



# Merkevare Kundeopplevelse

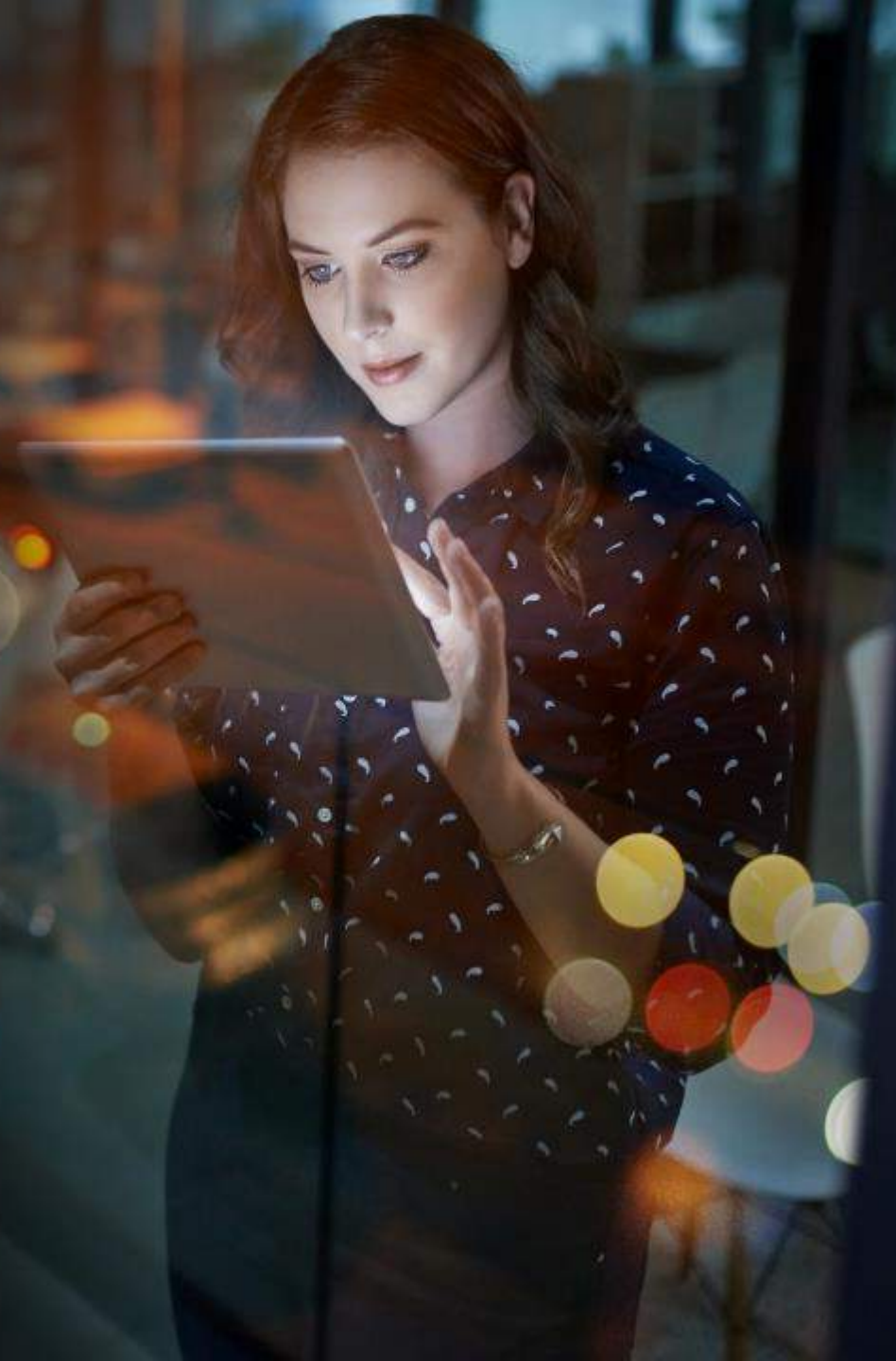
**Yngve Fjell**

Direktør, Kundeopplevelse

KPMG Digital

**@yfjell**

**#ConnectedCustomer #CustomerFirst**





# 5-7x vekst ↗



## Personalisering

Å benytte individualisert oppmerksomhet for å skape emosjonell tilknytning



## Integritet og tillit

Å være tillitsvekkende og til å stole på



## Forventninger

Å håndtere, møte og overgå kundenes forventninger



## Problemløsning

Å snu en dårlig erfaring til en god opplevelse



## Tid og innsats

Å redusere kundens innsats og tidsbruk gjennom forenklede prosesser

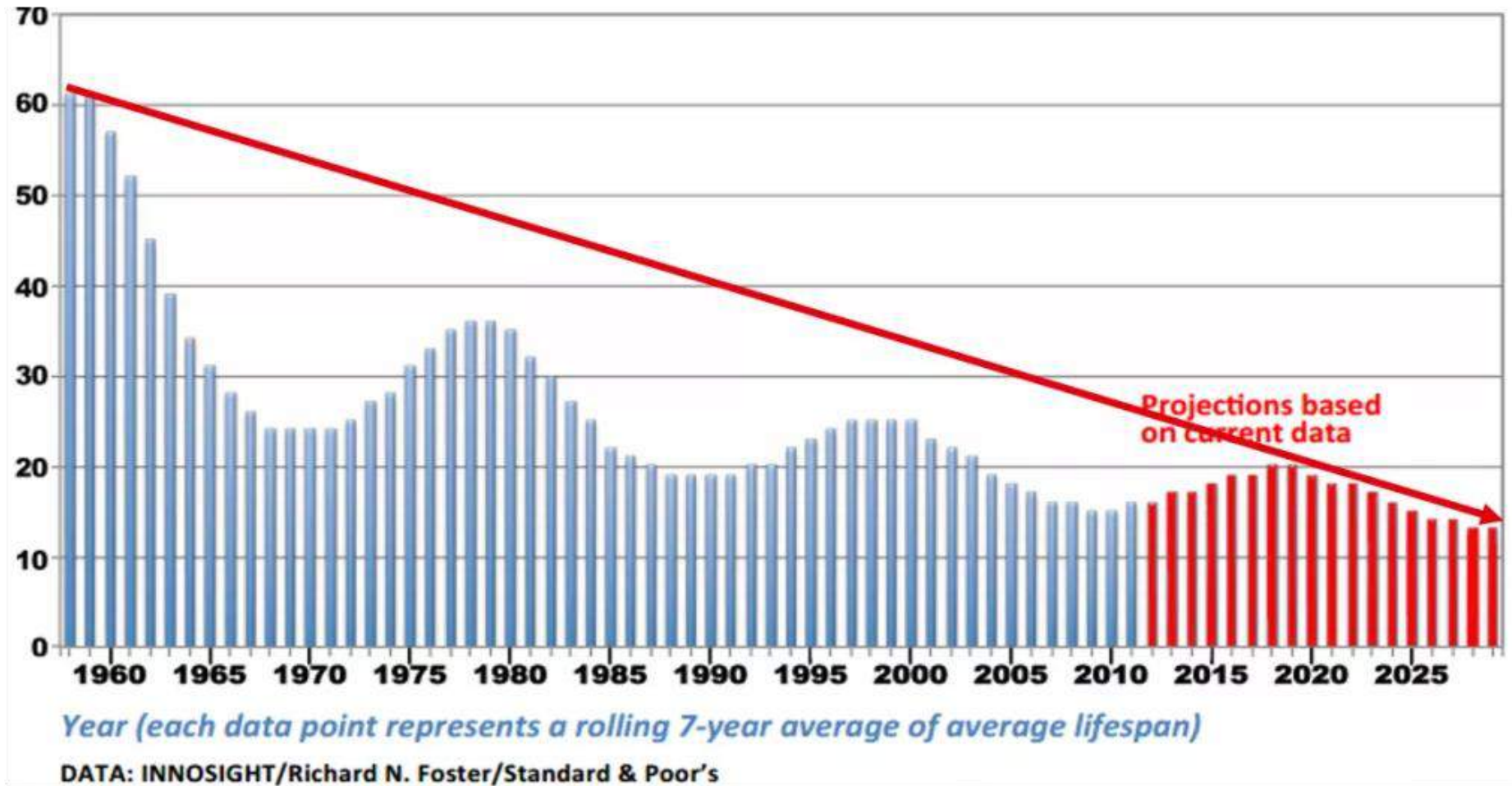
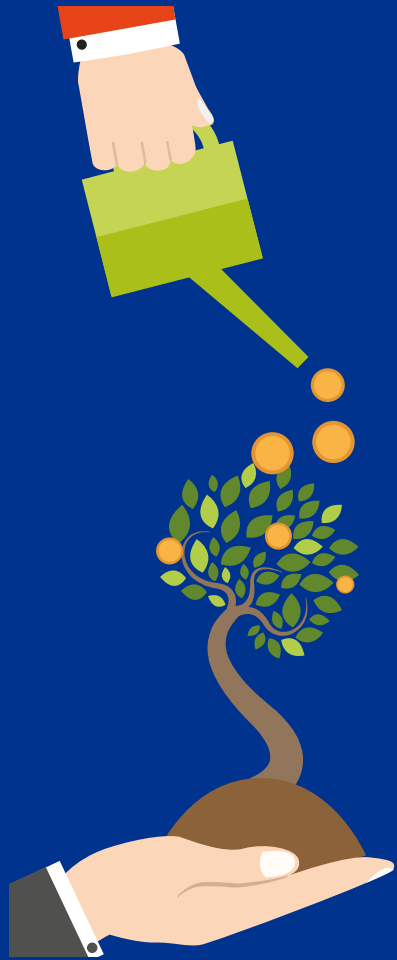


## Empati

Å forstå kundens omstendigheter og ha en god og personlig dialog.



# Det handler om å være relevant



**Produkt  
sentrert**



**Merkevare  
sentrert**

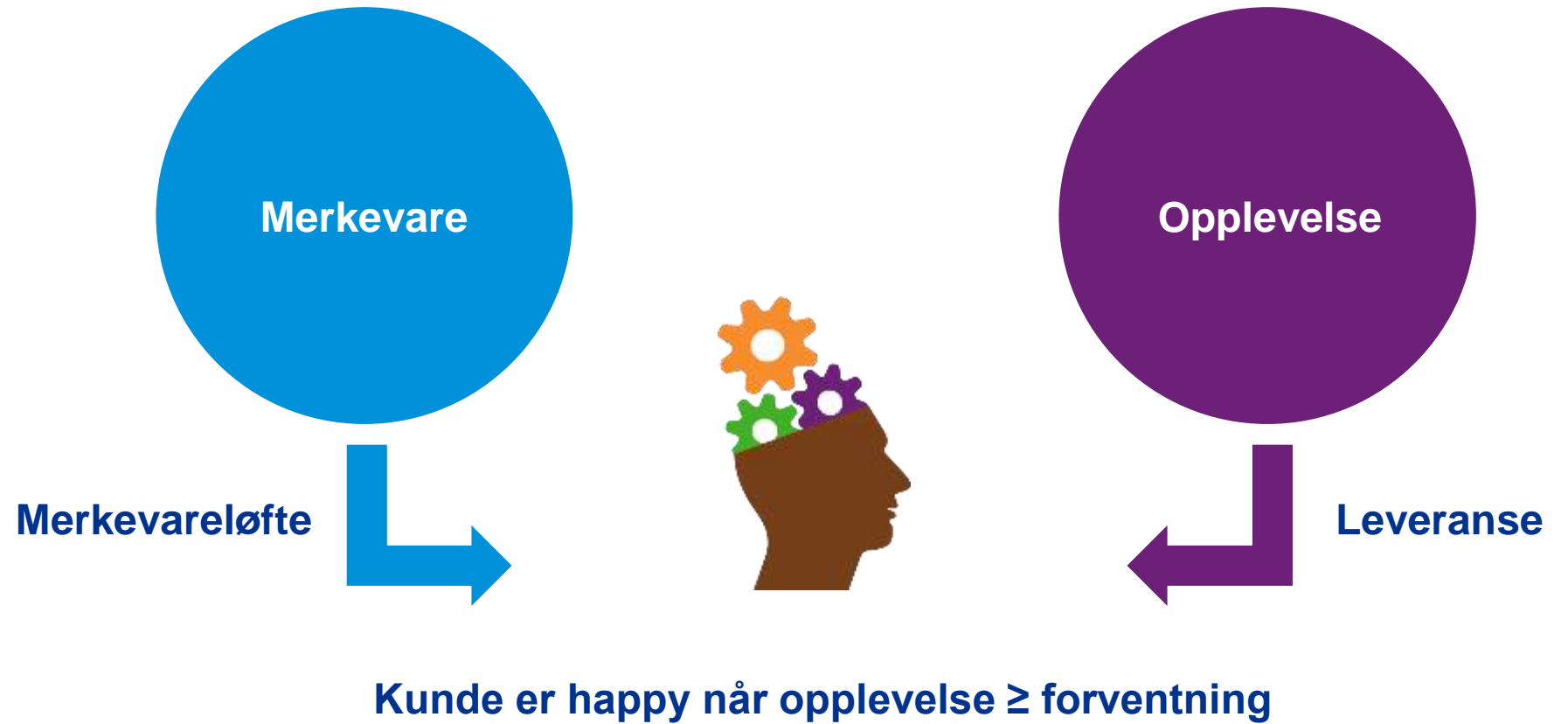


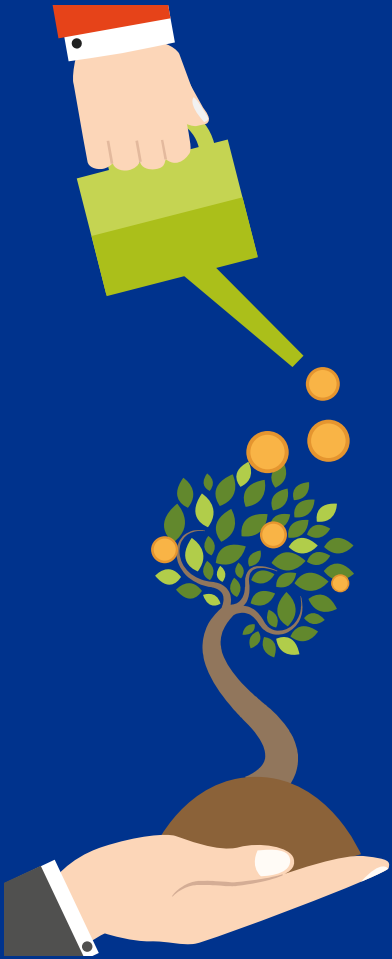
**Kunde  
sentrert**



**Opplevelses  
sentrert**







Være uunnværlig

Dekke et viktig behov

Tilfredsstille kundene

Alltid tilgjengelig

Emosjonell knytning

Gjøre livene våre enklere

Til å stole på

Inspirere

Levere en konsistent kundeopplevelse

Ha bedre produkter og tjenester

Har et formål kunder tror på

Være moderne og innovativ

Autentiske

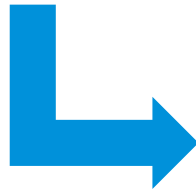
Engasjerer

Kilde: Inspirert av Brand Relevance Index, Prophet

© 2018 KPMG AS, a Norwegian limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative, a Swiss entity. All rights reserved.



Merkevareløfte

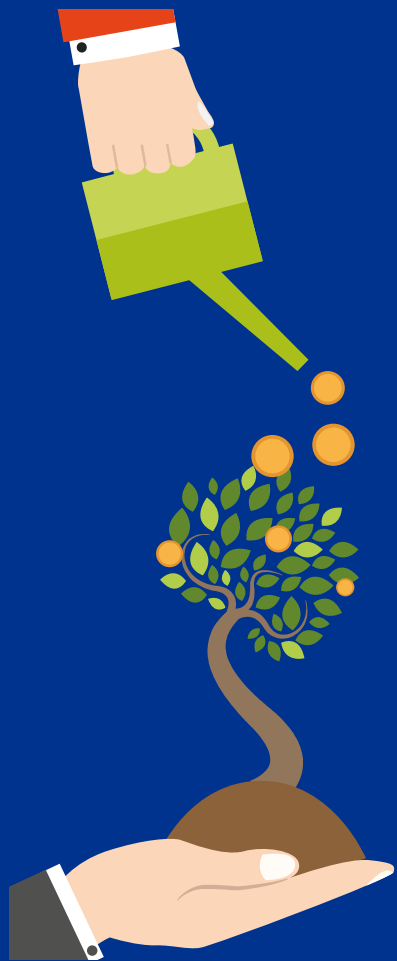


Leveranse



Kunde er happy når opplevelse  $\geq$  forventning





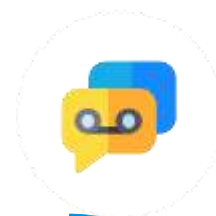
# Opplevelse $\geq$ Forventning



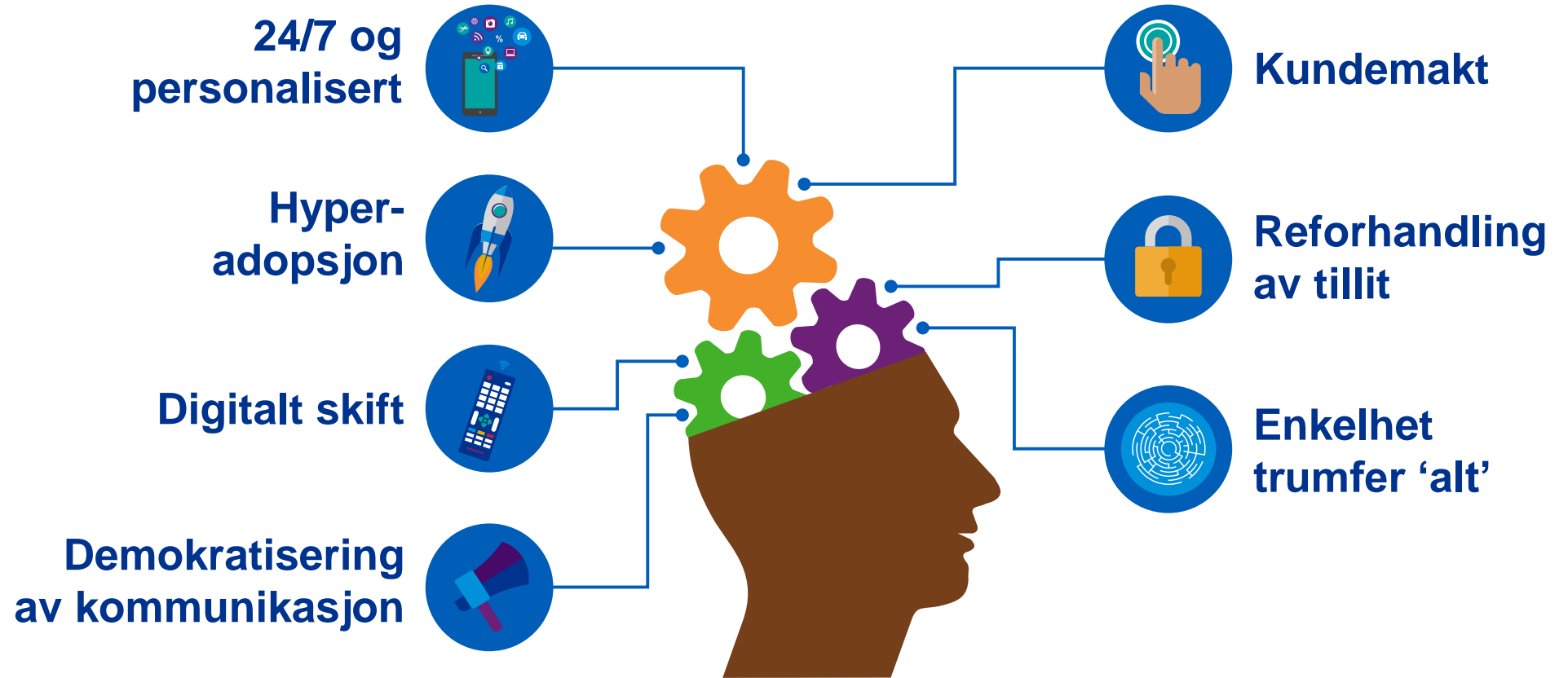
# Kunders nye verdier og forventninger, samt preferanser for digitale, enkle løsninger utfordrer merkevarer betydelig

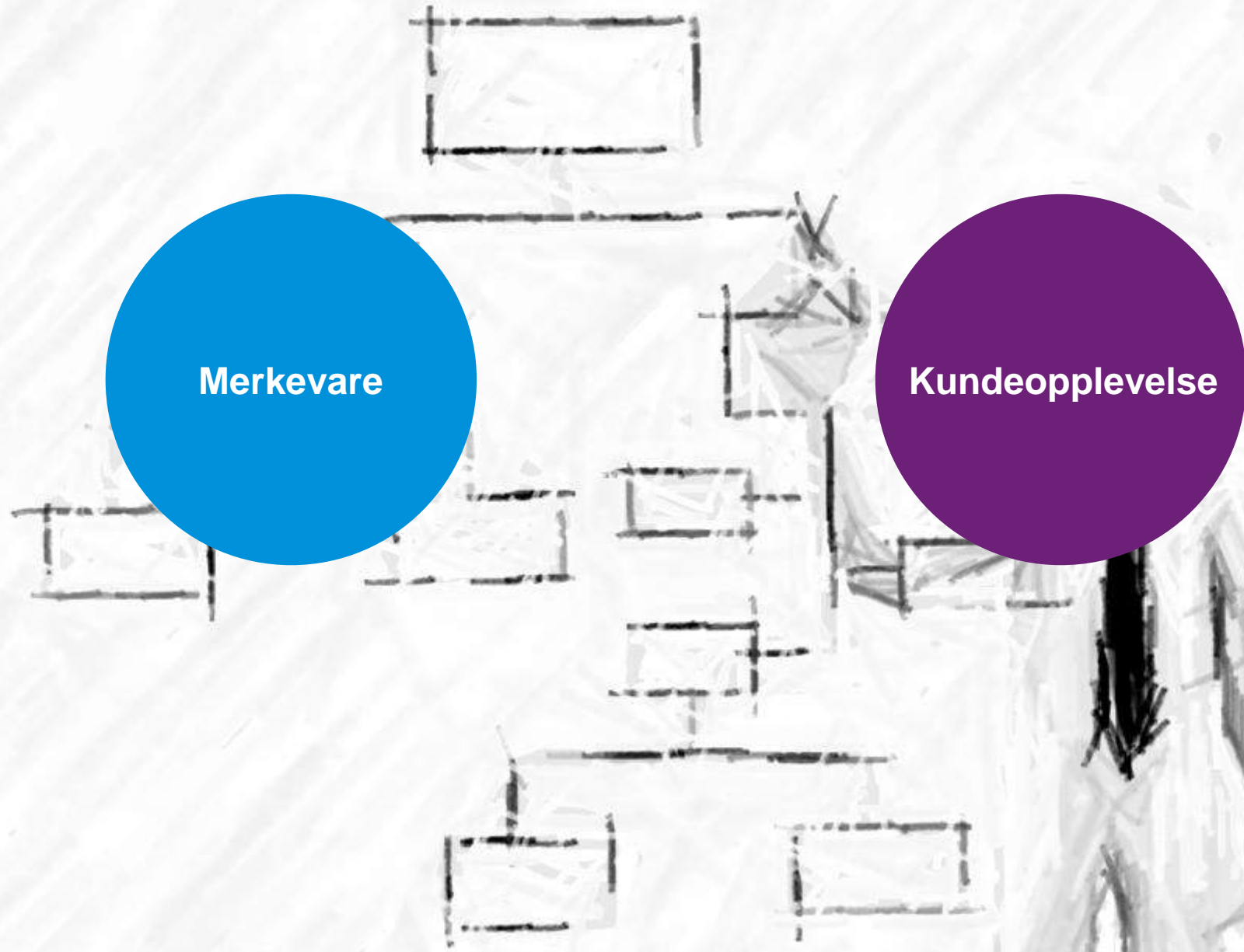
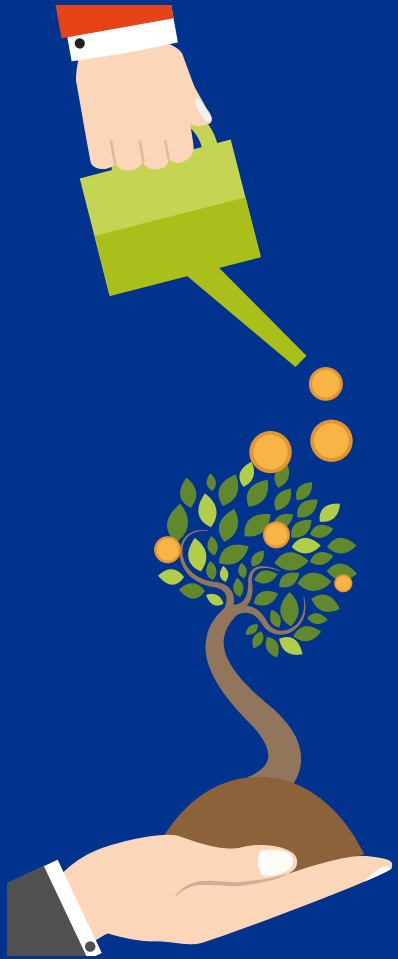


...stemme  
...tekst  
...bilder  
...fysisk



# Kundeinnsikt er **felles** mellom merkevare og kundeopplevelse







## Merkevare domene

Merkevareposisjon og løfte

Merkevare verdier og personlighet

«Reasons to believe»

Identitet

Uttrykk

Design

## CX domene

Kundeopplevelses visjon

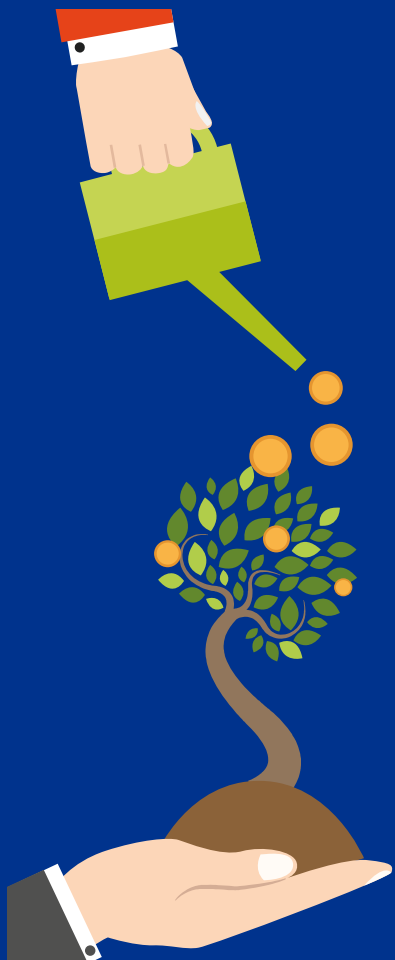
Opplevelses design

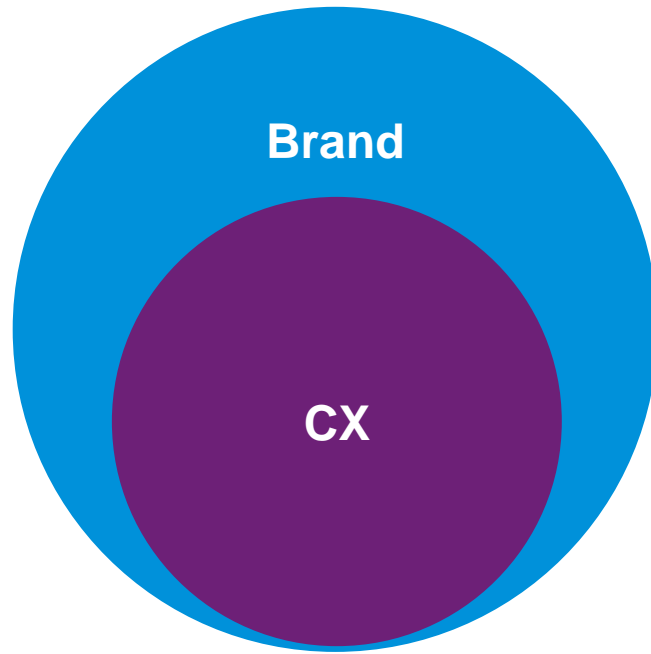
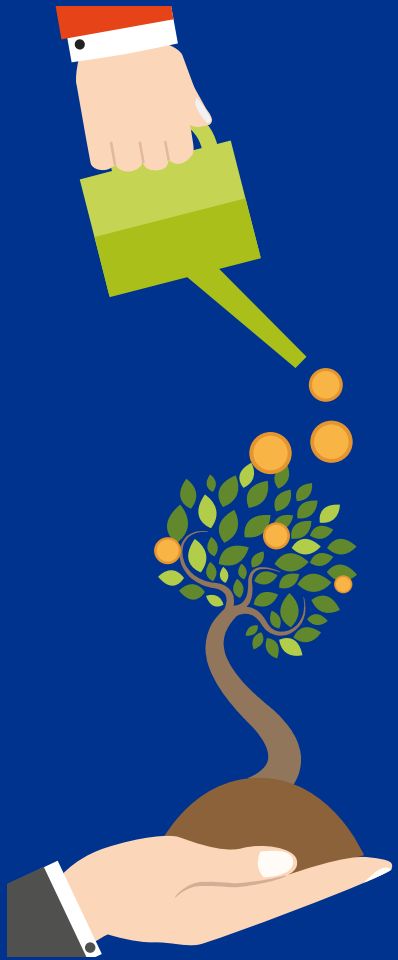
Kundereiser

'Intent'

Personalisering

Pilarer



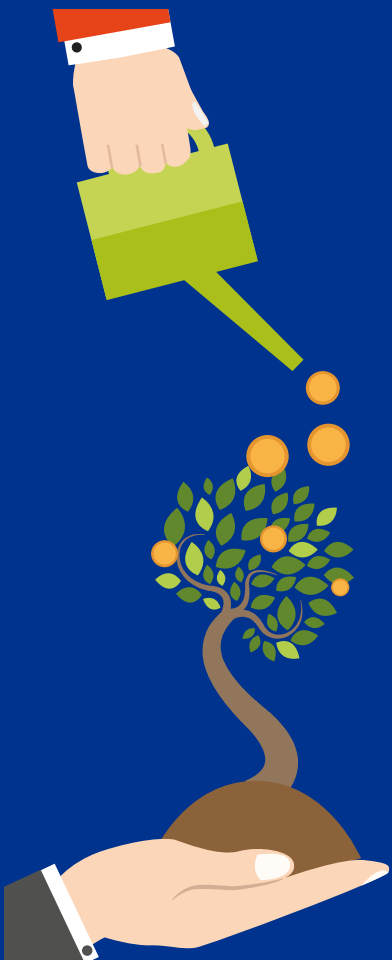


Fullt integrert

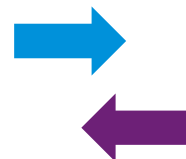
Sømløst

Maksimerer verdi

# Samme mål – ulike verktøy

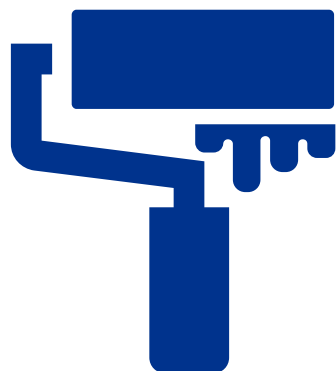


Brand/Marketing



Kundeopplevelse

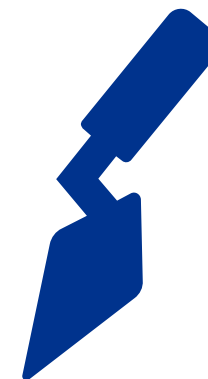
Forstå kundene



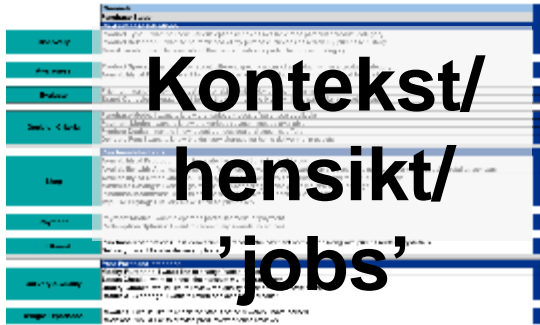
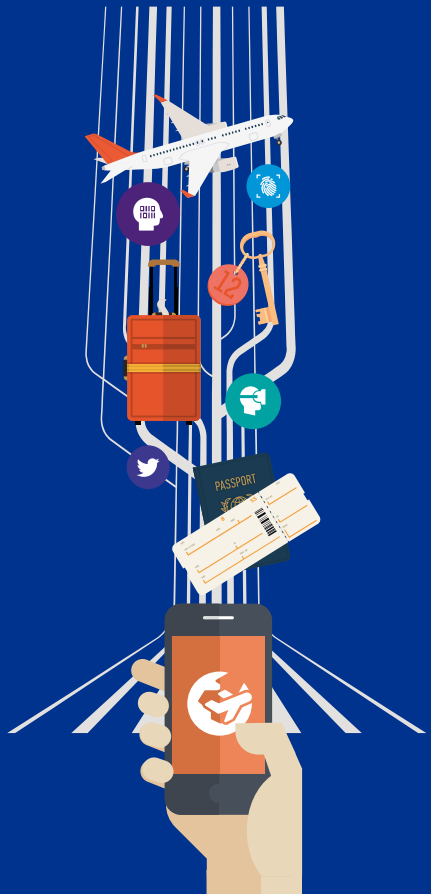
Strategi

Design

Måling



# Vi må ta i bruk flere metoder for å forstå kundene

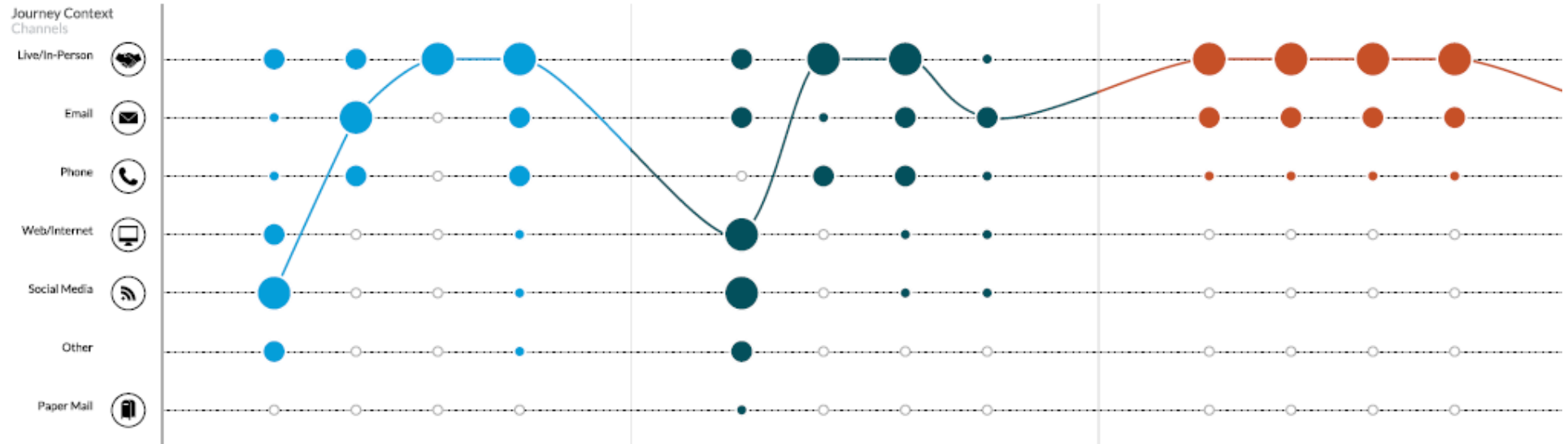
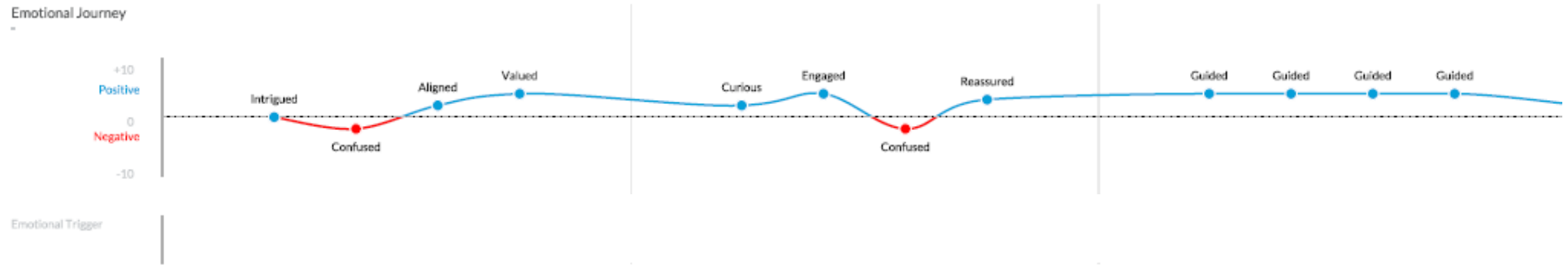




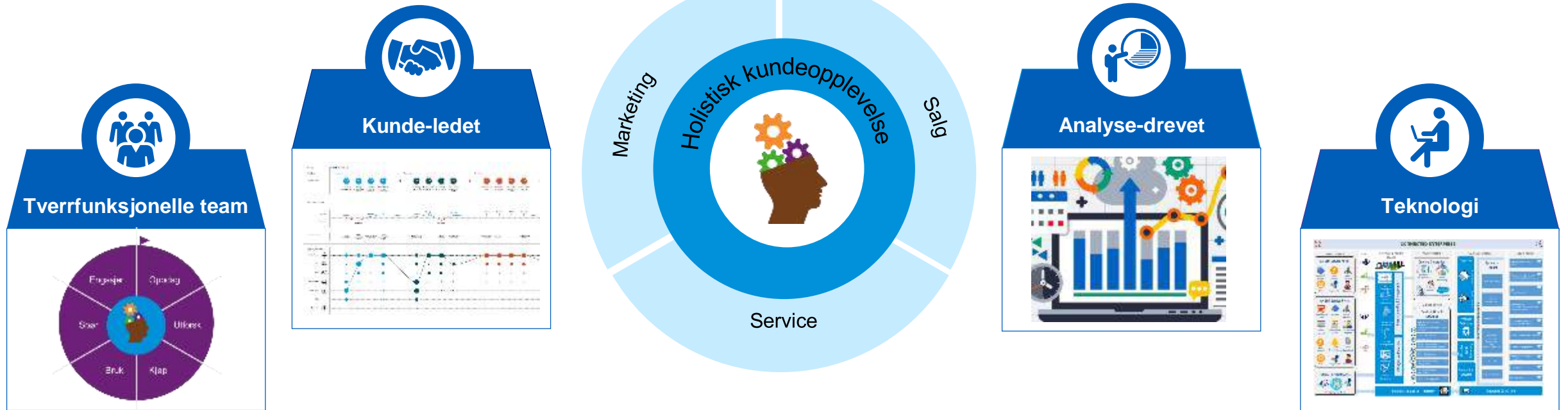
# Forstå kundens livssyklus for merkevaren



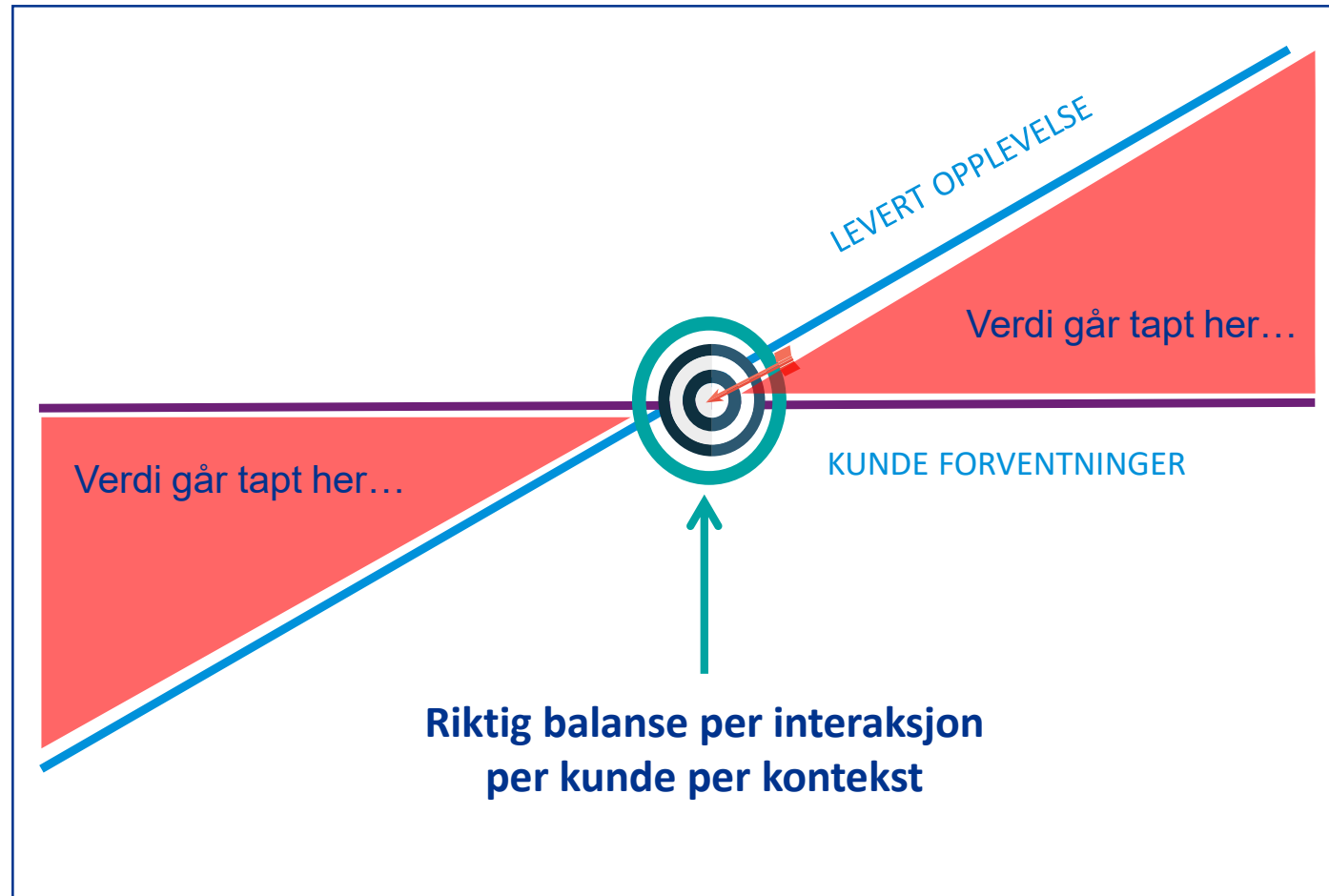
# Jobb med kundereiser som felles verktøy – inkludert for marketing fasen



# Vi må bygge en integrert organisasjon bak kundens livssyklus



# Vi må forstå kundeverdi...og hva opplevelse koster





# Merkevare Kundeopplevelse





[kpmg.com/socialmedia](https://kpmg.com/socialmedia)



[kpmg.com/app](https://kpmg.com/app)

# Tusen takk!