



## Kundens stemme ind i organisationen

Uregelmæssigheder er en del af driften for et flyselskab, men det behøver utilfredse kunder ikke være. Air Greenland har skabt en direkte linje til kunderne for at sikre høj kvalitet i alle interaktioner og for at være på forkant med udviklingen i markedet.

Air Greenland havde igennem flere år haft en inkonsistent, manuel tilgang til måling af kundetilfredshed. Sporadiske og lange spørgeskemaer med lav respons gav begrænset indsigt. Med den kommende, øgede konkurrence er der behov for en struktureret tilgang, der kan bringe dem tættere på kunderne.

Med hjælp fra Kent Bredahl, der er ekspert i kundetilfredshed og NPS, fik Air Greenland designet et automatiseret, triggerbaseret NPS-setup i nps.today. Løsningen er integreret til Air Greenlands datamiljø, så alle kundedata er samlet ét sted, og kundefeedback visualiseres i realtid i et skræddersyet dashboard i Power BI.

*Jeg er meget imponeret over effektiviteten i samarbejdet. Ikke nok med, at vi var hurtigt i luften. Det forløb også aldeles ubesværet og hele tiden med vores forretning som det væsentlige omdrejningspunkt.*

Mikkel Søndergård  
Forretningsudviklingschef

Forudsætningerne for at arbejde målrettet mod at blive kundernes foretrukne valg er på plads. Kundernes stemme er kommet ud i organisationen, og de relevante beslutningstagere har adgang til kundeindsigter, der kan bruges til at lave konkrete og effektfulde tilpasninger, der kan mærkes hos kunderne.

nexus ambition

NPS.Today

Denne case er blevet til i samarbejde med NexusAmbition og NPS.Today, der er nære samarbejdspartnere til CUORI. Et vellykket setup for kundetilfredshed og NPS kræver god rådgivning, men det er også afhængigt af en god CX-plattform til dataindsamlingen, og at der er styr på det underliggende datamiljø med kundedata. Desuden er det afgørende at kunden kan se resultaterne dynamisk og i realtid, fx i Power BI.



## Ændret konkurrencesituation kalder på indsigt

Udsigt til en ændret konkurrencesituation blev den direkte anledning til, at Air Greenland ændrede deres måde at arbejde med kundetilfredshed. Behovet for en mere konsistent og automatiseret tilgang havde dog eksisteret længe.

”Tidligere blev vores spørgeskemaer til kunderne alt for detaljerede, og der blev ikke fulgt struktureret og fokuseret op på indsigterne, hvilket afspejlede sig i svarraten, der typisk var lav. Samtidig var vores manuelle set-up meget personafhængigt, hvilket har betydet at tidligere indsatser desværre ikke blev forankret i organisationen, når den ansvarlige skiftede job. Vi havde derfor brug for at sætte arbejdet med kundetilfredshed i system og få det forankret i organisationen. Vedvarende høj kundetilfredshed skal sikre vores vision om at være kundernes naturlige førstevalg”, fortæller Mikkel Søndergård, som er chef for forretningsudvikling i Air Greenland.

For yderligere info om denne case kontakt Kent Bredahl på [kent@cuori.dk](mailto:kent@cuori.dk) eller +45 5240 2340.

## Den bedst egnede Customer Experience-plattform

Air Greenland indledte et samarbejde med Kent Bredahl fra CUORI. Som rådgiver hjælper han virksomheder med den organisatoriske implementering af arbejdet med kundetilfredshed. Det handler blandt andet om at skabe klarhed omkring valg af kontaktpunkter, hvordan der skal måles og spørges, og hvordan feedback skal anvendes og synliggøres i organisationen. At vælge den bedst egnede platform er også en del af opgaven.

”Min vigtigste opgave er at sikre, at fokus på kunden bliver en naturlig del af hverdagen. Og så skal indsigterne fra målinger føre til handlinger, der gør en positiv forskel for virksomhedens kunder, for derved at styrke forretningen. Det nemmeste i verden er jo at købe et system og fodre det med email-adresser og så bare sende surveys ud og få besvarelser ind. Men hvis det skal skabe en reel værdi, skal organisationen være med, og arbejdet skal understøttes af en god platform. Når vi evaluerer de Customer Experience platforme, der er på markedet, oplever jeg gang på gang, at nps.today kommer ud som det bedste bud – det skete også her. Det beror på en helhedsvurdering, men især på enkelthed og integrationsmuligheder er de stærke. Løsningen er NPS-baseret, hvilket betyder, at vi er godt i gang allerede inden vi starter, og vi kan nemt integrere til kundens øvrige IT-værktøjer. Og så er nps.today bare bedst på service”, fortæller Kent Bredahl.



## Direkte linje til kunderne på tre uger

Fra projektstart og til de første besvarelser blev synlige i Power BI dashboardet gik der kun tre uger. Data fra NPS-setuppet ligger nu sammen med Air Greenlands øvrige kommercielle datamiljø, så alle kundedata er samlet ét sted. Integrationen giver mulighed for at tage højde for den samlede aktivitet på kunden og eksempelvis opsætte regler for prioritering mellem kontaktpunkter, karantæne og automatisk regulering af, hvilke kunder, der skal modtage hvilke surveys hvornår.

”Med nps.today ved vi, at vi ikke besværer kunderne unødigt. De hører kun fra os, når det er aktuelt. Samtidig får vi selv adgang til aggregerede data fra vores NPS-surveys, som giver os unik viden. Vi var hurtigt i luften med en solid løsning. Der har været stabilitet i udrulningen, og implementeringen i vores øvrige selskaber tager vi i små bidder, så vi er sikre på, at organisationen er med”, fortæller Mikkel Søndergård.

### Stærkt team bag Air Greenlands løsning

Mange facetter skal spille sammen i det ideelle NPS-setup, og her er et godt samarbejde mellem parter, der anerkender hinandens kompetencer helt afgørende. Air Greenlands løsning blev en realitet takket være samarbejdet mellem samarbejdspartnerne nps.today, NexusAmbition og CUORI, hvor sidstnævnte er ekspert på at forankre arbejdet med kundetilfredshed i virksomheder, Nexus Ambition bidrager med det samlede billede på AirGreenlands kommercielle datastruktur og viden om øvrige digitaliseringstiltag, som kombineres med en stærk SaaS survey-løsning fra nps.today.

”Jeg er meget imponeret over effektiviteten i samarbejdet. Ikke nok med, at vi var hurtigt i luften. Det forløb også aldeles ubesværet og hele tiden med vores forretning som det væsentlige omdrejningspunkt”, fortæller Mikkel Søndergård.



### Fra leverandørsiden er der stor enighed.

”Vi supplerer hinanden godt, og der opstår en synergi, når vi bringer vores kompetencer sammen. Hver for sig, kunne den færdige løsning være blevet begrænset af vores respektive ekspertområder. I fællesskab har vi skabt en løsning, der understøtter hele den kommercielle funktion hos Air Greenland med et stærkt analyseredskab og organisatorisk forankring på et solidt digitalt fundament”, forklarer Kent Bredahl fra CUORI.

### Gode oplevelser gennem hele kunderejsen

I dag måler Air Greenland på fire centrale kontaktpunkter, der dækker køb af flybillet på hjemmesiden, vurdering af selve flyrejsen, forsinkelser, samt al kontakt med kundeservice. Over tid bliver endnu flere kontaktpunkter føjet til, så Air Greenland kan måle på hele kunderejsen. Men endnu vigtigere er det at bruge målingerne til at blive klogere og skabe forandring.

”Ét er at måle, men vi skal også bygge forståelse op omkring, hvorfor kunderne svarer, som de gør. Og vi skal foretage justeringer, der viser vores kunder, at vi lytter og at vi gør os umage for at imødekomme deres behov. Derfor er alle tre elementer – måle, forstå, handle – lige vigtige for vores vision om at kunne arbejde målrettet med at skabe gode oplevelser igennem hele kunderejsen,” fortæller Mikkel Søndergård.



## Højere svrrate end forventet

Som led i den organisatoriske implementering har Air Greenland etableret nogle faste arbejdsgange for at prioritere opfølgning på de relevante besvarelser.

”Vi kan allerede nu konstatere, at med nps.today får vi et supergodt grundlag for at blive klogere på vores kunder. Vi har en svrrate, som er højere end forventet, hvilket viser os at kunderne ønsker interaktionen. Blandt ledere og medarbejdere giver den datadrevne tilgang til kundetilfredshed, som vi nu har etableret, et langt mere kvalificeret fokus på hvilke indsatser der bør prioriteres”, fortæller Mikkel Søndergård og fortsætter: ”Det vi nu skal sikre er vedholdenhed i vores opfølgning og at vi følger op med ændringer, der er mærkbare ude hos vores kunder.”



## Fremtiden

De relevante ledende medarbejdere hos Air Greenland har i dag en nem og direkte adgang til kundeindsigter, der kan bruges til at lave konkrete og effektfulde tilpasninger. Næste skridt bliver koncernens øvrige selskaber, som blandt andet dækker hotel, rejsebureau og turoperatør. Desuden er det målet, at samtlige afdelinger med kundekontakt skal nyde godt af løsningen. Og så er løsningen blevet integreret og automatiseret, så den er langt mindre personafhængig, hvilket også var væsentligt for Air Greenland.

”Lige om lidt skal jeg videre til en anden position hos Air Greenland, og det er trygt at vide, at jeg kan sende stafetten videre til den person, som får min stilling. Fundamentet er på plads, og automatisering og de faste arbejdsgange gør det nemt at vedligeholde og videreudvikle løsningen”, afslutter Mikkel Søndergård.

For yderligere info om denne case kontakt Kent Bredahl på [kent@cuori.dk](mailto:kent@cuori.dk) eller +45 5240 2340.