

TELLA



Kontaktcenter för stärkta kundrelationer

Marie Löwenthal
Chef produktledning kontaktcenter

21-22 april 2009

Jag väntade i
telefonkö
i tre timmar...
...och det var det värt!



BRUCE SPRINGSTEEN



Varför kontaktcenter?

Vad är bra kundservice?

Trender

Return on investment "ROI"

Nästa steg

Telia CallGuide Express

Varför kontaktcenter?

*Wow, vilket snabbt svar!
Inte alls lång tid i kö!*



Kund

- Hög servicenivå
- Kort kötid
- Bra feedback

*Skönt att jag får
de ärenden jag har
kompetens för!*



Agent

- Bra arbetsklimat
- Hög motivation
- Låg personalomsättning

*Hm... Vi har bra
effektivitet. Och
den kan bli ännu
bättre!*



Ledning

- Få klagomål
- Låga kostnader
- Bra uppföljning
- Mer försäljning

30

Av de 70 % som
upplevelser...

Gyllene tider för kundvård

dystra tider gäller det verkligen att ta vara på de kundrelationer man redan har. Om man inte redan har förstått att göra det.

Det är ju ingen nyhet att det är mycket dyrare att skaffa nya kunder än att behålla de gamla. Men få verkar bry sig så mycket om det när hju-nadsinsatser går ut på att locka nya köpare.

Gamla relationer hanteras möjligen i något datastyrt lojalitetssystem med rabatter till den som handlar tillräckligt mycket.

Det kommer att bli ett katterakande om konsumenterna om lågkonjunkturen blir djup och långvarig. Som vanligt blir rabatter och prisdumpning flitigt använda vapen i striden, speciellt för dem som inte har så mycket annat av särskiljande värde att erbjuda.

Den som tidigare värdade sina kunder har större möjligheter att stå emot både kundflykt och prisras. Den som inte gjort det bör sätta i gång snarast.

Till att börja med måste hela organisationen vara samstämd och alla förstå all- varet i sin uppgift. Ju närma- re kunden man kommer, des- to viktigare är detta. Och des- to vanligare att det spricker. För vad tjänar det till om



Di TRENDER
Carin Fredlund
carinfredlund@telia.se 08-51116000

En väl hanterad reklamation kan vara precis det som skapar långa relationer.

produktutvecklarna har varit kreativa, produktionen är kostnadseffektiv och försäljning och marknad har gjort sina jobb perfekt? Om reklamen får guldägg och företagens vd intervjuas i tv?

Om distributionen, kundtjänsten eller serviceavdel- rumsmärkeslöftena kan mycket annat vara förgäves.

En besviken eller frustrerad användare lyssnar lättare på locktoner från konkurren- rekklamation kan vara precis det som skapar långa relationer. Klagomål från kunder är egentligen en guldgruva av möjligheter för företaget.

I dag är onekligen tekni- ken ett bra hjälpmedel. Då tänker jag inte på datoriserade kundregister utan på möj-

ligheterna att med internets hjälp lyssna på kunderna och få veta vad de verkligen tycker. Kloka företag kommer långt genom att delta i sam- talet.

Som exempelvis Dell, som har fått mycket skäll genom åren på olika bloggar, där "Dell Hell" blev ett bevingat uttryck. Men företaget såg riskerna och förstod möjlig- heterna. De öppnade en dia- kritiska användarna i sitt eget utvecklingsarbete. Något som blivit mycket fram- gångsrikt.

I dag finns ett stort antal Dellforum på olika sajter som Facebook och Flickr, samt idé sajten ideastorm.com, där Dells användare kommer med idéer och uppslag. Själv- klart behöver ingen heller vänta speciellt länge på re- spons från företaget som lö- pande informerar om vad som händer.

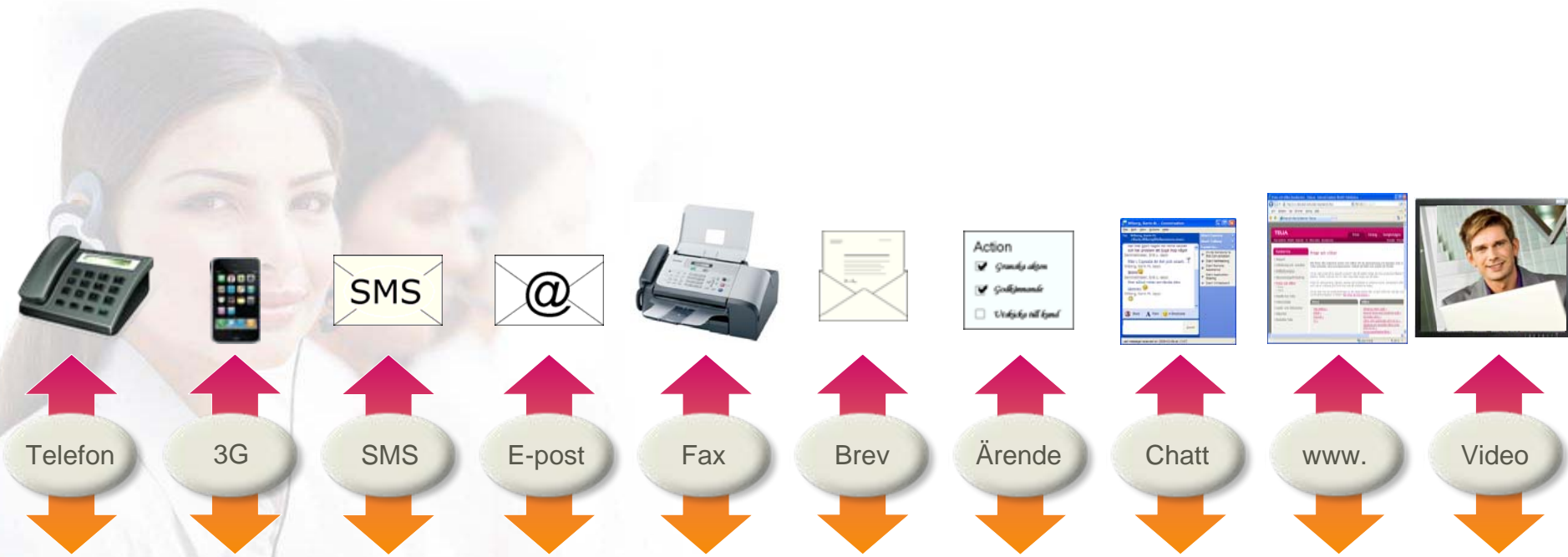
På fairshopping.se sprider svenska konsumenter både kritik och beröm. De företag som förstått att snabbt reage- ra, åtgärda problem och redovisa vad de gjort, har of- ta sett klagomålen minska. När de involverat både kun- skapas konstruktiv och fruktbar interaktion.

Effektivare marknads- kommunikation kan man knappast önska.

ppge några
upplevelser
tag

åliga upplevelser"

Kontaktcenter som hanterar olika kontakter



PERSONLIG SERVICE



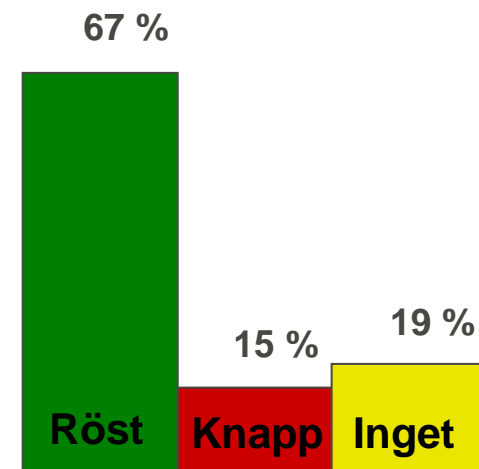
SJÄLVBETJÄNING

Röststyrning för bättre service



0771 – 450 450

- Naturlig samtalsdialog
- Vissa knappval är omöjliga
- Kunden slipper vänta i kö
- Tjänsten tillgänglig dygnet runt
- Avlasta från rutinfrågor

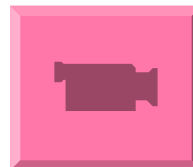


”Vi förenklar och sparar tid för kunden,
samtidigt som vi sänker våra kostnader!”

Nya beteenden → konsumentmakt!

Customer backlash against bad service Growing gap between promised and delivered experience

- En missnöjd Applekund använder YouTube
- Två månader senare, när **340 000** personer hade sett filmen, fick han upprättelse av Apple



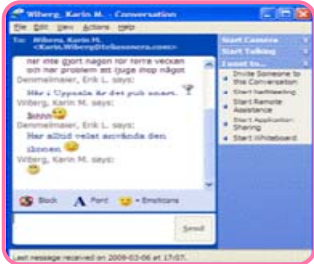
BusinessWeek

By Jena McGregor
updated 7:29 p.m. ET Feb. 26, 2008

Förändrat kundbeteende, en generationsfråga...



- 14 dagar: 1:23 samtalsminuter, 1282 sms



- Chatt, facebook, ...
- Umgås



- Mobilsamtal till kundtjänst ökar från 20% till 70% på 3 år

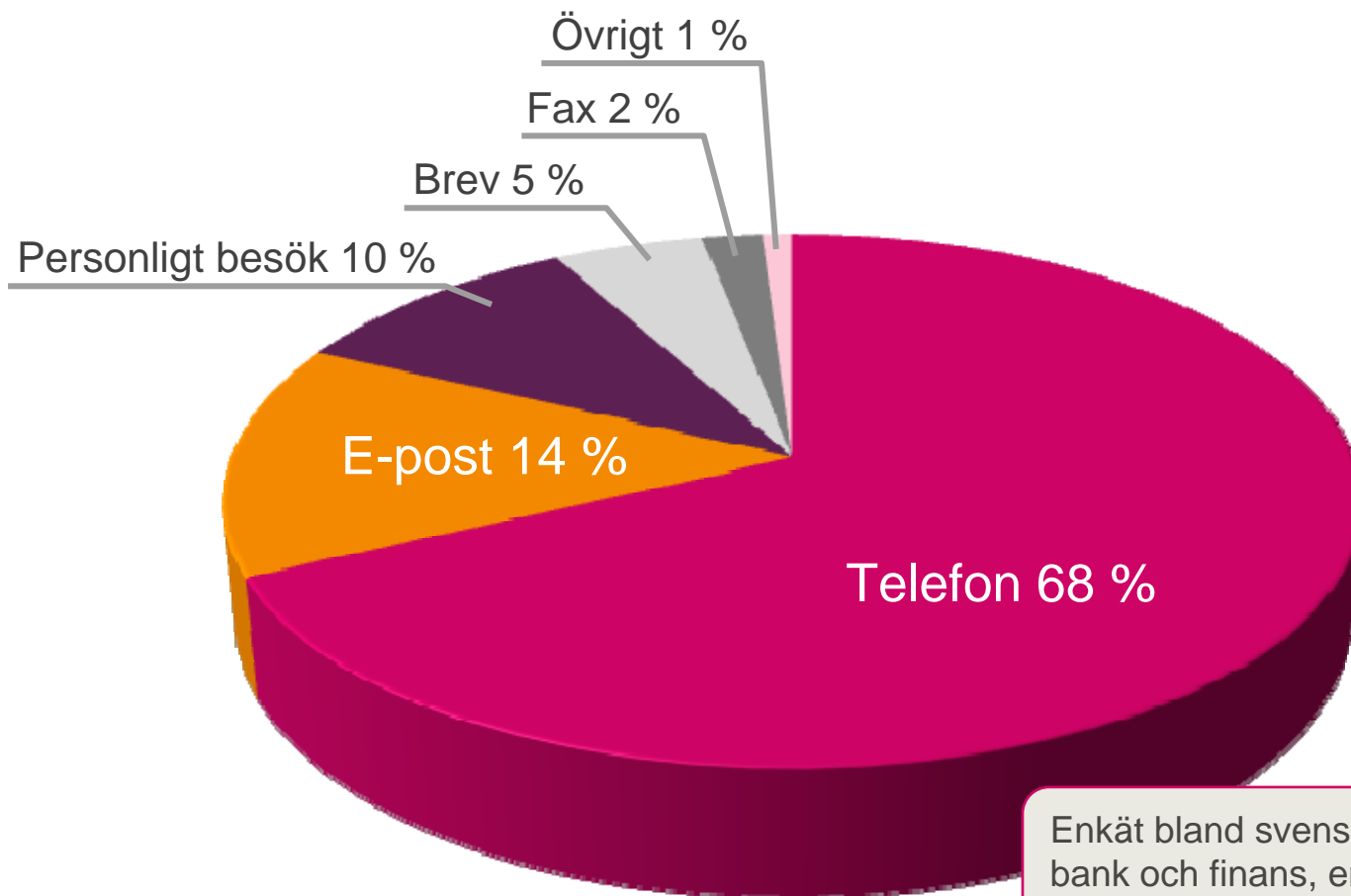


- Allt smartare telefoner
 - E-post
 - Kalender
 - Chatt
 - Internet ...



- Snabbare
- Nya kanaler
- Personaliserat
- Proaktivt

...men fortfarande dominerar telefonen!

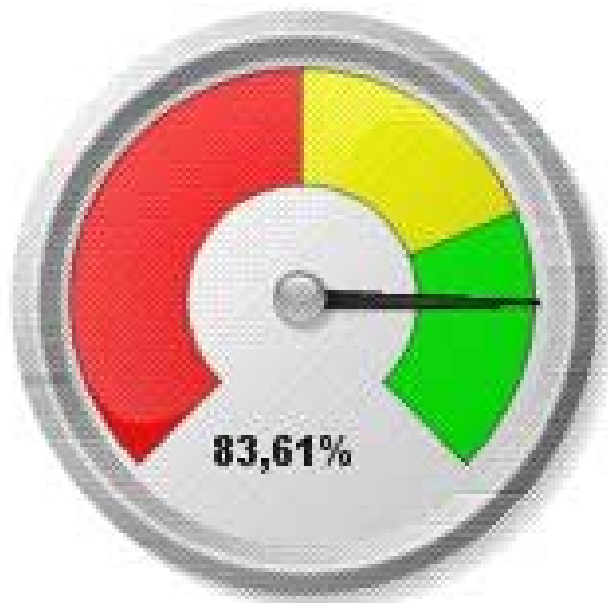


Enkät bland svenska företag inom bank och finans, energi, försäkring samt facklig verksamhet

Källa: SAP, 2008

Våga mäta och visa!

Nöjd kund index



Ärendetid



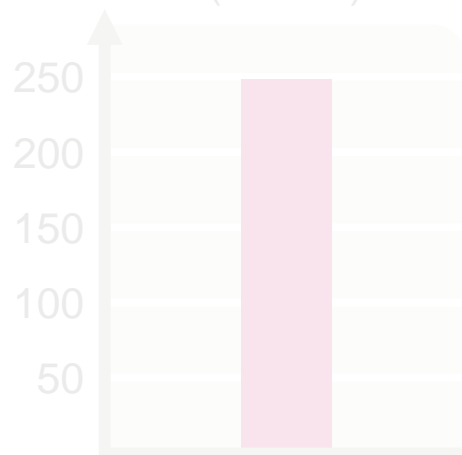
Kompetensbaserad styrning – en spargris



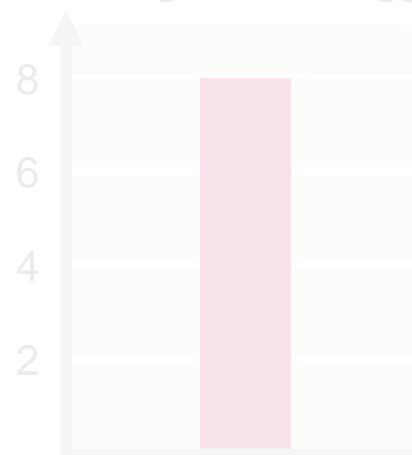
50 kr
per samtal
på 5 minuter

Årlig besparing: ca 1 miljon kronor

Samtal/år (x 1000)



Minskning av handläggningstid (%)



Gå vidare med en nulägesanalys...

- Vilka är de som kontakter oss?
- Vad handlar våra kontakter om?
- Är det önskade kontakter?
- Vad erbjuder konkurrenterna?
- Är vi kostnadseffektiva?

Behåll kunderna!

I en lågkonjunktur är det viktigare än någonsin att satsa på sin kundtjänst!

Och kom ihåg: tekniken är bara en liten del...



80 %

Användning av teknik

Process

Organisation

Personal

Kultur och värderingar

Ledarskap och styrning

20 %

Teknik

... tack!

TELLA