

# ComputerSweden

## Bra kundvård utgår från kunden och ger möjligheter att mäta och förbättra verksamheten



1

### SÄTT KUNDEN I CENTRUM

Hur vill dina kunder att du ska kommunicera med dem? Det bör vara utgångspunkten för din kundvård.

2

### MÄT DET DU GÖR

Kundvårdssystem ger utmärkta möjligheter att mäta din verksamhet. Viktigast är att formulera rätt mål.

3

### NYA VÄGAR TILL KUNDEN

Sociala medier ger nya sätt att nå kunderna. Och några ord om ett intressant case.

4

### UTBUDET

Vilken leverantör av kundvård som passar bäst avgörs i hög grad av leverantörens övriga utbud.

# Sätt kunden i framsätet

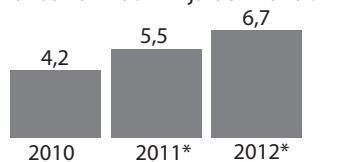
1

**Skippa systemfokuset. Tona ner fokus på att förbättra försäljning och marknadsföring. Fundera i stället på hur din kund vill att relationen med dig ska vara.**

”Kundvård är att möjliggöra för företaget, myndigheten eller organisationen att lära känna sina kunder och deras behov”

## CS Kundvård i sociala medier

Världsmarknad i miljarder kronor.



\* prognos

Källa: Gartner

**AV DE PERSONER** CS är i kontakt med inför det här kompendiet är Niklas Antvik, produktansvarig på SAP i Norden, den som definierar begreppet kundvård på det mest kärnfulla sättet:

– Kundvård är att möjliggöra för företaget, myndigheten eller organisationen att lära känna sina kunder och deras behov.

Under det paraplyt rymms nog det mesta som kan benämnas kundvård.

I det här kompendiet används det svenska begreppet kundvård, men du kan lika gärna läsa in det engelska begreppet customer relationship management, crm.

För att ytterligare förvirra kan det nämnas att för bara tio år sedan pratade man ofta om samma typ av verktyg under benämningen säljstöd, eller kort och gott säljsystem, även om bredden på funktionalitet oftast var mindre än för dagens kundvårdslösningar.

**ENLIGT SEBASTIAN MERLÖV**, vd på Absalon International som utvecklar kundvårdslösningar, är marknad, försäljning och support de viktigaste processerna. Han betonar att det handlar om att sätta kunden i centrum:

– I många kundvårdslösningar tittar man på hur man själv kan bli bättre på att sälja och marknadsföra sina produkter och tjänster. Men det är av begränsat värde för kunden och alltså kanske inte en så lyckad ansats.

Den sista av synonymerna för kundvård som nämns ovan, säljsystem, påtalar ett av de stora problem med kundvårdslösningar. Det blir lätt systemcentrerat.

Det är inte med automatik så att kundvården på ett företag blir bättre för att man väljer ett bra system.

De flesta som arbetar med systemstöd förstår att det är processerna, affärsmålen och kulturen på ett företag som är viktiga och att systemstöd inom olika områden bör vara en förlängning av de sakerna.

**ETT SÄTT ATT LYCKAS** är att, som Sebastian Merlöv säger, verkligen sätta kunden i centrum.

– Jag tycker att man ska sätta sig in i kundernas situation och på vilket sätt de vill att man ska vårda och utveckla relationen med dem.

Som exempel nämner han ett tjänsteföretag som satsar på en kundvårdslösning som förbättrar arbetet med att positionerna tjänsterna på marknaden. Företagets kunder, däremot, är mer intresserade av hur företaget sköter sig i leveransfasen.

Därmed inte sagt att man ska strunta i marknadspositionering. Merlövs poäng är att man bör komplettera det stödet med stöd för de processer som kunderna värde- rar. Vilka de processerna är varierar beroende på bransch och företag. Arbetet med att införa en kundvårdslösning är ett ypperligt tillfälle att ta reda på vilka de är.

# Många fördelar med molnet

**Chansen att din nästa kundvårdslösning körs i molnet är stor. Men kraven på funktioner ändras inte för det.**

LARS DANIELSSON

Eftersom alla tecken tyder på att molntjänster i allmänhet ökar i popularitet finns det ingen anledning att tro att det skulle vara annorlunda med kundvård.

**Men varför ska man satsa på kundvård i molnet överhuvudtaget? Vad finns det för för- och nackdelar med kundvård i molnet?**

– Inga, det är exakt samma funktionalitet för Dynamics CRM och CRM Online, säger Ida Ljungblom, produktmarknadschef på Microsoft, och syftar på det egna företagets traditionella kundvårdssystem och molntjänst för kundvård.

En följd av Ida Ljungbloms syn på kundvård i molnet är att man hittar anledningar att satsa på molntjänster för kundvård av samma anledningar som att satsa på molntjänster i allmänhet. Niklas Antvik på SAP summerar fördelarna med molntjänster:

– S snabbt att komma i gång, ingen investering i hårdvara, automatiska uppdateringar och miljövänligt med lägre elförbrukning tack vare stordriftsfördelar.

Det finns nackdelar också:

– Det ställs stora krav på kontroll av it-processerna för att kunna hyra dem. Lagar för datalagring skiljer sig åt mellan olika länder och det kan vara svårt att integrera molntjänster från olika leverantörer.

**SÅ LÅNGT MOLNTJÄNSTER**, men vilka funktioner ska finnas i tjänsterna och för den delen även i traditionella kundvårdssystem?

Grunderna i kundvård har nog de flesta klara för sig: kon-

taktdata och möjligheten att hantera och i bästa fall automatisera informationsflöden mellan avdelningar för försäljning, marknadsföring och service, samt enkelhet att nå kunderna. Krydda det hela med mobila lösningar och sociala medier.

Men vad skiljer framstående kundvård av i dag mot hur det såg ut för fem år sedan?

Sebastian Merlöv på Absalon International har några tankar om det och börjar med ett jordnära exempel:

– Enkla verktyg för att förändra informationsstrukturen i lösningen. Det ska inte ta sex månader att skapa nya kundkort.

Han lägger till möjligheten att hantera flera olika processer inom områden som försäljning, marknadsföring och support. Vidare att integrera användargränssnitt i vardagsverktyg, till exempel mejl.

Även integration med andra program, till exempel kalkylprogram, fungerar bättre i dag.



## Branschanpassad CRM-lösning i Molnet

**Life Science & Konsumentprodukter:**

Läkemedel, Bioteknik, Medicinteknik, Konsumentprodukter

**Tjänsteföretag:**

IT & Management, Teknikkonsulter, Advokater & Revisorer

Max 400:-  
per månad!



**absaloncrm**  
DIRECT. CREATE. EXECUTE.

[www.absaloncrm.com](http://www.absaloncrm.com)

# Lättare mäta nyckeltal

2

En stor fördel med kundvårdslösningar är att det blir lättare att mäta och följa upp affärsmål.

”När företag lär känna sina kunder upptäcker de ibland att de kunder de trodde var viktigast i själva verket inte alls är särskilt lönsamma”

**VISST ÄR DET VIKTIGT** att sätta kunden i centrum, att göra de rätta tekniska valen och att välja rätt system eller rätt tjänst, men i slutändan handlar företagen om pengar.

Även i offentliga organisationer kopplas användning av it-stöd till pengar, till exempel i form av besparingar.

Hur ska man säkerställa att en kundvårdslösning ger valuta för pengarna?

När CS ställer den frågan blir svaret från alla håll att använda nyckeltal. Med det menas mätetal som är relevanta för en verksamhet.

**ETT BRA NYCKELTAL** står för mycket information i sig och är enkelt att begripa. I idealfallet är det också enkelt att sammanställa. Det bör också finnas på rätt detaljnivå, annars skulle vinst, eller förlust, vara det bästa exemplet på ett nyckeltal. Det kanske det är i vissa fall, men inte för att utveckla en verksamhet.

Det går att se på nyckeltalen på två sätt, som inte alltid behöver utesluta varandra.

Å ena sidan kan man bestämma sig för ett antal viktiga nyckeltal och sedan fundera på hur en kundvårdslösning kan användas för att förbättra deras värden. I det fallet strävar man främst efter förbättring över tiden. Antal kundbesök per säljare och månad är ett exempel på det.

Å andra sidan kan man

anstränga sig att formulera nyckeltal för att mäta saker som är direkt bidragande till ett företags vinst. Intäkter per kund är ett exempel på det.

En stor fördel med en kundvårdslösning för många företag är att det för första gången blir möjligt att mäta värden för viktiga nyckeltal på ett enkelt och konsekvent sätt. I bästa fall sker mätning med automatik.

Även om det kan vara svårt att formulera bra nyckeltal finns det ett värde i sig i att gemensamt kunna arbeta mot gemensamma mål.

För att bli mer konkret går det också att analysera vilken eventuell påverkan förändring av värden för nyckeltal har för resultatet för ett företag.

**EN INTRESSANT ANALYS** att göra gäller hur enskilda kunder påverkar resultatet.

– När företag lär känna sina kunder upptäcker de ibland att de kunder de trodde var viktigast i själva verket inte alls är särskilt lönsamma, säger Niklas Antvik på SAP.

Arbetet med att fastställa nyckeltal kan i sig vara en draghjälp för att se över en verksamhet, kanske till och med för att formulera nya affärsmål. Om inte annat hjälper de till att konkretisera det arbete som utförs.

Moderna kundvårdslösningar ger en bättre chans att arbeta med nyckeltal.



## CS KPI

Nyckeltal kallas ofta för kpi, vilket står för key performance indicator, ett argument för att satsa på molnet.



● Hans Wigdahl  
Affärsrådeschef för Microsoft Dynamics

**“BEHÖVER NI ÖKA ER KUNDNYTTA OCH SÖKER EN LEVERANTÖR SOM HAR ERFARENHET OCH KOMPETENS INOM VERKSAMHET, TJÄNSTER OCH LÖSNINGAR? DÅ ÄR ACANDO RÄTT. KONTAKTA MIG FÖR ATT VETA HUR VI, VIA ETT HELHETSÅTAGANDE, KAN HJÄLPA DIG MED ATT GENOMFÖRA ETT LYCKAT CRM-PROJEKT”.**

Hans Wigdahl 0771-50 10 00.

Acando är ett konsultföretag som tillsammans med sina kunder identifierar och genomför bestående verksamhetsförbättringar genom informationsteknik. Acando erbjuder balans mellan hög kundnytta, kort projekttid och låg totalkostnad. Acando omsätter på årsbasis cirka 1,5 miljarder kronor och har cirka 1000 medarbetare i fem länder i Europa. Bolaget är noterat på NASDAQ OMX Nordic. Företagskulturen baseras på kärnvärdena: **Laganda, Passion och Resultatskapande.**

[www.acando.se](http://www.acando.se)

**acando**  
PASSION FOR IMPROVEMENTS

# Så mäter du effekten

**Vitsen med nästan all it är att effektivisera, det gäller även för kundvård. För att veta att man lyckas effektivisera rätt saker krävs affärsmål och mätetal.**

LARS DANIELSSON

Vilka effektivitetsmått, eller nyckeltal, som är relevanta för kundvård beror naturligtvis på vilka övergripande affärsmål som har formulerats.

Ett företag som lever efter filosofin att det är enklare och billigare att sälja mer till existerande kunder kan mäta medelförsäljning per kund. Det går vidare att koppla förändringen av det värdet till vilka kundvårdsinsatser som har utförts.

Om företaget i stället prioriterar att expandera genom att hitta nya kunder på nya marknader mäter det i stället antalet kunder, till exempel per säljare.

Det riktigt smarta och effektiva företaget mäter båda två, men för många är det säkert bäst att börja i en ände, det blir

för jobbigt att lyckas med allt på en gång.

**IDA LJUNGBLOM** på Microsoft ger fler exempel på mätetal:

- Antal ärenden per problemtyp, antal kundbesök per säljare och månad och intäkter per kund.

Vad man än väljer ger en kundvårdslösning en chans att

se effekten av de insatser som görs.

En sak som underlättar arbetet med att skapa mätetal är att ha tillgång till mycket data. Man hittar sannolikt inte alla data i kundvårdslösningen, på de flesta företag finns många intressanta data i affärssystemet.

Mått på effektivitet bör naturligtvis kopplas till pengar. Visst

kan det vara bra att varje person i kundtjänsten kan hantera ett antal procent fler ärenden per dag. Men om om just kundtjänst är en billig hantering, eller om den redan fungerar bra, kanske det är bättre att lägga energin på att formulera kampanjer för att få nya kunder.

**KONTENTAN** är att kundvårdslösningen i sig inte formulerar de rätta affärsmålen, mätetalen och nyckeltalen åt dig. Den kan däremot underlätta arbetet med att hantera kunder och att mäta utfallet av aktiviteterna.

När mätetalen formulerats gäller det att visualisera och kommunicera dem.

Det är därför viktigt att kunna integrera både kundvårdslösningar och affärssystem med beslutsstöd.

Allra bäst är om det finns inbyggda beslutsstödsfunktioner redan från början.

De som kommer riktigt långt med mätetal kan ge sig på den ultimata utmaningen att beräkna värdet för sina varumärken.



”Den största förändringen med att använda Microsoft CRM online är att vi blivit så mobila. Vi arbetar lika bra på annan ort som på kontoret.”

Konsultbolaget Cinteros hjälpte oss med implementationen eftersom de har duktiga medarbetare och stort kunnande, Karl Magnusson, CFO, Meritmind

# En skön ny värld

## 3

**Det vore bra dumt att inte integrera sociala medier med kundvårdslösningar. Det är ju på sådana som många kunder tillbringar sin tid.**

”Räkna med att kommunicera med olika typer av kunder på webben framöver, även företagskunder”

**TEXT:**  
LARS DANIELSSON  
**ILL:**  
KJELL THORSSON

**ATT SOCIALA MEDIER** på webben är en populär företeelse kan knappast ha undgått någon. Och där folk i allmänhet tillbringar tid hittar du sannolikt också dina kunder.

Sett ur kundvårdsperspektiv är inte sociala medier enbart en kanal till för att nå människor, utan även ett medium som ger nya möjligheter. Mer om det längre fram.

En fråga att ställa sig är vilka människor man hittar på Facebook, Twitter och andra tummelplatser. I dag kan man anta att folk befinner sig där i egenkap av privatpersoner, vilket skulle göra sociala medier mest intressant för företag och myndigheter som vill kommunicera med konsumenter.

**MEN DET LÄR** förändras i snabb takt. Räkna med att kommunicera med olika typer av kunder på webben framöver, även företagskunder.

I stort sett alla som arbetar med sociala medier för företagsräkning är överens om en

sak: Det är viktigt att formulera tydliga mål för en satsning, ”inte bara att vara på Facebook för att alla är där”, som Niklas Antvik på SAP uttrycker det.

**Hur gör man rent praktiskt?**

– Ett exempel för en kundtjänst är att kundvårdssystemet är integrerat med Twitter. Kunder kan twittra direkt till kundtjänsten och kundvårdssystemet skapar automatiskt ett ärende, säger Niklas Antvik.

**DET HÄR ÄR** ett exempel på när användning av sociala medier verkligen kan förenkla både för företaget och kunden.

Som exempel på affärsmål som kan uppnås med hjälp av integration mellan kundvård och sociala medier nämner han övergripande mål som nöjdare kunder och ökad försäljning.

– Affärsmålen behöver konkretiseras i nyckeltal som väntetid i kundtjänsten och fördelning mellan nya och befintliga kunder.



**CRM  
COMPETENCE**

[www.crmcompetence.se](http://www.crmcompetence.se)

Ida Ljungblom på Microsoft nämner saker som leadsgenerering, marknadsaktiviteter och kampanjer som exempel på områden som kan förbättras genom integrering mellan sociala medier och kundvårdslösningar.

Vad gör man om kundvårdslösningen inte räcker till? En lösning är att utöka kundvårdslösningen med kringprodukter:

- Vi har Dynamics Marketplace som är en form av app store där våra partner publicerar lösningar. Det finns anpassningar för sociala medier där, säger Ida Ljungblom.

Hon säger att det finns stöd för sociala medier i Microsofts kundvårdstjänst, men inte lika utbyggt som i tredjepartslösningarna.

**ATT ANPASSA SIG** till moderna miljöer handlar inte bara om sociala medier, även mobila enheter som telefoner och pekplattor är viktiga. Det handlar både om att kunna använda kundvårdslösningar på sådana och att kommunicera med kunder via dem.

Jackpotten är förstås att kommunicera med kunder som använder till exempel Facebook eller Twitter på sina mobiltelefoner.

**CS SOCIAL KUNDVÅRD ÖKAR**

2010 utgjorde marknaden för kundvård via sociala medier fem procent av den totala kundvårdsmarknaden, enligt Gartner. Men andelen ökar och mest ökar satsningen på att nå företagskunder via sociala medier.



Microsoft Partner  **CYBERNETICS**

**Har du provat crm på fältet?**

[www.cybernetics.se](http://www.cybernetics.se) Cybernetics mobila CRM Lösningar

# Ordning på kontakter ger bättre inköp

**Ett inköpsföretag som samordnar upphandlingar åt kommuner, landsting och regioner håller sedan i somras reda på alla kontakter med en molntjänst.**

LARS DANIELSSON

SKL Kommentus inköpscentral är en del av Sveriges Kommuner och Landsting, SKL. Exempel på upphandlingar som sköts är energi, it, finansiella och administrativa tjänster, fordon och drivmedel.

Fram till strax före semestern i år hade bolaget klarat sig utan en kundvårdslösning.

**Hur höll ni ordning på kunderna då?**

– Vi samlade kontaktinformation i vårt ekonomisystem och på olika listor i kalkylark

som vi sparade på en gemensam disk, säger Conny Callin som är marknadschef.

Kommentus inköpscentral hade även en gemensam profil i mejlprogrammet Outlook, med vilken gemensamma aktiviteter planerades och följdes upp.

I dagkör 20 användare Microsofts molntjänst CRM Online för kundvård, för att hålla kontakt med 3 000 upphandlande myndigheter och enheter, samt leverantörer. Arbetet med att göra en behovsanalys för införa kundvård inleddes i mars.

**CONNY CALLIN** är nöjd så här långt.

– Vi har nu en gemensam plats för alla de kontakter vi arbetar med. Vi har en god möjlighet att följa våra olika kund- och leverantörskontakter för att

effektivisera vår kommunikation och våra aktiviteter.

SKL Kommentus arbetar med att integrera projektdelen i Microsofts tjänst med de ramavtalsupphandlingar som bedrivs.

**Finns det några fördelar ni upplever att ni inte skulle ha fått med ett traditionellt kundvårdssystem som körts på egna servrar?**

– Den kontinuerliga utvecklingen av mjukvaran, tillsammans med säker datalagring hade inte fungerat likadant med ett traditionellt system.

**Varför föll valet på just Microsofts tjänst?**

– Vi ville ha en applikation som är enkel att använda för vana Outlookanvändare och är helt integrerad med Outlook.

– Att vi valde en molntjänst



var för att vi inte ville behöva ha eget serverutrymme i SKLs datamiljö.

**Vad var jobbigast i arbetet med att införa tjänsten?**

– Behovsprocessen med beskrivningar av hur kundvårdstjänstens olika funktioner skulle mappas mot vår affärsmodell var en arbetsam period.

Det var även jobbigt att flera av användarna aldrig arbetat med kundvårdslösningar, vilket gjorde inskolningsprocessen krävande.

*Med ett modernt CRM-stöd tar Kentor TradeDoublers upp i molnet.*

**Kentor**

# Kundvård i alla former och storlekar

4

Det råder inget brist på alternativ för den kundvårdssugne. Utbudet av system och tjänster räcker till och blir över.

”Den gyllene medelvägen är att utgå från ett standardprodukt och sedan utveckla egna anpassningar eller tillägg”

## CS KÄRT BARN

Glöm inte att kundvårdslösningar ibland maskerar sig under beteckningarna customer relationship management, crm och säljstöd.

**ETT SÄTT ATT FÅ GREPP** om kundvårdsmarknaden är att titta på tre intressanta grupper av leverantörer.

Den första är stora leverantörer med främst traditionella system, men även i allt högre utsträckning med molntjänster. Nästa grupp är specialiserade, lite större molnföretag. Slutligen har vi mindre leverantörer som ofta har antingen traditionella system eller molntjänster.

I den första kategorin märks Oracle, SAP och Microsoft. Vilket av dem man väljer beror ofta främst på andra saker än kundvårdsfunktionerna, i Oracles och SAPs fall framför allt på företagets affärssystem.

I Microsoftfallet kan det handla om integration med Outlook och Sharepoint, eller att kunna utnyttja företagets utvecklingsverktyg för att skapa anpassade lösningar.

**INOM GRUPPEN** specialiserade molnföretag utmärker sig Salesforce och Netsuite. Salesforce är den stora pionjären i molnsfären med sin kundvårdstjänst, företaget var i gång långt innan begreppet molnet myntades. Salesforce har även en plattform för generell molnutveckling- och drift, som erbjuder möjligheter att integrera kundvård med andra lösningar och Microsoft har idag också ett sådant erbjudande.

Netsuite är en mer komplett affärssystemslösning som

även har kundvård i sitt molnutbud.

**SUGARCRM** förtjänar ett specialomnämmande som den mest kända leverantören av ett öppet kundvårdssystem. Företagets system finns både i en gratis- och flera betalversioner.

Det finns även rudimentära kundvårdslösningar som körs inom ramen för andra applikationer. Ett exempel som ligger nära tillhands, med tanke på värdepplikationens popularitet, är Microsofts Business Contact Manager som är ett tillägg till mejlprogrammet Outlook.

Här är det frågan om mindre funktionalitet än i dedikerade lösningar. Men den här typen av lösningar kan vara intressanta för småföretag och för den som vill bekanta sig med kundvård.

Om kundvård är viktigt för ditt företag och behoven väldigt specialiserade ska inte egenutvecklade lösningar uteslutas. Det kan vara värt att låta anställda utvecklare eller konsulter ta fram en lösning som passar, även om det inte i jämförelse med molnbaserade lösningar är en ekonomiskt försvarbar lösning i de flesta fall.

**DEN GYLLENE** medelvägen är att utgå från ett standardprodukt och sedan utveckla egna anpassningar eller tillägg. Sådana hittar man till exempel på Salesforces marknadsplats på webben.

# Rikta kraften inåt också

**KRÖNIKA** Nu har vi ägnat nästan ett helt kompendium åt kundvård, eller crm som det ofta kallas. Betyder det att vi ska strunta i de anställda på det egna företaget?

Nej, naturligtvis inte. Och det finns metoder för dem också. Fackuttrycket är erm, employee relationship management.

I början av seklet var det till och med prat om att erm skulle bli "nästa crm". Nu, några finanskriser senare, hör man inte så mycket om erm-system, men det betyder inte att det inte finns ett behov av sådana lösningar.

**OM MAN TÄNKER** efter lite är många av metoderna och handgreppen de samma för erm och kundvård. Borde det verkligen inte gå att använda kundvårdslösningar även för personalvård?

Jo, det borde det. Den största utmaningen är säkerligen att inte reta upp folk på personalavdelningen genom att klampa in på deras domäner.

Rent praktiskt är det värt att fundera på hur en kundvårdslösning kan användas i det här sammanhanget.

Ibland talas det om utökad



**Säljchef med och utan CRM**

crm. Det begreppet borde kunna inkludera erm.

**VARFÖR STANNA DÄR?** Den perfekta målgruppen för kund-

vårdslösningar borde vara alla myndigheter med ambitionen att se på medborgarna som kunder. En del myndigheter har kommit en bit på vägen,

men det finns mycket kvar att göra.

Vi kanske kan kalla det medborgarvård.

LARS DANIELSSON

Logica hjälper dig att bli nr 1



Skillnaden mellan succé och utebliven framgång beror på hur smidigt en organisation och dess processer hanteras. Den består av hur du fokuserar dina resurser på rätt kunder, med den bästa beprövade metoden och ett system som fungerar tillsammans mot ditt mål.

Logica introducerar SalesDriver i Sverige, en lösning i molnet.

[logica.se/crmdynamics](http://logica.se/crmdynamics)

**logica**  
be brilliant together

# Testa Microsoft Dynamics CRM Online gratis i 30 dagar!

Du vet vad ditt företag behöver, vi vet vad din bransch kräver. Tillsammans kan vi skapa en effektiv arbetsmiljö som utvecklar verksamheten och ger konkurrensfördelar. Microsoft Dynamics CRM finns både som traditionell installation lokalt och som smidig molntjänst.

Nu kan du testa Microsoft Dynamics CRM Online gratis i 30 dagar. Gå in på [microsoft.se/gratisCRM](http://microsoft.se/gratisCRM) och kom igång redan idag.

**”Microsoft Dynamics CRM ger oss bättre koll på våra affärer.”**

HANS ÖSTBERG, AFFÄRSOMRÅDESCHEF,  
SF BIO KONFERENS & EVENT