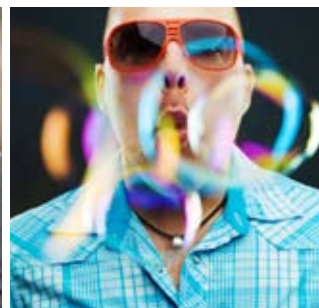


UC Tillväxtklass

Lönsammare kunder med UC Tillväxtklass





Lönsammare kunder med UC Tillväxtklass

Vilka nya kunder bearbetar du idag?

Vi vet vilka som kan bli lönsamma imorgon.

Ett företags framgång bygger till stor del på förmågan att skaffa nya kunder. Men där uppstår också ett dilemma. Nykundsbearbetning är ofta en kostsam affär och kan dessutom bli ännu kostsammare om den nya kunden inte visar sig vara lönsam. Det handlar alltså inte bara om att utöka antalet kunder. Det handlar om att kunna styra tiden, pengarna och energin åt rätt håll för att på så sätt hitta kunderna som är lönsammast – både idag och imorgon. Vi hjälper dig med detta genom UC Tillväxtklass. Genom denna kan vi ge dig vilka företag som har störst sannolikhet att öka sin nettoomsättningsökning under det kommande året.

Minska kostnaderna genom att prioritera rätt

Den grundläggande fördelen med UC Tillväxtklass är att den hjälper dig prioritera och optimera rätt typer av marknadsbearbetningar. Vi hjälper dig få fram vilka nya eller befintliga kunder som har störst sannolikhet att växa. På så sätt kan du fokusera era säljinsatser på betydligt mer exakt sätt genom att fokusera säljinsatserna där avkastningen finns – en åtgärd som i förlängningen även påverkar er totala marknadsstrategi.

Komplettera med UC Marknadsanalyser

Kunskap är makt. Ju mer du vet om dina kunder, desto bättre blir förutsättningarna för att kunna göra de bästa kampanjerna, de bästa affärerna och därmed öka lönsamheten för ditt företag.

Analys är verktyget som ger dig kunskap. Har du total kontroll på nuvarande och presumtiva kunder blir också dina kampanjer mer pricksäkra och når fler rätta kunder med rätt budskap i rätt tid. Därför har vi på UC tagit fram att antal olika analysmodeller som hjälper dig att kartlägga just dina kunder och just din marknad.

Skapa lönsammare kundrelationer. Vi ger dig ett skraddarsytt beslutsunderlag inför kampanjer, genom att ta fram all relevant fakta om dina befintliga kunder genom en profilanalys.

Hitta de bästa och mest lönsamma målgrupperna att bearbeta genom en målgruppsanalys.

Gör nästa kampanj ännu effektivare. När kampanjen är slutförd är det dags för utvärdering genom en uppföljning.

Alla våra modeller finns i olika nivåer, beroende på hur ingående du vill att analysen ska vara och vad du vill använda den till. På så sätt hittar du enkelt den analysnivå som bäst passar dina behov.

UC:s konsulter och analytiker hjälper dig med dina marknadsstrategier mot såväl befintliga som nya kunder. Vi har mer än 20 års erfarenhet av analysarbete, och analyserna baseras alltid på just den information som är relevant för att göra dina kundrelationer ännu lönsammare. Tillsammans lägger vi upp en långsiktig plan för att på ett strukturerat sätt utveckla analyserna och göra din marknadsbearbetning effektivare.



UC Tillväxtklass visar vem du ska kommunicera med

I tabellen nedan har vi illustrerat hur träffsäkert dina presumtiva eller nuvarande kunder kommer att kunna delas in i olika tillväxt- och riskklasser, exempelvis beroende på hur din säljkår ser ut och vilken risk ni anser vara rimlig.

UC Tillväxtklass visar också hur du ska kommunicera

Den unika och exakta marknadssegmentering vi tar fram åt dig, blir också en kommunikationsguide och visar vilka du ska bearbeta mer eller mindre intensivt.

Med UC Tillväxtklass kan ni naturligtvis även dela in era befintliga kunder. På så sätt får ni med exakthet fram hur era resurser ska fördelas mellan kunderna – och vilka kunder som kommer att generera mest pengar i framtiden. Vi kan dessutom komplettera era kundregister med koncernrelationer.

Bli lönsam genom att hitta lönsamma kunder

- Vet ni från början vilka av era presumtiva och nuvarande kunder som är vinnare och förlorare, så kan ni styra era sälj- och marknadsresurser på ett betydligt effektivare sätt.
- Ni får en tydligare bild av er omvärld och ökar dessutom er lönsamhet per krona.
- Ni blir effektivare genom att kunna satsa rätt resurser på rätt segment.

		Låg risk					Hög risk				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Låg tillväxt	1	88	46	58	52	46	52	45	39	35	34
	2	80	50	59	50	45	52	49	45	40	37
	3	85	52	66	60	47	51	45	39	36	31
	4	70	51	66	61	50	55	49	42	36	33
Hög tillväxt	5	62	47	60	57	48	58	54	47	41	36
	6	50	42	55	51	45	56	55	55	52	45
	7	44	39	50	52	45	54	57	56	54	51
	8	36	35	47	48	41	52	57	62	61	61
	9	27	31	40	42	36	46	54	63	71	82
	10	28	24	31	35	32	39	49	61	74	90

Detta exempel visar fördelningen mellan tillväxt- och riskprognos i en målgrupp på 5 000 företag.

■ Grönt segment

Dessa är de mest attraktiva företagen. De bör bearbetas intensivare och på ett mer personligt sätt genom olika events, personliga kundbesök och andra relationsbyggande åtgärder.

■ Gult segment

I denna kundgrupp hittar du de som kräver ett mindre engagemang, men som ändå bör erbjudas billig och bra service genom telefonkontakt, postala eller digitala utskick etc.

■ Rött segment

Denna kundgrupp blir sällan eller aldrig lönsam och bör därför inte bearbetas alls genom personlig kommunikation. Vid behov kan dessa nås genom generell kommunikation i dags- eller veckopress, via banners etc.



Affärs- och kreditupplysningsföretaget

www.uc.se

Stockholm

UC AB, 117 88 Stockholm
Besöksadress: Årstaängsvägen 1B
Telefon 08-670 90 00
Fax 08-670 90 20

Göteborg

UC AB, 413 27 Göteborg
Besöksadress: Nordhemsgatan 12
Telefon: 031-778 51 00
Fax: 031-20 66 00

Malmö

UC AB, 211 36 Malmö
Besöksadress: Rundelen 3
Telefon: 040-611 73 03
Fax: 040-30 37 02