

Voksende tilfredshed med Globeteams ydelser

Globeteams kundetilfredshedsanalyse 2011

De sidste år har Globeteam haft ekstraordinært fokus på kundetilfredsheden - og fremgang i en netop afsluttet kundetilfredshedsundersøgelse understøtter, at vi på mange måder er lykkedes med vores mål for 2010 og 2011. Tilfredse kunder og en voksende loyalitet tager vi som bevis på tilfredsheden med vores ydelser - og indsatsen for at fastholde vores stærke kunde relationer fortsættes fremover med uformindsket styrke.

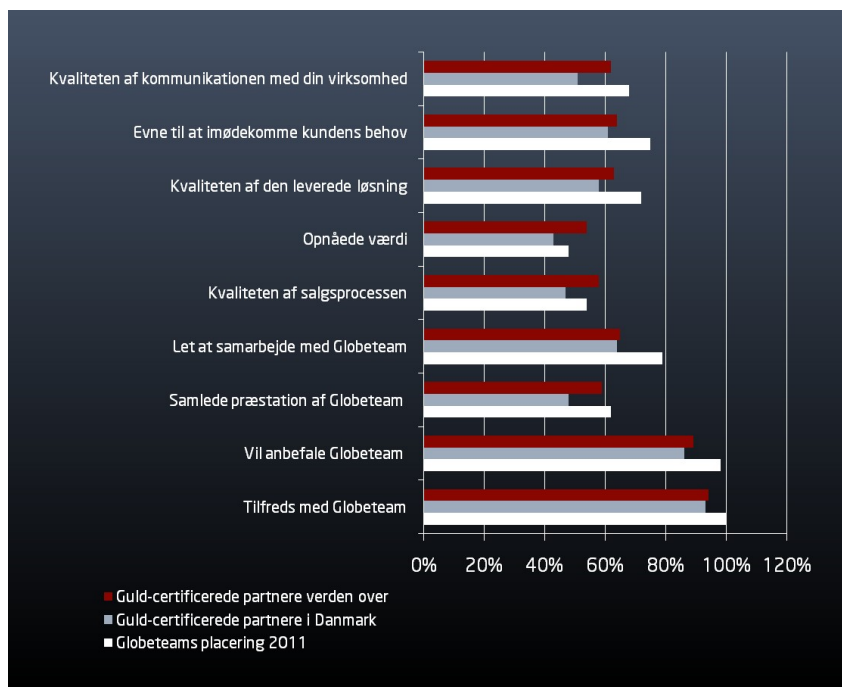


Resultatet for 2011 blev offentliggjort i denne måned og viser en høj kundetilfredshed og generelt en meget positiv udvikling.

Globeteams marketing- og kommunikationsansvarlig, Kirsten Nielsen, står bag den årlige undersøgelse af kundernes tilfredshed, og om resultatet for 2011, siger hun:

"Hos Globeteam anvender vi resultaterne af kundetilfredsheden til løbende at forbedre i overensstemmelse med kundernes tilbagemeldinger. Sidste år lå vi blandt de virksomheder, der havde flest tilfredse kunder, og placerede os ypperligt på flere nøgleområder. Alligevel præsterede vi under vores interne mål på enkelte områder. I år hæfter vi os ved, at kundernes tilfredshed inden for disse områder er vokset, og det tager vi som udtryk for, at vores interne tiltag og skærpede indsats over for kunderne har virket efter hensigten. Derfor vil denne indsats også fortsætte fremover," siger Kirsten Nielsen.

De nøgleområder, hvor Globeteam markant har styrket sine resultater i forhold til sidste år, er inden for kvalitet af salgsprocessen og kommunikation med kunden. Ligesom kunderne i højere grad vil anbefale Globeteam og genkøbe ydelser, da de blandt andet oplever en konkur-



rencemæssig fordel ved at anvende Globeteam frem for anden leverandør af tilsvarende ydelser.

Konkurrencemæssig fordel

Globeteam vurderes generelt højere på overordnede nøgletal end sidste år. Mere konkret kan 98% af Globeteams kunder karakteriseres som ambassadører mod 89% sidste år. Ambassadørerne er kendetegnet ved generelt høj tilfredshed, og den positive holdning gør, at disse kunder anbefaler Globeteam til kollegaer og forretningsforbindelser.

Ved den konkurrencemæssige fordel, som kunderne opnår ved at bruge Globeteam, er det ligeledes lykkedes os at forbedre vores resultater. Bedømt på spørgsmålet om den konkurrencemæssige fordel ved at bruge Globeteam frem for anden virksomhed er der 95% af

- 2001 Globeteam dannes af to konsulenter
- 2004 Omsætning en runder 20 mio. kr.
- 2005 Gold Certified Partner for Microsoft
- 2007 Vinder for anden gang "Infrastruktur" prisen
- 2008 Udvalgt som SKI-leverandør
- 2009 Omsætningen runder 70 mio. kr.
- 2010 Gennemfører organisations optimering med plads til vækst
- 2011 I dag arbejder godt 70 konsulenter for Globeteam. Omsætning 78 mio. kr. og en kundeportefølje, der tæller nogle af de fremmeste private og offentlige virksomheder

“Det er meget svært, at finde emner til forbedringer. De konsulenter vi har samarbejdet med, er meget professionelle i deres faglige og sociale adfærd.”

Citat fra 2011 kundetilfredshedsundersøgelsen



vores kunder, der ser en fordel ved at bruge Globeteam frem for anden virksomhed mod 81% i 2010.

Foruden den konkurrencemæssige fordel vil vores kunder med stor sikkerhed anvende Globeteam igen ved anden lejlighed. Her er vi steget fra 73% til 77%. Se modellen på side 1, som angiver den procentdel af kunder, som giver 8 eller 9 på en skala mellem 1 til 9, hvor 9 står for fremragende og 1 for uacceptabelt.

Om resultatet for 2011 siger Globeteams administrerende direktør, Claus Moldow:

“Det er vigtigt for Globeteams forretning og vækst at opbygge stærke relationer til vores kunder. Vi er derfor meget glade for det stigende kundetilfredshedsresultat, som dokumenterer, at vi er lykkedes med vores tiltag og de beslutninger, vi traf sidste og forrige år - blandt andet på baggrund af den feedback kunderne leverede i vores tidligere kundetilfredshedsundersøgelser.

For at højne kundernes vurdering skræddersyede vi i 2010 blandt andet et uddannelsesforløb for vores konsulenter og stab for at løfte Globeteam mod en mere salgs- og kundeorienteret kultur. Uddannelsen har ikke alene givet os en bedre forståelse for kundedialog og værdibaseret salg - vi er også lykkedes med at forankre og anvende det tillærte ude hos kunderne, hvilket både kundetilfredshedsanalysen og benchmarkanalysen mod Microsofts andre guldpartnere afspejler.”

“Derudover har vi i år igangsat en række opfølgingsinitiativer på salgsuddannelsen for vedvarende at have fokus på udvikling, træning og sparring - og gennemfører et tilsvarende uddannelsesforløb her i efteråret for vores nye konsulenter. Ligesom vi har styrket salgsstøttefunktionen i Globeteam med flere dedikerede sælgere.”

Globeteams andre tiltag vender vi tilbage til i slutningen af artiklen.

Flot benchmarkanalyse

Det stærkere fokus på kunderne ses ikke alene i resultatet af kundernes samlede

erfaring og vurdering af Globeteam, men også i benchmarkanalysen mod Microsofts nationale og internationale guldpartnere, hvor vi ser en stigning i kundernes vurdering af Globeteams evne til at imødekomme deres behov, ligesom resultatet af kvaliteten af salg er vokset.

Foruden det stærkere resultat på kundens behov slår uddannelsens træning af vores evner til at kommunikere med kunderne også igennem i kundernes vurdering. Benchmarkanalysen viser ligeledes meget positive taktik. Bedømt på spørgsmålet om kvalitet af kommunikation tager vi et markant højdespring fra 40% til 68%, og placerer os over gennemsnittet af både nationale og internationale Microsoft guldpartnere, som henholdsvis ligger på 51% og 62%. Se modellen på første side.

Ligeledes er vi blevet langt bedre til at synliggøre den værdi, vi leverer til kunderne, og som gør os stærke og differentierer os i markedet. Her oplever vi en stigning, som gør, at vi i år får en bedre score end Microsofts guldpartnere i Danmark.

Om undersøgelsen:

Undersøgelsen tilbydes Microsofts guld-certificerede partnere. Kundetilfredshedsanalysen:

- Hjælper os til at kunne definere styrker og svagheder, således at vi kan iværksætte handlingsplaner.
- Giver os et objektive indblik over kundernes holdninger, idet kunderne, hvis de ønsker det, kan besvare anonymt.

- Microsoft har ikke adgang til kundedataene. Vores kundelister håndteres af et eksternt analyseinstitut og Microsoft ser kun de samlede resultater, ikke kundelisterne eller individuelle kunders data.

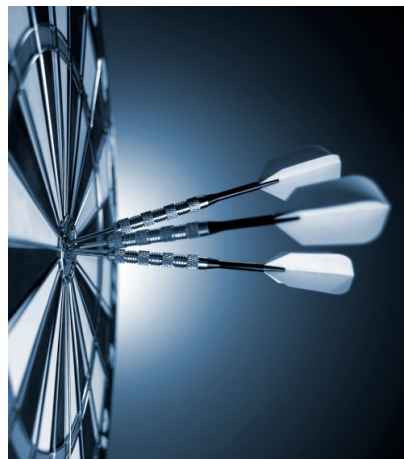
TNS Prognostics, en global leder inden for undersøgelsesbaseret kunderådgivning, er blevet udvalgt til at bygge og styre kundetilfredshedsanalyserne. Hvert halvår indsender vi navnene på de kunder, som deltager i undersøgelsen.

TNS Prognostics' måling af kundetilfredshed er web-baseret og tager 5-10 minutter for kunden at gennemføre.

- “TNS tilbyder en måling af vores kunders holdning til Globeteam. Konceptet sætter udførelsen af vores kundemåling i system samtidig med, at den giver os point i partnerprogrammet. Vi får et anvendelsesorienteret værktøj, som vi kan bruge i vores loyalitetsskabende arbejde.” Kirsten Nielsen.

“Det er vigtigt for Globeteams forretning og vækst at opbygge stærke relationer til vores kunder. Vi er derfor meget glade for det voksende kundetilfredshedsresultat”.

Claus Moldow, administrerende direktør, Globeteam



Meget tilfredse kunder

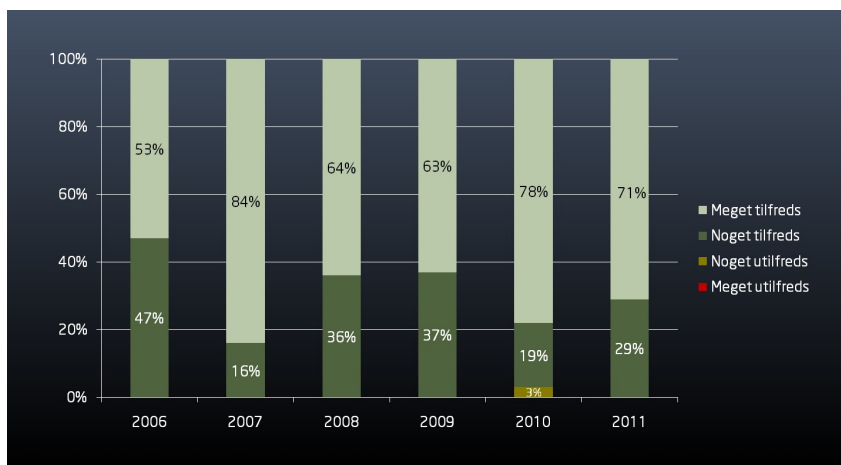
Det voksende kunders resultat ses også i forhold til den overordnede tilfredshed med Globeteams ydelser. Som modellen på første side viser, har vi 100% tilfredse kunder mod 93% for guldpartnere i DK og 94% for guldpartnere verden over. Globeteam har i undersøgelsen ingen utilfredse kunder.

Ligesom vi ligger højere i forhold til andre nationale og internationale guldpartnere, både hvad angår, at kunderne ønsker at anbefale os til andre og i forhold til den samlede præstation i benchmarkanalysen.

“Kunderne oplever endvidere, at det er let at samarbejde med Globeteam, hvilket også er et meget væsentlig parameter i relation til den generelt voksende tilfredshed. Globeteam ser det som et af vores mål at være lydhør over for kundernes behov og agere som en fleksibel samarbejdspartner,” siger Claus Moldow, og vender tilbage til nogle af de tiltag, Globeteam har taget for at fastholde sine mål.

Ved årsskiftet 2010 gennemførte vi en optimering af vores organisation for at styrke vores mulighed for at fastholde og fremme vores faglige fokusering og målrettethed mod eksempelvis frontløber teknologier og satte samtidig yderligere fokus på ledelse.

Hos Globeteam har vi udvidet vores eksisterende engagementer med kunderne, og det tager vi som et tegn på kundernes tilfredshed,” slutter Claus Moldow.



I undersøgelsen fra 2011 tilkendegiver samtlige af Globeteams kunder, at de er tilfredse med vores indsats. 71% af de adspurgte kunder er “meget tilfredse”, og 29% er “noget tilfredse”. Ses resultatet i forhold til det samlede antal af tilfredse kunder fra 2010, er det en fremgang. Her var 97% af de adspurgte kunder tilfredse.

Sammenlignes tilfredshedsgraden med andre guldpartnere er det procentvise fald i andelen af Globeteams “meget tilfredse” kunder fra 2011 til 2010 mindre end gennemsnittets. Ligesom vi ingen utilfredse kunder har, hvilket også resultatet af benchmarkanalysen mod Microsofts nationale og internationale guldpartnere viser. Her scorer vi højere. Kundernes tilfredshed med vores indsats er på 100% mod 93% for guldpartnere i DK og 94% for guldpartnere verden over.

Citat fra kundetilfredshedsundersøgelsen 2011:

“Det er meget svært, at finde emner til forbedringer. De konsulenter, vi har samarbejdet med, er meget professionelle i deres faglige og sociale adfærd.”

Undersøgelsen foretages af uafhængigt analyseinstitut, TNS Prognostics, og tilbydes Microsofts guld-certificerede partnere og muliggør ekstern sammenligning både nationalt og internationalt mod Microsofts guldpartnere.