

5 ting, som påvirker din churn rate

Hvad er churn og churn rate?

Churn er et udtryk, som tit bruges i forretningsmiljøet, men hvad betyder det egentlig? Når vi snakker churn, menes der kundefrafald. Kundefrafald er de kunder, som vælger at afslutte deres relation eller forretninger med en virksomhed. Din churn rate måler hastigheden af kundefrafaldet i en specifik og målbar periode. Det er vigtigt at kende sin churn og churn rate for at få et indblik i, hvordan det går for virksomheden.

En høj churn rate indikerer, at dine kunder ikke er tilfredse med din virksomhed, hvilket kan føre til, at du mister vigtige handler. Ved at få en bedre forståelse for, hvad der kan påvirke din churn og churn rate, kan du skabe bedre kunderelationer over tid. Her er et par eksempler på faktorer, som kan påvirke din churn.

1

Dårlig kundeservice

En dårlig kundeservice er en af de største årsager til en højere churn rate hos virksomheder. Alle kunder forventer en både hurtig og effektiv service, og hvis de ikke får dét, øges risikoen for, at de foretager deres køb hos andre, hvor de kan få opfyldt deres krav. I dagens samfund har kunderne flere valgmuligheder, og det er de meget bevidste om!

Du kan forbedre din kundeservice ved at bruge et CRM-system og uddanne dine kundeservicemedarbejdere i, hvordan de kan bruge det til at give en bedre kundeoplevelse. Ved at indsamle feedback fra kunder, som har oplevet dårlig kundeservice og dokumentere oplevelserne, kan du implementere løsninger for at få rettet op på problemet og minimerer din churn rate.

2

Mangel på tilpasning

At kunne tilpasse et produkt eller en ydelse i forhold til kundernes forventninger er i dagens Danmark blevet nøgle element for at undgå churn. Kunderne forventer, at en virksomhed forstår deres behov og kan tilbyde en tilpasset løsning som opfylder deres behov. Hvis kunden føler, at virksomheden ikke lever op til deres forventninger, er der stor risiko for, at de i stedet vælger en anden leverandør.

Når du løbende vælger at indsamle data om dine kunder i dit CRM-system, bliver det nemmere at imødekomme deres forventninger til din virksomhed og ydelser. Du får desuden en indsigt i, hvad dine kunder efterspørger og kan herefter nemmere tilpasse dine ydelser.

3

Ingen kundekommunikation

En aktiv kundekommunikation er vigtigt for at opbygge en stærkere relation med dine kunder. Hvis du ikke kommuniker aktivt med dine kunder, glemmer de hurtigt både dig og din virksomhed. En kunde føler sig ikke værdsat hvis der er manglende kommunikation.

Det er nemt at opbygge en kunderelation med et CRM-system. Du kan gemme alle data om kunden i CRM-systemet og nemt danne dig et overblik over kommunikationshistorikken med kunden. Er der specielle datoer, mærkedage eller er der sket noget vigtigt hos en kunden som du skal huske? Du kan aktivt bruge denne type oplysninger i din kundekommunikation til at uddybe relationen. Bedre kunderelationer nedsætter din churn rate!

4

Dårlig brugeroplevelse

Den brugeroplevelse, du tilbyder dine kunder, er vigtig for at påvirke din churn og din churn rate, specielt hvis din virksomhed arbejder inden for B2C. Kunder forventer en ukompliceret og brugervenlig oplevelse, og når der er forhindringer på vejen, påvirker det deres oplevelse af din virksomhed og de produkter, du tilbyder. Jo flere forhindringer, desto større er risikoen for, at kunderne vælger at skifte til en anden leverandør.

Du kan skabe en bedre brugeroplevelse ved at undersøge, hvor dine kunder oplever forhindringer på deres kunderejse. Kan oplevelsen på nogen måde forbedres, så det bliver muligt helt at eliminere forhindringerne?

5

Er prisen for dit produkt den rigtige?

Kunder er og bliver prissensitive, specielt når den generelle økonomiske situation er presset. Virksomheder, som arbejder inden for B2C, ved dette bedre end nogen andre, da deres kunder ofte er dem, som er mest prisbevidste. De fleste kunder vil ganske enkelt helst have mest ud af deres penge!

Du kan nedsætte din churn ved at undersøge, hvilke priser dine konkurrenter udbyder deres produkter for. Kan din virksomhed matche deres priser, eller er dit prisniveau sat for højt? Det kan selvfølgelig være, at det er umuligt at sætte priserne ned, men hvad kan du så tilbyde dine kunder i stedet? Sørg for at være bedre på andre parametre, som f.eks. en kundeservice i verdensklasse!

Hvordan kan du mindske din churn?

For at din virksomhed skal blive mere succesfuld og vækste, er det vigtigt at forstå nogle af de faktorer, som kan påvirke din churn.

Ustilstrækkelig kundeservice, dårlige produkter, høje priser, mangel på tilpasning er alle eksempler på faktorer, som kan påvirke din churn. En del af årsagerne til churn er generelle, andre er specifikke for netop din branche. Ved at opbygge stærkere relationer til dine kunder bliver det nemmere at se, hvad der kan være årsagen til din høje churn, så du kan tage de nødvendige forholdsregler for at mindske den.

Med et CRM-system kan du analysere dine kundedata, og bruge dataene til at indhente viden om, hvad du kan gøre for at vende den negative tendens. Vær proaktiv, og gør noget ved fejlene, når du opdager dem - i stedet for at ignorere dem. Det hjælper din virksomhed med at vækste!

?

Er du nysgerrig på, hvad et CRM-system kan gøre for din virksomhed og din churn? Kontakt os for mere information. Vi hjælper dig hellere end gerne med at tage de næste skridt mod bedre kunderelationer!