



SUCCES MED KUNDERNE

Aalunds anbefalinger - En lille guide



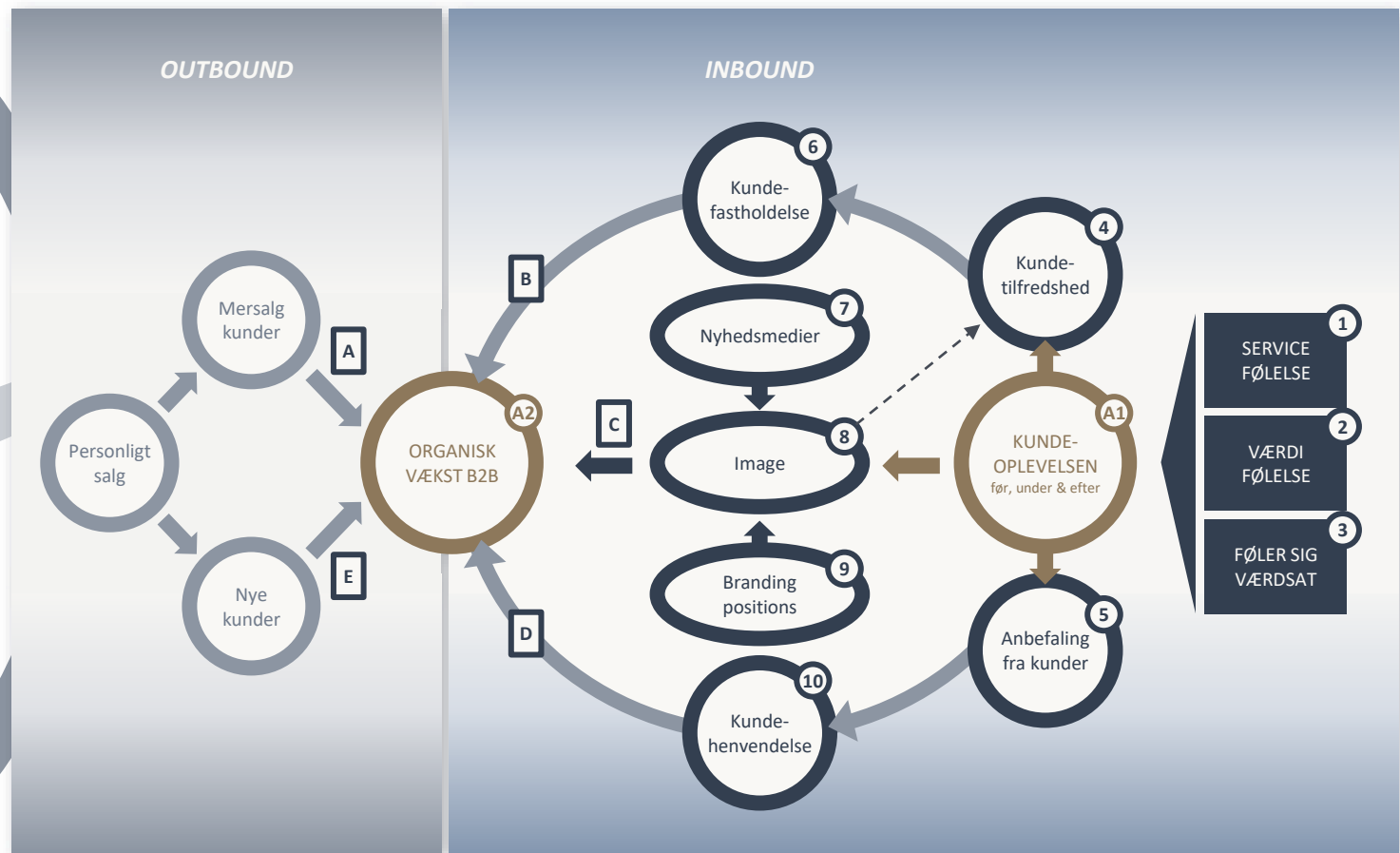
Figur 1: Strategisk kundestyling

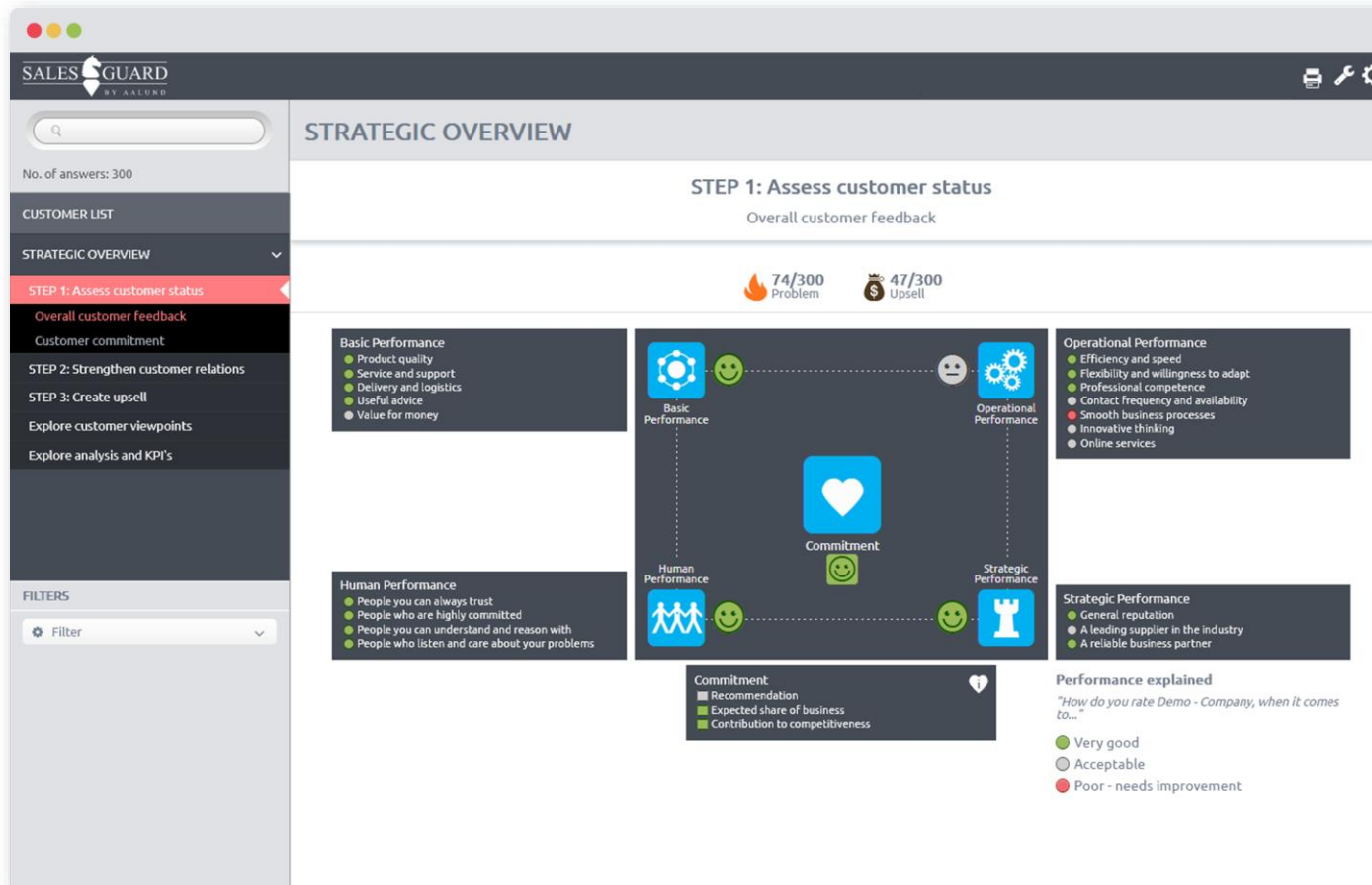
Den organiske vækst kommer fra de 5 indgange angivet som A til E. Der hvor det oftest kniber for en B2B virksomhed er **B, C og D**.

Figuren giver det **strategiske overblik** som virksomhedens kundestrategi kan bygges ud fra.

Der skal laves et organisatorisk setup, en ledelsesmæssig ansvarsfordeling, faste kundeanalyser og en godkendt handleplan for alle cirkler og kasser på figuren.

– Det hele bør understøttes digitalt i et værktøj til forskellige ledelsesniveauer; herunder topledelsen.





Figur 2:
 Digitalt værktøj til kundedrevet strategisk ledelse

En "Customer Relation Status" giver ledelsen et totalt billede af den aktuelle "sundhedstilstand" i B2B kundebasen eller i et bestemt segment. Og på enkeltkunde-niveau.

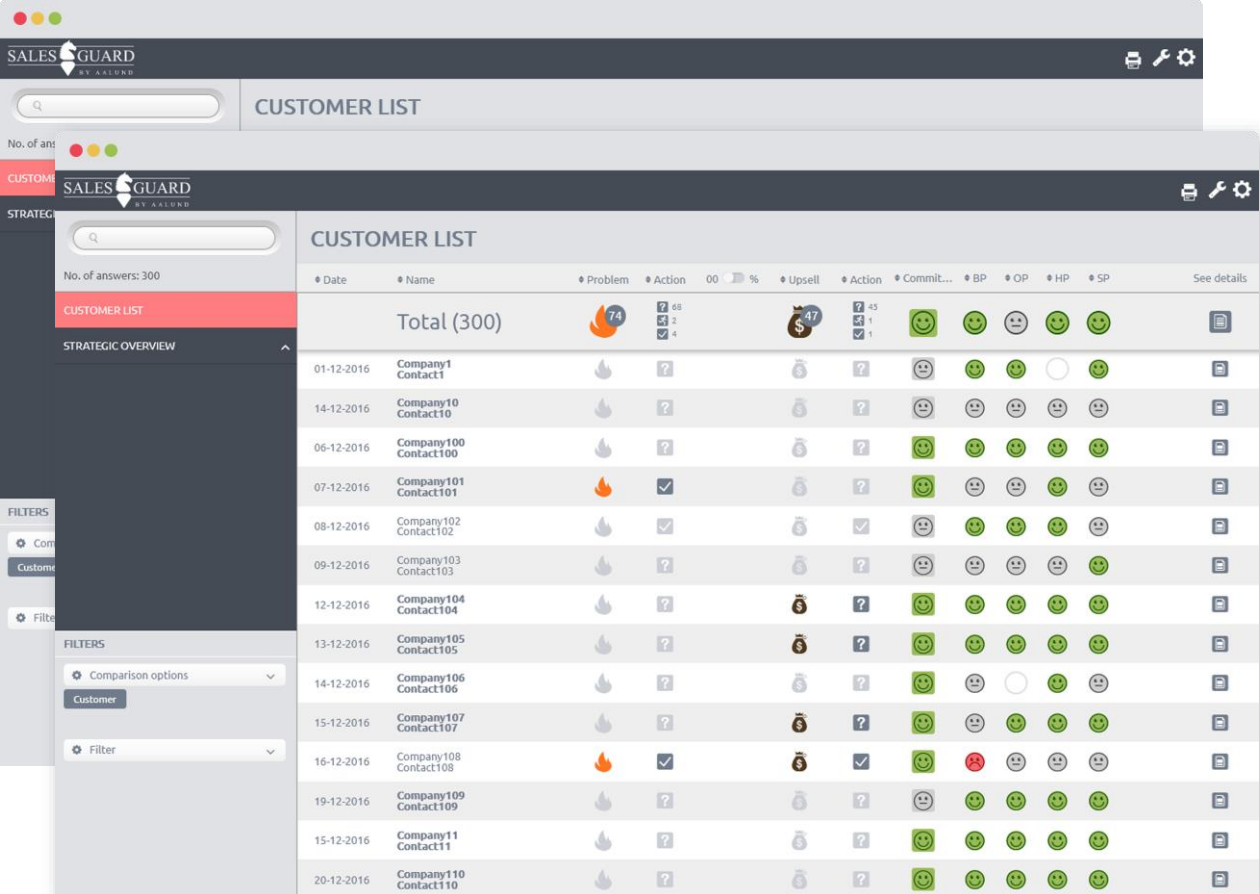
Figur 3: Giv topledelsen et kundeværktøj, som den vil elske at bruge

Topledelsen er ofte langt væk fra kunderne – fysisk eller indsigtsmæssigt. Og fortsat er det sådan, at 20% af kunderne ofte udgør 80% af omsætningen. Det drejer sig måske om 2-300 kunder world wide. Eller blot 5 ud af 20 kunder i en B2B virksomhed.

B2B kunderelationen består af mange relationer - og personer - hos både virksomheden og hos kunden. Det er derfor svært for topledelsen at få indsigt i sundhedstilstanden i samarbejdet - med bare de største kunder. Og ligeledes svært at se, hvor i egen organisation, at det måske halter.

Aalund Sales Guard er et digitalt værktøj, hvor topledelsen på få minutter får et totalt overblik og en dyb indsigt i den enkelte kundes relation og fremtid med virksomheden. Plus indsigt i alle afdelingers og account managers performance. – Det kræver ingen oplæring og er tilgængeligt overalt.

Værktøjet er i en årrække brugt af en af Danmarks største og mest profitable virksomheder. I dag er virksomheden rykket fra konkurrenterne world wide – og er nu NO 1 i sin branche.



Date	Name	Problem	Action	Upsell	Commit...	BP	OP	HP	SP	See details
Total (300)		74	45	47	45					
01-12-2016	Company1 Contact1	🔥	?	?	?	😊	😊	😊	😊	
14-12-2016	Company10 Contact10	🔥	?	?	?	😊	😊	😊	😊	
06-12-2016	Company100 Contact100	🔥	?	?	?	😊	😊	😊	😊	
07-12-2016	Company101 Contact101	🔥	✓	?	?	😊	😊	😊	😊	
08-12-2016	Company102 Contact102	🔥	✓	?	?	😊	😊	😊	😊	
09-12-2016	Company103 Contact103	🔥	?	?	?	😊	😊	😊	😊	
12-12-2016	Company104 Contact104	🔥	?	?	?	😊	😊	😊	😊	
13-12-2016	Company105 Contact105	🔥	?	?	?	😊	😊	😊	😊	
14-12-2016	Company106 Contact106	🔥	?	?	?	😊	😊	😊	😊	
15-12-2016	Company107 Contact107	🔥	?	?	?	😊	😊	😊	😊	
16-12-2016	Company108 Contact108	🔥	✓	?	?	😊	😊	😊	😊	
19-12-2016	Company109 Contact109	🔥	?	?	?	😊	😊	😊	😊	
15-12-2016	Company11 Contact11	🔥	?	?	?	😊	😊	😊	😊	
20-12-2016	Company110 Contact110	🔥	?	?	?	😊	😊	😊	😊	

Figur 4: Værdien af en unik kundeoplevelse

McKinsey har i 2020 opgjort, at **70% af kundeoplevelsen** bestemmes af, hvordan en virksomhed "behandler" sine kunder. Altså hvordan kunderne føler, at de bliver behandlet!

I Aalund har vi med store undersøgelser i 2021 og 2022 (4600 erhvervsledere) påvist, at "behandler sine kunder" kan defineres som vist i figuren nedenfor.

Og her skal B2B virksomheder i særlig grad være opmærksom på, om kunden føler sig værdsat. Denne følelse har store konsekvenser for kundetilfredsheden, anbefalinger og image som vist i den første figur på side 1.

DE UNDERLIGGENDE INSPIRATIONSNUM

