

170

→ Så många miljarder beräknas den logistikmarknad som PostNord tittar på vara värd. Särskilt inom stycke- och partigods ser koncernen möjligheter till tillväxt.



POSTNORD INSIGHT

Känner du dina kunder?

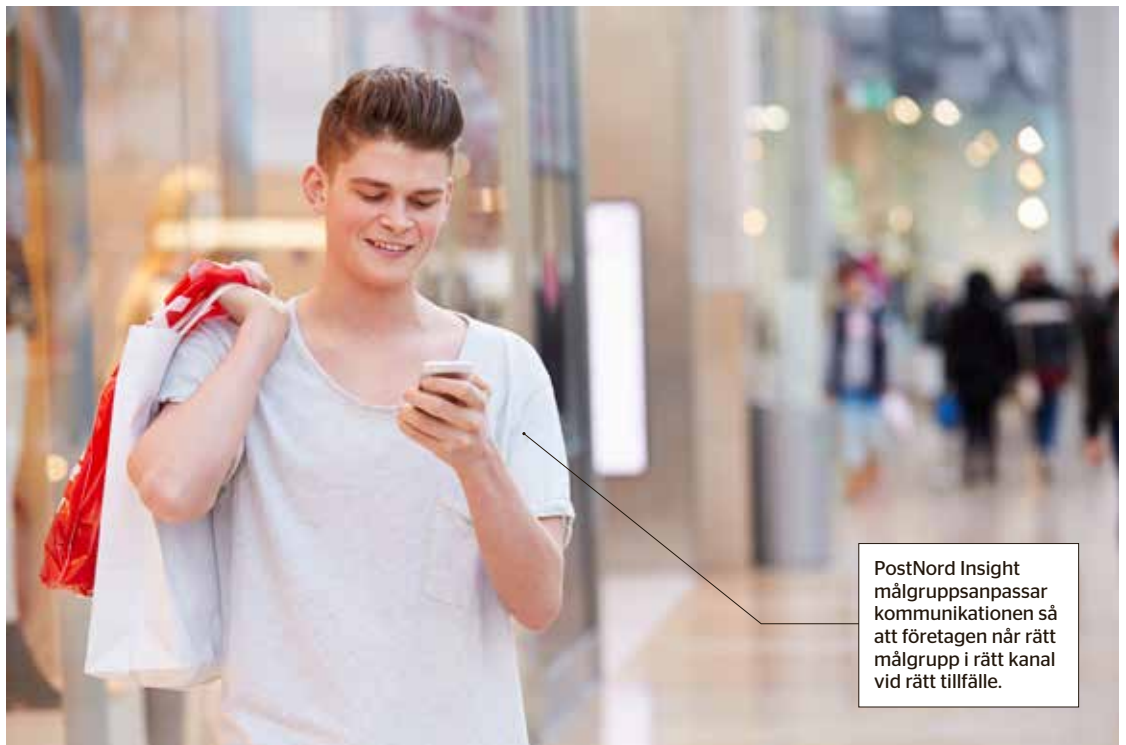
I en värld där konsumenten har makten skapas en vardag för handlaren som är mer komplex än någonsin. Därför har nu PostNord startat PostNord Insight, en konsultativ tjänst som ska hjälpa e-handels- och retailkunder att effektivisera sin logistik och kommunikation och därmed förbättra lönsamheten.

→ **SÅ LÄNGE** det bara var pris och kvalitet som räknades var det enkelt, billigast med mest service som vann. Men den tiden är förbi. I takt med ökat utbud, ökad konkurrens och fler kanaler har konsumenterna fått allt större makt. Det i sin tur gör det viktigare än någonsin för företag att verkligen förstå hur konsumenten tänker.

- Det handlar om att fokusera på konsumenten. Nyckeln till framgång ligger i att samla in data om konsumentens beteendepreferenser och sedan omsätta dessa till en kombination av effektiv kommunikation och smart logistik, säger Torstein Johansen, initiativtagare och chef för PostNord Insight.

TILL EXEMPEL säger Torstein Johansen att om ett företag har en vara på lagret som aldrig blir såld, så kan det bero på att företaget helt enkelt inte når ut till de kunder som har ett intresse av varan. Det kan också handla om att det inte finns en tillräckligt vass varuförsörjningsstrategi på plats.

- Med PostNord Insight målgruppsanpassar vi kommunikationen så att kunderna når rätt målgrupp, i rätt kanal, vid rätt tillfälle. Vi kan också ta fram en strategi som optimerar varuförsörjningen och på så



PostNord Insight målgruppsanpassar kommunikationen så att företagen når rätt målgrupp i rätt kanal vid rätt tillfälle.

PostNord Insight

→ PostNord Insight är ett nytt erbjudande från PostNord vars syfte är att öka kundens lönsamhet med hjälp av målgruppsanpassad kommunikation samt att minska kapitalbindning bland annat med hjälp av smarta logistiklösningar.



vis kan vi hjälpa till att öka omsättningshastigheten i varulagret. Tillsammans minskar därmed företagets kapitalbindning och vi ökar deras lönsamhet, säger Torstein Johansen.

EN FÖRUTSÄTTNING för att skapa värdebaserade strategier är att få tillgång till data om kundens kund.

- Det här är en säljprocess som kompletterar vår redan etablerade säljpro-

cess. Vi har redan i dag massor av data som vi kan använda, data som uppstår när vi tar hand om våra kunders varulager eller distribuerar varor. Här lämnas massor av spännande spår om kundens beteende och preferenser. Dessa kan vi använda till att ta fram lösningar som hjälper kunderna att växa i linje med deras egna mål.

- Kunderna är positivt överraskade av att PostNord

arbetar med insiktsbaserad affärsutveckling. De ser att de i samarbete med oss har en tydligt identifierad förbättringspotential. De projekt PostNord Insight redan varit involverade i har visat att vi kan bidra till att öka kundlönsamheten med cirka 20 procent genom att skapa effektivare kommunikation, säger PostNords VD och koncernchef Håkan Ericsson.

EVA-LOTTA SIGURDH