

5 ting som påvirker din churn rate

Hva er churn og churn rate?

Churn er et uttrykk som vanligvis brukes i forretningsverdenen, men hva betyr det egentlig? Når vi prater om churn mener vi det som på norsk kalles for kundefrafall. Kundefrafall er kunder som velger å avslutte relasjonen eller forretningene sine med en bedrift. Din churn rate er en måling på hastigheten av kundefrafallet under en spesifikk og målbar tidsperiode. Det er viktig å vite sin churn og churn rate for å få et innblikk i hvordan det går med bedriften din.

En høy churn rate indikerer at kundene dine ikke er fornøyde med bedriften din, noe som kan føre til at du mister viktige salg. Ved å bedre forstå hva som kan påvirke din churn og din churn rate kan du skape bedre kunderelasjoner over tid. Her er noen eksempler på ting som kan påvirke din churn

1

Dårlig kundeservice

Dårlig kundeservice er en av de største årsakene til økt churn rate hos bedrifter. Alle kunder forventer rask og effektiv service, og dersom de ikke får det, øker risikoen for at de heller kjøper av noen som gir dem det. I dagens samfunn har kundene flere valgmuligheter, og det vet de!

Du kan forbedre kundeservicen ved å benytte deg av et CRM-system og trene opp kundeservicen på hvordan de kan bruke det for å gi en bedre kundeopplevelse. Ved å samle inn feedback fra kunder som opplever dårlig service samt dokumentere det, kan du implementere løsninger for å få orden på problemet og redusere bedriftens churn rate.

2

Lavt nivå av kundetilpasning

Å kunne tilpasse et produkt eller en tjeneste har blitt mye viktigere i dagens forretningsmiljø. Kunder forventer at en bedrift forstår deres behov, og kan tilby en tilpasset løsning som svarer til behovet. Dersom kundene føler at bedriften ikke når opp til forventningene, er risikoen stor for at de velger en annen leverandør i stedet.

Ved å kontinuerlig innhente data om kundene i ditt CRM, blir det enklere å møte forventningene de har til bedriften og tilbudet. Du får innsikt i hva kundene din etterspør og kan enklere tilpasse tilbudet ditt.

3

Ingen kundekommunikasjon

En aktiv kundekommunikasjon er viktig for å bygge en sterkere relasjon med kundene dine. Dersom du ikke kommuniserer aktivt med kundene dine, er det fort at de glemmer deg og bedriften din. For hvor verdsatt føler du deg som kunde dersom bedriften du gjør forretninger med aldri gir lyd fra seg?

Bygg opp kunderelasjonen enklere med et CRM-system. Du kan lagre all viktig informasjon om kunden i CRM-systemet og enkelt få kontroll på alt som er kommunisert til kunden. Har noen bursdag eller har det skjedd noe viktig hos en bedrift? Bruk informasjonen i kundekommunikasjonen for å sette deg dypere inn i relasjonen. Bedre kunderelasjoner reduserer din churn rate, det lover vi!

4

Brukeropplevelsen er ikke optimal

Brukeropplevelsen du tilbyr kundene dine er viktig for å påvirke din churn og din churn rate, spesielt dersom bedriften din jobber innen B2C. Kunder forventer en sømløs og brukervennlig opplevelse. Når det er hindringer på veien, påvirker det deres opplevelse av bedriften og produktet ditt. Jo flere hindringer på veien, desto større risiko for at kundene velger å bytte til en annen leverandør.

Skap en bedre brukeropplevelse ved å undersøke hvor kundene opplever hindringer i kundereisen sin. Kan opplevelsen forbedres på en eller annen måte for å redusere hindringene?

5

Er prisbildet ditt riktig?

Kunder er og forblir prissensitive, spesielt når den generelle økonomiske tilstanden er anstrengt. Bedrifter som jobber innen B2C vet dette bedre enn andre, da kundene deres vanligvis tilhører de som er absolutt mest prissensitive. De fleste kunder ønsker ganske enkelt verdi for pengene sine!

Reduser din churn ved å undersøke hvilke priser konkurrentene dine tilbyr. Matcher bedriften din tilbudet deres eller ligger dere for høyt? Noen ganger kan du ikke senke prisen, men hva kan du tilby kundene dine i stedet? Fyll tilbudet ditt med andre verdier i stedet, som for eksempel en uslåelig kundeservice!

Hvordan kan du redusere din churn?

For at bedriften din skal bli mer suksessfull og vokse, er det viktig å forstå noen av faktorene som kan påvirke din churn.

Utilstrekkelig kundeservice, dårlig produkt, høye priser, ingen muligheter for kundetilpasning med mer, er alle eksempler på ting som kan påvirke din churn. En del av årsakene til churn er generelle, men andre er spesifikke for nettopp din bransje. Ved å bygge sterkere relasjoner med kundene dine blir det lettere å se hva som kan være årsaken til din høye churn, så du kan ta de nødvendige stegene for å redusere den.

Med et CRM-system kan du analysere kundedataene dine og bruke det for å få innsikt i hva du kan gjøre for å snu den negative trenden. Være proaktiv og fiks feilene når du oppdager dem, i stedet for å la det gå for langt. Det vil hjelpe bedriften din å vokse med tiden!

?

Er du nysgjerrig på hva et CRM-system kan gjøre for bedriften din og deres churn? Kontakt oss for mer informasjon, så hjelper vi deg å ta neste trinn i kunderelasjonen!