



Forum för talare

Mars 2002

Joachim Due-Boje

Forum för talare.

Under denna rubrik gläntar några av Sveriges mest anlitade talare på dörren till sina ämnesområden. Att lyssna på dem är tankeväckande. Ibland provocerande. Alltid engagerande

Talarforum förmedlar talare inom en mängd ämnesområden till företag och organisationer.

Vi vill i den här formen regelbundet förse er med tankeväckande artiklar skrivna av några av dessa talare.

Kanske inspirerar det till att kontakta oss för att få veta mer? - Gör gärna det på www.talarforum.se. Mer information om det här nyhetsbrevet finns på www.talarforum.se/nyhetsbrev. Där kan ni även säga till om ni inte vill ha fler nummer.

info@talarforum.se
www.talarforum.se

Hundra mil för att serva bilen?

Jag är fostrad på en bensinstation. Bernd, som var föreståndaren, lärde mig redan som tonåring att ta hand om kunderna. "Jocke, nu tankar Johansson, spring ut och kolla oljan." Detta var ibland enda sättet att få sälja olja. Bernd visste att Johansson skulle berätta för sin granne om den goda servicen på Essomacken. På sjuttioalet kunde man bara konkurrera med kundservice, ingen blev upphetsad av brytarspetsar och fläktremmar.

Service blev kundvård

Macken hade en liten Saabverkstad där jag började arbeta efter bilmekanikerutbildningen. Bernd tröttnade 1984 och min kollega Kalle och jag tog över. Vi döpte företaget till Promotor och fortsatte med vår goda kundservice. Vi visste inget annat. Inte heller att det så småningom skulle kallas kundvård. År 1989 skickade vi vårt första julkort till 350 förvånade kunder. I dag sänder vi personliga hälsningar tre gånger per år till de 2500 kunder som varit hos och talat om vad de heter och var de bor.

Samma budskap?

En journalist jämförde två olika budskap om oss. Det ena löd: "De har ett starkt och innehållsrikt varumärke, med intern förankring och en stabil, relationsbaserad



Joachim Due-Boje

Bilmekaniker, egenföretagare och handgriplig expert på hur man vårdar kunder. Föreläsare med erfarenhet, humor och mycket självironi.

För mer info om Joachim Due-Boje - [klicka här](#).

Joachim Due-Boje

kundkommunikation". Det andra: "Vi är jätterädda om våra kunder, och ibland skickar vi julkort till dem."

Är det någon skillnad i budskapet?

Personliga affärsrelationer

Fördelen med att kunderna uppsöker oss är att vi ganska snart blir personliga. Våra kunder talar inte alltid om allt de heter, men de berättar vad de vill bli kallade. Det gör att vårt kundregister är stabilt och inte alls så stormigt som de flesta av de kundregister jag själv skakas om i. Är man ofrivilligt utrustad med fyra förnamn vet man vad man talar om. Nils Caspar Sergej Joachim Due-Boje, tänk den stackare som ska skicka mig ett erbjudande. Vem skall han tala med?

Oftast står det: Due-Boje, Nils Caspar Sergej Joachi. M:et i Joachim får oftast inte plats. Inuti brevet med erbjudandet står det: "Bäste Kund". Vi skriver vad kunden vill bli kallad, med efternamnet sist. Och vi skriver med stolthet "Kära Promotorvän".

För många kunder?

Det är många som tävlar om att ha den bästa och personligaste kundrelationen. Vi har bara 2500 kunder, då är det lätt att vara kaxig. Eller? Nästan varje gång när jag är ute och föreläser för olika företag och organisationer brukar jag fråga hur många kunder de har. Nere på den nivå som har direkt kundkontakt visar det sig att de flesta har ungefär lika många som vi. Sköter man om sitt kundregister blir det bara roligt. Och då kan man väl få vara lite kaxig.

En god personlig relation får mig att åka 22 mil för en golflektion. Den personliga relationen får ca 600 av våra långväga kunder att köra ända till Åkersberga. Den mest avlägsna just nu bor i Oslo.

Bankman eller bilman

Jag blev kund i en av Åkersbergas banker 1970 och är det fortfarande. De har bytt namn fyra gånger och bytt telefonnummer två eller tre gånger. Jag har tappat räkningen på hur många "personliga" bankmän vi har blivit erbjudna. Av någon outgrundlig anledning har banken olika personliga bankmän för familjens privatekonomi och för mitt företag.

När jag ringer och vill tala med min "personliga" bankman, hamnar jag efter att tryckt in mitt personnummer och på

Joachim Due-Boje

uppmaning ytterligare ett antal knappar, till slut hos en mänsklig receptionist. Denna stackars människa sitter någonstans i Sverige och ber om ursäkt för att min personliga BM är upptagen.

Denna bank har lika många kunder som vi. Hos oss spelar det ingen roll om du har firmabil eller privatbil, du får samma personliga BM (bilman) när du ringer till oss. Ibland undrar jag varför det verkar vara enklare att ringa Fort Knox i USA, än banken i lilla Åkersberga.

Förändringar

Förstår man inte förändringsprocessen är man snart illa ute, i en del branscher kommer det att ta några år till, men inte mer. Att bli hemmablind är förståeligt. Men det är fullständigt förödande att inte ta till sig omgivningens reflektioner och kommentarer.



Vem har inte irriterats av en del hantverkare som klampar in i ditt hem utan att ta av sig skorna, aldrig städar efter sig eller håller sig till avtalade tider. Skulle vi serva en bil på samma sätt som en del hantverkare betar sig, skulle vi vara KO-anmälda, bojkottade och utblottade för länge sedan. Svårare för en hantverkare att måna om sina kunder...jasså?

Eftersom våra kunder stannar hos oss i många år så blir det naturligt att även ta hand om barnens bilar, när de får körkort. Tyvärr inte för alla, många skiljer sig och bildar nya familjer. Har man en Saabverkstad kan man plötsligt förlora en kär gammal kund! Varför? Jo, när alla barn som de nya familjerna ofta medför, samlas samma vecka i samma bostad, fungerar inte transporterna. Det behövs fler sittplatser i bilen.

Väldigt många bilfabrikanter har förstått att en vanlig familj numera kan ha upp till åtta barn. Därför bygger de bilar med fler sittplatser. Det gör däremot inte alla f.d. svenska

Joachim Due-Boje

biltillverkare. "Jamen köp en Cheva Transporter då!" "Varför då? Jag vill ju ha en Saab!"
Hemmablindhet?

Personal

Vi är åtta personer som arbetar på Promotor. Fyra mekaniker, en reservdelsman och två kundmottagare. Alla är män. Vi har en kvinna på kontoret som jobbar deltid. Tillsammans med vår mentor har vi tagit fram en personalbok. Den innehåller enkla riktlinjer om hur vi ska arbeta och vad vår målsättning är. Varje medarbetare har ett eller flera ansvarsområden, t ex. hemmainstruktör, inköp av verktygsutrustning, platschef, ansvarig för lånebilar och dataansvarig.

Själv har jag har kommit till insikt om att jag inte får ta för stor plats. Fast det har tagit tid. Dessutom vet jag att jag måste jag sluta att kuva mina kollegor och undvika att vara för dominant. Men det svåraste är nog att inse att man inte är oundgänglig.

Som ägare med bensinstationsuppfostran måste jag erkänna att det inte alltid är så lätt och det har jag sett, att även utan en sådan uppfostran är det heller inte så lätt.

Skaffa kunder som skryter

Jag läste om en undersökning som ett av de större konsultföretagen nyligen hade gjort. De undrade vilken typ av reklam som oftast resulterade i ett avslut.



Reklam i brevlådan	1 %
Tv-reklam	14 %
Muntlig rekommendation	62 %

Vi frågar alltid våra nya kunder hur de har hittat till Promotor i lilla Åkersberga. Nittio procent svarar att de har blivit rekommenderade. Det billigaste sättet att sköta sin marknadsföring är att låta kunderna göra det. Det enda du behöver göra är att se till att dina kunder börjar skryta om dig.

Några kundvårdstips

• **Engagera dig i kunden.** Det är en individ du talar med. Inte bara en kund i mängden. Att fixa en bil eller diskmaskin som

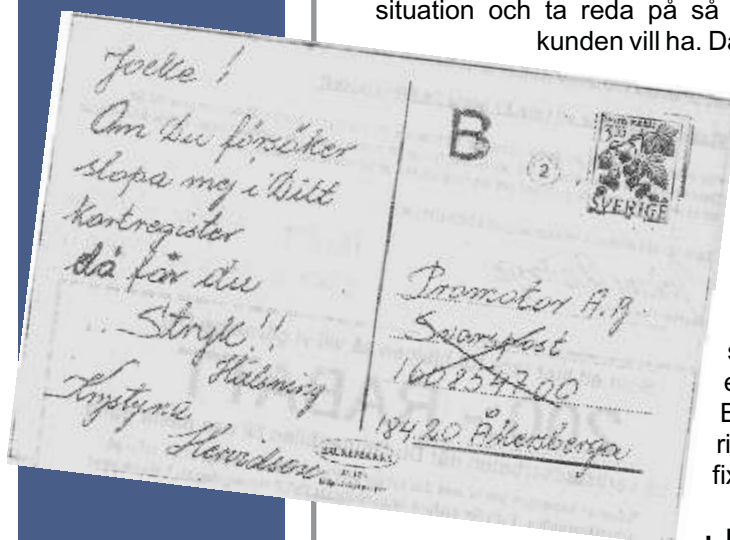
Forum för talare

Joachim Due-Boje

krånglar är ett rutinärendande för dig, men inte för kunden.

- **Lär dig läsa spelet.** Lär dig lyssna på vad kunden egentligen säger. "Vi ska inte åka så långt" och "Det är något som låter om motorn" betyder egentligen: "Håller bilen fram och tillbaka till Örebro?"

- **Ställ motfrågor som engagerar.** Sätt dig in i kundens situation och ta reda på så mycket som möjligt om vad kunden vill ha. Då ökar chansen att du erbjuder precis rätt service eller produkt. Ställ många och detaljerade frågor. Lyssna noga till svaren.



- **Ligg ett steg före.** "Jag står på Birger Jarlsgatan och ska på ett möte om tjugo minuter, bilen bara stannade." Ligg ett steg före och fråga: "Finns det en tobaksaffär i närheten? Bra, släng in bilnyckeln där så ringer jag dig i eftermiddag. Vi fixar en bärgare, enkelt."

- **Förlöjliga inte kunden.** Det som är självklart för dig och dina jobbkompisar kan vara obegriplig jargong för kunden. Vi begär aldrig att en kund ska stå i kundmottagningen och härma olika löjliga billjud. Alla kunder är individer som är bra på något annat. Något som du troligen är en sopa på.

- **Lär dig kundens namn.** Det är det enklaste sättet att skapa god kontakt. Kunden blir garanterat smickrad och känner sig välkommen.

- **Påminn kunden om din existens.** Skicka ett vykort eller brev ibland. Påminn kunden om den service eller produkt ni erbjuder. Det kan göra att kunden återvänder till just dig när nästa uppdrag är aktuellt.

- **Skaffa ett kundregister.** Det behöver inte vara så krångligt som du kanske tror. Jag brukar fråga om adressen helt enkelt...så att julkortet kommer rätt. Hittills har ingen sagt att de inte vill ha något julkort.

Joachim Due-Boje

- **Be om ursäkt.** Om något går snett, se det som en möjlighet att fördjupa kundrelationen. Om du då agerar professionellt stärks kontakten. När lugnet sedan har lagt sig, högst två eller tre dagar senare, ring eller skriv och kolla om allting är bra. Då kommer kunden att berätta för sin omgivning hur fint ni agerade.

- **Träna dig på kroppsspråk.** Jag har genom åren lärt mig mycket genom att studera olika kroppsspråk. Tänk på att ställa in ditt eget kroppsspråk på rätt nivå.

- **Lyssna på dig själv.** Hur låter det när du talar till kunden? Lyssna och tänk efter om du själv skulle vilja höra det du svarar kunden. Använd två "stötdämpare" och använd aldrig ordet men. "Javisst, jag håller med dig om att det är mycket pengar och att din bil börjar bli gammal. Fördelen med nya däck är att..."

- **Le när du talar i telefon.** Jag kan lova dig att det hörs. Om du t ex har en väntekund samtidigt som du är upptagen i telefon. Le, så kommer väntekunden att ladda sitt eget kroppsspråk med ett leende.

Talarforum i Skandinavien AB
Norr Mälarstrand 6
112 20 Stockholm

Tel: 08-545 535 00
Fax: 08-545 535 01

E-post: info@talarforum.se
URL: www.talarforum.se



T A L A R F O R U M

T A L A R F O R U M

Talarforum arbetar med över 2000 talare, föreläsare, utbildare och underhållare. Vi arbetar med talare inom alla ämnesområden.

Kanske söker du en general, professor, politiker, idrottsstjärna, artist, underhållare eller ex-president?

Kanske söker Du någon annan?

Hör gärna av Dig om du helt förutsättningslöst vill få förslag på talare.

Vi arbetar med

- Konferenser
- Kundaktiviteter
- Utbildningar
- Chefsseminarier
- Försäljningsmöten
- Produktlanseringar
- Mässor
- Företagsfester
- Jubileer
- Debatter

Vi hjälper dig med

- Föreläsare
- Debattörer
- Debattledare
- Utbildare
- Moderatorer
- Idrottsstjärnor
- Underhållare
- Experter
- Internationella talare
- Celebriteter

info@talarforum.se
www.talarforum.se

Talarforum i Skandinavien AB • Telefon: 08 - 545 535 00
E-post: info@talarforum.se • Hemsida: www.talarforum.se