

Att äga kundupplevelsen

- Träning för att förstärka era kundrelationer



Relationen till dina kunder är unik, den kan inte dina konkurrenter kopiera. Högpresterande organisationer låter inte slumpen avgöra denna viktiga relation.

Kunder och kundrelationer är kärnan i de flesta organisationer. Oavsett bransch och verksamhetsområde är nöjda och lojala kunder nyckeln till organisationens utveckling och resultat. Individer och organisationer med utveckling och resultat i sikte arbetar ofta hårt för att nå ökad kundnöjdhet och lojalitet.

Är din organisation medveten om vad som krävs för att öka just era kunders lojalitet och förstärka era kundrelationer?

AchieveGlobal har genom 30 års forskning tagit reda på vad det är som verkligen bygger lojalitet. Forskningen har identifierat centrala begrepp som tillsammans formar ett förhållningssätt till kunder och en inställning till de upplevelser medarbetare ger sina kunder. Förhållningssättet kallar vi för Att äga kundupplevelsen. Läs mer nedan om vad det innebär att äga kundupplevelsen.

Kundupplevelser och förväntningar

Kunder bedömer och betygsätter alla de upplevelser de är med om. Huruvida en upplevelse klassas som positiv eller negativ beror på om kunden har fått sina förväntningar uppfyllda. Oavsett hur lågt eller högt ställda förväntningar kunden har så måste de infrias för att upplevelsen ska vara positiv.

De förväntningar kunden har kan liknas vid en *höjdhopsribba* som innan interaktionen är upplagd på en viss nivå. Infrias inte förväntningarna så rivs ribban. Lyckas medarbetaren infria förväntningarna så ligger ribban kvar och en positiv upplevelse har skapats.



Avgörande ögonblick i en kundrelation

En kundrelation är uppbyggd av en mängd separata interaktioner som sammantaget har gett kunden de känslor, åsikter och tankar om organisationen som utgör kundrelationen. Men relationer är föränderliga och sårbara. I varje ny interaktion finns en möjlighet att öka kundens nuvarande förtroende alternativt en risk att kundens nuvarande förtroende minskar.

Kunden lägger upp höjdhopsribban med förväntningar inför **varje** interaktion. Hur högt eller lågt ställda förväntningarna är baseras på tidigare interaktioner och den totala upplevelsen av kundrelationen.

Tänk på hur många olika människor som är inblandade och har kontakt med kunden på ett eller annat sätt. Tänk också på hur många olika typer av interaktioner som sker, allt ifrån fysiska möten, telefon och email till intryck och budskap via hemsidor och sociala medier.

AchieveGlobal kallar alla dessa möjligheter att bedöma organisationen för **Avgörande ögonblick**. De är antingen positiva eller negativa för kunden. **Det gäller att ta kontroll över alla**

avgörande ögonblick som sker i organisationen genom att se till att de blir positiva. Efter varje avgörande ögonblick kan kundrelationen förstärkas eller försvagas, beroende på om medarbetaren hoppat över ribban eller ej.

Att äga kundupplevelsen

För att öka lojalitet och förstärka kundrelationer behöver medarbetarna och organisationen ta kontroll över alla avgörande ögonblick genom att se till att de blir positiva för kunden. Kundens förväntningar infrias i varje interaktion, oavsett vilken typ av interaktion det är eller vilken/vilka medarbetare som är inblandade. Denna målbild och tillstånd kallar vi **Att äga kundupplevelsen**.

Kundrelationsanalys

När ni väljer att arbeta med oss på AchieveGlobal kommer vi tillsammans skapa förutsättningar för att nå de mål och visioner som finns inom er organisation. Vi gör det genom utveckling av medarbetarnas kommunikativa färdigheter. För att säkerställa den kundorientering som kommer ge er resultat utgår vi från vart ni idag befinner er i era kundrelationer. Det första steget mot Att äga kundupplevelsen är därför en **kundrelationsanalys**. Syftet med analysen är att ta reda på **era kunders exakta förväntningar** för att i nästa fas kunna starta jobbet för att möta och överträffa dessa förväntningar.

En kundrelationsanalys innebär att:

- Vi tar reda på vilka specifika förväntningar era externa och/eller interna kunder har.
- Vi tar reda på hur väl kunderna upplever att förväntningarna **infrias idag**.
- Vi identifierar **utvecklingsområden i gapet** mellan förväntningar och nuvarande upplevelser.
- Vi använder utvecklingsområdena som **byggstenar och utgångspunkt för utbildningsinsatser** inom affärskommunikation och/eller ledarskap.

Om AchieveGlobal

De mänskliga färdigheterna kommer att avgöra organisationens framgång. AchieveGlobal erbjuder exceptionell utveckling i interpersonella färdigheter och ger företag den arbetskraft de behöver för att nå sina affärs mål. Vi finns i fler än 40 länder och tränar forskningsbaserade färdigheter på flera olika språk— globalt, nordiskt och lokalt.

Vi förstår den konkurrens du utsätts för. Din framgång beror på människor som har färdigheter att hantera utmaningar bortom teknologiska framsteg. Vi är experter på att utveckla de färdigheterna, och det är dessa färdigheter som omvandlar strategier till resultat.

AchieveGlobal Nordic
+ 46 8 440 90 30
kontakt@achieveglobal.se
www.achieveglobal.se

