

Klaus Lund

A large iceberg floating in the ocean. The top part of the iceberg is visible above the water line, while the much larger, jagged part is submerged below. The water is a deep blue, and the sky is a lighter blue with some clouds. The text is overlaid on the submerged part of the iceberg.

# KUNDE ORIENTERING

24 inspirationsartikler med aktuelle  
trends og praktiske eksempler

## KUNDEORIENTERING

*Øget KUNDEORIENTERING har fået en endnu væsentligere plads på virksomhedernes strategiske agenda i de seneste år og denne trend vil klart fortsætte. "Kundefokuseret ledelse" betragtes af de fleste efterhånden også som en selvstændig ledelsesdisciplin men er ofte et "missing link" i mange virksomheders ledelsesuddannelser herunder også i ajourføringen af topledelsesgruppen på dette område.*

*Bogens 24 inspirationsartikler med aktuelle trends og praktiske eksempler er et godt fundament, hvis man vil have et overblik over, hvilke ting førende virksomheder har fokus på inden for KUNDEORIENTERING*

---

# KUNDEORIENTERING

24 inspirationsartikler med aktuelle trends  
og praktiske eksempler

---

## Indhold

---

<b>Del 1:</b>	<b>Det "nye" i Customer Experience Management [CEM]</b>	<b>side 8</b>
Artikel 1	Fra Service Management til Customer Experience	side 12
Artikel 2	Old School versus New School kundefokus	side 18
Artikel 3	Disney – Duften af popcorn	side 22
Artikel 4	LEAN 2.0 versus Customer Experience Management	side 28
<b>Del 2:</b>	<b>Kundeorienteringstrends</b>	<b>side 34</b>
Artikel 5	Zero Moment of Truth – Et paradigmeskift	side 38
Artikel 6	Kundeetik og moral	side 44
Artikel 7	GLS kaster med pakkerne	side 50
Artikel 8	Trustpilot manipulationer!	side 56
Artikel 9	Social Filtering Services = Markant øget kundemagt	side 60
<b>Del 3:</b>	<b>Kundefokuseret ledelse – det rette mindset</b>	<b>side 66</b>
Artikel 10	Grundfos – First Moment of Truth-kundefokus	side 70
Artikel 11	Lær af Amazon.com	side 74
Artikel 12	DSB: Fra togrettidighed til kunderettidighed	side 78
Artikel 13	World Class Service Recovery	side 84
Artikel 14	Kundeorientering i marketingfunktionen: Marketing dine kunder vil takke dig for	side 88

---

---

<b>Del 4:</b>	<b>Net Promoter Score, business casen og ambitionsniveau for kundetilfredshed</b>	<b>side 92</b>
Artikel 15	Kære CFO, hvordan bidrager du til virksomhedens kundeloyalitet?	side 96
Artikel 16	Er 85 % kundetilfredshed godt nok?	side 100
Artikel 17	Vækst gennem halvering af kundeafgangen	side 104
Artikel 18	Fra Net Promoter Score til kundeorienteret adfærd	side 110
<b>Del 5:</b>	<b>Implementering af en kundeorienteret kultur</b>	<b>side 116</b>
Artikel 19	Get the basics right first!	side 120
Artikel 20	Kundedrevet innovation	side 126
Artikel 21	Kundefokus er også = tidsfokus	side 132
Artikel 22	Dumpe: Benzinselskabers "Ga-Jol"-kundeoplevelser	side 138
Artikel 23	Kundetilfredshed kommer indefra	side 144
Artikel 24	Kundefokuseret ledelse som selvstændig ledelsesdisciplin	side 150

---



## Forord

---

Det altoverskyggende formål med denne bog "KUNDEORIENTERING – 24 inspirationsartikler med aktuelle trends og praktiske eksempler" er at inspirere ledere på alle niveauer samt andre, som arbejder professionelt med at blive en mere kundefokuseret virksomhed i praksis.

Bogens hovedfokus, som titlen også indikerer, er at formidle, hvad det er for nogle væsentlige trends, der rører sig i arbejdet med at skabe lønsomme, kundeorienterede virksomheder, og den er illustreret med en lang, lang række små praktiske eksempler på, hvordan det kan gøres i virkeligheden. Bogens formål er derfor mere inspiration end en lærebog om kundeorientering til CBS. Alle de valgte eksempler og budskaber er fagligt validerede, men uden at bringe de mange forskningsresultater og de lidt mere akademiske modeller og betragtninger med ind i bogen. Det bliver i en anden bog.

"KUNDEORIENTERING – 24 inspirationsartikler med aktuelle trends og praktiske eksempler" er inspireret af de mange Børsen-blogs, som jeg løbende publicerer. En lang række af de bedste er valgt ud til denne bog. Derfor er bogen også kendetegnet ved, at alle omtalerne af trends og eksempler er på 1-2 sider for at gøre det overskueligt og nemt at læse. Alle mine Børsen-blogs, som anvendes i bogen her, er

---

---

blevet opdateret. Der er til hvert lille afsnit tilføjet nogle refleksions-spørgsmål, som forhåbentlig kan sætte lidt ekstra tanker i gang hos læseren og måske i hele jeres ledelsesgruppe. Tanken med bogen er også, at man med de mange temaer inden for kundeorientering kan få et overblik over, hvor det måske kan være relevant som leder eller som virksomhed at gå mere fagligt i dybden efterfølgende.

Jeg håber, at du får rigtig god inspiration og lyst til at skubbe endnu mere proaktivt på virksomhedens kundeorienteringsrejse.

God læselyst!

Klaus Lund  
Adm. direktør

Klaus Lund & Partnere  
kl@klauslund.dk  
www.klauslund.dk

PS: Har du kommentarer eller spørgsmål til bogen, er du naturligvis altid velkommen til at skrive til mig.

---

# 1

Det “nye” i Customer  
Experience Management  
[CEM]