

Skab tilfredshed blandt dine kunder i kun tre trin



Disse oplysninger er til dig, hvis ...

- Du nogensinde har haft en kunde, der sagde: "Hvorfor ved du ikke det om mig?"
- Du er ikke sikker på, om kundeoplevelsen er forskellig i de enkelte dele af virksomheden.
- Din virksomhed går glip af muligheder for at interagere med dine kunder.
- Du har en kundecentreret strategi, men har brug for en klar måde at udføre den på.



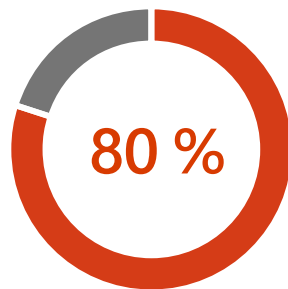
Anslået læsetid: <9 minutter

Indhold

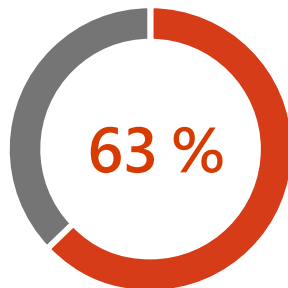
Personlig tilpasning: afgørende, men vanskelig at få helt rigtig	4
Trin 1. Se kunden i alle dele af virksomheden	6
Trin 2. Vær proaktiv på tværs af kontaktpunkter med kunder	11
Trin 3. Omdan kundefeedback til værdifuld indsigt	15
Kom i gang	19



Personlig tilpasning: afgørende, men vanskelig at få helt rigtig



af hyppige kunder handler kun med brands, der gør oplevelsen personlig.¹



af forbrugerne holder op med at købe fra brands, der bruger dårlige taktikker for personlig tilpasning.¹

Personlig tilpasning er blevet et vigtigt element, hvis du vil skille dig ud hos kunderne og være foran konkurrenterne. Det er det ultimative udtryk for, at kunden er i centrum. Dette gælder, uanset om din organisation er orienteret direkte til forbrugeren, business-to-business, en lille eller mellemstor virksomhed eller en stor virksomhed.

¹ "[Privacy & Personalization](#)," SmarterHQ, udateret.



Men at skabe personlige kundeoplevelser betyder, at du skal finde en fin grænse mellem at være nyttig og venlig og at være anmassende, uærlig eller endda skræmmende. Det er vigtigt at skabe yderst relevante kundeoplevelser, men hvis den personlige tilpasning mislykkes, kan det have en dårlig effekt på konvertering og fastholdelse af kunder. Ved at implementere en strategi, der omfatter alle forretningsområder, kan du på en effektiv måde udvise en holistisk relation til din kunde.

En holistisk relation til din kunde giver dig mulighed for at personliggøre interaktioner på en ægte måde, der styrker loyaliteten. Takket være et komplet overblik over kunden er det nemmere at levere nyttige og gode oplevelser i alle interaktioner, de har med dit brand.

I denne vejledning gennemgås tre trin til udarbejdelse af en virkelig kundecentreret strategi.

- Vi starter med vigtigheden af at se kunden i alle dele af virksomheden – siloerne for salg, marketing og service holder ikke længere.
- Derefter undersøger vi, hvordan vi kan opbygge ensartethed i alle kontaktpunkter med kunden.
- Som det tredje skridt tager vi pulsen på kundernes vurdering gennem undersøgelser og andre værktøjer for at få mere at vide om deres perspektiv og få bedre indsigt.
- Endelig skal denne feedback integreres med andre data, du allerede har indsamlet om hver enkelt kunde, for at levere den personlige tilpasning, de forventer.

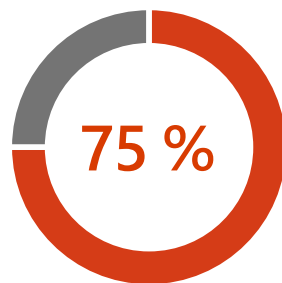
Lad os komme i gang.



1

Se kunden i alle dele af virksomheden

Dine kunder mener, at du bør vide alt om dem:



af kunderne forventer, at [kundens serviceagenter] ved, hvem de er, og kender deres købshistorik.²



Gør dette:

Saml alle kundedata for at få et komplet billede

De typiske platforme til administration af kunderelationer (CRM, Customer Relationship Management) kan hjælpe med at skaffe visse kundedata, men de leverer som regel kun begrænsede, specifikke detaljer som f.eks. en kundes navn, adresse eller grundlæggende købshistorik. Hvis du vil tilføje eller behandle yderligere typer af data, skal du integrere kilder på tværs af flere afdelinger (f.eks. salg, marketing, field service og forsendelse) og flere datakilder, herunder tredjepartsapplikationer.

² Microsoft, [Global State of Customer Service](#), 2020.

Det er ikke nemt at samle disse fragmenterede datakilder. Du kan sandsynligvis overbevise dine kolleger om at dele deres værdifulde data, men det er mindre sandsynligt, at disse datakilder kan arbejde sammen. De er ikke bygget til at blive integreret, og dette fragmenterede landskab betyder, at mange organisationer kun når halvvejs i deres mål for den ideelle kundeoplevelse. Men der findes en løsning.



Hvis jeg kontakter produktsupport, og de ikke allerede ved, præcis hvornår jeg købte min opvaskemaskine, og det er anden gang, jeg kontakter dem, og jeg havde besøg af en servicetekniker for en uge siden, bliver jeg frustreret.”



Kundedataplatforme samler datakilder

En kundedataplatform er software, der skaber en vedvarende, ensartet kundedatabase, som er tilgængelig for andre systemer. En kundedataplatform arbejder med dine eksisterende datakilder og samler data på ét sted for at give et mere komplet overblik. Dataene nedenfor (og mange flere) for en enkelt kunde kan f.eks. ses i én visning med en kundedataplatform:

- Mailmarketinganalyser
- Webstedsanalyser
- Engagement i sociale medier
- Salgsposter
- Tjenesteposter
- Forsendelsesdata

Når du kan se din kunde på tværs af alle dele af virksomheden, sker der noget meget vigtigt. For det første finder du nye muligheder, der kan engageres. For det andet finder du ud af, hvad der betyder noget for din kunde, og hvordan du håndterer det. For det tredje føler dine kunder sig set og forstået og er straks mere loyale over for din organisation.

Kundehistorie:

Campari Group

Campari Group³, som har 60 drikkevarebrands, forstår, at en af nøglerne til brandets succes er at udvise personligt engagement med forbrugerne og med de bartendere, der skænker drikkevarerne op og fungerer som ambassadører for brandet. For at gøre dette skal de gøre effektiv brug af data på tværs af marketing, salg og kundeservice og udvikle et komplet kundeoverblik.

Campari valgte Microsoft Dynamics 365 Customer Insights og Dynamics 365 Marketing af flere årsager, herunder pga. overholdelse af EU's databeskyttelsesforordning.



Mål:

At udvikle en omfattende, tværfunktionel kundedataplatform, der kan bruges på tværs af organisationen og dens repræsentationer til bedre at målrette aktiviteter, der omfatter kundeengagement.



Resultat:

- På blot to uger har de forbundet alle datapunkterne i Customer Insights og implementeret den første kampagne til automatisering af mailmarketing med Dynamics 365 Marketing
- Under COVID-19-nedlukningen voksede bartendernes deltagelse i virtuelle kurser fra et par dusin om ugen til 500 deltagere – fire gange om ugen

³ [Campari Group-kundehistorie](#), Microsoft.

Forrester Research om Dynamics 365 Customer Insights

Forrester Research udnævner Microsoft Dynamics 365 Customer Insights som førende inden for kategorien Customer Analytics Technologies.⁴ Rangeringen sker efter topkarakterer for administration af kundedata, brugervenlighed og styring. Ifølge Forrester: "Det er også værd at bemærke, at ud af alle leverandører i denne evaluering har Microsoft modtaget den højeste Net Promoter Score fra kundereferencer."

[Læs rapporten >](#)



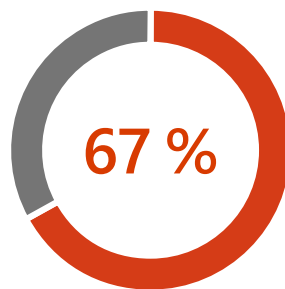
⁴ [The Forrester Wave™: Customer Analytics Technologies](#), 3. kv. 2020.



2

Vær proaktiv på tværs af kontaktpunkter med kunder

Din kunde ønsker at få en proaktiv oplevelse:



af forbrugerne siger, at det er vigtigt for brands at justere deres indhold automatisk baseret på den aktuelle kontekst for at give en personlig oplevelse i realtid.⁵



Gør dette:

Bliv proaktiv med en kundedataplatform

En kundedataplatform er en enkelt informationskilde, der giver adgang til et komplet kundeoverblik, så organisationer bedre kan afgøre, hvad der vil være den bedste handling for hver enkelt kunde i enhver kontekst eller fase af rejsen – uanset om der er tale om anskaffelse, konvertering eller fastholdelse. Kort sagt viser det den rigtige form for engagement til den rigtige person på det helt rigtige tidspunkt.

⁵ [2018 Adobe Consumer Content Survey](#).



Ved hjælp af historiske kundedata og modeller til maskinel indlæring kan virksomheder få indsigt, der hjælper medarbejderne i alle dele af virksomheden med at levere det bedste budskab eller den bedste tjeneste i alle kundescenarier – fra personligt tilpassede marketingannoncer baseret på kundens søgehistorik til forslag til det næste gode tilbud baseret på tidligere køb eller interesser og proaktiv kundesupport, som gør brug af forudsigende analyser og registrering af afvigelser. Foruddefineret AI hjælper med at identificere kunder med den højeste værdi, og hvilke produkter der kan anbefales til dem.

En kundedataplatform hjælper med at bygge bro på tværs af afdelinger i alle de engagementer, en kunde har med organisationen. En salgsmedarbejder, der har adgang til en enkelt holistisk kundeprofil, kan problemfrit overtage en sag fra en servicemedarbejder for at hjælpe en kunde med et produkttilkøb, der løser et problem med et tidligere køb. En sammenhængende kundeoplevelse kan ikke alene øge kundernes tilfredshed og medføre fastholdelse, men også skabe betydelig vækst i de samlede indtægter.



Selvom det var første gang, jeg købte noget af dem, så det ud til, at de allerede kendte mig, fordi de reklamer, jeg så, og kampagnen i mailen var for præcis det træningsudstyr, jeg overvejede at købe.”



Kundehistorie:

MVP Health Care

MVP Health Care⁶ implementerede Dynamics 365 Customer Insights med Dynamics 365 Customer Service for at tilpasse sine medlemmers engagement ved at samle data fra flere kilder og dermed få en enkelt visning af hvert medlem. Derefter blev Dynamics 365 Sales og Dynamics 365 Marketing tilføjet for at bygge en enkelt, fuldt kompatibel platform til medlemsengagement, der blev forbundet via Common Data Service. Med Dynamics 365 Marketing kan teamet målrette kampagner og informativt indhold mod bestemte medlemmer eller grupper, der kan have brug for hjælp til at håndtere diabetes, søvnapnø, mavesyrerefluks eller andre kroniske lidelser.



Mål:

At minimere kravtyper på højt niveau, såsom hjerteanfald, slagtilfælde og diabetes, ved at overvåge og hjælpe medlemmer med foreslåede aktiviteter.



Resultat:

- En besparelse på 6 mio. USD om året
- Større værdi for medlemmer
- Sundere samfund

⁶ [MVP Health Care-kundehistorie](#), Microsoft.



Nem tilknytning af data fra de enkelte kundeinteraktioner

I modsætning til andre kundedataplatforme er Microsoft Dynamics 365 Customer Insights en selvbetjeningsløsning, der giver hurtigere værdi for pengene med ingen eller et minimum af engagement. Som led i en samlet datasamling gør Customer Insights brug af analyse, AI og maskinel indlæring for at skabe komplette kunde profiler med handlingsrettet indsigt. Når Customer Insights kombineres med Dynamics 365 Marketing, opdateres der løbende oplysninger om målsegmenter og kundeemneresultater baseret på oplysninger fra flere datakilder.

[Tilmeld dig for at få en prøveversion af Dynamics 365 Customer Insights uden omkostninger >](#)

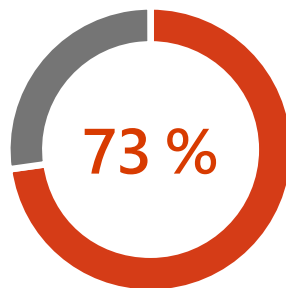
[Tilmeld dig for at få en prøveversion af Dynamics 365 Marketing uden omkostninger >](#)



3

Omdan kundefeedback til værdifuld indsigt

Din kunde ønsker at blive hørt:



af forbrugerne siger, at en virksomhed aldrig har kommunikeret med dem online på en måde, der føltes for personlig eller invasiv.⁷



Gør dette:

Brug kundefeedback som vejledning

Én ting er at have overblik over din kunde i hele virksomheden og at få det vist ensartet på tværs af alle kontaktpunkter. Noget helt andet er at få direkte feedback fra kunder og derefter reagere hensigtsmæssigt. Forestil dig nu, at denne feedback og respons sker i realtid. Lad os f.eks. sige, at en kunde netop har modtaget sit produkt. Send en undersøgelse til kunden med to spørgsmål, hvor kunden skal evaluere sin tilfredshed med leveringen. Et par dage senere skal du sende en mere tilbundsående undersøgelse for at evaluere tilfredsheden med produktet.

⁷ Accenture, "Making it Personal," Pulse Check, 2018.



Kunden skal være i centrum, og i den forbindelse er kundefeedback det bedste udgangspunkt for virksomheders reaktionsmønstre. Feedback kan endda hjælpe virksomheder med at træffe direkte forretnings- og marketingbeslutninger – fra produktoplevelse til interaktion på websteder og udarbejdelse af manuskripter til kundesupport. Den feedback, du søger, kan omfatte kundeoplevelser med din virksomhed overordnet, et produkt og de tjenester, du leverer.

Det kan føles grænseoverskridende at bede om kundefeedback uden de rette værktøjer, men en række leverandører har introduceret brugervenlige undersøgelsesplatforme til dette brug. Det er af afgørende betydning at integrere disse feedbackdata på din kundedataplatform for at få et holistisk overblik over dine kunder i bestræbelserne på at få kunden i centrum.



Hvis jeg har en relation til en virksomhed, og de spørger mig, hvad jeg mener om noget, vil jeg med glæde fortælle dem det. Hvordan kan de ellers vide, hvordan de skal reagere på det, der foregår?”



Kundehistorie:

UNICEF

Netherlands

Det bliver stadig vanskeligere at finde og fastholde private sponsorer og frivillige medarbejdere. Mange velgørenhedsorganisationer konkurrerer om disse personers tid og ressourcer, og forventningerne til disse støtter er steget – som det ses i feedback, der er indsamlet fra private sponsorer og frivillige medarbejdere. UNICEF Netherlands⁸ havde brug for en kundedataplatform, hvor de hurtigt og nemt kunne samle data fra flere kilder, analysere dataene og aktivere dem via marketing- og kommunikationskanaler. De valgte Microsoft Dynamics 365 Customer Insights som deres kundedataplatformsløsning for at få en fuldt forbundet platform.



Mål:

At engagere støtter og mulige støtter personligt for at øge deres overordnede engagement i organisationen.



Resultat:

- Hurtigere indsigt i sponsorer, der kan omdannes til handling
- Segmentering hjælper med at fokusere på og engagere enkeltpersoner på en meget relevant måde for at fastholde dem

⁸ [UNICEF Netherlands-kundehistorie](#), Microsoft.



Integrer Customer Voice i Customer Insights

Opret undersøgelser med blot et par klik, og tilpas dem nemt og i stor skala. Skabeloner, der er klar til brug, er nemme at tilpasse, så du kan få feedback med det samme. Forbind feedback med arbejdsprocesser på tværs af dine Dynamics 365-applikationer for at træffe intelligente beslutninger om kundeengagement og koordinere svar. Ved at anvende kunstig intelligens til registrering, analyse af vurderinger og kategorisering af kommentarer kan du nemt indstille beskeder om tilfredshedsmålinger, så du får besked i dit dashboard, når du får en vurdering, der er under tilfredsstillende.

[Kom i gang med Dynamics 365 Customer Voice uden omkostninger >](#)





Kom i gang

Vi har beskrevet tre enkle trin på vejen til at sætte kunden i centrum. Med de rette værktøjer kan du opbygge den type relation, der skaber loyalitet, øget levetidsværdi og vigtig vejledning om forretnings- og produktudvikling.

Forbind hele stakken

Customer Insights er en kraftfuld kundedataplatform, der samler dine forskellige datakilder, så du kan få et komplet overblik over dine kunder. Analysér kundeinteraktioner på tværs af websteder, mobilapps og forbundne produkter for virkelig at forstå kundernes præferencer og hensigter. Hvis du vil have mest muligt ud af Customer Insights, kan du parre det med Dynamics 365 Customer Voice for at indarbejde kundernes vurdering og undersøgelsesfeedback. Aktivér indsigt i realtid på destinationer, der omfatter analyse-, mailmarketing-, reklame- og kundeengagementsplatforme, herunder Dynamics 365 Marketing, Dynamics 365 Sales og Dynamics 365 Service – eller en hvilken som helst tjeneste i Dynamics 365-pakken. Du kan også aktivere indsigt på tværs af tredjepartsplatforme med henblik på annoncering, kundeengagement og datavisualisering.



Begynd at skabe tilfredshed blandt dine kunder i dag.

Lad os tale sammen



© 2021 Microsoft Corporation. Alle rettigheder forbeholdes. Dette dokument leveres, "som det er og forefindes". De oplysninger og synspunkter, der kommer til udtryk i dette dokument, herunder webadresser og andre referencer til websteder, kan blive ændret uden varsel. Du bærer risikoen for at bruge det. Dette dokument giver dig ingen juridiske rettigheder til nogen immaterielle rettigheder i noget Microsoft-produkt. Du må kopiere og bruge dette dokument til egne interne referenceformål.