

Vi skaber værdi gennem fokus på viden, relationer, processer og performance management i krydsfeltet mellem mennesker, forretning og IT



Kort om os



## Hvem kan vi hjælpe?

Virksomheder der oplever at det er blevet vanskeligere at få opmærksomhed hos kunderne.

Virksomheder som oplever, at markedet bliver stadig mere komplekst og konkurrencen om kunderne er blevet hårdere.

Virksomheder der oplever et øget behov for at maksimere effekten af marketing indsatsen.

Virksomheder der ønsker at opnå større markedseffekt ved at optimere sammensætningen af forskellige kanaler og marketingmix

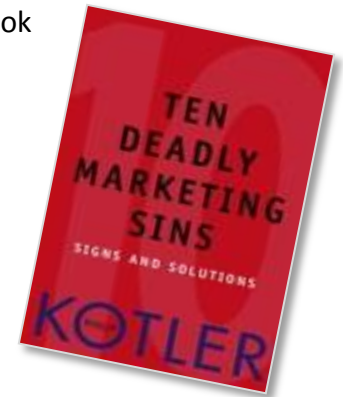
Virksomheder der ønsker at ændre marketing fra en omkostning til en investering.



## Hvor er dine udfordringer?

Philip Kotler har i bogen ” Ten Deadly Marketing Sins: Signs and Solutions”- beskrevet 10 udfordringer for marketing – passer nogle af disse i din virksomhed?

1. Virksomheden fokuserer ikke nok på markedet og kunderne
2. Virksomheden forstå ikke deres målgruppe (r)
3. Virksomheden undersøger og definerer ikke konkurrenterne grundigt nok
4. Virksomheder vedligeholder ikke forholdet til deres interessenter
5. Virksomheder får ikke nye spændende idéer
6. Virksomhedens marketingplaner er mangelfulde
7. Virksomheden produkt- og servicestrategi halter efter markedet
8. Virksomheden er ikke dygtige nok til kommunikation og branding
9. Virksomheden er ikke rustet til effektiv marketing og salg
10. Virksomheden udnytter ikke mulighederne inden for IT





## Hvad er efficiens?

**[efficiens]** - (af lat. *efficere* 'udvirke, udføre', af *ex-* og *facere* 'gøre'):

Efficiens er en tilstand, der opviser optimale økonomiske resultater af en produktiv indsats. Dvs. at der ikke kan opnås større produktion/effekt med den givne indsats, og at det faktisk producerede ikke kan laves med en mindre indsats.

Manglende efficiens er udtryk for, at der sker en form for spild i produktionen, enten kunne en større produktion/effekt opnås, eller input kunne spares.

På det overordnede plan er samfundets produktion efficient, hvis der ikke kan produceres mere eller spares input ved en anden fordeling af produktionen på de enkelte virksomheder i samfundet.

Den klassiske økonomiske velfærdsteori knytter samfundsmæssig efficiens til markedsmekanismen under fuldkommen konkurrence. Ved indskrænkninger i konkurrencen eller i andre situationer, hvor markedsmekanismen ikke fungerer perfekt, vil der ikke længere automatisk opnås efficiens i produktionen.

For samfundet som helhed og for den enkelte virksomhed er det af interesse at foretage måling af, om produktionen er efficient. Der eksisterer ikke en målemetode, et indeks, som alle kan være enige om at anvende.

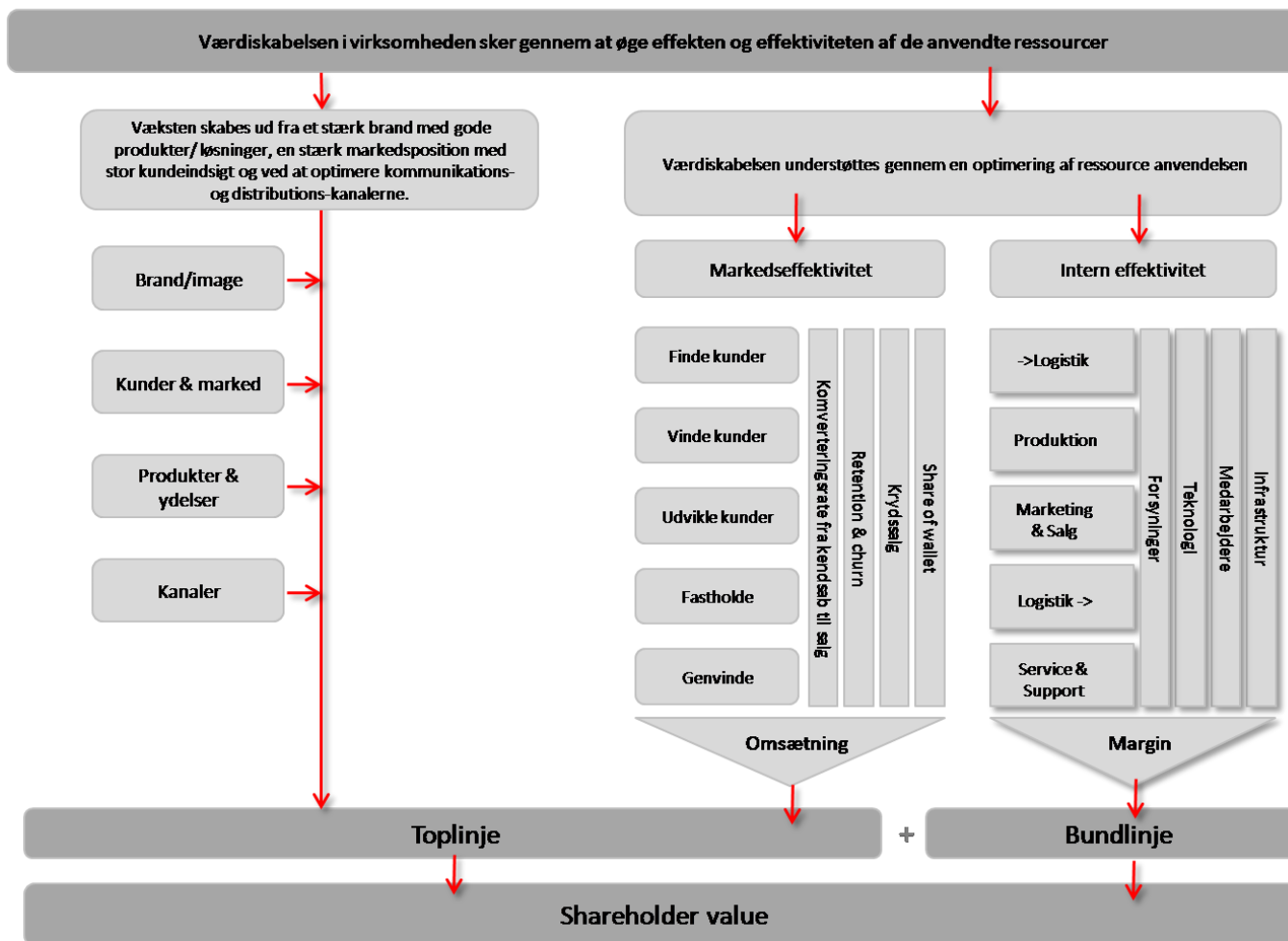
Hvordan måler du din virksomheds efficiens?

### **Efficient:**

**Når knappe ressourcer bruges på den mest effektive måde, og derved giver det størst mulige udbytte.**

**Efficiens er altså et objektivt mål.**

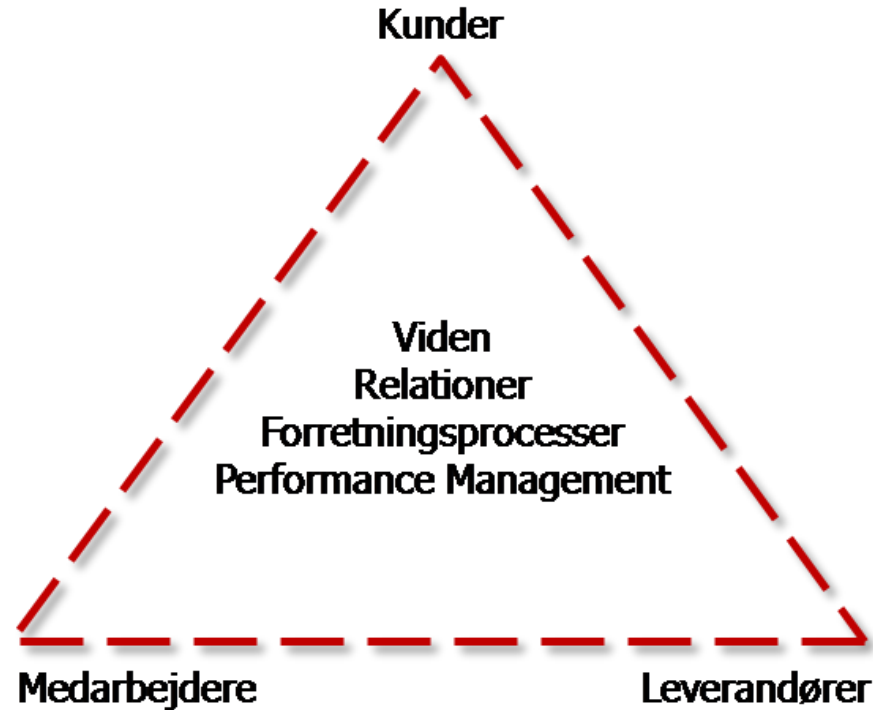
# Hvor er effiente er I?





## Hvordan kan vi hjælpe med at skabe værdi for dig ?

Vi skaber værdi for dig gennem fokus på viden, relationer, processer og performance management i krydsfeltet mellem mennesker, forretning og IT





## Hvad kan vi tilbyde

Vi rådgiver omkring viden, relationer, forretningsprocesser og Performance Management

### Viden

- Brugeranalyser
- Benchmarkanalyser
- Dataanalyser
- Kundeanalyser
- Loyalitetsanalyser
- Markedsanalyser
- Medarbejderanalyser
- Profitabilitetsanalyser
- Segmentanalyser
- Stakeholderanalyser
- Tilfredshedsanalyser

### Forretningsprocesser

- Automatisering af processer
- CRM
- Marketing
- Optimering af processer
- Salg
- Self service løsninger
- Videndeling

### Relationer

- CRM
- Key Account Management plan
- Loyalitet, kort og klubber
- Løsningssalg
- Marketing rådgivning
- Rådgivning vedr. leverandørvalg til CRM, marketing og portaler.
- Segmentering
- Strategi
- Videndeling

### Performance Management

- Marketing performance – Nøgletal og målinger
- Marketingregnskaber
- Kunde performance – Nøgletal og målinger
- Leverandør performance – Nøgletal og målinger
- ROI analyser af marketing salg og IT
- Salgs performance - Nøgletal og målinger



# Hvordan kan vi hjælpe med analyser?

## Når du har brug for viden til at gøre det rigtige rigtigt: Data analyser - Interessent analyse - Stakeholder analyser

**Data analyse**

### Kender du dine kunder? Know them – Hear them – Grow them

Viden om virksomhed, dens effektivitet, kultur, holdninger, processer, produkter og profitalitet er udgangspunktet for de beslutninger og den konkurrencefortræde, som virksomheden skal træffe. Eller måske mere end det.

Et grundlæggende element af virksomhedens succes er effektiviteten og produktiviteten for arbejdet med at producere og gennemføre leveringsopgaverne. Analyser af virksomhedens konkurrencefortræde og produktivitet er derfor vigtige.

Vi tager udgangspunkt i virksomhedens viden og data og ser, hvordan den kan bruges til at optimere og effektivisere virksomhedens forretningsmodel.

Hvordan grundlæggende forretningsdata kan bruges til at optimere virksomheden?

Revider din virksomheds kendskab til dine kunder?

Hvad betyder det for din forretning hvis du mister 5 % af dine bedste kunder?

Hvordan kan virksomhedens viden om sine kunder? Hvor meget koster det at vinde kunder?

Hvor mange nye kunder skal virksomheden have for at realisere jeres vækststrategi og mål?

Der er rigtig mange data og dataindsamlingsmetoder, som kan bruges til at optimere virksomheden.

Sammen sætter vi et mål for analysen. Analysen kan typisk pålægges, gennemføres og afsluttes indenfor 2-3 uger alt efter data og tilgængelighed af data.

Resultaterne af analysen kan bruges til at optimere virksomhedens forretningsmodel og til at træffe beslutninger om, hvordan virksomheden skal udvikle sig.

Vi kommer til at tale om, hvordan vi kan hjælpe dig med at optimere virksomheden i relation til forretnings, kunder og ledelse.

**efficiens.nu**

For yderligere information: Ring + 45 2286 3443 eller mail info@efficiens.nu

**Interessent analyse**

### Know me – Hear me – Grow me Analyser til kunder, medarbejdere, medlemmer og interessenter

Et af de mest vigtige elementer af virksomhedens succes er kendskabet til virksomhedens interessenter, deres holdninger, behov, forventninger, præferencer og andre faktorer. Kendskabet til virksomhedens interessenter er derfor et vigtigt element i virksomhedens succes. Kendskabet til virksomhedens interessenter er derfor et vigtigt element i virksomhedens succes.

Der er rigtig mange data og dataindsamlingsmetoder, som kan bruges til at optimere virksomheden.

Sammen sætter vi et mål for analysen. Analysen kan typisk pålægges, gennemføres og afsluttes indenfor 2-3 uger alt efter data og tilgængelighed af data.

Resultaterne af analysen kan bruges til at optimere virksomhedens forretningsmodel og til at træffe beslutninger om, hvordan virksomheden skal udvikle sig.

Vi kommer til at tale om, hvordan vi kan hjælpe dig med at optimere virksomheden i relation til forretnings, kunder og ledelse.

**efficiens.nu**

For yderligere information: Ring + 45 2286 3443 eller mail info@efficiens.nu

**Stakeholder analyse**

### Know me – Hear me – Grow me Stakeholder analyser ved forandringsprojekter

Som leder eller en af grundlæggende og vigtige personer i virksomheden er det vigtigt at have et godt kendskab til virksomhedens interessenter, deres holdninger, behov, forventninger, præferencer og andre faktorer. Kendskabet til virksomhedens interessenter er derfor et vigtigt element i virksomhedens succes.

Der er rigtig mange data og dataindsamlingsmetoder, som kan bruges til at optimere virksomheden.

Sammen sætter vi et mål for analysen. Analysen kan typisk pålægges, gennemføres og afsluttes indenfor 2-3 uger alt efter data og tilgængelighed af data.

Resultaterne af analysen kan bruges til at optimere virksomhedens forretningsmodel og til at træffe beslutninger om, hvordan virksomheden skal udvikle sig.

Vi kommer til at tale om, hvordan vi kan hjælpe dig med at optimere virksomheden i relation til forretnings, kunder og ledelse.

**efficiens.nu**

For yderligere information: Ring + 45 2286 3443 eller mail info@efficiens.nu

Læs mere om vore konkrete analyser på [www.efficiens.nu](http://www.efficiens.nu)



# Hvordan kan vi hjælpe med CRM?

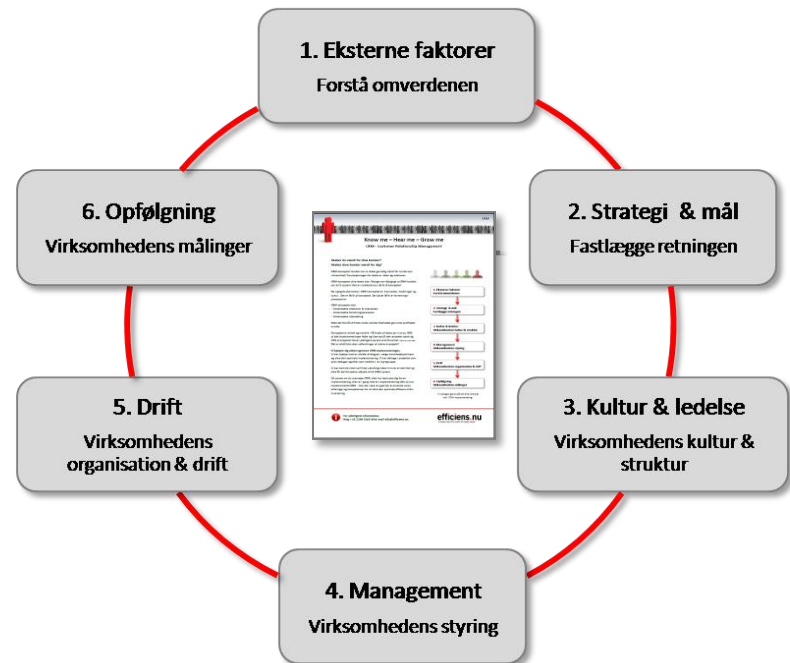
Vores CRM konceptmodel giver et godt udgangspunkt

Efter at have skrevet 4 bøger om CRM og deltaget i en lang række projekter gennem de sidste 10 år, bliver det mere og mere tydeligt at der næppe er det store behov for at have en metode og proces til at vælge det rigtige system - Valget af system er mindre væsentligt hvis ikke mennesker, kultur og processer er på plads - Det er nemlig ikke kun et IT projekt!

Det handler allermest om mennesker og kultur(50 %) og processer (30%).

Der er således behov for at implementere løsningen rigtig og sikre en forankring af virksomhedens strategi i løsningen og dermed opnå den optimale virkningsgrad af investeringen.

Vi bringer jer sikker igennem jeres CRM implementering..





# Hvordan kan vi hjælpe med Key Account Management planer?

Har du styr på dine kunder? Kender kunden alle dine produkter og services? Er der udviklingspotentialer og x-salgs muligheder?

Er kunderne profitable? Hvor mange kunder er på vej væk? Det er nogle af de spørgsmål der er centrale at have et svar på.

At få succes i salgsarbejdet med kunderne kræver nemlig viden, relationer, struktur og vedholdenhed.

Vi hjælper dig med at arbejde struktureret og målrettet med at fastholde og udvikle eksisterende kunder, samt give inspiration til at skaffe de rigtige nye kunder.





## Hvordan kan vi hjælpe med marketing efficiens?

Vi hjælper med at tale det finansielle sprog der giver taletid hos topledelsen.

Vi hjælper med at dokumentere virkningsgrader og kommuniker resultater i et finansielt sprog til topledelsen.

Vi hjælper med at få styr på processerne gennem optimering og automatisering.

Vi hjælper med at tænke strategisk i relation til Jeres aktiviteter.

Vi kan hjælpe med at opstille et marketingregnskab!

Vi opsætter en proces og måling for "Learning by doing"!





## Hvordan kan vi hjælpe med loyalitet?

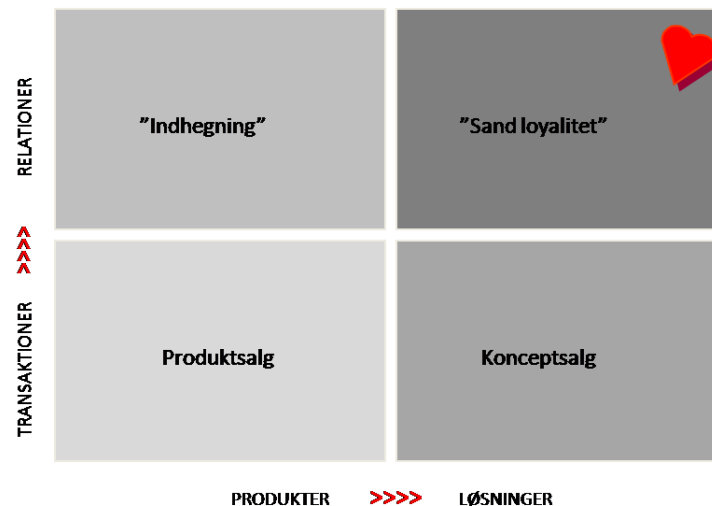
Gensidig loyalitet opbygger man ikke fra den ene dag til den anden !

Loyalitet kan både være sand og falsk! Den falske loyalitet indeholder ofte en mangel på alternativer frem for tilfredshed med produkt og relation!

Den sande loyalitet, er der hvor der er flere muligheder for kunden, men hvor kunden igen og igen vælger den samme leverandør baseret på den optimale værdiskabelse, tilfredshed og relation.

En fælde kan være at sætte tilfredshed lig med loyalitet.

Der findes grundlæggende 4 forskellige modeller for at arbejde med loyalitet – Vi hjælper dig med at finde, udvikle og implementere det koncept der passer til din forretning – med eller uden en kortløsning.





## Hvordan kan vi hjælpe med segmentering?

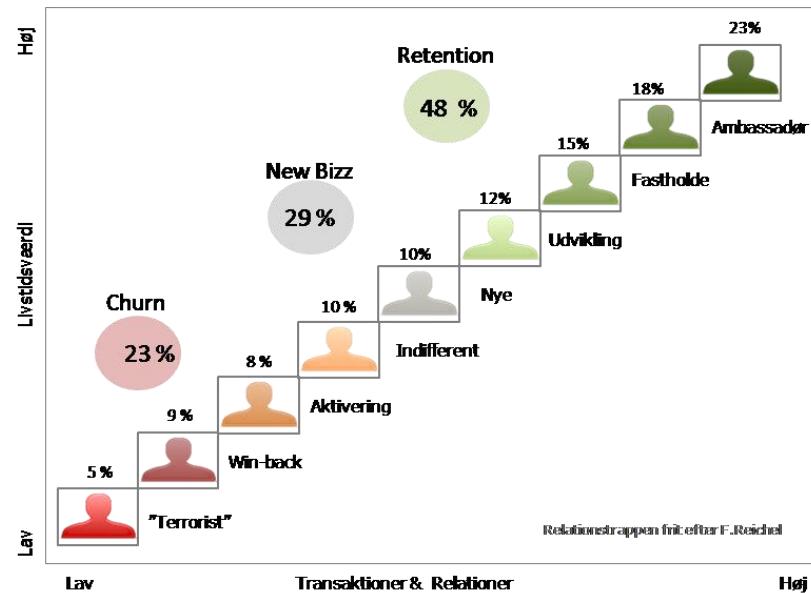
Kunder er ikke ens!

Segmentering giver mulighed for målrettet & relevant kommunikation af tilbud/services og løsninger der netop skaber værdi for dette segment.

Hvordan anvender du dine ressourcer mod dine segmenter?

Er de nye kunder mere sexede end dem du har ?

Vi hjælper Jer med en efficiens segmentering af Kunderne.





## Hvad er vores erfaringer?

Vore erfaringer kommer fra nedenstående virksomheder, dels som ansat (med fed skrift) og som konsulent/rådgiver.

### **Ahead**

Alka

Aller

Avis

Autolog

Berlingske Tidende

Beredskabsstyrelsen

Bo Grønt

Børsen

Broste

### **CBS**

CDM

Coloplast

Coop

Dansk Ejendomsmæglerforening

Dansk Industri

Digitaliseringsprisen

Expert

Gyldendals Bogklub

FDM

GSK

**Heimburger Reklamebureau**

**Hewlet Packard (HP)**

home

IBM

Intel

IT Branchen

ISO Supermarked

Jyske Bank

KMD

**Kommunikationshuset SP3**

Kuben

LSC

Lego

**Masters**

Matas

Nykredit

Medialog

Mobilix

Orkla Koncernen

Pfizer

**PricewaterhouseCoopers**

Q8

SAP

Shell

Stark

**Statoil**

Silja Linie

**Striboldt**

Synoptik

Tivoli

2Tal

Urban

**Webtop**



## Hvordan kan vi arbejde sammen ?



### **Fastpris**

Opgaven defineres og der opstilles mål og tidsplan. Herefter kan aftales fastpris på leverance.



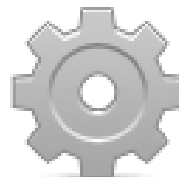
### **Klippekort**

Der købes et klippekort med 50-100-200 timer. Der ydes 5-10-20 % rabat på timepriser.



### **Sparring & rådgivning**

Pris aftales individuelt efter opgave.



### **Interim**

Pris aftales individuelt efter opgave og omfang



### **Timebetaling**

Efter medgået tid.  
Time priser fra 250-1800 kr. efter opgaves indhold og omfang

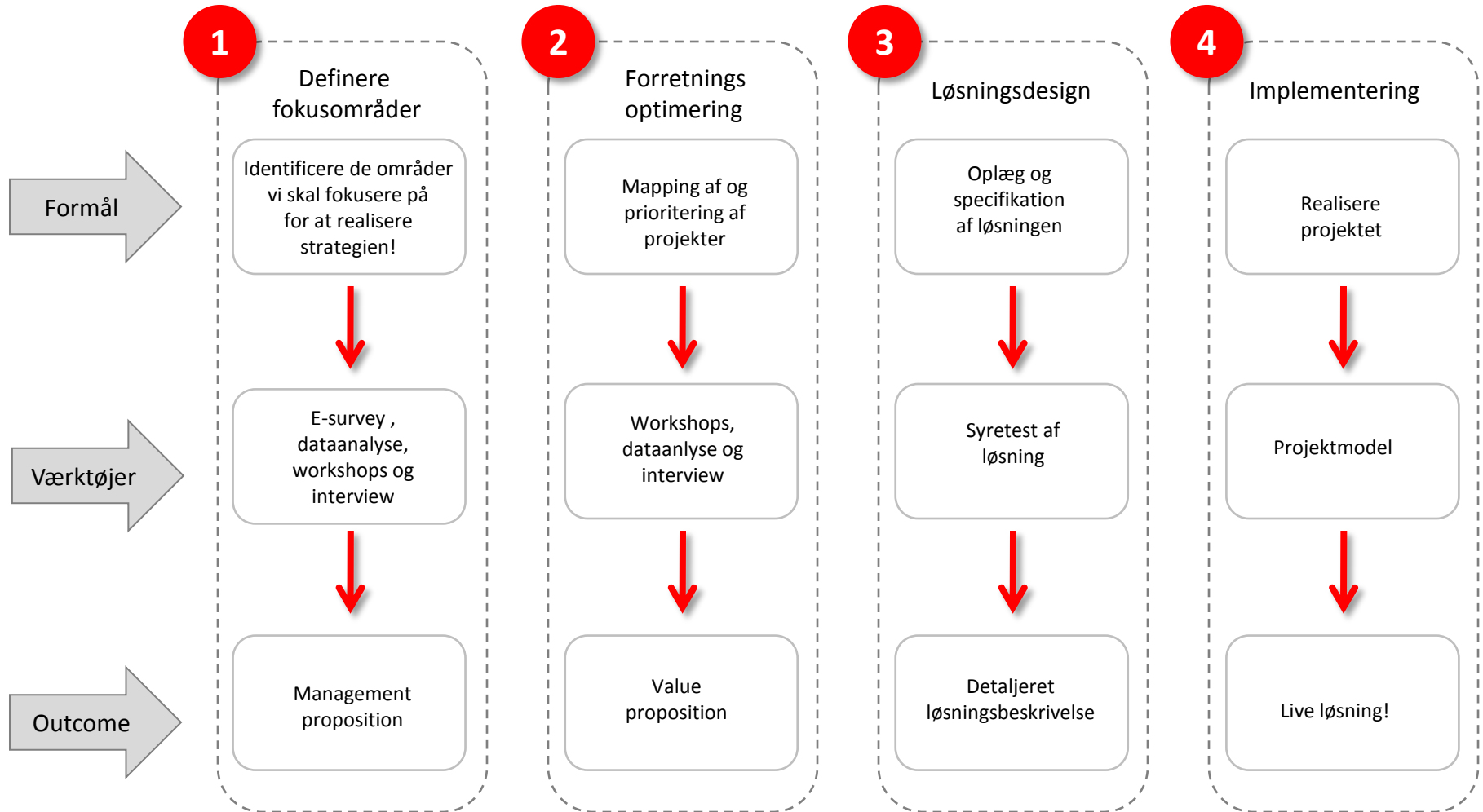


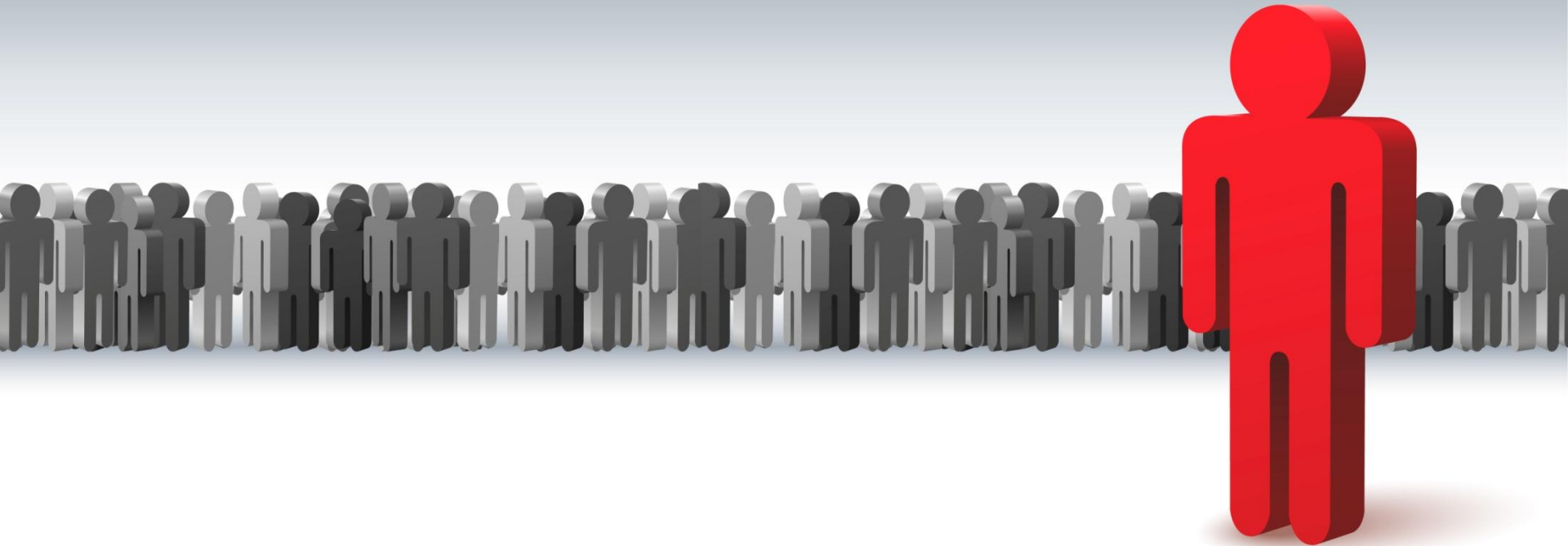
### **Foredrag:**

Pris aftales individuelt efter opgave.  
Priser fra 5.000,- kr.



## Hvordan kunne et forløb se ud?





Hvordan kan vi skabe værdi for dig og din virksomhed?

Kontakt os for en uforpligtigende drøftelse af mulighederne:

[pja@efficiens.nu](mailto:pja@efficiens.nu)  
M: + 45 2296 5445