



FRAMGÅNG MED KUNDERNA

Aalunds rekommendationer - En liten guide



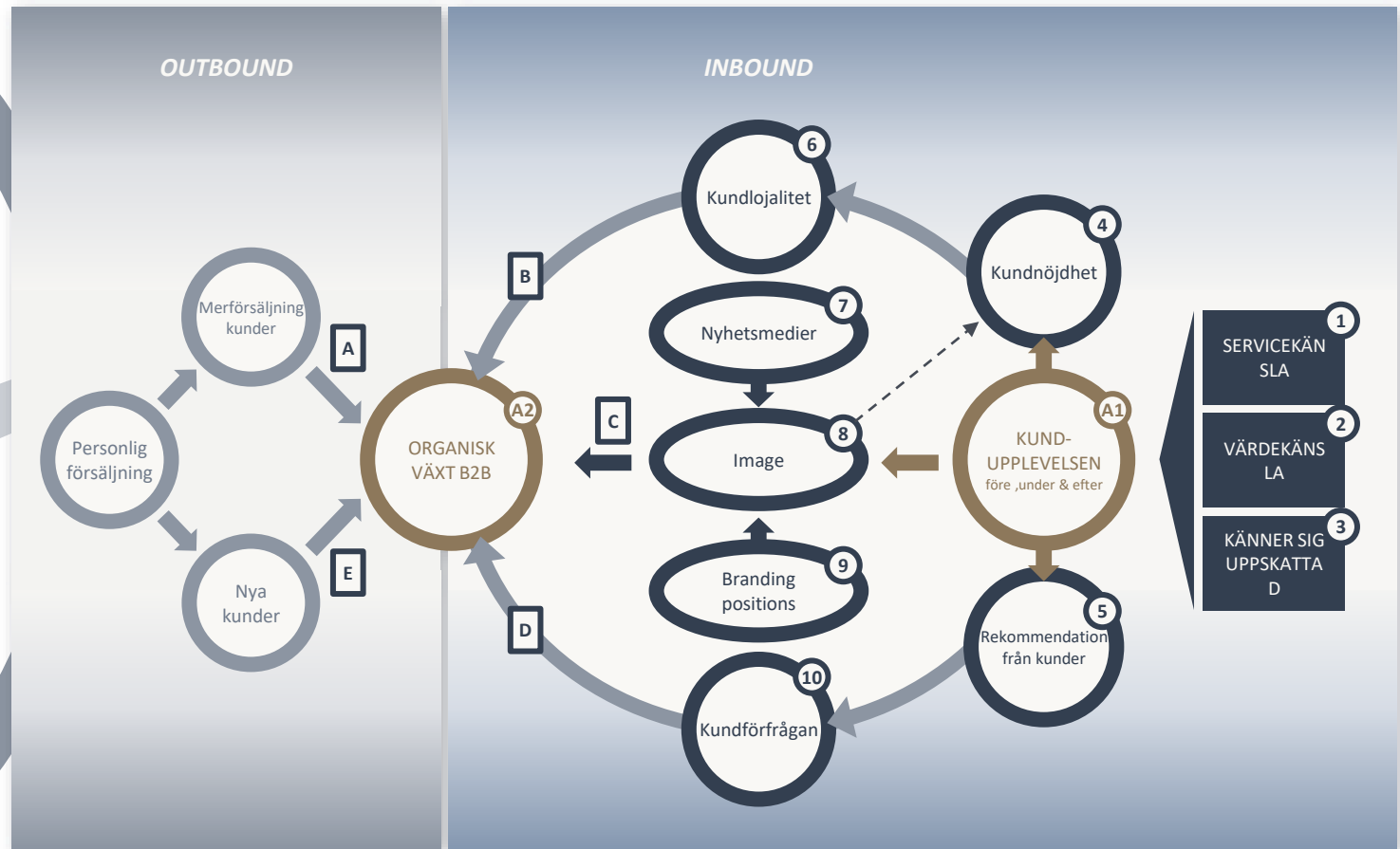
Figur 1: Strategisk kundhantering

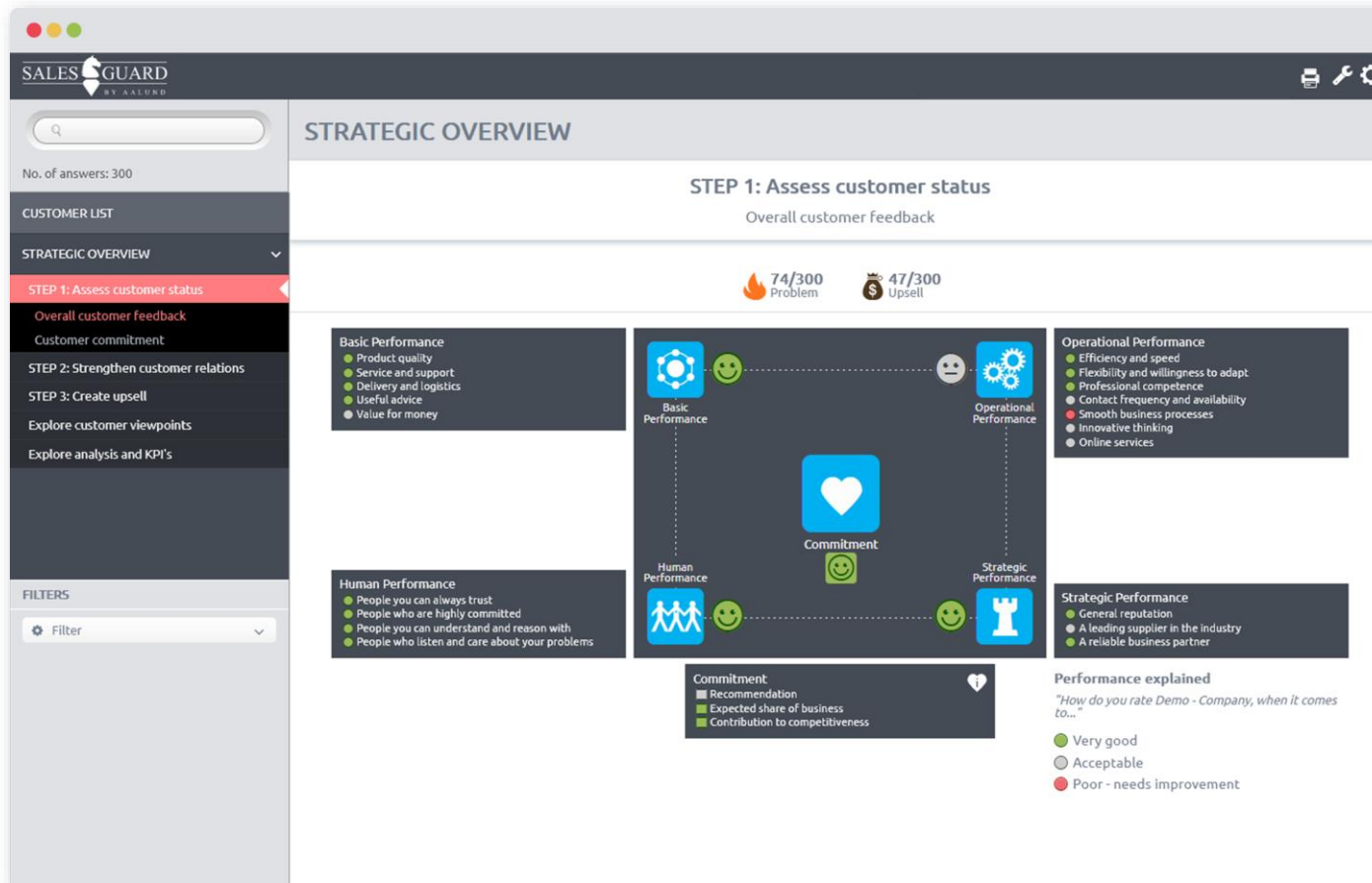
Den organiska växten kommer från de 5 ingångarna angivna som A till E. **B, C och D** är där det oftast kniper för ett B2B företag.

Figuren ger den **strategiska överblick** som företagets kundstrategi kan byggas utifrån.

Ett organisatoriskt upplägg, en ledingsfördelning av ansvar, fasta kundanalyser och en godkänd handlingsplan ska upprättas för alla cirklar och rutor i figuren.

– Det hela bör stödjas med hjälp av ett digitalt verktyg; inklusive högsta ledningen.





Figur 2:
 Digitalt verktyg för en kunddriven strategisk ledning

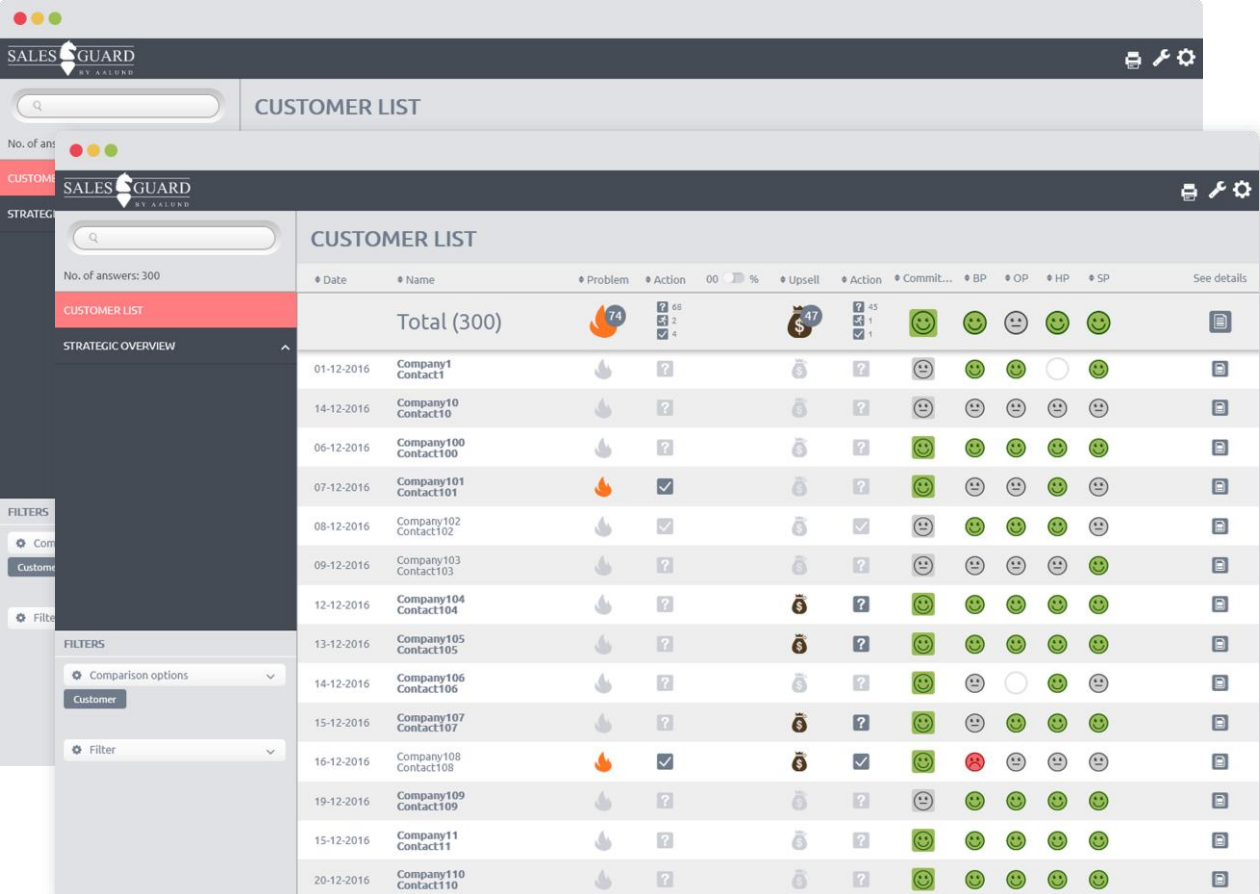
En "Customer Relation Status" ger ledningen en helhetsbild av det aktuella "hälsotillståndet" i B2B kundbasen eller i ett specifikt segment, och på individuell kundnivå.

Figur 3: Ge högsta ledningen ett kundverktyg som de vill älska att använda

Högsta ledningen är ofta långt borta från kunderna – fysiskt eller insiktsmässigt. Det är fortfarande så, att 20% av kunderna ofta utgör 80% av omsättningen. Det handlar om kanske 2–300 kunder runt om i världen. Eller 5 av 20 kunder i ett B2B företag.

B2B-kundrelationen består av många relationer – och personer - både i företaget och hos kunden. Det är därför svårt för högsta ledningen att få insikt i hälsotillståndet i samarbete med bara de största kunderna. Det är också lika svårt att se var i den egna organisationen det kan “halta”.

Aalunds Sales Guard är ett digitalt verktyg där högsta ledningen på få minuter kan få en helhetsöversikt, och djup insikt i den enskilda kundens relation och framtid med företaget. Dessutom får de insikt i alla avdelningars och kundansvarigas prestationer. - Det kräver ingen upplärning och är tillgängligt överallt. Verktuget har i ett antal år använts av Danmarks största och mest lönsamma företag. I dag har verksamheten gått före sina konkurrenter världen över, och är nu nummer ett i sin bransch.



The screenshot displays the SALES GUARD BY AALUND CUSTOMER LIST interface. It features a search bar, a sidebar with navigation options like 'CUSTOMER LIST' and 'STRATEGIC OVERVIEW', and a main table of customer data. The table includes columns for Date, Name, Problem, Action, Upsell, Commitment, and various performance indicators (BP, OP, HP, SP). A summary row at the top indicates 'Total (300)' with associated metrics like 74 problems and 47 upsells.

Date	Name	Problem	Action	Upsell	Commit...	BP	OP	HP	SP
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: Värdet av en unik kundupplevelse

I 2020 beräknade Mckinesy att **70 % av kundupplevelsen** bestäms av hur ett företag "behandlar" sina kunder. Med andra ord, hur kunderna känner att de har blivit bemötta! I Aalund har vi med stora undersökningar i 2021 och 2022 (4600 företagsledare) visat att "behandla sina kunder" kan definieras enligt figuren nedan.

Här ska B2B-företag speciellt vara uppmärksamma på om kunden känner sig uppskattad.

Denna känsla har stora konsekvenser för kundnöjdheten, rekommendationer och image som visas i den första figur.

DE UNDERLIGGANDE INSPIRATIONSROM

