

■ Kundecase:

Danfoss RA - Kundeanalyse

Er man blandt verdens bedste i sin branche, forventer ens kunder naturligt at få det absolut bedste produkt til rette tid og med et højt service- og supportniveau.

Om undersøgelsen

I Danfoss RA har man valgt at spørge til kundernes tilfredshed ca. hvert andet år gennem globale kundeanalyser. Det er en løbende proces, hvor alle forretningsområder bliver undersøgt et ad gangen. Målingerne involverer ledergrupper, landesalgschefer og salgsansvarlige på fire kontinenter, som har kontakt til flere tusinde kunder og endnu flere kontaktpersoner.

Konkrete resultater

Gennem de løbende globale kundeanalyser får Danfoss RA faktabaserede tilbagemeldinger, der både giver overblik og konkrete input til forretningsprocesser, strategiplanlægning og målsætning. Informationerne bliver anvendt på tværs af organisationen og fungerer som beslutningsgrundlag både globalt, nationalt og regionalt.

I dialog med Danfoss

I Refrigeration and Air Conditioning (RA), som omfatter godt halvdelen af Danfoss koncernen, ved de, om de lever op til kundernes forventninger gennem globale kundeanalyser.

Peter Schroll er projektleder på de løbende globale kundetilfredshedsanalyser, der bliver gennemført på 17 forskellige sprog.

- Via vores globale salgsorganisation er vi i tæt kontakt med kunderne og ved som regel godt, hvor skoen trykker, hvis tilfredsheden halter på nogle punkter. Men med en global måling får vi faktabaserede tilbagemeldinger, siger Peter Schroll.

Analysens merværdi

De løbende kundeanalyser er med til at holde organisationen fokuseret på udviklingen i kundernes tilfredshed med Danfoss RA.

Analyseresultaterne rummer en mængde informationer, der kan udnyttes på tværs i den globale organisation. Målingen leverer således et solidt beslutningsgrundlag, når strategier og målsætninger skal på plads:

- Ledelsen får et godt overblik over ikke blot den globale, men også den regionale og nationale tilfredshed med vores performance.

Det giver dem input til at afgøre, hvilke strategiske og organisatoriske justeringer, vi skal foretage for at nå vores tilfredshedsmål, siger Peter Schroll.

Engagement betyder alt

Peter Schroll rejser verden rundt til fabrikker og salgsenheder. Her bliver kundeanalysen præsenteret og diskuteret, og vigtigst; forbedringstiltag bliver iværksat på baggrund af analysens resultater.

Ledelsens og chefernes engagement i kundeanalysen er afgørende for, at opmærksomheden mod analysen breder sig ud til




Peter Schroll, Danfoss

Danfoss RA

Fakta:

Refrigeration og Air Conditioning (RA) omfatter 3 produktenheder og fire salgsenheder. Produkterne bliver fremstillet på 27 fabrikker i 16 lande. Danfoss er førende inden for forskning, udvikling og produktion af mekaniske og elektroniske komponenter og systemløsninger.

Marked:

Danfoss RA leverer produkter, der medvirker til opvarmning og køling af boliger og kontorer, køling af fødevarer og styring af produktionslinier.

Samarbejde med RM:

Siden 2002.

Resultater:

Danfoss har opnået:

- Faktabaserede tilbagemeldinger fra de fleste kunder.
- Et beslutningsgrundlag for strategiplanlægning og fastlæggelse af målsætninger.
- Early warnings fra utilfredse kunder, der måske er på vej væk.

den enkelte salgsansvarlige med direkte kundekontakt.

- Man skal smøre maskinen mange steder, før den kører optimalt, siger projektlederen og påpeger, at det i perioder kræver en stor indsats af organisationen at engagere de

■ (fortsat)

mange salgsansvarlige og salgschefer, der typisk har travlt med at nå deres budgetter.

- En høj grad af kundeorientering er væsentlig for vores forretnings-succes, og selv om vi er et velrenommeret firma verden over, er der altid plads til forbedringer, kommenterer Peter Schroll.

Input i tide

I reglen går der ikke mere end 3-4 uger fra kunderne i det udvalgte forretningsområde besvarer til resultaterne er elektronisk

formidlede. Lederne og salgschefer får efterfølgende adgang til deres teams fulde resultater.

Peter Schroll tilføjer, at mange potentielle problemer bliver taget i opløbet, når kunderne oplever at få en hurtig feedback på deres tilkendegivelser:

- Det er nødvendigt for opfølgningen på analysen, at de salgsansvarlige ikke skal vente for længe på resultaterne, og at de er lette at anvende. Kunderne har krav på at mærke vores engagement ved hurtigt

at give dem feedback på deres svar, siger han.

Den holdning smitter også positivt af på samarbejdet med RelationMonitor:

- Det er en fornøjelse at have en samarbejdspartner, som i den grad brænder for analyseprojektet og ikke vil nøjes med at bruge resultaterne til en forkromet ledelsesrapport, ganske få læser. Med sit seriøse arbejde og store engagement viser Danfoss præcis, hvor effektivt en kundetilfredshedsanalyse kan udnyttes, lyder det fra Jens Skoustrup-Jacobsen, administrerende direktør i RelationMonitor.

Din eksterne analyseafdeling

RelationMonitor er et anderledes analysefirma. Takket være den måde vi tænker på, og den måde vi arbejder på. Konceptet er ideelt til virksomheder, der ønsker en dedikeret analyseafdeling, men som af strategiske eller ressourcemæssige årsager vil outsource funktionen.

Vi er skabt til virksomheder, som vil give sig selv en markant konkurrencefordel gennem øget indsigt og viden om nøgleinteressenter.

Vores speciale er at levere solide og stærke beslutningsgrundlag til virksomhedsledelsen. Vi måler og analyserer relationer - de interne og eksterne nøgleinteressenters holdninger, motiver og forventninger.

Vores arbejde giver ledelsen overblik til at identificere, prioritere og målrette indsatserne til tiden. Kort sagt assisterer vi ledere til sikker navigation i et foranderligt marked.

Kontakt os og oplev et anderledes analysefirma.

RelationMonitor
Symbion Science Park
Fruebjergvej 3
2100 København Ø

(+45) 70 25 88 52
www.relationmonitor.com
info@relationmonitor.com