

Säga nej till kunder?

Det är ofta svårt att tillfredsställa och anstränga sig lika mycket för att få alla kunder nöjda. Därför är det bra att du känner dina kunder väl och då inte bara på personnivå. Hur har de utvecklats, betalar de i tid, är någon extra viktig på grund av sin storlek och vad är risken med det, om du kunde välja – skulle du då vilja behålla alla kunder? En sådan kunskap kan hjälpa dig att fokusera dina resurser på de kunder som du gärna vill utveckla samarbetet och affärerna med.

Prioritera

Det finns olika modeller och verktyg för att kategorisera kunder. Du har säkert hört talas om ABC klassning där man delar in kunderna i minst tre grupper där A-kunderna utgör 70% av den totala intäktsvolymen, B-kunder står för 20% och C för resterande 10%. Det viktiga är att du hittar en metod och fördelning som passar din verksamhet.

Vill man väga in andra faktorer än enbart intäktsvolym är det möjligt. En variant är att tilldela kunderna poäng i olika kriterier som är relevanta, där 5 är högst. Kan förslagsvis vara utvecklingspotential, omsättning, produktmix, administrationstid och risk.

Agera

Med resultatet av din utvärdering som grund är det dags att agera. A-kunderna har du säkert bra koll på och ger den uppmärksamhet de kräver, fortsätta att behandla som en A-kund ur alla aspekter. B-gruppen behöver du fundera lite mera på. Det finns säkert en potential att förflytta ett antal kunder uppåt i pyramiden men du behöver analysera och planera för hur den förflyttningen ska göras, kund för kund. C-kunderna brukar skvalpa runt i systemet och hänger kvar år efter år. Visst, de genererar en intäkt men är de lönsamma? Ofta tar de resurser, tid och energi som du borde använda för att utveckla B-kunder och att fortsatt ger dina A-kunder full uppmärksamhet. C-kunder utan potential bör man därför släppa.

Förändra

Att avsluta samarbeten eller att förändra villkor för kunder, framför allt dem man jobbat med under lång tid är naturligtvis svårt. Förutom det rent emotionella kan det också finnas avtal och andra överenskommelse som försvårar. Rädslan för att tappa omsättning påverkar också viljan att göra en förändring. Det finns många verktyg att använda för den som vill, nedan har jag bara listat ett fåtal.

- Se över och uppdatera avtal och företagets pris- och rabattstrategi.
- Justera priserna där den möjligheten finns. Du lämnar då över beslutet till kunden att stanna kvar eller att gå till annan leverantör
- Fakturera 100% av det du har rätt till enligt avtal t ex tid, material, transporter mm.
- Gör efterkalkyler för att lära dig.

Du är inte ensam om att ha den här utmaningen, den går att lösa. Kontakta oss på VD-stödet, vi vet hur.

jan.marcusson-stahl@vdstodet.se