

SCA forbedrer mersalg og kundefastholdelse via loyalitetsstrategi, kundeanalyser og salgseffektivisering



Virksomheden

SCA Away from Home Tissue er en del af SCA-koncernen og én af Europas førende udbydere af aftøringspapir, papir til personlig hygiejne og industribrug. SCA ønsker at have endnu større fokus på kundeloyalitet og den service, som kunderne bliver tilbudt.

Udfordringen

I et commodity marked som det, SCA opererer i, får brandet og langvarige kunderelationer større betydning for den fremtidige indtjening. Derfor er der behov for værktøjer, som understøtter den udvikling.

At få organisationen til at tænke på relationsøkonomi og kundens livstidsværdi i stedet for transaktionsøkonomi.

At få implementeret nye KPI'er, som tager afsæt i markedet og er udefra og ind bestemte.

Løsningen

Design, test og udrulning af et paneuropæisk koncept til måling og forbedring af kundeloyaliteten, kundeorientering af organisationen og effektivisering af salget. Der er implementeret en række action tools i salgsorganisationen ved brug af et train the trainer approach.

Implementering af en række nye Key Performance Indikatorer, som tager afsæt i et udefra og ind approach, som sikrer, at der er fælles målevariable på tværs af landene.



Resultatet

Succesfuld implementering af et system, som hjælper de europæiske salgsselskaber med at udvikle fastholdelse og mersalg til enkelte kunde. SCA har udviklet deres kundedialog positivt, og svære områder som "prisjusteringer" er blevet nemmere at tale med kunden om.

SCA's kunder er glade for systemet, da de føler, at der bliver lyttet til deres behov, og at deres eventuelle problemer bliver løst. CSLM-systemet har på positiv vis bidraget til bedre kunderelationer dér, hvor det er blevet implementeret.

Det siger kunden

"CSLM-systemet (Customer Satisfaction and Loyalty Measurement) har befordret en markant større fokus på kunderne og deres specifikke behov i SCA-organisationen.

Systemet har givet SCA input til såvel strategiske som taktiske tiltag, som understøtter mersalget til eksisterende kunder og medvirker til en fastholdelse af de store profitable kunder. Specielt har værktøjet været med til at åbne for en mere positiv dialog med kunderne.

Den bedre kundedialog har gjort, at svære områder som "prisjusteringer" er blevet nemmere at kommunikere med kunden om."

Manager Market Research Per Hedström, SCA Tissue Europe/AFH