

Välkommen till Kundutvecklingsdagen
22 Maj, 2007



Vi är ett oberoende nätverk av företag
som erbjuder tjänster och kunskap
för att bygga lönsamma affärsrelationer.

DirektMedia

experian®

PAR®

pool®

Strålfors



Vi vill sprida kunskap och inspirera företag
att arbeta med kundfokuserade strategier.



Vi kallar det kundutveckling.
Eller marknadsföring som ger mätbara resultat.

DirektMedia

experian®

PAR®

pool®

Strålfors



Experian

Specialister inom analytisk kompetens, analyssystem och analysdata.

DirektMedia

Din partner inom direktmarkandsföring till privatpersoner.

PAR

Störst på information och informationstjänster för svenskt näringsliv.

Pool

Sveriges "bästa byrå" inom direktmarknadsföring. (Bästa byrå i Resumés undersökning)

Strålfors

Realiserar kommunikationslösningar för DM i alla kanaler



Carl Fredrik Sammeli

- VD och grundare Prime-gruppen med företagen Prime, United Minds och Prime M2
- Styrelseordförande och delägare i egna-kanaler-företaget Minnesota samt DM-företaget Abakus
- 28:a respektive 82:a i rankingen "Landets 99 mediemäktigaste"
- Medförfattare till boken PR i nytt medielandskap, Liber, 2001
- Tidigare: Kreab, Rikta, MTG, Ja till Europa & Ja till Euron



Ingångsvärden idag:

1. Ni ska få värde/effekt ur ert deltagande
2. Interagera och ställ frågor – hellre en för mycket än en för lite
3. Informellt tilltal/inte så artigt...

En inledande fråga...

Hur ser VDs "nya" kravställning på
kommunikationsfunktionen egentligen ut?

Förändrade krav från kunden (kund i detta fall = vd/styrelse/ledningsgrupp)

	Igår	Nya krav
Lågförädlade tjänster	Konsult	In-house / outsourcing (inhemsk/utland)
Marknad	Många stora i kritisk transformation	Alla i transformation. Erbjudandehysteri, internationalisering, konkurrens, branschglidning, lågpriskonkurrens osv.
VD's krav 1	Synlighet	Effekt
VD's krav 2	2 – 5 år	Q1 – Q4
Marknad/kom. avd	Stödprocess	Huvudprocess
Kvalitet	Håll det som lovas!	Löfte = hygien. Vad? Hur? När? Säkerställ?
Konsultkrav	Ta order	Service <u>och</u> proaktivitet. Identifiera, prioritera och säkerställ.

Managementtrender/fokus

År (ca)	Fokus	Konsekvens	Funktion	Effekt avdelning/områden
05-	Kommunikation	"CM"	Info- och marknadsavdelningar	Radikal professionalisering
00-05	Kärnverksamhet	Outsourcing	Alla stödjande funktioner	Radikal professionalisering
95-00	Distribution	SCM	Åf, logistik	Radikal professionalisering
85-95	Kvalitetsprocesser	ISO	Produktion	Radikal professionalisering

Kravställning av VD för info-, marknads- och kommunikationsdirektör/avdelning

Investeringar

- För all den kostnadsökning (även löneökning) som funktionen skapar vill VD/LG ha en rimlig återbetalning om tex. 13%

Automatisk ökad avkastning för varje år

- Jag vill automatisk ha 3% i ökning av effekt alt minskade kostnader med befintlig effekt

Lika stringent rapportering som produktionschefen

- Mätning och rapportering av affärseffekter alt i sämsta fall indikatorer med brygga till verksamhets-/affärsmålen

[praim] pr



UnitedMinds

Dags för Communication Management
(CM)?

Vad har RM/DM-traditionen som andra inte har?

- Resultatbaserad (affärsresultat inte indikatorer)
- Individanpassad kommunikation/dialog
- Kundfokusering/kundvärde som krav
- Analys av kunden/kunskap om kunden
- Relation/kundservice som skapar kundvärde
- Försäljning och varumärke
- Riktad, interaktiv och mätbar möjligt i flera medier/kanaler genom digitalisering
- Systematiserad marknadsföring

Välkommen till Kundutvecklingsdagen
22 Maj, 2007



Kontakt

Carl Fredrik Sammeli

Telefon: 070 – 321 40 00

E-post: cfs@primepr.se

www.primepr.se

www.unitedminds.se

www.primem2.se

www.minnesota.se

www.abakus.se

