

# UTVECKLA DIN VERKSAMHET MED FRÅGEFORMULÄR

Vi vet hur viktigt det är att ha ta pulsen på kunderna. I andra verksamheter dricker ledningen med jämna mellanrum kaffe med kunderna och håller löpande möten med medarbetarna för att hålla sig uppdaterade. Vi har en annan inställning till saker och ting – och vi dricker för övrigt inte kaffe – endast Cola Zero.

## Kodning av eget system

I detta kapitel kan du läsa om hur vi själva har kodat vårt system med frågeformulär. Du kan läsa vad vi frågar kunderna om och med vilken frekvens. Du kan läsa hur vi säkerställer att alla får ett personligt, inte automatiserat, svar.

## Veckovis uppsamling

Slutligen kan du läsa hur vi säkerställer att vi drar lärdom av svaren via den uppsamling av frågeformulär som varje vecka skickas till ledningen.



*Feedback is our Greatest  
Source of Learning.*

*Steven D. Levitt, Freakonomics*

## GULDTIPS

# TIPS #104

## SKAPA ETT EGET FRÅGEFORMULÄR

Utveckla ditt eget system för frågeformulär, så att du kan anpassa formuläret att täcka just dina behov.

Här visas frågeformuläret med de två tillägsfrågorna som endast nya kunder ser. Notera det stora kommentarsfältet.

Vi är absolut inte de enda som har fått idén att skicka frågeformulär till kunderna. Men det är knappast många verksamheter som lagt så mycket energi som vi på att utveckla ett eget system för frågeformulär.

### Få ut maximalt av svaren

Att skicka ett frågeformulär till kunderna kan ordnas på några få minuter via en av de otaliga gratislösningarna som finns på nätet, t.ex. [surveymonkey.com](http://surveymonkey.com).

Vi upptäckte dock snabbt själva att vi hade så många specifika önskemål på systemet att vi borde utveckla ett alldeles eget. Och det är ett beslut som vi aldrig har ångrat.

### Koda ditt eget system

När vi ber kunderna att offra lite tid på oss, är det minsta vi kan göra att koda vårt eget system så att vi får ut maximalt av svaren. Det är inte särskilt spännande att bara insamla en massa data. Hos oss är frågeformulären ett dialogverktyg som löpande ska bidra till att utveckla vårt företag.

### Förbättrad kundservice

Genom att hantera svaren professionellt och personligt hoppas vi att frågeformulären ska bidra till att förbättra vår kundservice med effekten att kunderna motiveras att rekommendera oss till sina nätverk.

### Kan kickstarta en dialog

Slutligen ger frågeformulären tillgång till att återuppta dialogen med de "Jumma kunderna". De kunder som inte vill skicka in ett formellt klagomål och därför behåller missnöjet för sig själva, upphör i värsta fall att handla hos oss. Frågeformulären är bra för att kickstarta dialogen då kunderna uppmanas att framföra sina kritiska synpunkter.

Notera att frågeformuläret från HiFi-klubben är uppbyggt som vårt med få frågor och ett fritextfält.



kommentera

# TIPS #105

## FRÅGA INTE FÖR MYCKET

Ställ endast en fråga i frågeformuläret som är en blandning av måttlig hjärntvätt och en avledningsmanöver för det verkliga syftet.

Vid en tidpunkt innehöll formulären också frågor om hur nöjd kunden var med våra priser, leveranstid och emballage. Vi frågade också om *varför* kunden hade valt oss (pris, kvalitet, bekvämlighet eller leveranstid). Men när vi hade samlat in ett par tusen svar, hade vi de data vi behövde. Vi återvände snabbt tillbaka till en av frågorna som lyder:

*Om du skulle rekommendera ett tryckeri till andra i ditt nätverk, hur sannolikt är det att du skulle rekommendera LaserTryck.se? (Betyg 1 till 10).*

### Vi sår ett frö

Lägg märke till vår fråga om det är sannolikt att kunden kommer att rekommendera LaserTryck.se till nätverket. Därmed



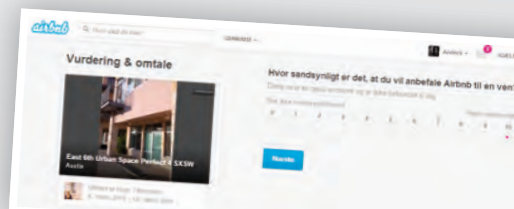
placerar vi (förhoppningsvis) en cookie i huvudet på folk, som påminner dem om att vi gärna vill att de rekommenderar oss till sina bekanta och affärskontakter. Rekommendationer är som nämnts vår största källa till nya kunder (se tips #100). Därför gör vi allt vi kan för att uppmuntra våra kunder att berätta om oss i sina nätverk.

### Genomsnittspoängen inte viktig

Det speciella med vårt frågeformulär är att svaret på frågan inte är särskilt intressant för oss. Ett genomsnittsbetyg på 8,6 eller 8,8 – på en skala där 10 är högst – säger inte speciellt mycket om vad vi gör rätt eller fel. Vi kan avkoda några tendenser, men vi vet inte vad vi specifikt ska göra bättre.

**“Om du ska rekommendera ett tryckeri till andra i nätverket, hur troligt är det att du skulle rekommendera Lasertryck.se?”**

Den enda frågan vi ber kunderna besvara, är inte slumpmässigt formulerad.



Airbnb ställer också endast en fråga i sina formulär.

### Guldet är dolt i kommentarsfältet

Den viktigaste funktionen i frågeformuläret finns under frågan. Här ligger ett kommentarsfält där kunderna kan skriva vad de vill. Och det är i det fältet som guldet ligger nergrävt. Det är nämligen här vi kan läsa kundernas omedelbara kommentarer om vårt företag, service och produkter.



Momondo ställer också endast en fråga i sina formulär.

# TIPS #106

## ALLA KOMMENTARER SKA BESVARAS

Se till att *alla* som skriver en kommentar i kommentarsfältet, får personligt svar.

Våra frågeformulär kan besvaras på två sätt. Antingen har kunden bara gett oss ett betyg, eller också har kunden gett oss ett betyg och skrivit i kommentarsfältet.

### Differentierade svar

Kunder som bara ger oss ett betyg får ett copy/paste-svar, då vi inte har nog information för att personligen anpassa svaret. MEN eftersom vi vet vilket betyg kunden har gett oss, föreslår systemet olika svar beroende på hur nöjd kunden är. Har kunden däremot skrivit en kommentar, oavsett längd och ämne, ger vi ett personligt svar. Och eftersom vi vissa dagar får över 25 kommentarer, är det en process som tar tid.

Vi har ordnat det så att en kollega utanför det normala kundserviceteamet som har gott om tid för uppgiften hanterar alla svar.



kommentera

Heil!

Jag kan se att du precis har avslutat vår enkät och du har gett oss lite medioker karaktär. Vi är naturligtvis ledsna.

Vad kunde vi ha gjort bättre?

Jag hoppas att du inte helt har förlorat tålamodet med oss.

Ha en trevlig dag

Med vänlig hälsan / Med vänliga hälsningar

Nicky Pedersen

LaserTryck.se / ScandinavianBook.se AB  
Mäster Samuelsgatan 60 - 111 21 Stockholm.

Tlf.: +46 (0)8-55118954

Priser är exkl. moms, frakt och adm. avgift kr. 65,-

Heil!

Jag kan se att du precis har avslutat vår enkät och du har gett oss karaktären 10 WOW, kan vi verkligen inte klaga på. Mycket tacksam.

Har du idéer om vad vi kan göra bättre, tveka inte att skriva till mig.

Jag vill veta om jag kan också locka dig att anmäla LaserTryck.se på Trustpilot. Detta görs med ett par klick här:  
<http://www.trustpilot.dk/review/lasertryck.se>

Ditt ordernummer är: 1175399

Tack så mycket för hjälpen, och ha en trevlig dag.

Med vänlig hälsan / Med vänliga hälsningar

Nicky Pedersen

LaserTryck.se / ScandinavianBook.se AB  
Mäster Samuelsgatan 60 - 111 21 Stockholm.

Alla som skriver i kommentarsfältet får svar.

### Använd responsen aktivt

Utöver att svara kunderna personligt är det viktigt att "behandla" kunskapen (guldets), som kunderna skriver i kommentarsfälten. Klagar en kund över emballaget, ska vår paketchef hållas informerad. Klagar en kund över svårigheter med att hitta ett pris på hemsidan, ska vi inleda en dialog med kunden om vad som kan göras bättre – och vårt IT-folk ska hållas informerat. Och skickar kunden bara en vänlig hälsning kommer vi ihåg att skicka den vidare till kundservice-teamet.

### Svara ordentligt och ärligt

Det är viktigt att ha en medarbetare med goda kompetenser för att hantera svaren. Vi går gärna långt för att göra kunden glad igen, eftersom vi känner till

värdet av en ny kund (se tips #82). Om en kund t.ex. klagar över en försening, kan vi upplysa att det statistiskt sett endast inträffar var nittonde år. Är det frågan om ett missförstånd i kommunikation, kan vi tilldela kunden en annan kundrådgivare.

### Den tekniska finessen

En teknisk finess i frågeformulären är att vår kundservice-medarbetare får svaren ett och ett via mail. Det räcker att trycka "svara/reply" för att skriva tillbaka till kunden – likaså kommer ett "Hej XXX" automatiskt upp. Det är en funktion du snabbt blir glad över när det händer flera hundra gånger i veckan.

# TIPS #107

## GE BONUSFRÅGOR TILL NYA KUNDER

Ingen regel utan undantag – du bör ställa en extra fråga till nya kunder.

# ”Hur kom du i kontakt med LaserTryck.se?”

När ett frågeformulär ska skickas undersöker vi om kunden har handlat hos oss tidigare. Är det en ny kund, sätter vi in en extra fråga i frågeformuläret:

**”Hur hörde du talas om LaserTryck.se?”**

Övärderligt marknadsföringsvärde  
Med frågan spårar vi hur de ca 200 nyttillkomna kunderna varje vecka har hört talas om oss. Vi ger valmöjligheterna:

- Vänner och bekanta
- Via sökning på nätet
- Fått katalog
- Sett annons
- Den snygga tygpåsen
- Vet inte
- Annat?

### **Absolut flest via rekommendationer**

Det är intressant att 68 % av de nya kunderna 2013 hade hört talas om oss via rekommendationer från vänner och bekanta (trots vår marketingbudget på +10 miljoner kr./år).

Lite snabb huvudräkning ger vid handen att glada kunder som talar väl om oss har ett marknadsföringsvärde på över 20 miljoner kr. om året!

### **En överraskande andraplats**

Vi kan för övrigt upplysa att då vi tidigare frågade ”Varför valde du att använda LaserTryck.se”, så fann vi att 62 % av våra nya kunder valde oss pga. priset. Det är kanske inte så överraskande. Nej, det som överraskade oss var att bekväm-

lighet (för att det är lätt) hamnade på andraplatsen. De nya kunderna prioriterar alltså bekvämlighet före kvalitet och leveranstid. Kunskapen utlöste ännu större fokus på användbarhet på vår hemsida. Vi kom ganska snabbt igång med en komplett ombyggnad av hemsidan.



# TIPS #108

## FRÅGA BARA IBLAND OCH ANVÄND LEDNING- EN SOM AVSÄNDARE

Undvik att besvara kunderna med ett frågeformulär varje gång de beställer hos dig. Det känns framfusigt och sänker svarsfrekvensen.

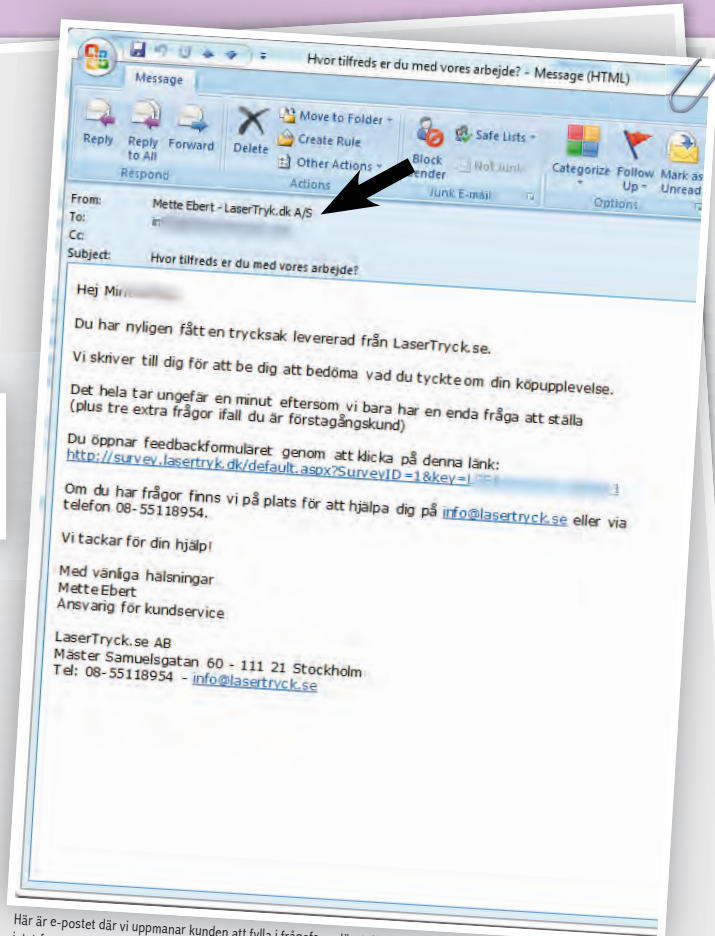
Hos oss tar det minst sex månader innan en kund får ett nytt frågeformulär. Rent tekniskt sker det på följande sätt: Tre dagar efter att en kund har färdiggjort ett köp, kollar systemet om kunden fått ett frågeformulär under de senaste sex månaderna. Om ja, skickas inget frågeformulär.

### Skicka i .txt-format

När vi själva har kodat frågeformuläret kan vi ordna att vår kundservicechef står som avsändare – och vi skickar i .txt-format, då svarsfrekvensen ökar om formuläret uppfattas som personligt.



kommentera



Här är e-postet där vi uppmanar kunden att fylla i frågeformuläret. Notera att Mette Ebert är avsändare och att vi skriver i .txt-format.

## GULDTIPS

# TIPS #109

## FÅ LEDNINGEN ATT LÄSA ALLA SVAR

Se till att ledningen läser svaren, då de är en källa till mycket nyttiga kunskaper. Det upp-nås genom att samla veckans svar i ett mail.

Vi har duktiga mellanchefer som dagligen hanterar dialogen med kunderna. Och det är inte onormalt att det kan gå flera dagar när vi i ledningen inte har någon kund i telefonen. Det är ett upplägg vi själva har designat, för vi anser att det är så vi arbetar mest effektivt.

### Veckovis status

MEN MEN MEN, det betyder absolut inte att vi i ledningen inte vill ha direkt dialog med kunderna. För även här ligger en verklig guldgruva dold. Vi har därför kodat frågeformulärsystemet så att det varje fredag skickas en samlat e-post till oss i ledningen. Här ingår den gångna veckans kommentarer samt hur nöjda kunderna är med oss, betygsatt för

senaste veckan, senaste månaden och "all time".

### Ger överblick och nya idéer

När vi får det samlade mailet med kommentarer på fredagen, har kunderna redan fått svar på sina kommentarer. Vi i ledningen tar oss ändå tid att läsa igenom alla. Kommentarer är nästan alltid kortfattade och lätta att använda. De ger en fantastisk överblick över vad som rör sig ute bland kunderna. Det har ännu aldrig inträffat att en veckas kommentarsskörd inte har gett oss ett par goda idéer eller kommentarer som vi vill följa upp.

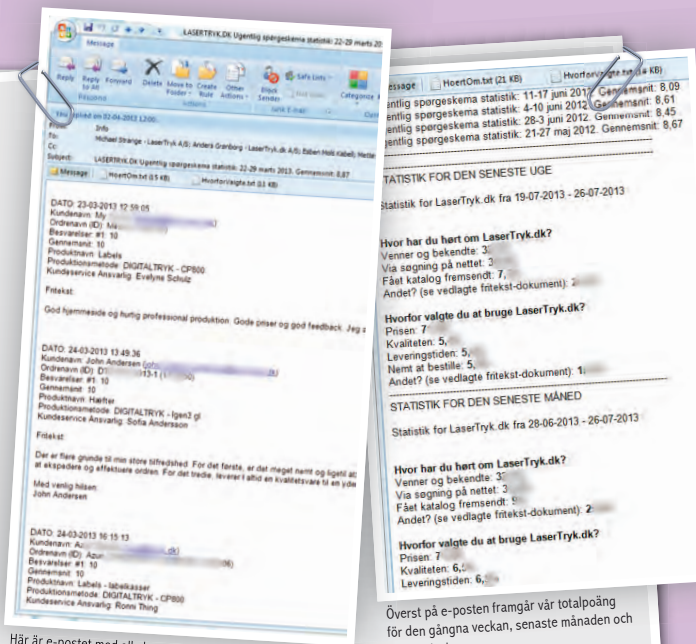
### Ansträngningen lönar sig

Det kan verka som ett långtråkigt och manuellt arbete att gå igenom de många svaren. Ändå är det här som vi verkligen utvecklar vår verksamhet. Och det sker också ofta att vi skriver direkt till kunderna, även om de redan har fått svar. Det gör vi för att kolla att ett visst ärende har lösts på ett tillfredsställande sätt. Vi kan hälsa och meddela att det ger bonuspoäng när direktören följer upp i ett ärende. Vi betivlar inte alls att våra timlöner snabbt är i hamn genom vårt arbete med frågeformulären



kommentera

Här är e-postet med alla kommentarer samlade i ett veckovis e-post.



Överst på e-posten framgår vår totalpoäng för den gångna veckan, senaste månaden och sedan start.