

# Sådan får du din virksomhed til at ligne en million!

## 7 ting der giver bedre signalværdi og gladere kunder

Ligesom vi alle bedømmer en person vi møder første gang på dennes ansigt, frisure og påklædning, gøre vi det samme når vi støder på nye virksomheder. Her er det også de signaler der sendes og de ting vi oplever, som vi baserer vores bedømmelse på. Vi kan selv i høj grad være med til at bestemme hvordan andre opfatter vores virksomhed, men det kræver at vi er opmærksomme på det og træffer bevidste, strategiske valg i den sammenhæng.

Her følger en guide til hvordan du kan gribe det an, så du får den korrekte og bedste repræsentation af din virksomhed. Det der er den bedste repræsentation af én virksomhed, er det ikke nødvendigvis for en anden – det kommer helt an på hvordan vi ønsker at brande os.

Guiden herunder er skrevet på en praktisk og løsningsorienteret måde, så du hurtigt kan komme i gang med at forbedre din virksomheds signaler.

### 1. Strategi

Det allerførste skridt, er at have en strategi for det. Alle virksomheder vil ikke det samme og hvad der er rigtigt for min virksomhed, er ikke rigtigt for din. Hvad vil du gerne signalere?

#### Enkeltmandsvirksomheder

Er det vigtigt for dig, at dine kunder ved og mærker, at det er en lille enkeltmandsvirksomhed, så kan det være en fin idé at have et mobilnummer som hovednummer (f.eks. for den selvstændige konsulent, der kun har en enkelt eller få kunder). Husk at selvom du har et mobilnummer, vil folk stadig blive frustrerede over at blive mødt af en automatisk telefonsvarer, hvis du ikke selv kan tage telefonen. Mere end 70 % lægger på uden at lægge en besked og de fleste hører heller ikke hele din besked. Vil du gerne undgå at folk bemærker, at du kun er dig selv, er mobilnumre dog ikke tilrådelige. *(se tippet om 70-numre på side 3)*

Det samme er gældende for at have en officiel adresse på din privatadresse, for før eller senere vil du opleve at nogen møder op for lige at få en snak med dig. Det er sjældent en rar oplevelse at have uventede kunder i sin private dagligstue.



### Små virksomheder med flere ansatte

Bestem først kundesegmentet. Hvis det er landsdækkende, kan det være en dårlig idé at benytte et almindeligt fastnetsnummer som hovednummer. Der er stadig uvilje hos mange mod at lave forretninger med virksomheder i andre landsdele, hvis man kan vælge en mere lokal samarbejdspartner i stedet. (Jyder vil f.eks. som regel foretrække *ikke* at gøre forretninger med en københavnsk virksomhed, hvis der er et jysk alternativ. Derfor kan f.eks. 70-numre være at foretrække over et 33-nummer som hovednr.)

Husk at sørge for, at alle medarbejdere bruger tid på det de er gode til, og ikke på en masse ligegyldigheder.

Vidste du, at hver gang man bliver forstyrret i sin dybe koncentration, tager det omkring et kvarter at komme tilbage igen, efter at det forstyrrende element er væk?

Sørg for, at det kun er den person, der alligevel sidder i receptionen og tager imod post og gæster, der svarer telefonen. Er vedkommende syg, har fri eller er til frokost, er det en god investering at have et call center i baghånden, som tager over. Undgå for alt i verden at have øvrige medarbejdere (især bogholderne, som mange mærkeligt nok sætter til at svare telefonen. Hver gang de laver en fejl grundet forstyrrelser, kan det tage dem timer at finde den bagefter, når de ikke kan få banken til at stemme) til at træde til i stedet, for det vil altid være med irritation de gør det – og det er sjældent befordrende for arbejdsglæden. Men det er en hel anden snak.

Har man ikke en bemandet reception, så overvej at outsource den del, i stedet for at have egne medarbejdere til at svare telefonerne og viderestille til hinanden.

#### Eksempel:

1. Kurt svarer telefonen. Det er en kunde, der spørger efter Jesper. Kurt stiller om til Jesper og bruger nu det næste kvarter på at samle trådene op og komme videre med det han var i gang med inden telefonen ringede.
2. 20 minutter efter det første opkald er afsluttet, ringer telefonen igen. Denne gang er det til Hans. Kurt stiller videre til Hans og bruger et kvarter på at komme tilbage i samme rille som før.
3. Resultat: Af den første time på den arbejdsdag, er Kurt kun rigtig effektiv måske halvdelen af tiden.

Det kræver ikke større matematiske evner at se, at der ikke skal mange af den slags situationer til, før Kurts tabte arbejdsfortjeneste er tjent ind og kan betale for en omstillingsservice i et call center. En del af dem har oven i købet en personlig service, så man får en fast person, der svarer de fleste opkald.



En sidste ting som de voksende små og mellemstore virksomheder skal være opmærksomme på, er altid at eje deres eget hovednummer. Det hænder at virksomheder på et tidspunkt benytter en leverandør, der stiller et telefonnummer til rådighed. Men når virksomheden så ønsker at stoppe samarbejdet med denne leverandør, er de fanget og kan ikke få lov til at tage deres hovednummer med dem. Det kan være en dyr affære, for det kan betyde mistede kunder (der ikke kan få fat på dem), nye tryksager og en masse tid på at få det ændret i diverse registre rundt omkring. Så sørg altid og uden undtagelse for, at det er jer selv har rettighederne over det nummer, som I benytter som jeres officielle hovedtelefonnummer.

**TIP!**

Sørg altid for selv at eje virksomhedens hovednummer. Har I ikke et, kan I overveje et 70-nr. fra TDC. De koster ikke noget særligt, men er yderst effektive.

**Store virksomheder med etableret reception**

Uanset om virksomheden har én eller flere receptionister, vil der blive taget hånd om de fleste opkald inhouse. Men når uheldet er ude og der både er sygdom og ferie eller der blot har været en begivenhed, der giver telefonstorm, hvad så?

De fleste virksomheder med egen reception vælger også en af tre løsninger:

1. Receptionen er egentlig underbemandet og kan ikke håndtere de bølger, som telefonopkaldene altid kommer i. Kunderne oplever derfor ofte at sidde og vente i en telefonkø og medarbejderne er stressede og irritable - hvilket ikke giver en positiv modtagelse.
2. Receptionen er egentlig overbemandet for at kunne håndtere de bølger, som opkaldene kommer i. Det betyder dog at en af receptionisterne kun har noget at lave i f.eks. 20 % af tiden og er derved en meget dyr omkostning for virksomheden.
3. Uanset om virksomheden kører med mulighed 1 eller 2 herover, så benyttes måske også mulighed 3, som er back-up personale fra en anden afdeling. Det kan f.eks. være en sekretær, der ofte bliver kaldt ud til receptionen, for at tage over eller supplere. Har nogen nogensinde spurgt denne medarbejder hvordan hun/han har det med at være kastebold på den måde? For ikke at tale om dennes normale arbejdsopgaver – hvem tager sig af dem imens?  
Stress er en mere og mere udbredt sygdom og den kommer netop ofte af utilfredshed, af ikke at føle at man bliver anerkendt for sit arbejde og af voldsom og vedvarende travlhed. Vi kunne skrive meget om stress, men mange ved mere om det end vi gør, så det vil vi undlade og blot afslutte afsnittet med, at det koster langt mindre end en fuldtidsløn at få call center back-up på sin telefonbesvarelse, så man aflaster receptionen, når denne har behov for det.

## 2. Websitet

Websitet den største og vigtigste del, af det samlede signal din virksomhed sender til verden.

Overraskende mange virksomheder i dag, har nogle uskønne, "flade" sites uden priser og lignende relevant information. Ideen med, at man ikke vil opgive priserne af hensyn til konkurrenterne holder ikke – de skal nok få deres fingre i dem alligevel. Til gengæld mister du formegentligt mange kunder ved, at de ikke kan finde præcis det de søger på dit site.

Der findes mange gode guides til det fantastiske website og man kan altid alliere sig med nogle professionelle, der kan lave det sublime site. Det koster ikke nødvendigvis alverden mere, så der er ingen undskyldninger – et godt website er simpelthen alfa omega, hvis du lever af en jævn strøm af nye kunder.

Her er en oversigt over nogle af de ting, du især bør have fokus på:

1. En "rar" og indbydende forside. Undgå at drukne den i tekst, for folk kan ikke overskue at læse en roman alligevel. Sæt kun de vigtigste på og sørg eller for at have en god menu struktur, så du på undersider kan komme med alle de andre budskaber.
2. Undgå også alt for meget forstyrrende flash grafik (det der bevæger sig). Selvom det kan virke meget fancy, bliver de fleste irriterede over at skulle sidde og vente på det. Det inkluderer også de sites hvor man kan se en miniature af ejeren eller en anden, der står og byder velkommen og som man ikke kan slukke for. (det minder om de gamle Microsoft Office dage, hvor den lille papirklips formede hjælper ville poppe op konstant. Folk var rasende.)
3. Har du flere produkter? Undgå at forklare dem alle sammen på forsiden, men lav let adgang til undersider med uddybende information, f.eks. ved hjælp af knapper eller grafik.
4. Sørg for at der er sammenhæng i layout. Du bør benytte samme font (skrifttype) og farver overalt på sitet. Læg også mærke til detaljerne; har dine bokse runde hjørner og grøn kant på forsiden, nytter det ikke noget at de har skarpe kanter og rød kant andre steder.
5. Gør sitet personligt! Ingen virksomheder eksisterer uden mennesker. Så hvem er de? Læg billeder ind, skriv gerne en linje eller to om dem (det kan være uddannelses- og erfaringsbaggrund, person karakteriska, en sjov anekdote. Det er lige meget hvad – vælg den stil, der passer til jer)
6. Historie. Det er ikke alle der vil læse det, men hvis en kunde står og vakler mellem to mulige leverandører, vil du være sikker på at du ikke bliver fravalgt grundet manglende information. Din virksomheds historie giver personlighed og sjæl – og følelser sælger!

7. Referencer, referencer, referencer! Har du nogle tilfredse kunder, bør du prale med dem (husk at indhente deres tilladelse først – der er ingen grund til at de bliver mindre tilfredse pga. sådan en lille detalje) Det er bedst hvis du kan få dem til at skrive et par linjer om, hvorfor de er glade for at være kunder hos dig. Alliéer dig med en tekstforfatter der efter aftale kan ringe til dem og interviewe dem, hvis det er fordi de ikke kan finde tiden til at sætte sig ned og formulere en tekst. Sig tak for hjælpen ved at lave et link til deres site (det er godt for deres søgeoptimering). Husk altid at sætte navn og firmanavn under kundeudtalelser. (Hvis de er glade nok for dig til at lave en skriftlig anbefaling, er de nok heller ikke klar til at skifte dig ud med en konkurrent, så du behøver ikke frygte at de får nys om hvem dine kunder er).
- Kundeudtalelser uden afsender er som hovedregel falske og opdigtede af virksomheden selv.
8. Gør dit site levende og opdateret. Indsæt f.eks. links til artikler, når du har været i medierne. (Sker det ikke så ofte, kan det anbefales at få professionel hjælp til det. Både Epicent Kommunikation og Samurai PR kan anbefales i den sammenhæng. Begge har hjulpet os rigtig fint). Indsæt en blog eller jævnlige nyheder. Sørg for at begge dele altid er opdaterede og gør en dyd ud af, at finde på nye tiltag.
9. Kontakt. Lad nu være med kun at sætte en kontaktformular ind på sitet. Det virkede for 5 år siden, men i dag bliver folk irriterede og i værste fald lukker de siden. En kontaktformular kan være et fint supplement til den øvrige kontaktdata; telefonnummer, adresse, e-mailadresse (husk ikke at indsætte e-mailadressen, så den kan blive opfanget af de botter, der søger nettet for e-mailadresser at sende spam til. Indsæt i stedet mailadressen som billedefil eller erstat @ med (a) eller lign.). Endelig kan der være god ræson i at overveje et chatmodul.

**TIP!**

Et chatmodul på dit website giver dine kunder hurtig og let adgang til yderligere information. De koster ikke ret meget mere, se f.eks. [www.providesupport.com](http://www.providesupport.com)

### **3. Adresse**

Er geografi vigtig for din virksomhed?

En VVS installatør i Odense har nok ikke store glæde af, at reklamere og være repræsenteret på Bornholm. Men et reklamebureau kunne godt have fordel af at være repræsenteret i både Århus og København, selvom virksomheden fysisk kun ligger ét af stederne. Hvorfor? Fordi mennesker godt kan lide at føle, at det er en lokal virksomhed de



handler med – ”de er ligesom os, ergo forstår de os”. Og det uanset at en jysk virksomhed ligeså godt kan levere produktet som en fynsk eller en sjællandsk – eller omvendt. Derudover sender det et signal om at virksomheden er større med flere kontorer. Det kan være en fordel, hvis man gerne vil hive store kunder i hus.

Men det er ikke kun det geografiske, der gør en forskel. Det er i høj grad også selve adressen. Alle byer har pæne og knap så pæne bydele og adresser. For nogle virksomheder gør det absolut ingenting hvor de bor, for andre betyder det en verden til forskel.

Virksomheder for hvem en præsentabel og eksklusiv adresse kan være essentiel, er f.eks. fine konsulentbureauer (dem der fakturerer store firecifrede timesatser), headhuntere, advokater, psykologer og revisorer.

**Vores erfaring:**

Det sker jævnligt at virksomheder vi er i dialog med omkring telefonpasning, kommer med udtalelser i retning af ”Nåh, men vi kan jo også se, at det er pæn adresse I bor på”. Underforstået; så er I professionelle og ved hvad I laver. Men hvorfor det? Hvorfor skulle adressen have noget som helst at gøre med vores kompetencer som telefonpassere?

For dem kan det i teorien være ligegyldigt, om vi sidder på en dyr adresse i København eller en billig i Rødovre. Men sådan har alle det ikke.

Konklusion; Vælg din adresse med omhu og lad det være en gennemtænkt beslutning. Vil du bruge din privatadresse som firmaadresse? Fint – men vær beredt på at få besøg af erhvervsfolk i dit hjem, og tænk over signalet du sender.

Vil du hellere holde til i provinsen eller forstæderne? Fint – men vær bevidst om signalet.

Vil du have en dyr og eksklusiv adresse i en af de større byer? Fint – men også det kan skræmme nogle.

Vil du være omkostningsbevidst med en dyr – eller bare en anden end din private - adresse, tilbydes adressetjeneste flere steder landet over. De koster typisk i omegnen af 700-1.000 kr. pr. måned + eventuelle omkostninger ved videreforsendelse af din post. (Vær opmærksom på at Erhvervs- og Selskabsstyrelsen skal have din reelle firmaadresse oplyst, uanset at du vælger at lade din virksomhed stå officielt registreret på en anden. Det kan gøres i punkt 13 i formularen du udfylder, når du etablerer virksomheden.)



## 4. Telefonnummer

Har du nogensinde overvejet det signal dit hovedtelefonnummer sender?

Bevidst eller ej, vil mange - før de har talt med dig - dømmes din virksomhed udelukkende på grund af telefonnummer.

Dette er hvad mange tænker, når de ser forskellige telefonnumre:

Mobilnummer = enkeltmandsfirma

Fastnetsnumre = geografi (provinsfirma, Københavnersnobber, dumme sønderjyder, reserverede nordjyder el.lign. Geografi er mange ting)

70 = Virksomheder

72 = Oprindeligt Telenor, men mange tror Jylland

80 = Modtager betaler, men nogle tror at det er Jylland

90 = Opkalder betaler, højt takserede numre (ofte sexlinjer)

**70 numre** kan sættes op i løbet af en dags tid. 70-numre er specielle ved at være ikke-fysiske numre, så der skal ikke en telefonmand ud og installere telefonlinje. De skal altid være viderestillet til et andet telefonnummer og du kan på de fleste af dem ændre viderestillingen ved et enkelt opkald til TDC's tryk-selv menu. Det tager under ét minut. En anden fordel ved 70-numre er at de ikke er geografisk bestemte. Selvom man efterhånden længe har været i stand til at flytte sit fastnetnummer med sig, vil de fleste stadig sige at 33 numre hører til i København, 86-numre i midtjylland og 98 numre i nordjylland. Hvis du gerne vil have kunder fra hele landet, kan 70-numrene være en idé. De er i øvrigt billige; omkring 250,- kr. i oprettelse og 50,- kr. i abonnement pr. kvartal. Hvis det er viderestillet til et fastnetsnummer er det gratis, men hvis det er viderestillet til en mobil, kommer der lidt telefonregning oveni. 70-numrene sælges kun af TDC Erhverv på 80 80 80 90.

Hvis du er rigtig glad for dine kunder, kan du også vælge at betale for opkaldene til din virksomhed med et såkaldt **80-nummer**. Udover at du kan skrive "Ring gratis til os" alle vegne, har 80-numre også den fordel, at de er langt mindre populære end 70-numre. Du kan derved få et meget "pænere" nummer, end det er muligt med 70-numrene, hvor alle de "pæne" er væk for længst.

Endelig kan du naturligvis vælge modsætningen og lade dine kunder betale en overpris, når de ringer til dig. Det er med **90-numrene**. Udover at det nok ikke vil blive vel modtaget blandt dine kunder, har det også den slagside, at de ofte sættes i forbindelse med virksomheder, der har mere erotiske serviceydelser at sælge. Men det kan have sine fordele for eksempel at lade support afdelingen have et dyrere nummer, så kunderne betænker sig en ekstra gang inden de ringer.



## 5. Telefonbesvarelsen

Hvordan besvares dine telefoner?

Går det hurtigt eller skal man vente længe?

Er det en tastselvmenu eller et menneske, der svarer?

Hvis det er et menneske; hvordan lyder personen så?

Alt dette er vigtigt at vide, da det er den potentielle kundes første oplevelse af din virksomhed, efter websitet. Er det for bøvlet at komme til at tale med en person, fordi der f.eks. er for mange tryk-selv menupunkter – eller endnu værre; ringer telefonen bare uden at blive svaret, risikerer du at personen lægger på og du bliver en ny kunde fattigere.

Det koster i dag ikke alverdens at få call centre til at besvare dine telefoner og udbyttet i den anden ende er langt at foretrække. Alene kundernes humør når du får dem igennem, vil være langt bedre hvis de har fået en positiv oplevelse ved at ringe til din virksomhed, end hvis det har taget dem adskillige minutter bare for at komme frem til dig. Afhængig af hvor mange opkald din virksomhed har, ligger priserne typisk fra omkring 500 kr. pr. måned for de mindste og opefter, for at få din virksomheds telefoner professionelt besvaret af smilende mennesker, der kan stille kompetent om til den rigtige medarbejder hos dig. Eller blot tage imod besked med det samme, hvis du foretrækker det.

## 6. Udenfor åbningstid

Også udenfor almindelig kontortid sender din virksomhed et hav af signaler. Uanset hvordan du synes at kunderne skal håndteres på disse tidspunkter, er det vigtigt at du har taget stilling og er bevidst om resultaterne af dit valg.

Hvad sker der udenfor almindelig åbningstid?

Har du en telefonsvarer på? Hvis ja, kan kunderne så lægge besked? (Hvis ja, skal du være bevidst om at det sender et signal om at det er en mindre virksomhed, de har ringet til).

Hvordan lyder telefonsvareren?

Har du selv lyttet til den fornyligt?

Er den indtalt af en smilende person?

Tales der tydeligt og langsomt?

Er der stille i baggrunden, eller kan man høre en anden skramle rundt?

Er beskeden aktuel, eller fortælles der om jeres åbningstider omkring jul eller påske?

Måske er der indtalt et krisenummer som folk kan ringe til?

Eller måske er der etableret en viderestilling til den medarbejder, der er så heldig at have fået døgnvagten i denne uge?

De fleste danske virksomheder har kontortid fra kl. 8/9 til kl. 16/17, måske lidt tidligere om fredagen. I udlandet er det normalt at have længere åbent og i USA er der en væsentlig





højere andel af virksomhederne der tilbyder døgnservice til deres kunder. Det har der hidtil ikke været så stor tendens til i Danmark, men der anes ændringer i horisonten. Hvem ved? Måske får vi også inden længe supermarkeder, der har døgnåbent og indkøbscentre der holder åbent til midnat.

Det har hidtil kostet spidsen af en jetjager at få nogle til at bemane telefonerne døgnet rundt i Danmark (dels fordi vores lønninger hører til verdens højeste og dels fordi de danske call centre har været langsomme til også at tilbyde dette på samme vilkår som dagsservice, hvor flere kunder er med til at betale lønnen – og dermed at holde priserne nede pr. kunde), men der begynder at komme flere spillere på markedet og små virksomheder behøver nu ikke længere at betale langt mere end omkring 13.000,- kr. pr. måned for at få bemandet deres telefoner døgnet rundt eller i det mindste til senere om aftenen.

## **7. Hvor vigtig er kundeservice?**

Alternativ til automatisk telefonsvarer: De fleste call centre kan hjælpe dig med en løsning, hvor de svarer de opkald du ikke selv kan svare og tage imod besked, der efterfølgende sendes pr. e-mail eller sms. Den slags koster typisk omkring 800-900 kr. pr. måned. Men vil du gerne signalere at virksomheden er større, til trods for at du måske kun er dig selv (f.eks. et webbureau, der bruger freelancere), så er brugen af et mobilnummer som hovednummer skidt. Det samme er firmaadresse på privatadressen og en automatisk telefonsvarer, når man ikke selv kan tage telefonen.

Uanset hvad du vælger at gøre, er det vigtigt at have gjort sig nogle overvejelser om det. I Danmark er der nogle brancher, der er notorisk kendte for deres ekstremt dårlige telefonbetjening – og de slipper afsted med det.

Tænk på dine oplevelser med at ringe til din læge f.eks. De har ofte kun åbent på telefonerne i et forsvindende lille tidsrum hver dag og når man ringer der, bliver man oftest mødt af en optagetone.

Og hvordan med håndværkere? De er også kendte for at yde dårlig kundeservice, både på telefonen og i det arbejde der udføres. Hvor mange gange har du ikke hørt folk beklage sig over, at de havde taget fri om formiddagen fordi tømreren skulle komme kl. 7, men han dukkede først op (efter flere opkald, som han ikke besvarede) kl. 11, så kunden måtte tage yderligere nogle timer fra arbejde. De er også kendte for at udeblive fra aftaler og efterlade et rod, når de er færdige.



Lægerne kan tillade sig det i Danmark uden at det går ud over omsætningen, fordi de betales af sygesikringen. Men i USA f.eks. er der meget skarpere konkurrence, fordi patienterne flygter fra en læge, hvis de ikke føler sig godt nok behandlet.

Håndværkerne er måske bare forkælede. Tidligere behøvede de ikke tage deres telefon, når den ringede, for det kunne jo være nye kunder – og dem havde de ikke tid til pga. travlhed. Så kom finanskrisen og så havde de ikke råd til at få nogle til at hjælpe dem med at besvare telefonerne.

De ser måske ikke at der er en sammenhæng mellem den oplevelse deres kunder får og tilgangen af nye kunder. Folk anbefaler jo de leverandører, de har været tilfredse med – men de advarer også om dem, de er blevet skuffede over.

## **Konklusion**

Repræsentation er mange ting og der er ikke noget endegyldigt svar på, hvad den bedste form for din virksomhed er. Men det er vigtigt at gøre sig nogle tanker og tale med folk omkring én om det, for de signaler andre opfatter om virksomheden, skulle gerne stå mål med de værdier og tanker man selv har om den.

Rigtig god fornøjelse med opgraderingen af din virksomheds signaler!



**CityCallCenter ApS**

  
Pouline Mangaard