Danva Blødgøringsseminar
07-12-2021

Målrettet kommunikation

- Når målgruppen er "alle"

Lehmann | Pagh
Rådgivning · Interim

Om Lehmann|Pagh

HVEM ER Lehmann|Pagh?

- Etableret 2020
- Fokus på forsyning, affald og energi
- For eksempel:
- Kommunikations- og kundeanalyser
- Kommunikationsstrategi
- Affaldsplaner, udrulning af nye løsninger

Om Lehmann|Pagh

HVEM ER Lehmann|Pagh?

- +18 års erfaring som leder i stabs- og driftsfunktioner i privat og offentlig virksomhed
- +12 års erfaring fra energi og forsyning
- Fokus på ledelse, kommuni-kation og kundeservice
- Erfaring med kvalitetsledelse og GDPR
- MMD – Master i Management Development fra CBS og HD i Afsætning samt Regnskab

MISSION - VISION

- At flytte holdninger og adfærd hos kunder og deres kunder
- At jeres medarbejdere lykkes med mere, end de tror muligt

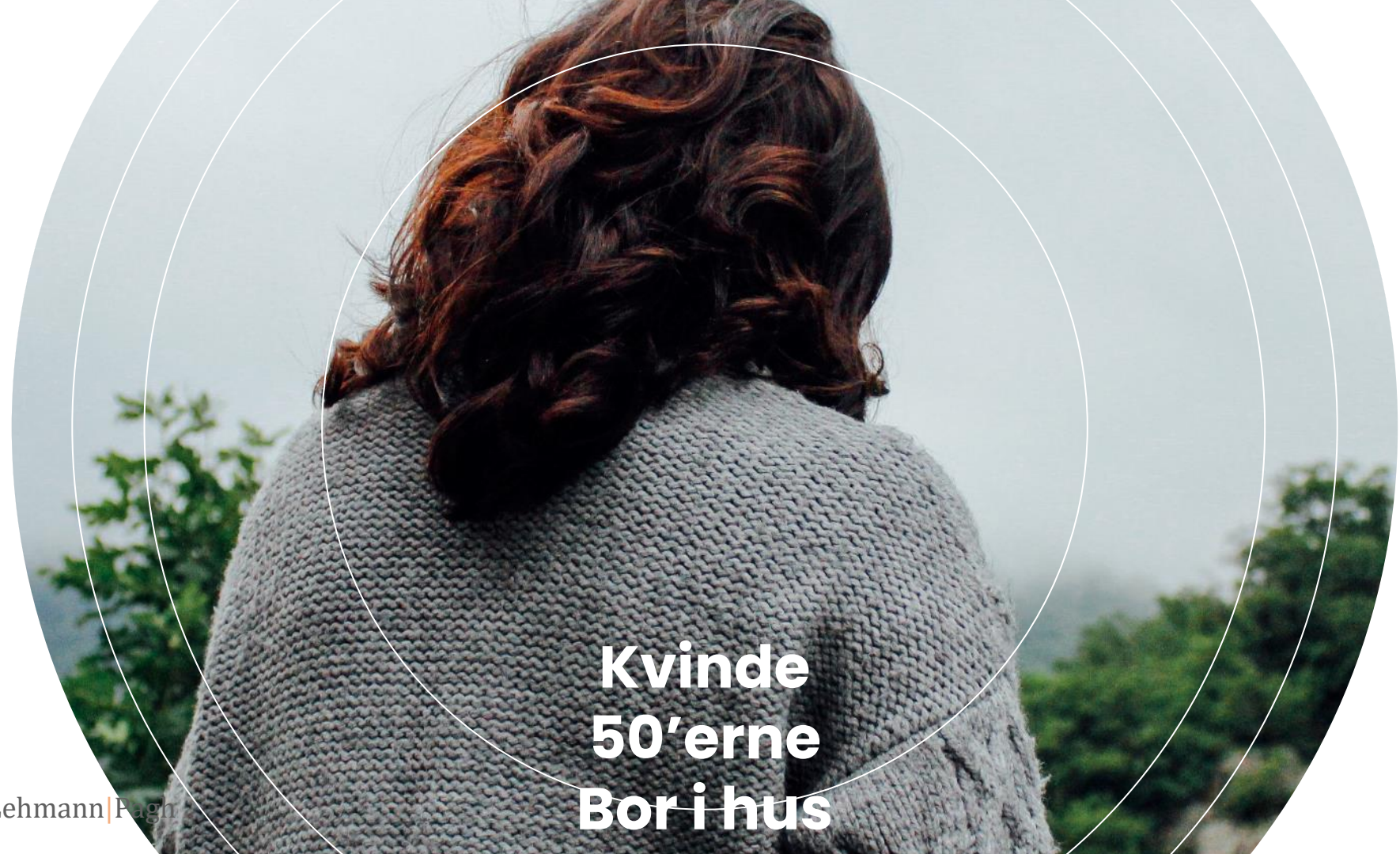
VÆRDIER

- **Sympati:** Der skal være sympati med samarbejdspartnere og kunder
- **Fødder og næse i samme retning:** Vi skal være enige om mål og midler. Vi siger, hvad vi gør, og gør, hvad vi siger

1 spørgsmål:

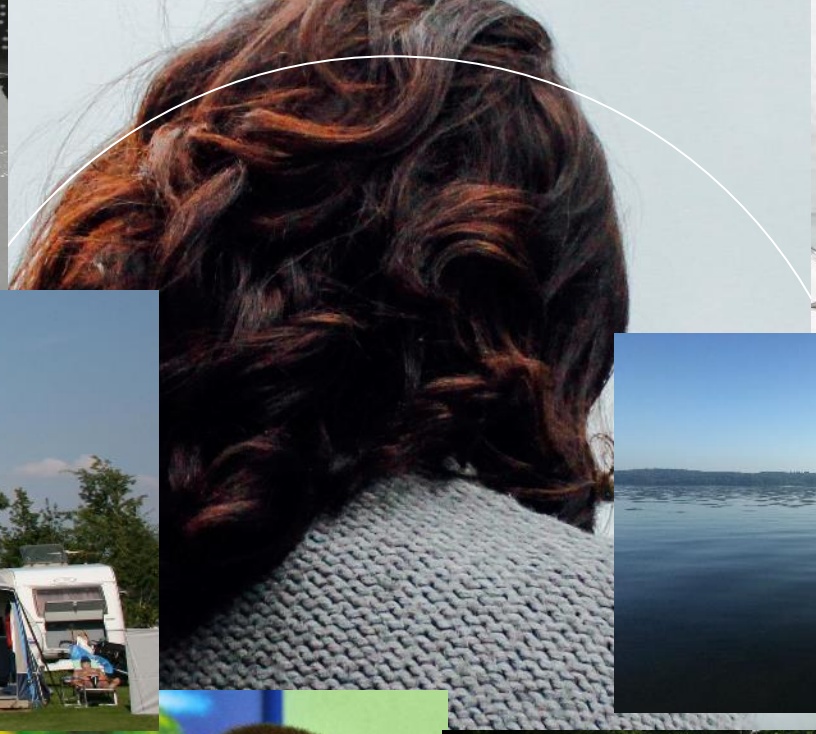
Hvorfor efterspørger jeres kunder blødgøring af vandet?

(eller gør de det?)

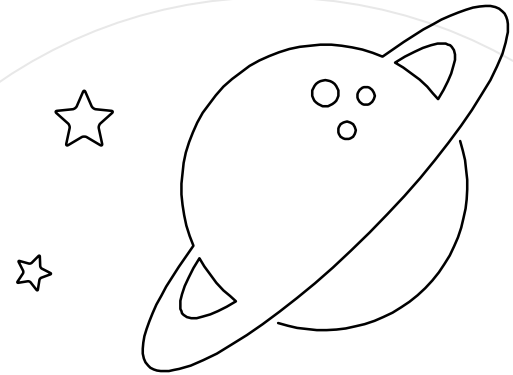


Kvinde 50'erne Bor i hus

Lehmann|Pagh



Lehmann|Pagh



Mennesker er forskellige

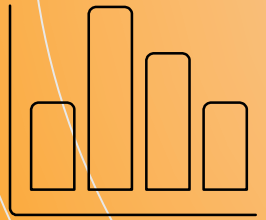
Derfor skal kommunikationen også være forskellig*

**: For at behandle kunder ens, må vi behandle dem forskelligt*

Lehmann|Pagh

Målrettet kommunikation

Baseret på viden – uden synsninger



Lehmann | Pagh

Kundekompasset

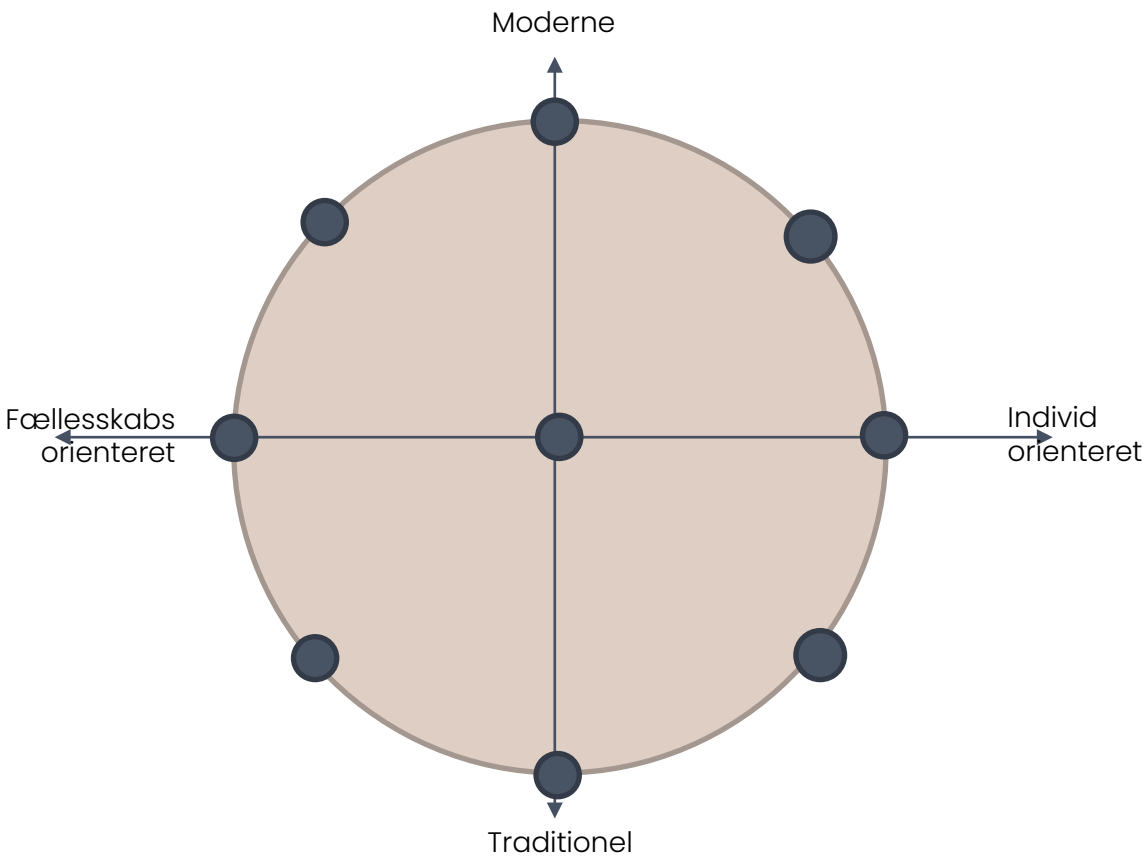
På basis af GallupKompas

- Et segmenteringsværktøj, der måler meget mere end demografi (alder, bopæl, beskæftigelse etc.)
- GallupKompas måler også på forbrugernes holdninger og faktiske handlinger.
- Det giver en nuanceret indsigt i deres værdier og livsstil.
- Leveres af Danmarks største analyse- og rådgivningsvirksomhed, KantarGallup
- Løbende interviews med repræsentativt udsnit af befolkningen

Kundekompasset

Kompasrosen

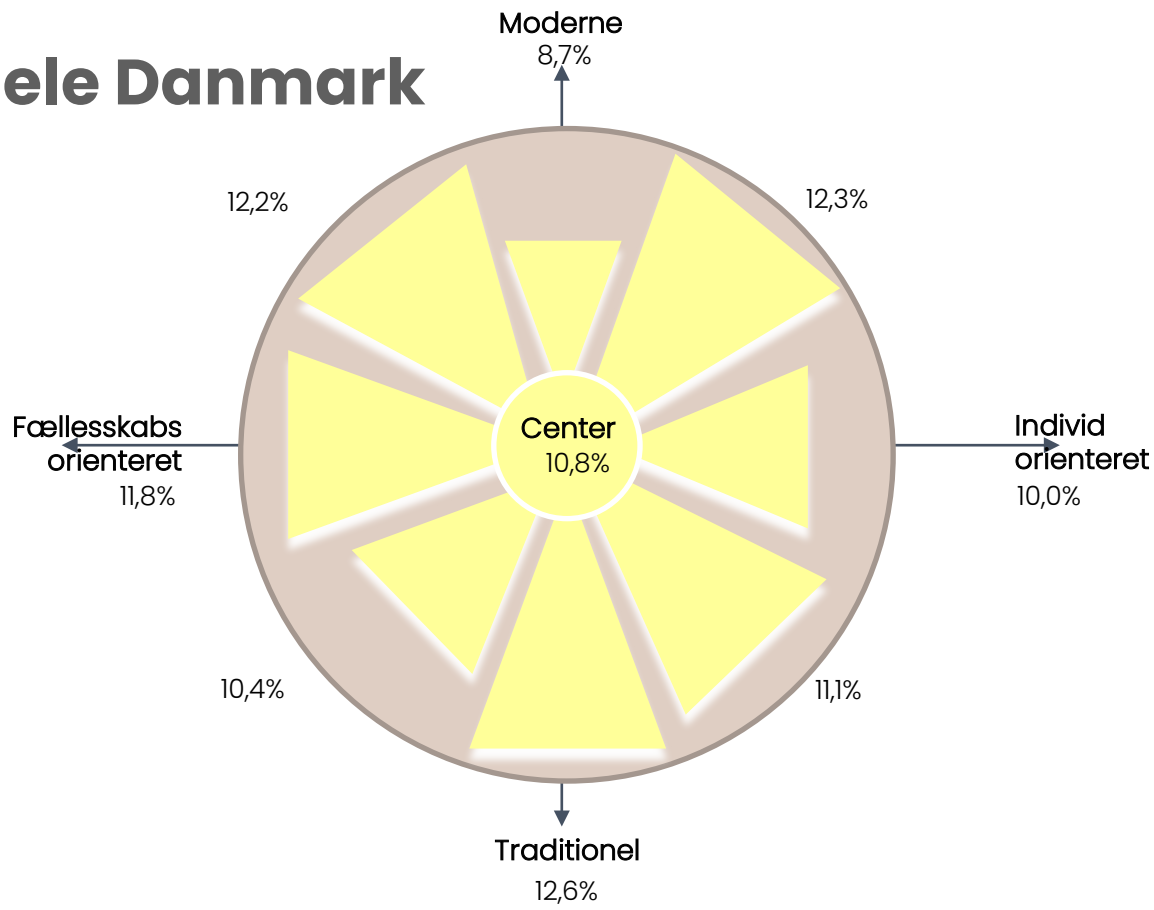
- Danskerne kan kategoriseres ud fra to hoveddimensioner :
- Fra Moderne til Traditionel
- Fra Individ til Fællesskab
- Resultatet af disse scorer placerer respondenten i et af modellens i alt ni segmenter



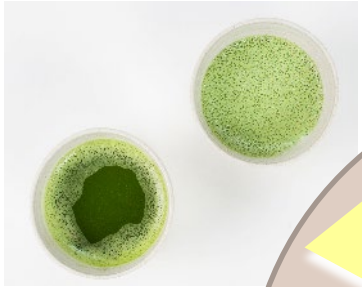
Kundekompasset

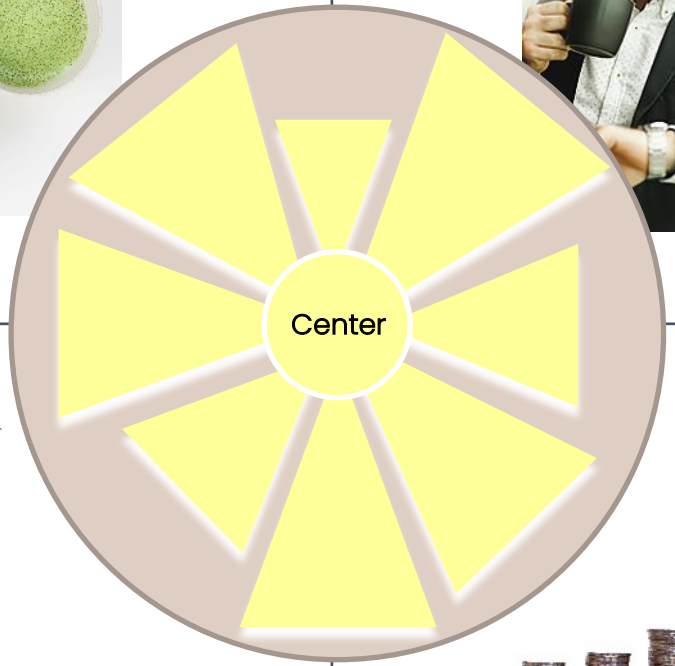
Kompasrosen for hele Danmark

- For hele Danmark er segmenterne *næsten* ligeligt fordelt.
- Moderne: yngre, job, teknologi
- Traditionel: ældre, hjemmet, teknik-fremmede
- Individ: Egen matrikel, mig og mine
- Fællesskab: Samfundet, miljøet, os alle



Kundekompasset





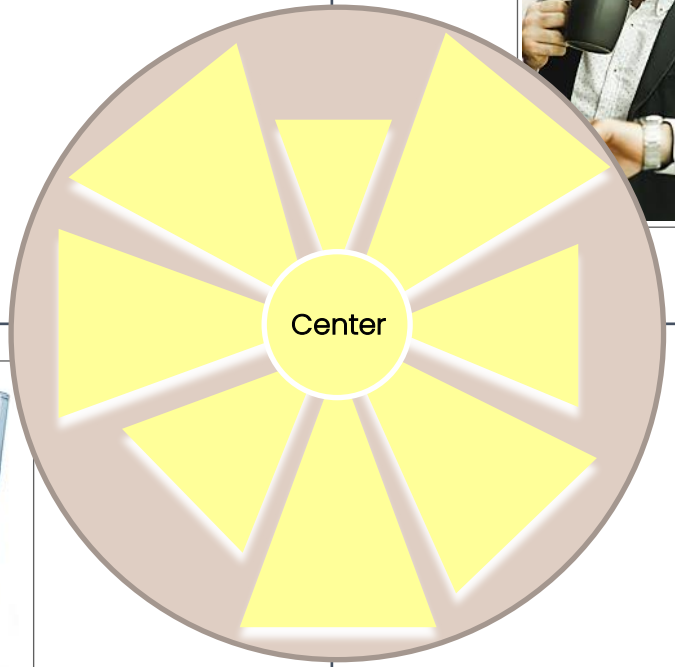
Kundekompasset

SPAR

de krasse rengøringsmidler og

TID

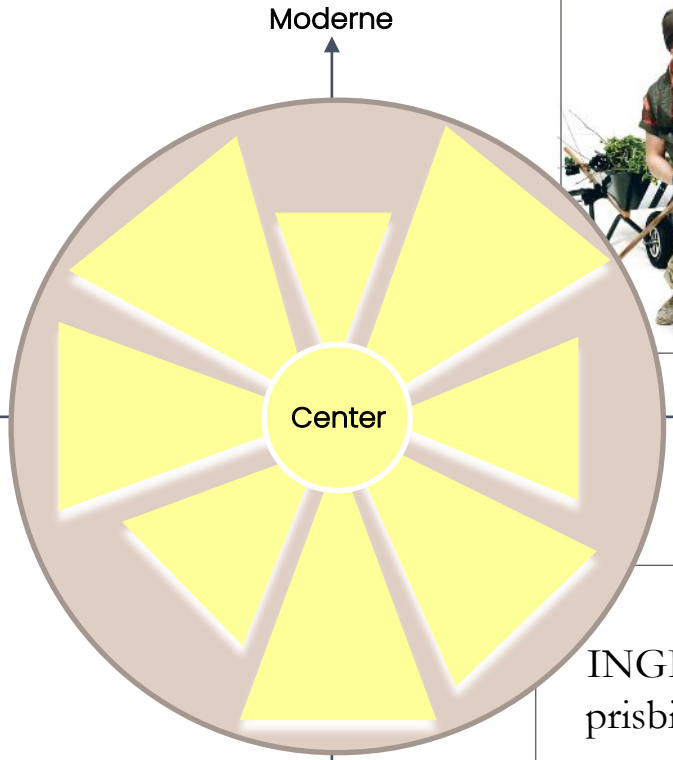
på rengøringen



BLØDT VAND
HELT NAURLIGT
for vores fælles klode

Lehmann|Pagh

Kundekompasset



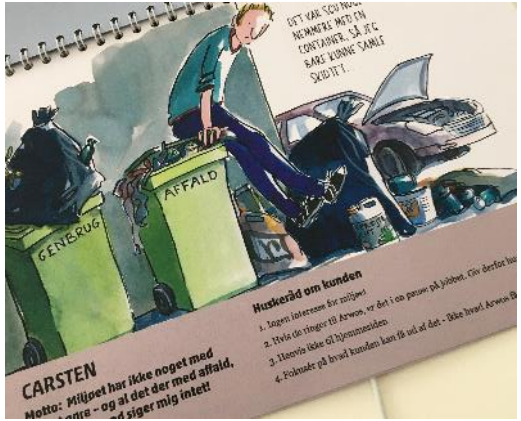
Lehmann|Pagh

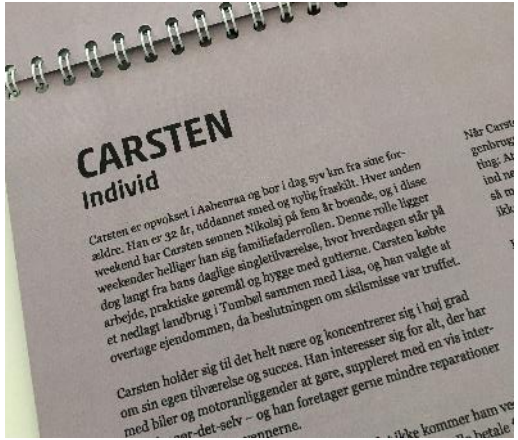
Hvordan målretter vi i praksis – 5 steps

- Få opbakning i ledelsen
- Brug data og viden om kunderne frem for synsninger, fx Kundekompasset
- Brug personaer: lav beskrivelser af jeres kundesegmenter, giv dem "kød og blod"
- Vær modig: vælg hvem du vil kommunikere til – FØR kampagnen
- Følg op og lær endnu mere om kunderne

Eksempel personaer

- Personaer bygger på data og faktisk viden – ikke synsninger
- Personaer er "kød og blod"
- Personaer er multifacetterede med værdier og hverdag, de er <u>ikke</u> en papfigur





Kontakt

+45 3061 9223
susanne@lehmann-pagh.dk

https://lehmann-pagh.dk

Lehmann|Pagh