



XLENT
Skapar ny konkurrenskraft,
tillväxt och lönsamhet genom
Customer Centricity

Är dina kundrelationer viktiga?

Att kundrelationerna är viktiga och kanske helt avgörande för företagets framtid är många ense om, men handen på hjärtat – hur står det egentligen till på den fronten?

Många talar om det men få företag är faktiskt duktiga på det. I genomsnitt står ca. 5% av kundstocken för 60-80% av intäkterna. Än mer skrämmande är kanske att 20% av kundstocken svarar för mer än 100% av vinsten. Trots detta lägger företagen i snitt 95% av sina marknadsföringsresurser på nyförsäljning...

XLENT hjälper företag bli mer Customer Centric

XLENT Consulting Group hjälper företag att hitta tillbaka till sina kunder och bättre utnyttja sitt kundbaskapital. Att bli mer Customer Centric, kundcentrerad, är inte alltid lätt och kräver att man ändrar sitt sätt att tänka, styra och arbeta. Genom vår unika och breda kompetens samt vårt pragmatiska tillvägagångssätt kan vi stödja våra klienter rörande såväl strategiska som mer operativa utmaningar.

Customer Centricity är en affärsstrategi för att säkra konkurrensfördelar som driver lönsamhet och tillväxt

Blicka framåt men lär av historien

Något förenklat kan man säga att affärsverksamheten genomgått några tydliga epoker. Under efterkrigstiden och in på 50-talet låg stora delar av världen i ruiner. Mot den bakgrunden blev det viktigt att maximera produktionen, distributionen och återställa olika infrastrukturer. Vinnarna var det fåtal företag som hade förmågan att producera och leverera.

Så kom 60- och 70-talen med hårdnande konkurrens. Företagen kunde inte längre diktera villkoren och tiden när det gick att "sälja en svart T-Ford till alla" var definitivt över. De nya ledorden var segmentering och kund Anpassning av produkterna. Samtidigt lades stor möda på att rationalisera och effektivisera produktionsprocessen.

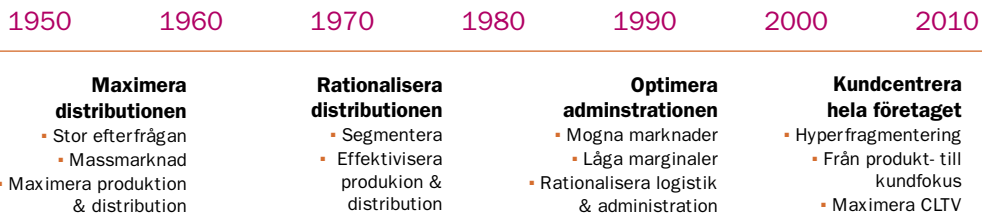
Under 80- och 90-talen fortsatte marknaderna att mogna och marginalerna pressades ytterligare. Företagen fortsatte rationaliseringsarbetet inom främst logistik och administration.

utvärderar företaget och dess erbjudanden. För att behålla en plats i kundernas medvetande måste företaget ligga i fas med kundbasens förändring och utveckling.

Framsynta företag menar att framgång bygger på förmågan att skapa och behålla goda kundrelationer. Framgång handlar också om att tänka i banor rörande kundens livstidsvärde, den totala kundintäkten över tiden och total kundkostnad. Företag lägger dock fortfarande i snitt 95% av sina marknadsresurser på nyförsäljning, vilket tydligt visar att det fortfarande finns mycket att göra på området. Problemet är inte den övergripande insikten eller viljan utan snarare kunskapen rörande hur man faktiskt åstadkommer ett kundcentrerat företag.

Vad kännetecknar ett kundcentrerat företag?

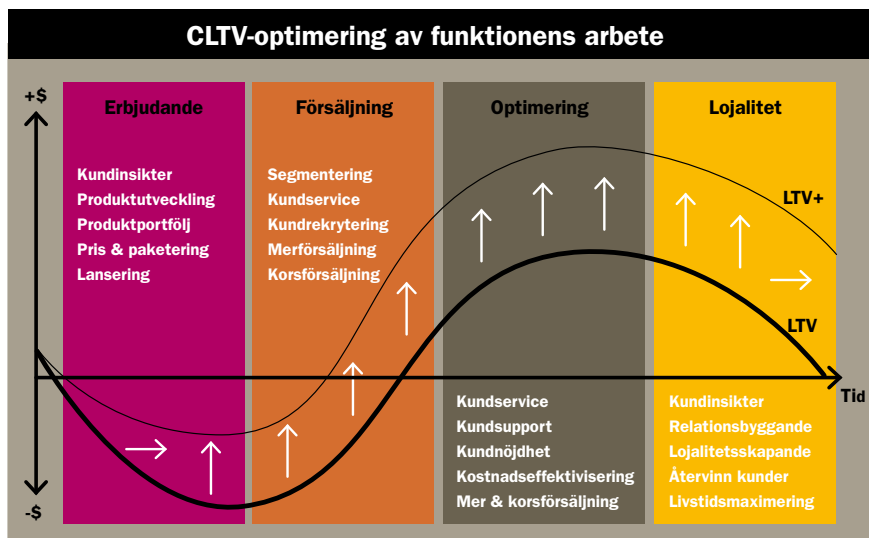
Ett kundcentrerat företag har som överordnad målsättning att leverera kundvärde och placera kunden



Att anpassa hela verksamheten efter kundens måttstock

Idag råder hyperfragmentering och extrem konkurrens om kunder som redan har etablerade relationer. På en marknad som översvämmas av varor, kapital och varumärken räcker det inte med att optimera produktionsutveckling, administration och tillverkning. Det som är utslagsgivande är kundens vilja att ha en relation med ett visst företag. Framgång kräver att man anpassar hela verksamheten och systemen efter den måttstock som kunderna använder, när de

i centrum för sin existens. Genom att förstå och agera utifrån sina kunders önskemål strävar man efter att bättre och mer kostnadseffektivt skapa och behålla sina kundrelationer. Företagets målsättningar, strategier, organisation, processer och system är alla utvecklade från ett kundperspektiv och stöpta för att maximera värdet av kundbasen. Detta gäller framförallt nyckelfunktioner som företagsledning, produktledning, marknadsföring, försäljning, kundtjänst samt deras systemstöd.



Källa: XLENT

Värdet av att vara kundcentrerad

Ett resultat av kundcentrering är att företaget får en tydlig positionering. Man blir också bättre än konkurrenterna på att tillgodose kundernas önskemål samtidigt som företagets tillgångar och resurser fokuseras på de mest värdefulla kundmålgrupperna. Detta blir oerhört viktigt eftersom så lite som 5% av kundbasen står för 60-80% av intäkterna.

Den naturliga inställningen, att investera i att alltid möta och överträffa konsumenternas förväntningar, leder också till en produkt- eller serviceportfölj baserad på konsumentinsikter. Över tiden ger detta en ökad andel av kundernas livstidskonsumtion.

Angreppssättet börjar med diagnos

Alla företag är unika och har kommit olika långt i sitt kundorienteringsarbete. Första steget blir därför att ställa en diagnos, vilken kan vara av såväl strategisk som operativ art. Genom att samordna affärs- och kundlivscykeln hjälper XLENT sina klienter att

identifiera kundcentriska möjligheter och brister, oavsett om det gäller strategier, processer, verktyg eller operativa frågeställningar.

Det kan exempelvis handla om att ledningen styr verksamheten baserat på nyckeltal som inte alls främjar kundcentrering. Mäter man totala antalet kunder och intäkter snarare än antalet kunder av en viss typ eller snittintäkt per segment över en tid leder detta ofta till allt för kortsiktiga åtgärder. Felaktig allokering av marknadsresurser, så som fel aktiviteter eller aktiviteter riktade mot fel målgrupper, kan vidare negativt påverka lojalitet och relationsintentionerna. Oegentliga IT-system eller felaktig kalibrering av dem kan vara ett ytterligare exempel. Mäter man exempelvis antal hanterade samtal, snarare än antalet lösta kundproblem, driver man fel beteende hos sina kundtjänstmedarbetare.

Customer Centricity handlar om att gå från ett kortsiktigt transaktionstänkande till ett långsiktigt relationstänkande

XLENT – ledande experter inom Customer Centric strategi-, affärs- och systemutveckling

XLENT Consulting Group

XLENT är ett ledande konsultbolag inom kundbaserad strategi-, affärs- och systemutveckling. Företaget har ca 200 anställda och finns representerat i hela Norden. Medarbetarna har en väl avvägd blandning av linje- och konsulterfarenhet vilket borgar för ett såväl pragmatiskt som metodiskt arbetssätt.

Verksamheten är indelad i tre affärsområden;

XLENT Strategy erbjuder strategisk rådgivning samt stöd vid affärsutvecklingsarbete och genomförande av komplexa förändringsprogram.

XLENT Business Integration utvecklar och integrerar affärsorienterade IT-lösningar som portaler och så kallade content management plattformar.

XLENT Technology erbjuder outsourcing och stöd runt underhåll och drift av IT-lösningar, från teknologi och infrastruktur till specifika affärsapplikationer.

Strukturen gör att XLENT kan hjälpa och stödja sina klienter genom hela affärscykeln dvs från vägval och strategi, via genomförande, till systemstöd och operativ drift. Även om de olika affärsområdena opererar självständigt finns, och utnyttjas, ständigt olika synergiomöjligheter.

Bland våra kunder återfinns ett stort antal ledande nordiska bolag inom flertalet verksamhetsområden. Vår förmåga att leverera kundvärde har resulterat i kund- och projektpreferenser vilka ger framtida klienter en trygghet i beslutsprocessen.

Delar du vår syn på vikten av **Customer Centricity** vill vi gärna ha en dialog med dig.

