



Forum för talare

Mars 2003

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.

Christian Grönroos

Är marknadsföring ett enda stort missförstånd?

Enligt en amerikansk undersökning har produktionskostnaderna sedan 1940-talet i genomsnitt sjunkit från 50% till 30% av ett företags totala kostnader. På samma sätt har kostnaderna för ledning och administration sjunkit från 30% till 20%. Men under samma tid har kostnaderna för marknadsföring mer än fördubblats. Utvecklingen är helt säkert liknande i Norden och man kan ju undra om det här är vettigt.



Christian Grönroos

Professor vid Svenska Handelshögskolan i Helsingfors och föregångare inom den moderna marknadsföringen med dess serviceperspektiv på alla kundrelationer

För mer info om Christian Grönroos - klicka här.

Sista utposten

Marknadsföring kan sägas vara den sista icke rationaliserade delen av ett företags verksamhet. Överallt annars, i produktion, logistik och administration har företagens verklighet förändrats så mycket, att en person som var med för femtio år sedan inte skulle känna igen sig längre. För en marknadsförare från ett halvt sekel tillbaka har visserligen verktyg som IT och Internet tillkommit, men i övrigt skulle det inte vara svårt för honom eller henne att finna sig tillrätta i dagens situation.

Fel definition

Varför har det gått så här? Den främsta orsaken är nog den förenklade synen på 'marketing mix' och hur man effektivt skall sköta kundrelationer med dess 4 P-modell som uppkom i USA för cirka femtio år sedan. Enligt denna syn är marknadsföring en *funktion* och ett väldefinierat *beslutsområde* i stället för en process. Det är typiskt att marknadsföring sedan dess definieras som *en funktion som går ut på att fatta beslut om vissa konkurrensmedel* (produkt, pris, distribution/plats och påverkan i 4 P-modellens överförenklade värld).

Christian Grönroos

En kostnad

Härigenom reducerades marknadsföringen till en kostnad, medan övriga företagsfunktioner i allt större utsträckning har varit och allt mer blivit investeringsinriktade. Man investerar i produktionsteknologi och -processer, kontors-, fabriks- och lagerutrymmen, logistiska lösningar och produktutveckling. Nu talar man till och med om att investera i personal och i affärspartners. Men marknadsföring har inte hängt med utan förblivit en kostnad.

Förändrad bild

Under hela denna tid har kunder i verkligheten förblivit nödvändiga och oersättliga resurser för företaget. Och ser man på vad som ingår i skötsel av kundrelationer idag, märker man att de beslutsområden och kostnadsposter som definieras som tillhörande marknadsföringsfunktionen gradvis minskar i betydelse. De utgör en allt mindre avgörande del av det som får kunder att köpa av och förbli lojala till en varuleverantör eller ett tjänsteföretag.

Fler funktioner

En kundrelation, det man traditionellt kallar för marknadsföring, består i dag av mycket mer än tidigare. Här finns nu gemensam F&U och produktutveckling, logistik, underhåll och reparationer, faktureringsystem och hantering av fel (service recovery, reklamationshantering), elektroniska och mobila kundkontakter, bemötande och omsorg i alla interaktioner med kunder och så vidare.

Så mycket mer

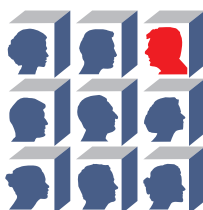
Vad företaget idag och med nödvändighet i morgon måste göra är att skaffa sig rätta kunder och hålla dem kvar genom att kontinuerligt *vårda hela kundrelationen*. Marknadsföringsbegreppet har i verkligheten förändrats. I dag innehåller det *både* traditionella marknadsföringsaktiviteter som reklam och prissättning *och dessutom* alla de andra företagsprocesser som också inverkar på om kunden upplever sig få ett tillräckligt värde och blir en nöjd och lojal kund.

Ingen isolerad funktion

Eftersom marknadsföringseffekter uppkommer överallt i företagets verksamhet, får marknadsföringen därför inte längre förbli en kostnadsskapande funktion i företaget. I stället för att uppfattas som en funktion måste marknadsföring ses som något mycket större, som en hel dimension av ett företags olika processer.

Investering, inte kostnad

Man måste få ett *kundvärdeskapande perspektiv på företagets totala verksamhet*. I stället för att se marknadsföring som en kostnad, måste man definiera marknadsföring som en *investering i kunder och kundrelationer*. Som marknadsföring traditionellt uppfattas, är det ett enda stort missförstånd som lurar skötseln av ett företags kundrelationer in på fel spår.



T A L A R F O R U M

Aktuella Seminarier

Seminarium med Ulf Nilsson

"Konsten att vara trovärdig"

6 maj 2003 • kl 19-21 • Malmö
7 maj 2003 • kl 13-16 • Stockholm

Talarforum förmedlar Skandinavians mest uppskattade talare.

Att lyssna på dem är tankeväckande, ibland provocerande och alltid engagerande!

För mer info o anmälan gå in på www.talarforum.se, under öppna seminarier, eller ring 08-545 535 04.
Anmäl 5, betala för 4!

Seminarium med Pär Ström

"Uppkopplade hundralappar?"

7 maj 2003 • kl 13-16 • Göteborg

Seminarium med Bengt Wiström

"Brinn för det du gör!"

13 mars 2003 • kl 13-16 • Göteborg
9 april 2003 • kl 13-16 • Stockholm

Seminarium med Nisse Simonson

"Kan man tänka sig frisk?"

25 mars 2003 • kl 13-16 • Göteborg

Seminarium med Jörgen Oom

"Våga vara bäst"

18 mars 2003 • kl 13-16 • Stockholm
9 april 2003 • kl 13-16 • Malmö

Seminarium med Per Naroskin

"Konsten att tala högt med sig själv!"

22 maj 2003 • kl 13-16 • Stockholm

Årets talare nov 2002

Boka talare till ert nästa evenemang!

Det talade ordet rör och berör.

Talarforum arbetar med över 3 000 talare.

Hör av dig till oss när du funderar på din nästa konferens, kundaktivitet, utbildning eller annat tillfälle.

Kontakta oss för idéer och förslag
- Helt förutsättningslöst!

Klicka på annonserna för mer information
eller gå till www.talarforum.se -> "Öppna seminarier"