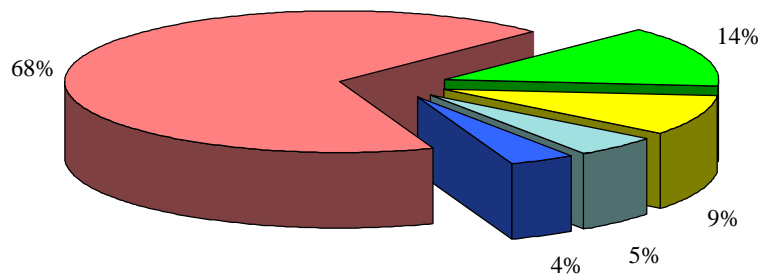


# KUNDANALYS

## Koncept 1

### Varför byter man leverantör?



- **Inget intresse från leverantören**
- Fick inte vad vi önskade
- Bättre pris/service hos annan leverantör
- Personlig bekant
- Leverantören upphörde

En produkt från:



Åsen 24, 774 99 BY KYRKBY  
Tel: 0226-705 00, Fax: 0226-705 05

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

Ingår i Business Information Group Association

## ANALYSEN NI HAR VÄNTAT PÅ!

Vi vet från olika undersökningar att de flesta leverantörer har mycket goda relationer med sina kunder. De största problemen är kommunikationsproblem som kan uppstå p.g.a. leverantörens försök att anpassa sig till sina kunder.

I den hårda konkurrensen av idag (där priserna är mycket jämna) är det av största betydelse att veta vad och hålla fast vid de saker som gjorde att kunden valde just oss.

Därför är det viktigt att veta vad ens kunder anser om en och vad de planerar.

En av de viktigaste sakerna för ett företag är att säkerställa att kunderna stannar och fortsätter göra affärer med företaget.

Många kunder är lämnade ensamma eftersom det är mycket kostsamt i tid och resurser att hålla kontakt - särskilt när jakten på nya kunder pågår.

De flesta företag använder 5 till 10 gånger så mycket resurser på att jaga nya kunder som att hålla kvar de gamla.

### GRASSCOM AB ERBJUDER:

BIG har utvecklat ett specialverktyg för analys som klart och exakt kan berätta några mycket intressanta saker om Era kundrelationer.

Rapporten uppfyller de höga krav marknaden ställer på användbarhet, omfattning (innehåll), standard och rimligt pris.

Om vi kan ge Er information som gör det möjligt för Er att behålla en kund eller två, som tänkt byta leverantör, har vi gjort vårt arbete och analysen givit resultat.

Vi utvärderar inte resultatet av analysen utan säkerställer att Ni får relevant och exakt information på vilken Ni kan basera Era beslut.

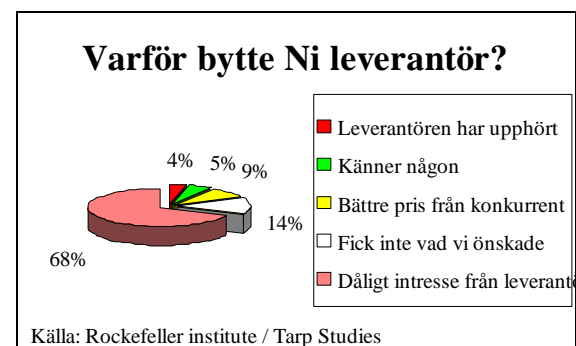
Det skall nämnas att analysen har blivit noggrant testad. Mer än 300 företag har godkänt den under de två senaste åren.

### GOODWILL

I nedanstående diagram kan Ni se resultatet av en stor internationell analys om varför beslutsfattare byter leverantör.

Genom att göra analysen visar Ni Era kunder att Ni verkligen är intresserad av dem och deras mening.

Vi vet, genom att vi frågat, att kunderna finner det positivt att leverantören tar sig tid och resurser för att ta reda på om kunderna är nöjda eller ej.



---

## ANALYSEN TÄCKER FÖLJANDE

### SAMARBETE

GrassCom undersöker hur Era kunder ser på samarbetet med Er. Det är viktigt att veta hur stor del av kundstocken som anser att samarbetet är bra eller mindre bra. Vi kartlägger svaren så att Ni kan se på vilka områden samarbetet haltar.

### STYRKA

Att veta vad kunden anser är Er styrka kan säga mycket om var Ni skall lägga tonvikten när Ni skall gå ut och sälja till nya kunder.

Ni kan också få reda på om förändringar Ni gjort mottagits väl och om Er uppfattning om Er egen styrka är densamma som kundernas.

Hur som helst får Ni veta vad Ni inte skall ändra på!

Det kan hända att Ni har fördelar som kunden inte vet om - än.

### SVAGHETER

Finns det saker eller områden som Ni skulle vilja ändra på?

Låt Era kunder ge Er recept på hur Ni kan bli en ännu bättre leverantör och därmed effektivt stänga dörren för konkurrenterna.

Svagheter är ofta de saker man som företag misstar sig på.

Kunderna kommer att ge svar på vilka Era svagheter verkligen är.

### IMAGE

Hur är imagen av Ert företag inom branschen?

Ni får veta om profileringen av Ert företag fungerat så som Ni tänkt Er eller om Ni borde göra något åt Er image.

### KONKURRENS

Vi får fram vilka andra leverantörer, inom samma produktlinje, som Era kunder använder eller tittar på som alternativ till Ert företag.

Ni kommer att få veta vilka som verkligen kan mäta sig med Er och samtidigt gör ett försök att överta Era kunder.

### LOJALITET

Hur många av Era kunder är på väg bort från Er och vad kan Ni göra för att förhindra det?

En av fördelarna med att använda ett externt analysföretag är att vi bl.a. kan få frågorna om lojalitet ärligt besvarade. Frågorna besvaras vanligtvis på anonym basis.

Med analysrapporten i handen vet Ni exakt hur stor procent av Era kunder som är helt lojala och hur mycket möda Ni bör lägga ned för att resten skall bli lika lojala.

### GODA RÅD

Som sista fråga ber vi Era kunder att ge Er goda råd.

Eftersom Ni inte är i samma bransch som Era kunder kan dom här tala om viktiga förändringar eller berätta om sitt företag och dess planer.

## VAD NI OCKSÅ KAN ANVÄNDA ANALYSEN TILL

Kundanalysen har använts av många olika företag från sand-grävare till högteknologiska företag och serviceföretag.

Förutom att ha erhållit exakt och relevant information angående relationerna till sina kunder har dom använt analysen till följande:

- \* Göra analys före och efter förändringar, för att kunna mäta effekten av dessa.
- \* Hitta förklaringar till upp- eller nedgång.
- \* Skicka ut resultatet i nyhetsbrev.
- \* Presentera resultatet för styrelsen.
- \* Befästa nuvarande form och storlek på företaget.
- \* Fatta beslut efter att ha fått sina idéer styrkta eller avfärdade.
- \* Upprepa analysen (många gör detta periodiskt) för att hålla ett öga på utvecklingen.
- \* Göra de nödvändiga förändringarna ut gentemot kunderna.

---

## LITE PRAKTISK INFORMATION

### ANALYS METOD

Intervjuerna görs mot företagskunder via telefon och kunden besvarar vanligtvis frågorna anonymt.

Alla intervjuer skrivs ned på intervjublad som Ni erhåller tillsammans med rapporten.

Vår intervjupersonal vet hur man får fram tydliga och utförliga svar.

Negativa svar blir noggrant genomgångna.

GrassCom gör inga analyser för konkurrenter under tiden vi arbetar för Er.

Upplysningarna på Era kunder får ni tillbaka, om Ni så önskar, när uppdraget är utfört. Efter 14 dagar slopar vi Er kundinformation ur vår databas om inte annat avtalats med Er. GrassCom lägger mycket stor vikt vid säkerheten och sekretessen omkring all data.

### KUNDER UTOMLANDS

Eftersom det blir extra omkostnader i samband med intervjuer utanför Sverige tillkommer extra avgifter för intervjuer utomlands.

Följande avgifter tillkommer:

Avgift för översättning av frågorna till olika språk. Språktillägg per intervju, samt extra telefonkostnader.

### FÖRÄNDRING AV FRÅGORNA

Om Ni vill lägga till ytterligare frågor eller förändra någon fråga, hjälper vi Er med det. Ni får de nya och förändrade frågorna för godkännande innan vi startar intervjuerna.

### OLIKA KUNDGRUPPER

Om Era kunder inte är likartade kan det ofta vara en god idé att dela in och göra analysen i olika grupper.

Tala med GrassCom om hur Ni får ut det bästa resultatet.

## HUR NI GÅR VIDARE

### SÅ HÄR FÅR NI ANALYSEN:

1. Bestäm att Ni vill ha analysen utförd.
2. Ring GrassCom och gör upp om när den skall utföras.
3. Om Ni har önskemål om förändringar i frågorna, delge oss dessa.
4. Välj ut de kunder som skall delta i analysen och ge oss en lista med namn, telefonnummer och kontaktperson, på dessa.
5. Ni får analysrapporten och de ifyllda analysbladen c:a 3-4 veckor efter analysen startats.

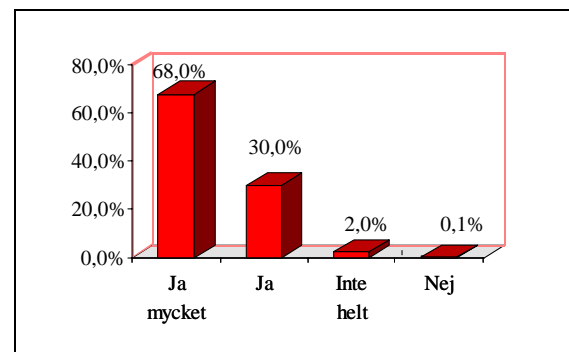
### VÅRA KUNDERS SYNPUNKTER

Vi tar naturligtvis vår egen medicin!

När vi levererar en analys ber vi kunden att säga sin mening om vår produkt.

Bland de saker vi frågar är: "Är Ni nöjd med analysen?"

Här är resultatet av de senaste 100 svaren:



GrassCom AB tar fram exakt och relevant information till beslutsfattare

Några produkter som också ingår i vårt program:

#### Säljanalys

Analys som tar fram orsaken till varför Ni fick/inte fick ordern

#### Medarbetaranalys

Tar t.ex. fram uppgifter på hur personalen upplever företaget

#### Marknadsundersökningar

Undersöker marknaden och dess potential

#### Special Analyser

Analyser sammansatta enligt kundens krav och uppdragets karaktär

#### DeskTopSurvey

Komplett mjukvara för genomförande av alla typer av undersökningar

#### WebMasterSurvey

Koncept för genomförande av undersökningar via Internet

**KONTAKTA OSS: TELEFON: 0226-705 00 FAX: 0226-705 05**  
**E-MAIL: info@grasscom.se**  
**POST: GRASSCOM AB, Åsen 24, 774 99 BY KYRKBY**

## STANDARDFRÅGOR TILL KUNDANALYS, KONCEPT 1

1. Hur värderar Ni Ert samarbete med Företaget AB?
2. Vilka starka sidor har Företaget AB?
3. Vad tycker Ni Företaget AB skall förbättra?
4. Hur bedömer Ni Företaget AB´s image inom branschen?
5. Vilken annan leverantör är lika bra eller bättre än Företaget AB?
6. Är det mycket troligt, troligt eller inte troligt att Ni skulle byta Företaget AB mot en annan leverantör?
7. Om Ni fick ge Företaget AB ett gott råd, vad skulle det vara?