

## KUNDECASE

# KINNARPS

“Det var egentlig en klassisk situation. Vi havde travlt, så der gik nogen tid, inden vi fik lejlighed til at høre nærmere om værktøjet Leadenhancer, og hvilke fordele det kunne give os”

Markedschef Jeanette Qvarnstrøm  
Kinnarps, Danmark.

## Helt ny viden

Vi får via Leadenhancer nu lettere og overskueligt præsenteret informationer, som det tidligere var ret vanskeligt at finde. F.eks. har vi ikke tidligere haft det fulde overblik over hvor mange af vore eksisterende kunder, der anvender vores web-site. Vi kan følge en eksisterende kunde, som vi er i dialog med, og se om interessen svarer til forventningerne. Vi kan se hvor ofte og hvilke sider, en ny eller eksisterende kunde besøger.

Vi får dagligt og månedligt en mail fra Leadenhancer, og det tager 5 min. om dagen at "klippe" de relevante informationer og give dem til den pågældende konsulent. Det giver også en bedre stemning, fordi konsulenterne får relevante leads og varme leads i "en kold tid". Det gør det nemmere at sende eller ringe og starte dialogen med noget, der er oppe i virksomheden.

## Trends i markedet

Vi kan også se trends i markedet "sort på hvidt". F.eks. er både "akustik" og "private virksomheder" i vækst på vort web-site, hvor de sider bliver besøgt oftere end tidligere, og det afslører en ændring i efterspørgslen. På samme måde kan vi se, om marketingkampagner resulterer i besøg på de sider på web-sitet, som kampagnen vedrører. Altså koordinering imellem salg og marketing.

Byggeprojekter er et stort salgsområde for os. Før var det problematisk at finde ud af, hvem der har ansvaret for møbleringen, og hvordan interessen udvikler sig. Det er nemmere nu, fordi "køberen" har givet sig til kende via besøg på web-sitet. Vi kan følge en eksisterende kunde, som vi er i dialog med og se, hvad de følger, og hvordan interessen udvikler sig.

## Nemt

Vi startede med et testforløb, hvor vi kunne prøve Leadenhancer i en måned. Det var lidt uoverskueligt i starten, bl.a. fordi salget er delt i øst og vest, og vi har forhandlere. Men vi får leads sorteret efter postnumre, og så er det uhyre enkelt at fordele leads til de ansvarlige.

Leadenhancer bliver brugt, fordi konsulenterne hurtigt har vænnet sig til det. Vi har orienteret konsulenterne om, hvad det er, de får. Og hvordan de skal håndtere det. Det er op til den enkelte konsulent, hvad vedkommende vil sige eller skrive i åbningen med det pågældende emne.

Vi har igennem årene prøvet mange værktøjer. Leadenhancer er bestemt et værktøj, der er let at anvende og derfor bliver brugt flittigt i huset, slutter Jeanette Qvarnstrøm, Kinnarps.

Kinnarps A/S, Roskildevej 522, 2600 Glostrup