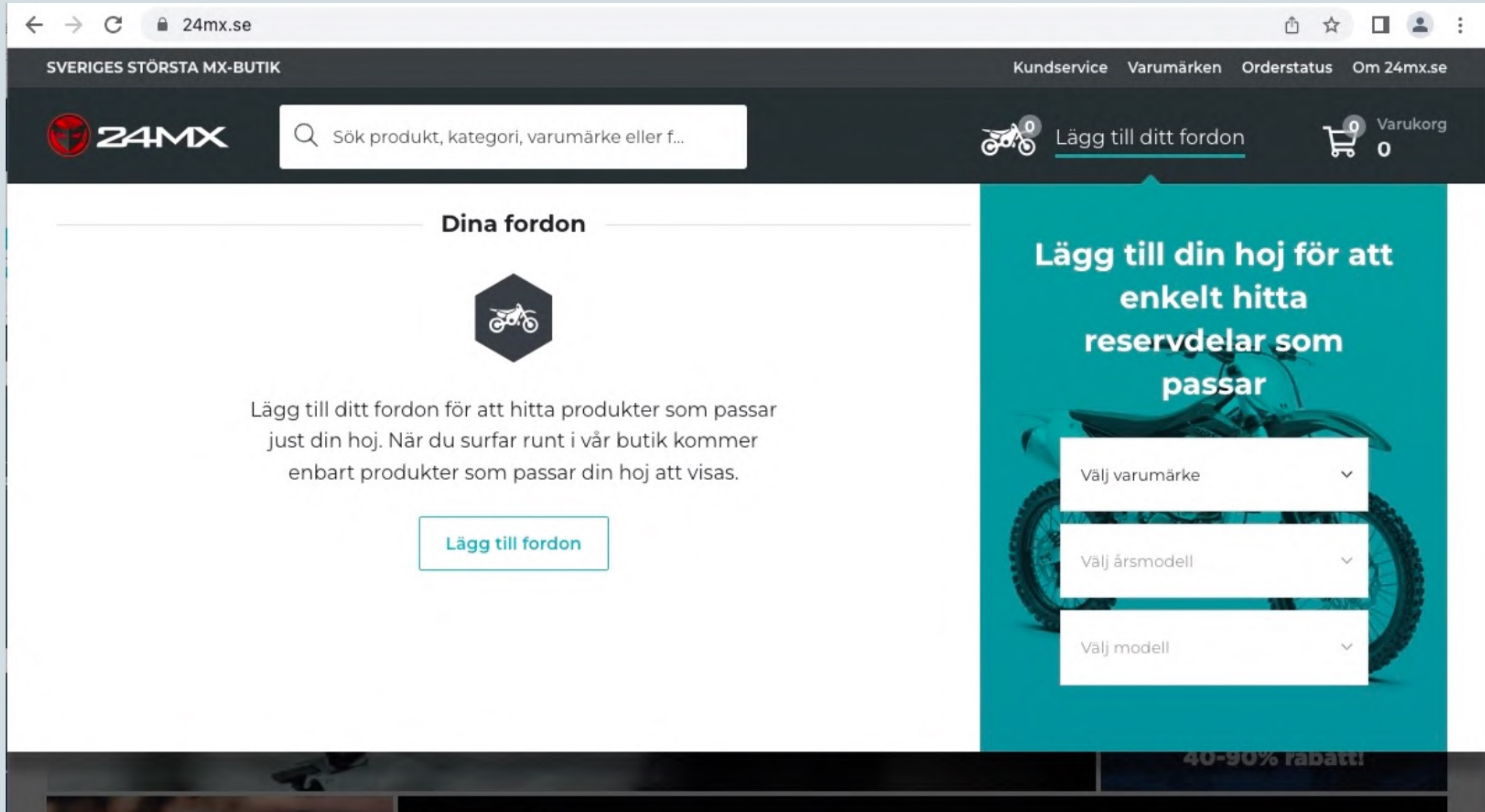
Kundundersökningar



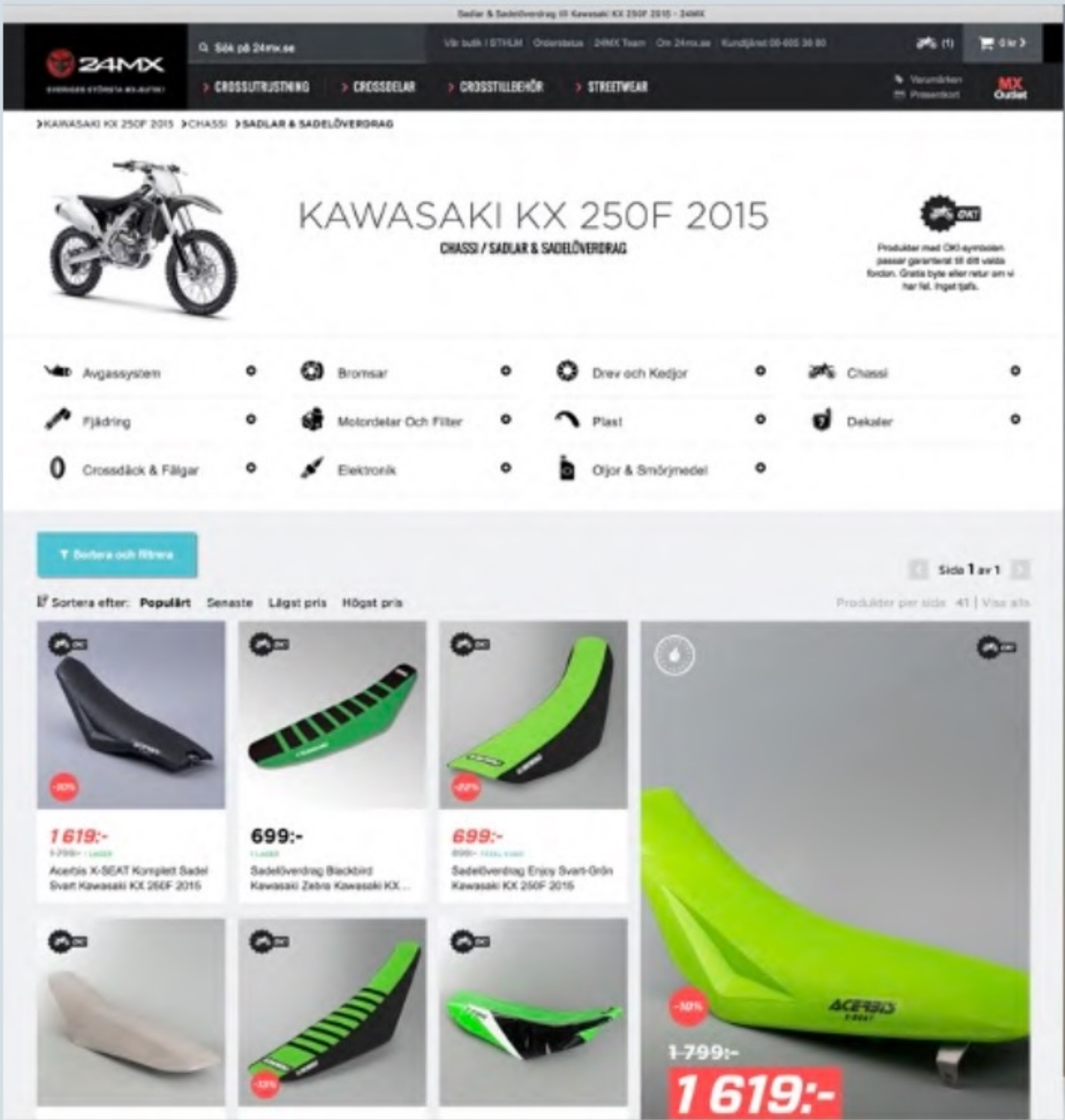
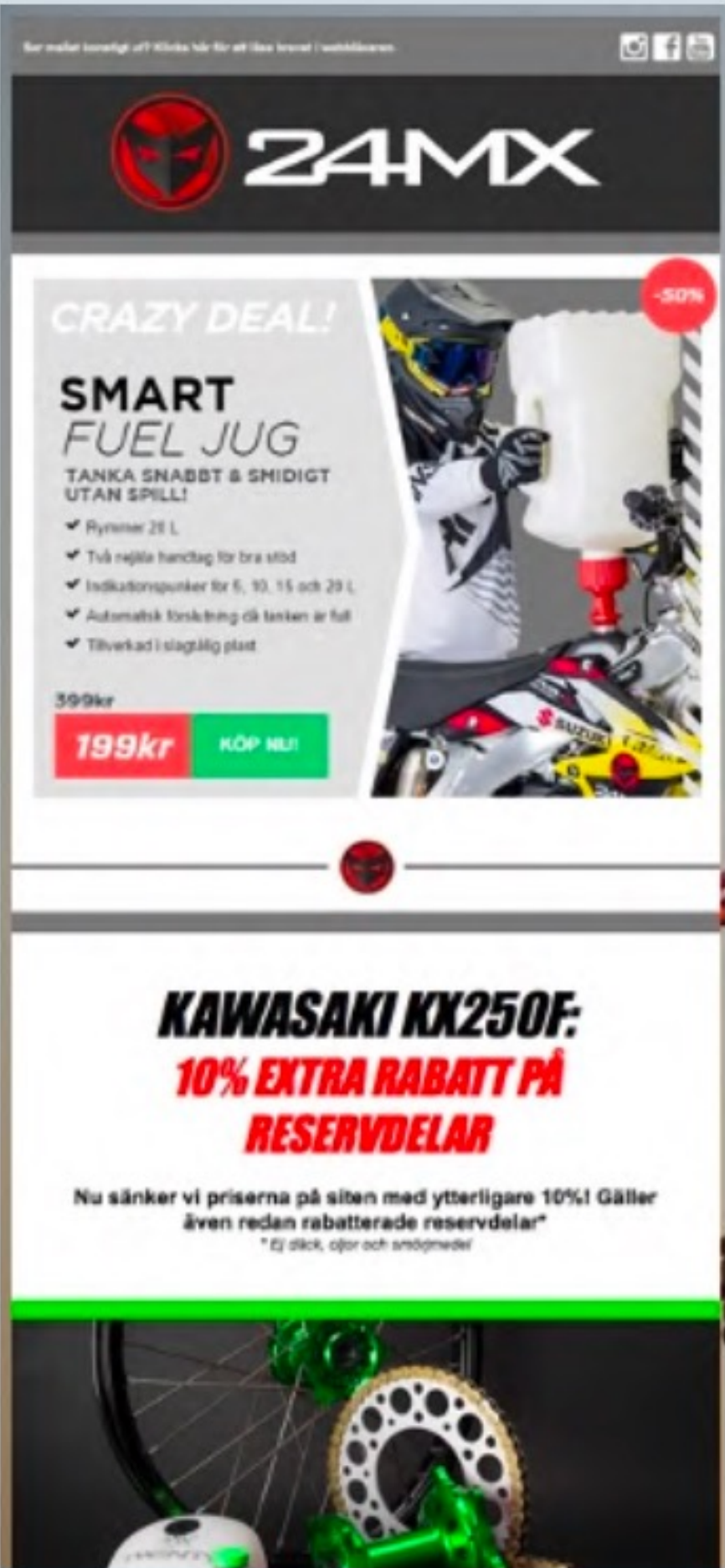
Preferenser på sajt



När en besökare berättar vilken hoj de kör hos 24MX...



...anpassas hela den digitala upplevelsen utifrån svaret.



110 % högre öppningsgrad
15 gånger högre försäljning

Om du inte vet vad kunden vill ha, fråga!



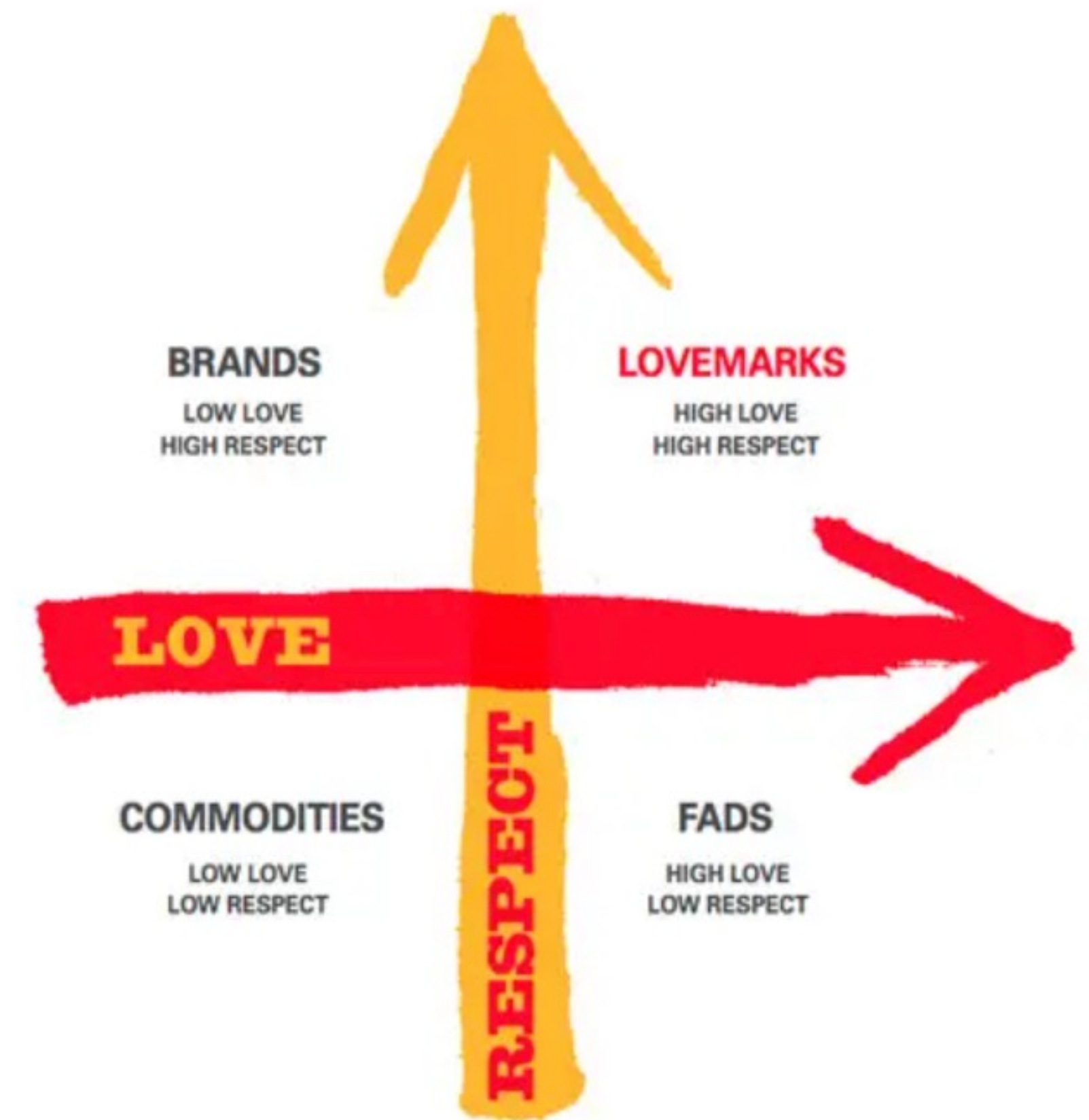
Modul i e-post frågar löpande om kunden köper en ny hoj,



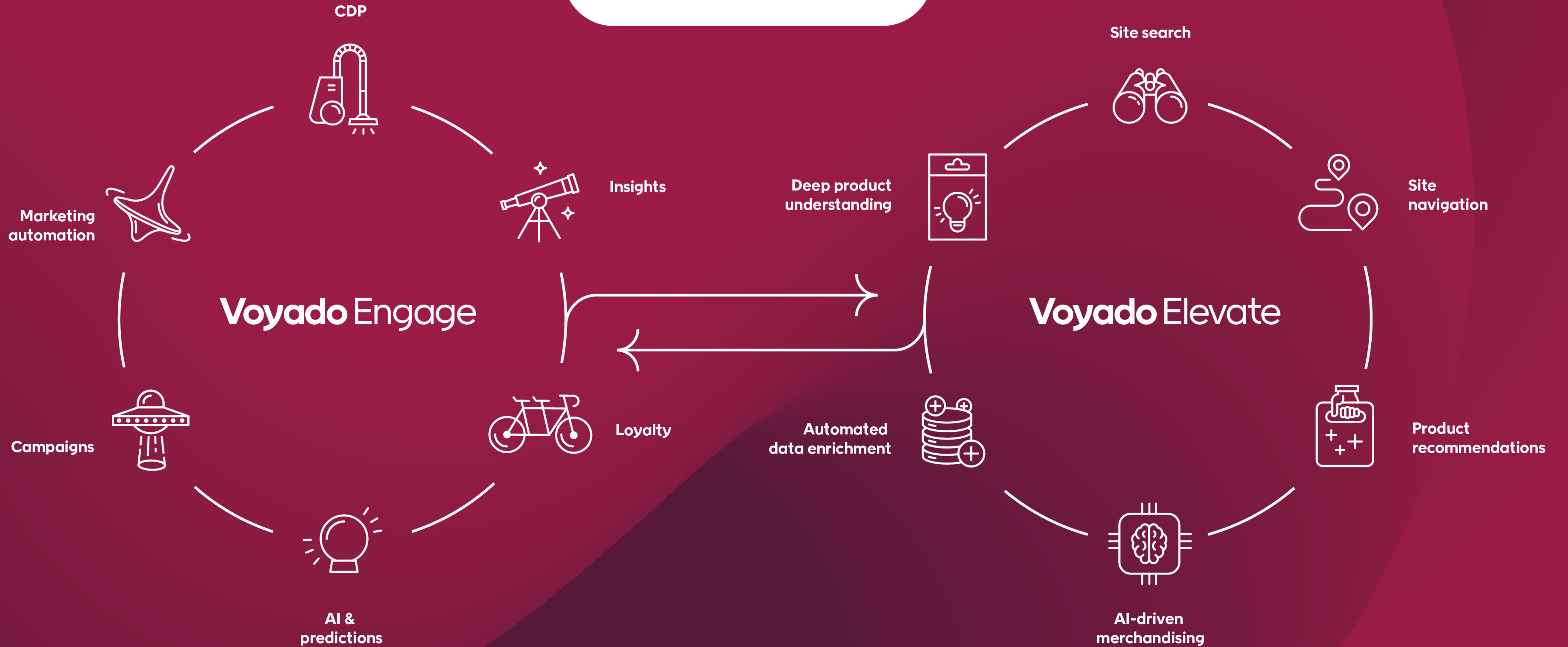
Bekräftelsemejl utan en enda produkt genererar ändå försäljning

Så förtjänar ni era kunders kärlek (och köp):

1. Förankra ett kundfokus i hela organisationen
2. Skilj mellan konverteringsresa och kundresa
3. Agera på data som kunden ger av god vilja
4. Sätt en nyfiken feedback-kultur i system



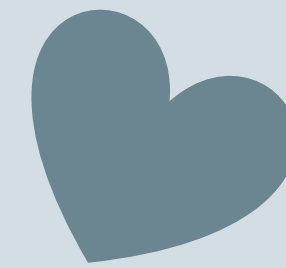
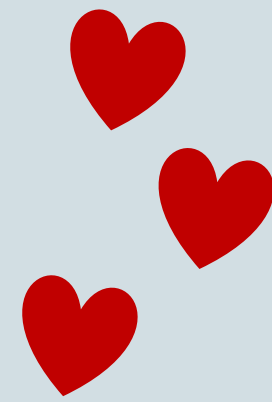
Voyado CXP

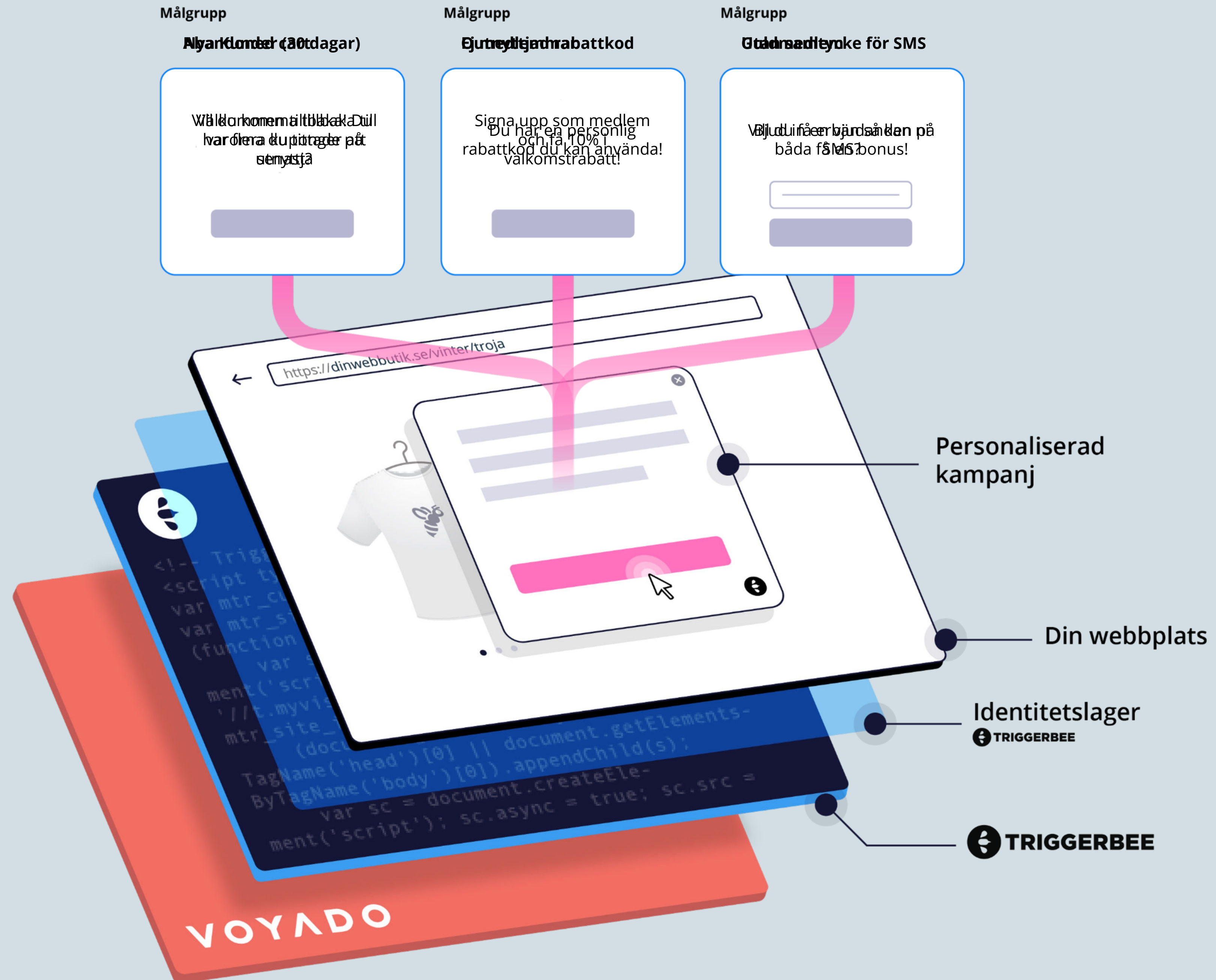


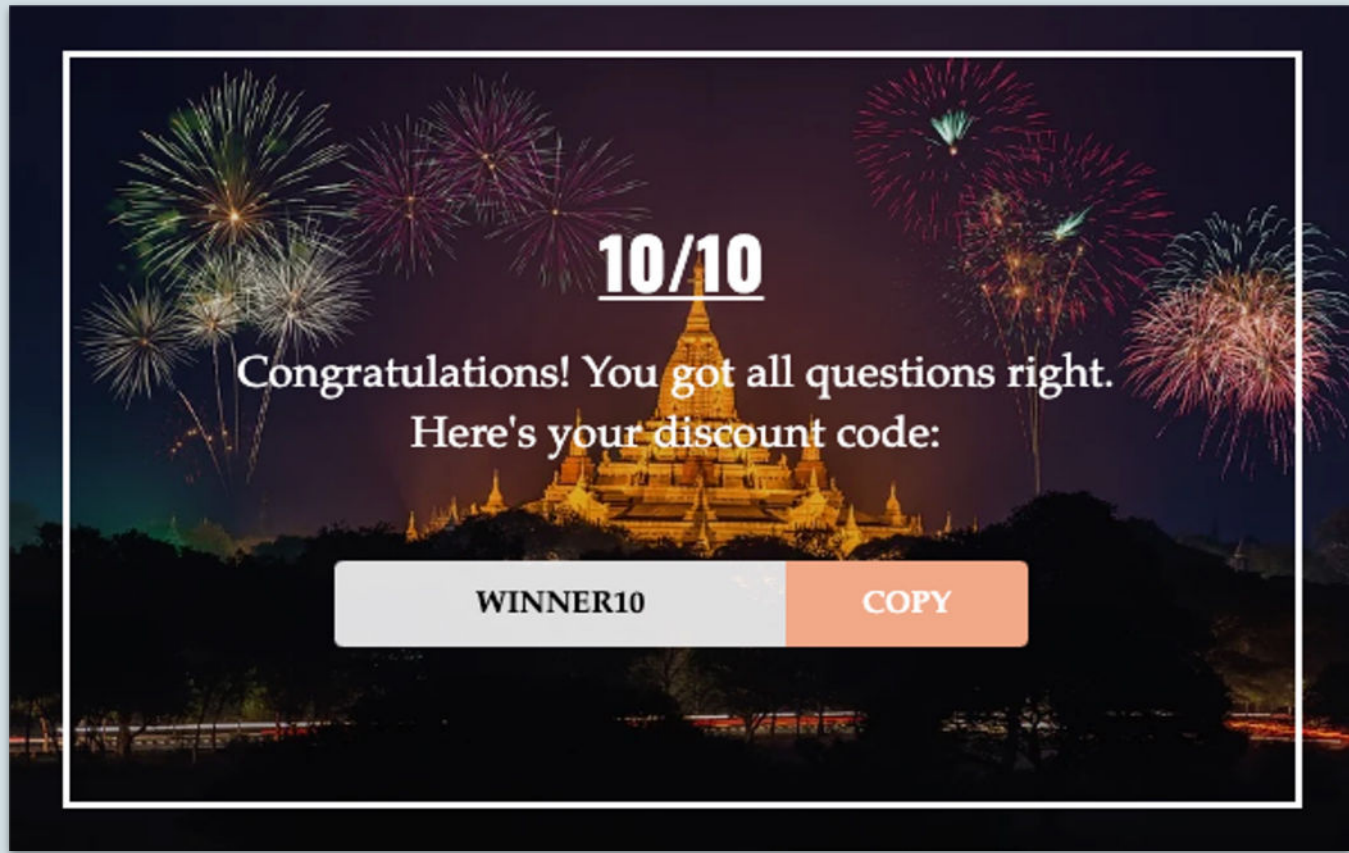


Personalisering

Person







Vilka tre egenskaper associerar du med varumärket Appleton?

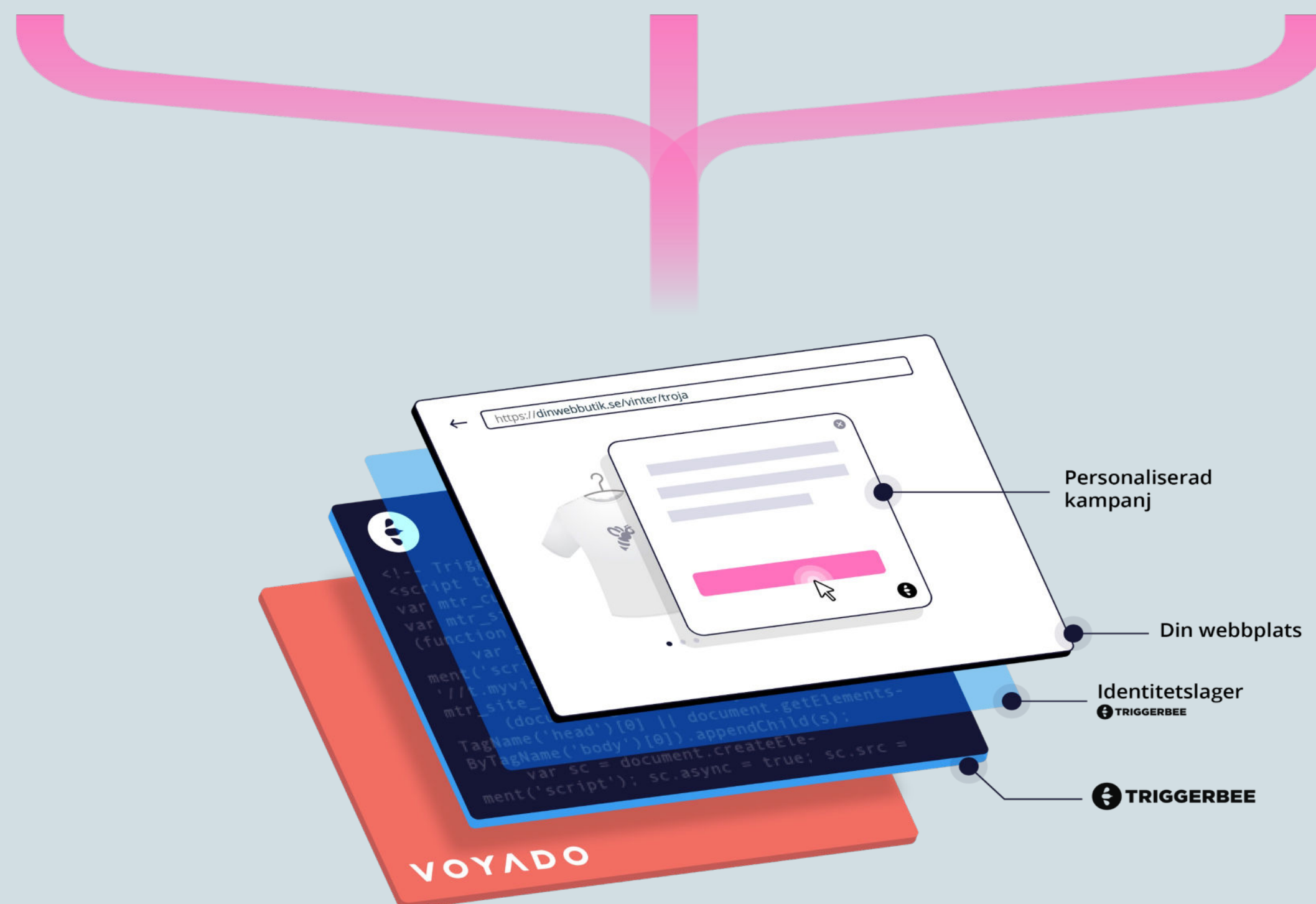
Skriv ditt svar här...

Vilket är ditt helhetsintryck av Appleton?

1	2	3	4	5	
Inte alls bra				Mycket bra	Vet ej
☐	☐	☐	☐	☐	☐

Vilka värderingar tror du är viktiga för Appleton? (nämna max tre)

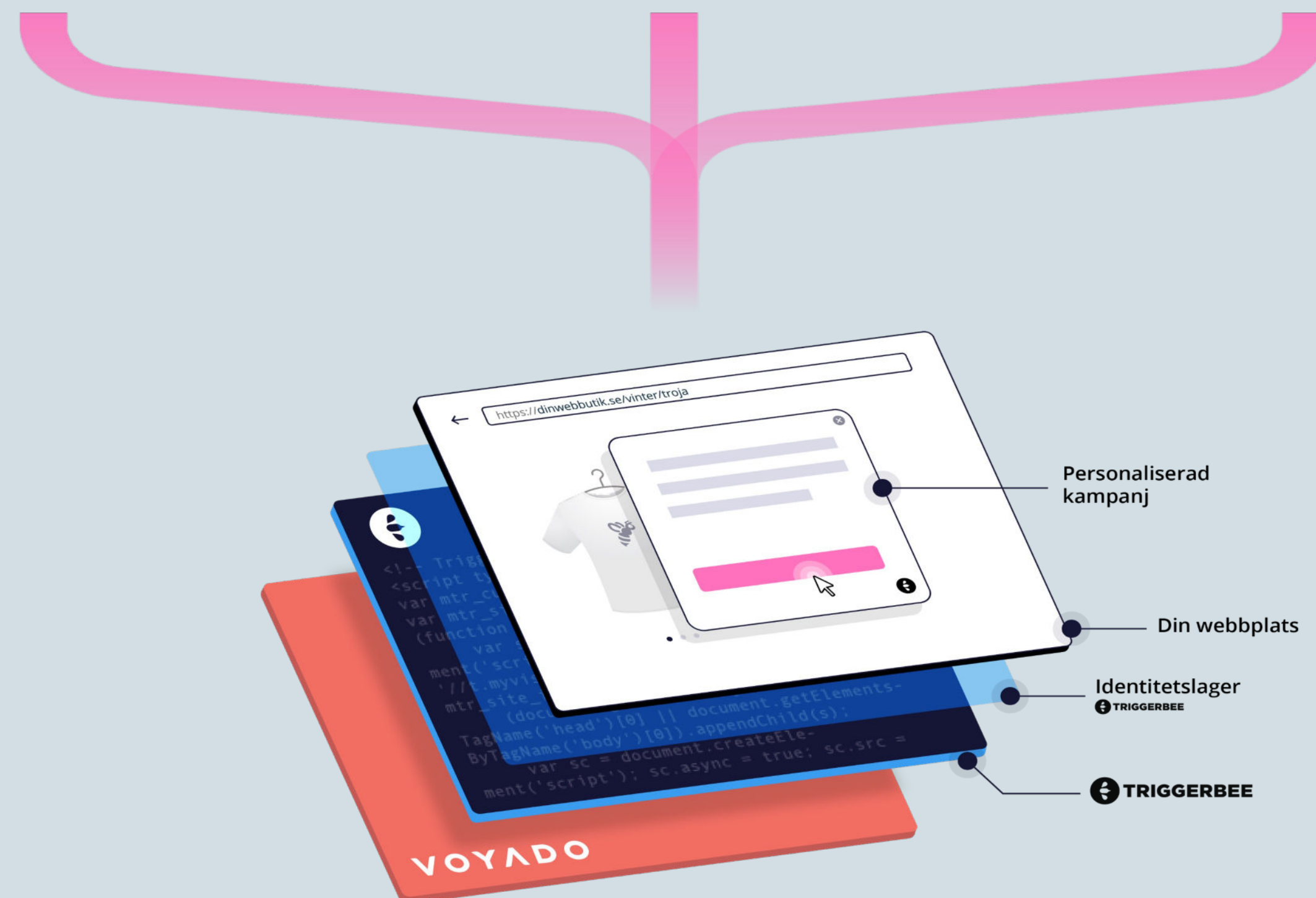
Skriv ditt svar här...



Är du nöjd med din
senaste leverans?

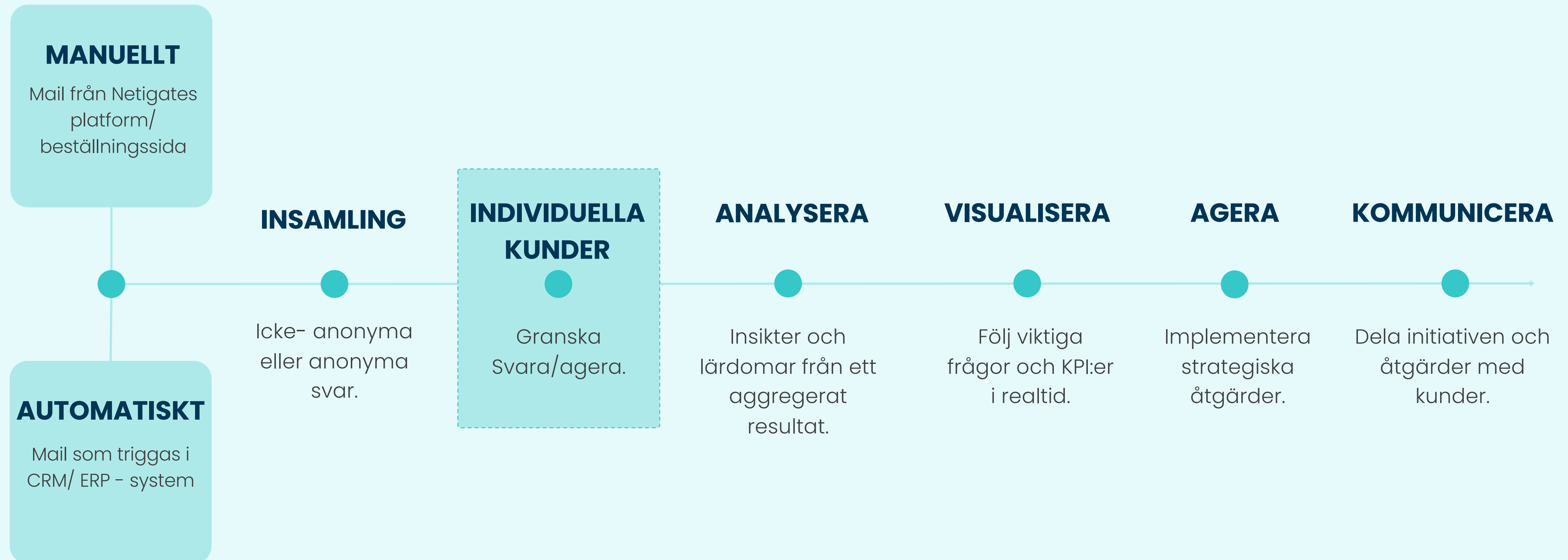
Behöver du hjälp att göra
ett köp i vår e-handel?

Vad är hållbar
produktutveckling för dig?



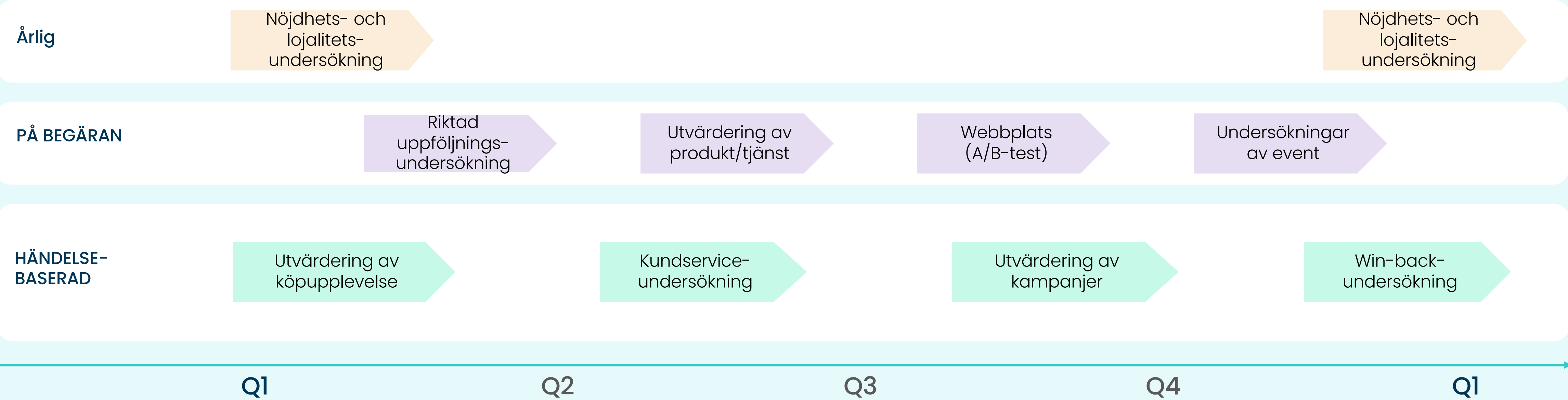
Skapa en feedback-kultur i organisationen

Med en infrastruktur för kontinuerlig datainsamling kan ni vidta relevanta åtgärder baserat på data i realtid.



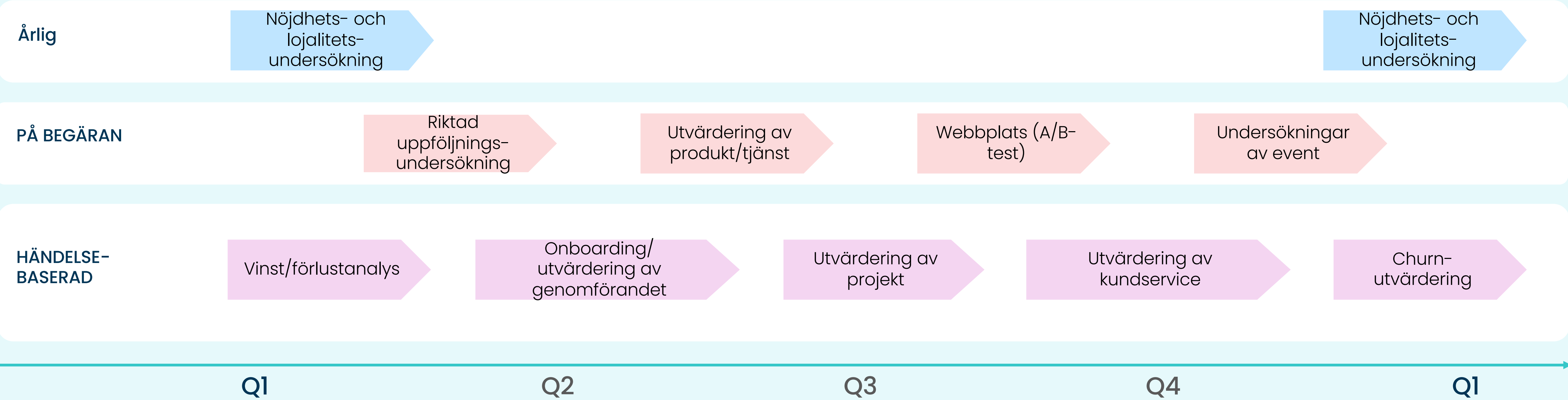
Feedbackprogram B2C

Bygg lojalitet, förbättra service och produkter samt öka intäkterna.



Feedbackprogram B2B

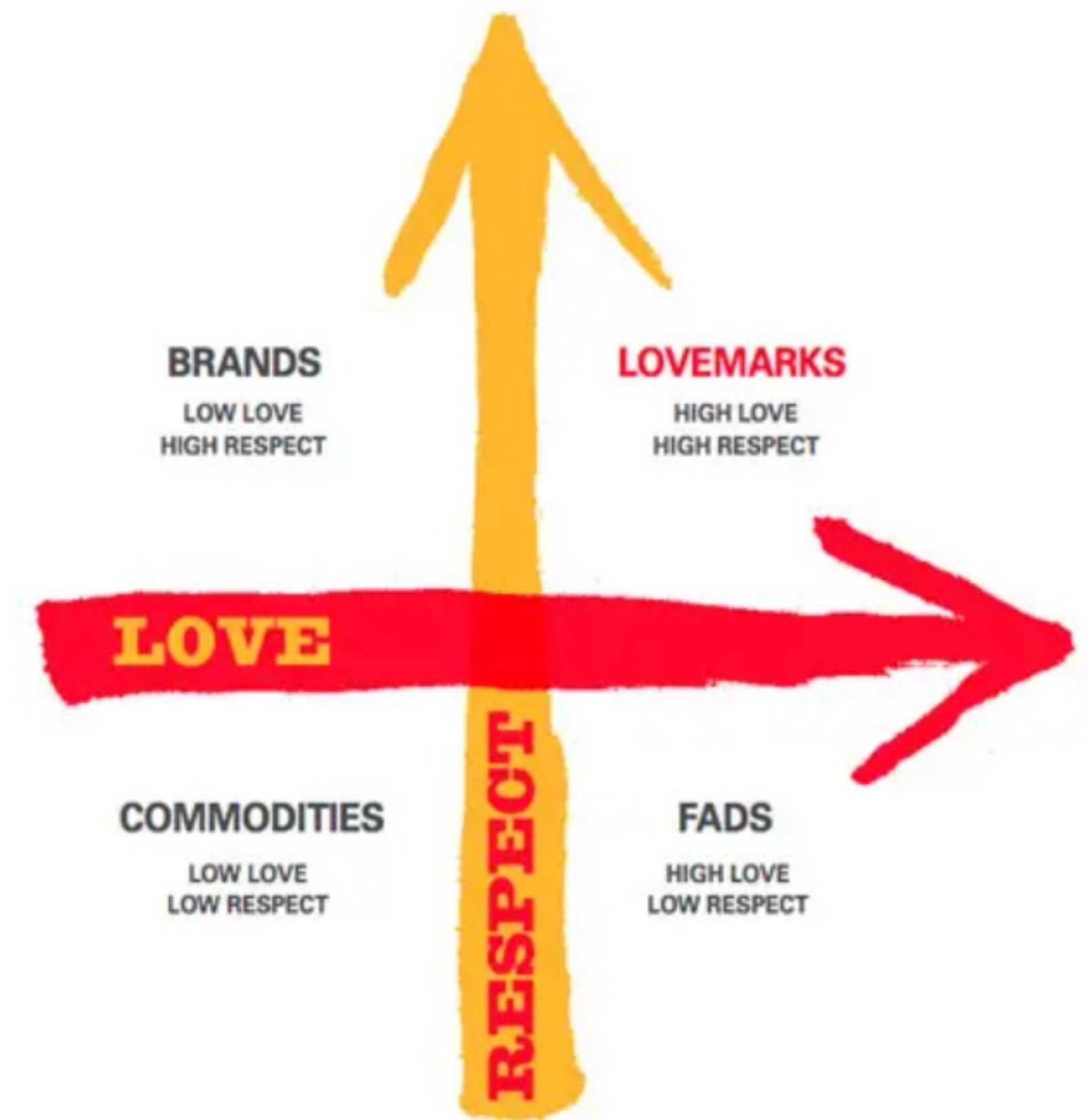
Bygg lojalitet, förbättra service och produkter samt öka intäkterna.



Tack för visat intresse!

Vad kändes mest relevant för dig?

1. Förankra ett kundfokus i hela organisationen
2. Skilj mellan konverteringsresa och kundresa
3. Agera på data som kunden ger av god vilja
4. Sätt en nyfiken feedback-kultur i system



Tack!

Ställ dina frågor till Jonas och Alexandra



Jonas Åkerlind
Jonas.akerlind@reaktion.se



Alexandra Drottler
Hej@netigate.se

Läs mer om
Reaktion. Scanna
QR koden.



Testa Netigate
kostnadsfritt.
Scanna QR-koden