

The S2 logo is a white 'S2' inside a magenta square. The background image shows a group of people at a conference. In the center, Morgan Sandberg, wearing a white shirt and a red lanyard with the S2 logo, is smiling and holding a white cup. To his left, a woman with blonde hair and a patterned top is looking towards him. To his right, a man with glasses and a dark suit is also smiling. Further right, another man in a white shirt and red lanyard is looking towards the group. In the background, there is a large tree with pink blossoms and a white wall with a large S2 logo.

S2

Kundernas myteri

Morgan Sandberg, VD och grundare på S2



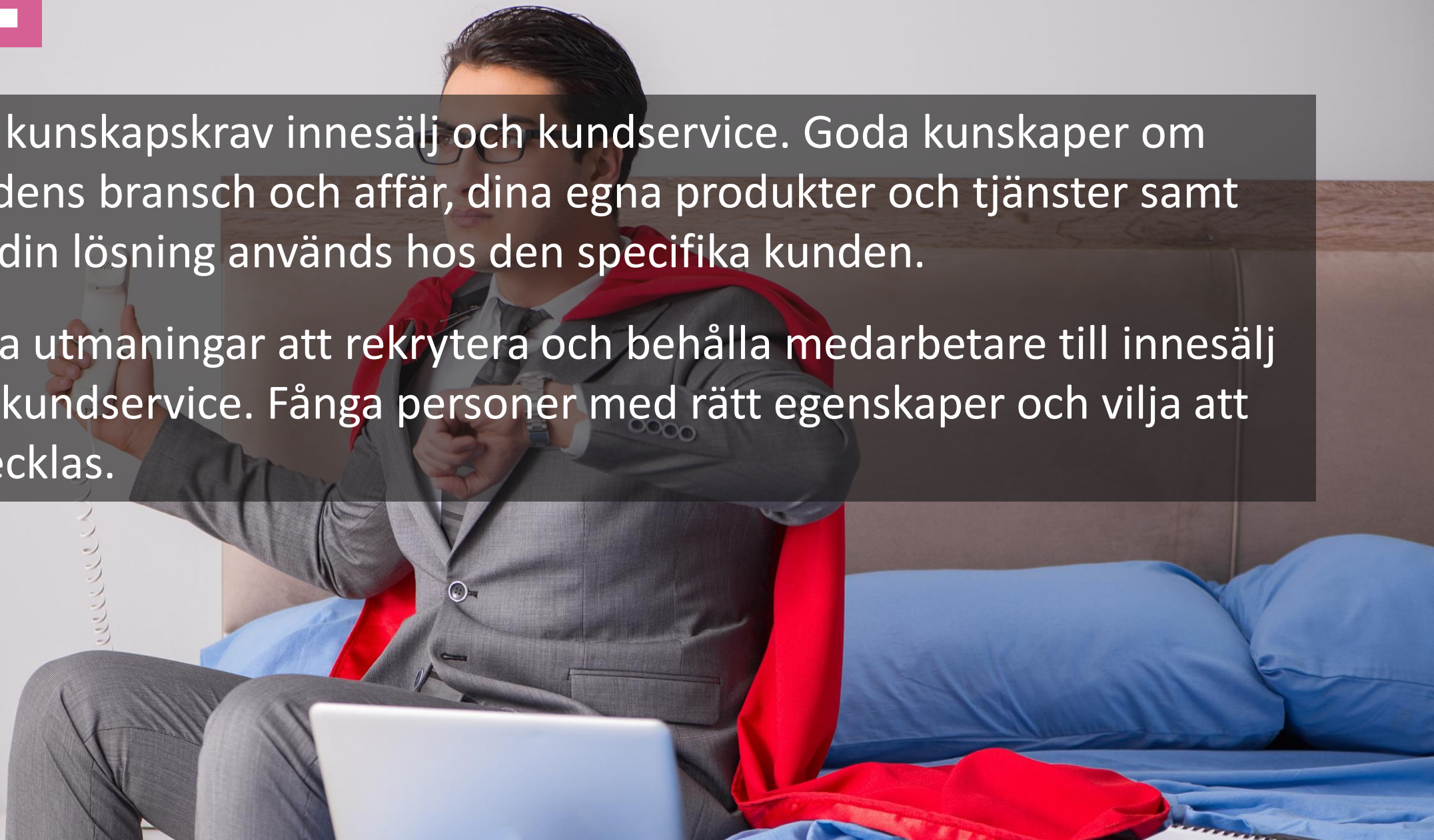
- Kunden har tagit greppet om sin kundresa.
- Det är kundens köp som gäller – inte ditt sälj.
- Försäljning är matchmaking mellan en köpare och en säljare.

- 
- A photograph of two men in business suits and glasses smiling at each other at a trade show booth. The man on the left is looking towards the right, and the man on the right is looking towards the left. They are standing in front of a booth with a large 'S2' logo in the background. There are plants and other booth elements visible in the foreground and background.
- Specialister på kommunikationen mellan företag och deras kunder.
 - Förbättrar nykundsrekrytering och gör det lättare att vara kund.
 - Kunskap och en smart molntjänst med verktyg för att driva försäljning och kundservice.
 - Exempelkunder Avanza, Rejmes bil och försäkringsbolaget If.

- Innesälj och kundservice slås ihop.
- Kunderna löser enklare ärenden på egen hand via webben. Svårare och komplexa ärenden hanteras av kundserviceagenter.
- Kunden Kajsa blir förbannad efter att hon misslyckats lösa sitt ärende själv, tvingats stå i telefonkö och tvingats förklara sitt ärende för flera personer. Kajsa börjar kriga i sociala medier.
- Dagens ärenden kräver andra personliga egenskaper och mer kunskap hos kundserviceagenten.

- Innesäljarens jobb automatiseras på webben. Kunderna handlar själva. Innesäljarens jobb mer likt fältsäljarens för tio år sedan.
- Komplex försäljning utan fysiska möten är svårt men kunden förväntar sig samma lyhördhet, kompetens och kvalitet.
- Nya personliga egenskaper hos innesäljare och kundserviceagenter är nyfikenhet, affärsmässighet, abstraktionsförmåga och vilja att lösa problem.

- Nya kunskapskrav innesälj och kundservice. Goda kunskaper om kundens bransch och affär, dina egna produkter och tjänster samt hur din lösning används hos den specifika kunden.
- Stora utmaningar att rekrytera och behålla medarbetare till innesälj och kundservice. Fånga personer med rätt egenskaper och vilja att utvecklas.



Gartner-studie om hur arbetsklimatet inom kundserviceorganisationer påverkar prestation och kvalitet.

Tre tydliga arbetsklimat:

1. Rutiner
2. Individuellt arbete
3. Samarbete

Rutinklimatet vanligast men sämst sett till produktivitet, kundansträngning och kundnöjdhet.

Samarbetsklimat presterar 50% bättre än genomsnittet och andelen fel går ner med 25% eftersom den kollektiva kunskapen har lättare att lösa mer komplexa och mindre förutsägbara ärenden.

Medarbetarna anstränger sig 54% mer i sitt arbete och 17% fler vill jobba kvar på sin arbetsplats. De känner att de blir betydelsefulla för varandra, trivs bättre och stannar längre.

Gartner-studie: Hur påverkar kundansrängningar kundlojaliteten?

- 30% av kunderna upplevde kundervicen väldigt ansträngande
- Ett företag med 100.000 kundserviceärenden per år leder till att 243.000 personer får negativa intryck av företaget.
- Mät kundansrängningar istället för handläggningstider.
- Bygg bort ansträngningarna med självhjälpsguider så att kunderna kan lösa sina ärenden på egen hand.

Slutsatser

- Innesälj och kundservice kräver andra egenskaper och kunskaper hos medarbetarna.
- Samarbete presterar 50% bättre. Medarbetarna blir engagerade och stannar längre hos företaget, det ökar den kollektiva kunskapen
- Det blir lättare att lösa kundens ärenden och kundens ansträngning minskar. Det minskar risken för illojala kundbeteenden.
- Det gör att du behåller kunden längre och tjänar mer pengar.

The S2 logo is a white 'S2' inside a magenta square. The background of the entire image is a photograph of a group of people at a social event. In the center, a man with a beard and short brown hair, wearing a white shirt and a red lanyard with 'S2' logos, is smiling and holding a white mug. To his left, a woman with blonde hair and a patterned top is looking towards him. To his right, a man with glasses and a dark suit is smiling. Further right, another man in a white shirt and red lanyard is looking towards the group. In the background, there is a tree with pink blossoms and a large 'S2' logo on a wall.

S2

Tack!

Snacka gärna vidare med mig

070-3626900

morgan.sandberg@s2.se

Morgan Sandberg, VD och grundare på S2