

## ADOPTERADE FÖRVÄNTNINGAR GER NYA KRAV PÅ BEHAGLIG RESA

– Vi har i dag samma förväntningar på hur vi ska bli bemötta oavsett om vi vänder oss till Skatteverket eller köper skor på nätet, säger Petronella Barvaeus, tillväxtstrateg på Maniola Studios. Här listar hon fyra till synes enkla detaljer som hon menar att många missar när de jobbar med kundresor.

Vänder du dig inte till kunder, utan elever, patienter eller rätt och slätt medborgare? I den här checklistan kallar vi dem för enkelhetens skull för kunder. I sina egna ögon är de troligtvis unika individer.

- Det är utmanande att se sin verksamhet från kundens perspektiv. Ta hjälp av nätverk och partners för att se er organisation utifrån.
- Få med dig kollegorna. Det är lätt att känna sig ensam när man som kommunikatör ska försöka förklara att alla måste ändra sitt sätt att jobba, bara för att du vill vässa er kommunikationsstrategi. Det finns redskap och övningar som hjälper dig att skapa konstruktiva dialoger – använd dem.
- Tänk inte att din organisation är mer komplex än andras, och att "man därför måste acceptera att det är lite svårt". Den ena anledningen att du tror det är att du har mer kunskap om din egen organisation än om andras.
- Se över vad du verkligen vet om din målgrupp. Det är lätt att bygga bilden av målgruppen på gamla kunskaper och antaganden. Och har förresten alla på företaget samma bild?

### NÄR AVGÖRS DET?

Ta reda på vilka de avgörande ögonblicken är i relationen med kunden. Det vill säga till exempel när din kund fattar viktiga delbeslut i sin kundresa. Det hjälper dig att:

- ➔ Skapa klarhet kring vilka brister som finns och vad som kan påverka upplevelsen av ditt varumärke och din verksamhet.
- ➔ Sätta internt fokus på vilka tillfällen i kontakt med kunden som på riktigt är viktiga och inte går att kompromissa med.
- ➔ Ta reda på vilka av era tjänster eller produkter som skapar värde för kunden och ger tydliga fördelar.

## PETRONELLA BARVAEUS

är tillväxtstrateg på Maniola Studios. Hon har en bakgrund som digital marknadsförare och har jobbat med både globala varumärken och snabbväxande startups i en rad olika branscher. Just nu föreläser hon på utbildningen *Kundresan som verktyg för effektiv kommunikation* hos Sveriges Kommunikatörer.

## 3 x förväntningar

Digitaliseringen har gett oss nya vanor. Petronella Barvaeus listar tre saker vi i dag förväntar oss.

1

Allt, nu och med en gång.

Vi vill med en knapptryckning ha omedelbar tillgång till precis allt vi behöver.

2

Gärna filtrerat och klart, tack.

Vi har vant oss vid att algoritmerna sorterar fram vad vi förmodligen vill ha. Därför förväntar vi oss att det vi möter ska vara skräddarsytt och individanpassat.

3

Vi vill påverka!

Vi vill till exempel att varumärken vi konsumerar ska dela våra värderingar. Och att de berättar om det.