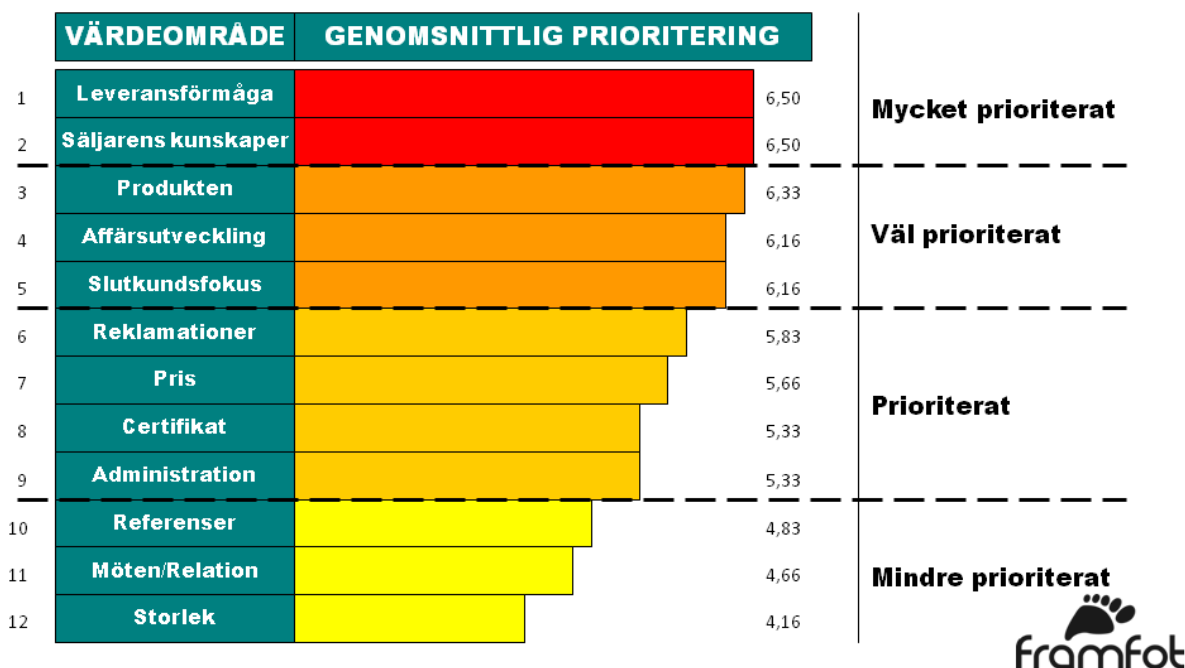


Analys: vad tycker kunderna är viktigast?

Detta är en sammanfattning av en analys genomförd av oss med syfte att klargöra vad kunder värdesätter högst i relation till sina leverantörer. För mer information om analysen i sin helhet eller frågor kring vad vi kan bistå er med, vänligen kontakta oss – www.framfot.se.

Vad tycker kunder är viktigast i relation till oss leverantörer? Ja, den frågan skiljer sig lite från bransch till bransch men har i ett stort antal analyser några gemensamma nämnare oberoende branschtillhörighet.

Undersökningen nedan ger en fingervisning kring vad ca 400 företag med ca 2,5 stycken intervjuade personer/företag inom B2B segmentet tycker är viktigt i relationen till deras leverantörer. I undersökningen finns företag inom en rad olika branscher; allt från offentlig sektor till privata aktörer, små som stora.



Frågan som ställts i undersökningen är; "Hur viktigt tycker du följande faktorer är i relation till dina leverantörer på en skala mellan 1 till 7, där 1 är helt oviktigt och 7 direkt avgörande?"

- **Leveransförmåga** – Hur viktigt är det att leveransen kommer som överenskommet, till rätt plats, helt och i tid?
- **Säljarens kunskaper** – Med detta menas kunskaper om det han/hon säljer?
- **Produkten** – här menar man att man vill ha en Omegaklocka men det kvittar om man köper den på NK eller Pers Ur i Kvänum?
- **Affärsutveckling** – I vilken grad är det viktigt att leverantören är delaktig i att utveckla kundens affär?

- **Slutkundsfokus** – hur viktigt är det att din leverantör har förståelse för dina kunder och deras krav?
- **Reklamationer** – I vilken utsträckning är det viktigt att leverantören hanterar klagomål och reklamationer på ett adekvat sätt?
- **Pris** – hur viktigt är priset i relation till dina leverantörer på en skala mellan 1-7?
- **Certifikat** – hur viktigt är det att leverantörer är certifierade (med certifierade avses här BRC, Haacp, ISO mm) på en skala mellan 1-7?
- **Administration** – här avses vikten av faktorer som korrekta fakturor, edi-kopplingar och andra frågor av praktisk karaktär.
- **Referenser** – denna faktor skiljer sig åt i relation till övriga då denna avser vikten vid första kontakt innan affär, medan övriga avser vikten i en befintlig kund/leverantör relation.
- **Möten/relation** – hur viktigt är det att leverantören verkar för en tät relation i form av möten.
- **Storlek** – med denna faktor avses vikten av att det är en stor namnkunnig aktör i relation till mindre och okända leverantörer.

Hur skall man då tolka resultatet?

På delad första plats finner vi två tydliga trygghetsaspekter; **Leveransförmåga** och **säljarens kunskaper** om det han/hon säljer. **Priset** som många säljare tror är viktigast finner vi på en 7e plats efter trygghetsaspekterna och faktorer som pekar på viljan att utvecklas i sin affär som; **affärsutveckling** och **slutkundsfokus**.

Något förvånande för många är att faktorn **möten/relation** kommer på plats 11 av 12. Till detta kan även nämnas att den, i flertalet undersökningar, vanligaste anledningen till varför kunder lämnar leverantörer är brist på uppmärksamhet.

Svaret går att finna i de öppna svar som är kopplade till frågorna i ovanstående undersökning; det är på tok för mycket bullmöten, möten med säljare som är dåligt pålästa och dåligt förberedda.

Vilka slutsatser kan man dra av detta?

En felaktig slutsats är att vi skall sluta ta initiativ till att träffa kunden.

Tvärt om, vi skall absolut skall ta initiativ till att träffa kunden men att kunden i möte med oss vill bli utvecklad och affärsmässigt stimulerad.

Andra slutsatser vi kan dra är att kunder är beredda att betala för trygghet och kvalitet. För fler slutsatser och hur detta går att använda i vardagen, vänligen kontakta oss.

Vi kan även se att alla ovanstående faktorer är viktiga för kunden då det lägsta betyget 4,16 (**Storlek**) är över medel på en sjugradig skala.