

# TERACOM

## TERACOM BOXER LØFTEDE KUNDESERVICE MARKANT OG FIK FLEKSIBELT OVERBLIK

Microsoft Dynamics CRM gjorde Teracom Boxer Group i stand til at gå fra tidskrævende reaktiv service og support til at blive mere proaktive og effektive i deres kontakt til gruppens mere end 900.000 nordiske kunder.

Kundetilfredsheden er steget markant, og CRM platformen er så brugervenlig og fleksibel, at den i de fleste tilfælde kan tilpasses af virksomhedens egen it-stab. Platformen giver medarbejderne overblik og mulighed for at arbejde fleksibelt med kunder på tværs af adskillige servicecentre og landegrænser.

Teracom Boxer Group er en af de ledende nordiske medieoperatører, udbyder tv- og netprodukter i Danmark og Sverige og har i alt ca. 900.000 kunder og en produktportefølje, som kan kombineres på tusindvis af måder.

Samtidig skal kundefølgningssystemet understøtte et meget stort antal brugere. I de perioder, hvor der har været allermest pres på, havde man således 800 ansatte i kundeservice, mens der i dag er 200-250 personer tilknyttet på tværs af servicecentre i Sverige, Danmark, Spanien og Portugal.

## KAN SELV ÆNDRE OG TILPASSE NY CRM-PLATFORM

*"Vi er på få år gået fra at sælge relativt enkle produkter til temmelig komplekse løsninger – og fik samtidig mange nye kunder. Men vi kunne ikke følge med, og kunderne blev mere og mere utilfredse. Så vi var helt oplagt nødt til at redefinere vores serviceorganisation og de værktøjer, vi havde til rådighed,"* forklarer Martin Carlsson.

Et af de centrale skridt var at udskifte det daværende, Siebel-baserede CRM-system, der var tungt at drive, dyrt at lave om på – og hvor det var svært at finde kompetente konsulentkræfter i Norden til de opgaver, der skulle løses.

Licensomkostningerne til Microsoft Dynamics CRM modsvarer omtrent de omkostninger, Teracom Boxer Group havde alene på vedligeholdelse af Siebel-systemet. Men Martin Carlsson understreger, at økonomien langtfra er det vigtigste parameter i vurderingen af CRM-systemet.

## OM TERACOM BOXER GROUP

Teracom Boxer Group er en af de ledende nordiske medieoperatører og består af Teracom Sweden, Boxer Sweden, Teracom Denmark, Boxer Denmark. Gruppen har lidt over 700 medarbejdere.

*"Vi valgte Microsoft Dynamics CRM, der er brugervenlig, fleksibel, nemt at konfigurere og på mange måder lysår foran nogle af de andre platforme, vi har arbejdet med."*

*"Vi vil gerne vide så meget som muligt om hver enkelt kunde, og vores ansatte skal have virkelig gode værktøjer ved hånden for at yde den bedste service."*

*"Vi har fået et system, der understøtter fleksibel kundebehandling på tværs af talrige servicecentre."*

Martin Carlsson, Teracom Boxer Group,  
Produktudviklingschef

# TERACOM

## “VI KAN ARBEJDE LANGT MERE PROAKTIVT END FØR”

*“Vi har fået et system, der understøtter fleksibel kundebehandling på tværs af talrige servicecentre. Vi håndterer talrige kanaler – herunder telefon, mail, chat og sociale platforme – og er i stand til at trække rapporter, der giver os et konstant opdateret overblik på tværs af alle relevante parametre, herunder hvilke forespørgsler, der peaker lige nu. Det gør os i stand til at arbejde proaktivt i et langt videre omfang, end vi var i stand til før,”* forklarer Martin Carlsson.

Hvis der for eksempel opstår tekniske eller betjeningsmæssige problemer med et bestemt stykke udstyr eller software, vil det hurtigt blive identificeret som et emne, man bør kigge nærmere på. Det gør Teracom Boxer Group i stand til hurtigt at gå i gang med at udbedre fejlen eller måske skrive et Facebook-opslag, der forklarer situationen og anviser en løsning.

*“Naturligvis er det afgørende at hjælpe den enkelte kunde, når hun eller han ringer ind. Men når man har så mange kunder, som vi har, så skalerer alt op. Og det er en særdeles håndgribelig fordel at kunne identificere problemer hurtigt, tage dem i opløbet og måske orientere eller hjælpe tusindvis af kunder, inden de ringer eller skriver til os,”* siger Martin Carlsson.

## KUNDETILFREDSHED STEG FRA BUND TIL TOP

I dag logger Teracom Boxer Group ugentligt 15.000 - 20.000 kundeforespørgsler i CRM-systemet på tværs af mail, telefon og chat. Man har også for længst løftet kundetilfredsheden til et niveau, hvor man ikke længere befinder sig i bunden – men nu i toppen – af de analyser, der måler slutkundeorienterede nordiske virksomheder mod hinanden.

Næste skridt er at bruge CRM-systemet som udgangspunkt for en øget dialog mellem kundeservice og salgsorganisation.

*“Vi forsøger at bevæge os fra reaktiv til proaktiv håndtering af både eksisterende og potentielle kunder. Og så er det – navnlig med de eksisterende kunder – afgørende at skaffe præcis, overskuelig og håndtérbar viden om deres aktuelle relation med os. Dels for at øge tilfredsheden og hermed også sandsynligheden for, at vi beholder dem som kunder, dels for at kunne give dem mere relevante tilbud,”* forklarer Martin Carlsson

*“I fremtiden satser vi også på, at customer analytics vil være med til at løfte organisationen yderligere ved at øge vores forståelse for forskellige kundegrupper. Her spiller det helt afgjort en rolle, at Microsoft Dynamics CRM er så nemt at tilpasse for os som helhed, og at systemet er så nemt at anvende for de ansatte, at vi faktisk bliver i stand til at høste fordelene,”* tilføjer han.