

## EDP-LÖSNINGAR

# FAKTURAN – EN BUDBÄRARE MED OANAD POTENTIAL

## Kommunicera med skräddarsydda budskap på fakturan.

*Alla läser vi det som står i en faktura, eller hur? Då borde ju fakturan i så fall också vara ett utmärkt forum för leverantören att förse sina kunder med skräddarsydda budskap och attraktiva erbjudanden, inte sant?*

Affärsidén för svenskgrundade Streamserve är att underlätta för företag att kommunicera med sina kunder genom att skapa skräddarsydda affärsdokument med hjälp av så kallade EDP-lösningar. Sedan starten 1995 har både tjänster och produkter utvecklats för att möta kundernas krav men Streamerves grundkoncept lever trots det till stor del kvar.

– Liksom idag var idén när vi startade att utveckla applikationer som så att säga satt mellan affärssystemet och skrivaren som det handlade om på den tiden. Då var ju tekniken inte mer utvecklad än att systemet hjälpte economichefen på företaget att sätta dit företagets logotype på fakturan medan möjligheterna med dagens system är nästan obegränsade, förklarar Streamerves vd Christian Hadenius.

Idag återfinns företagets applikationer

alltjämt mellan affärssystemen och mottagaren av transaktionsdokumenten, vilka enbart i Sverige uppgår flera miljarder varje år i form av fakturor och dylikt. Läsvärdet på dessa dokument är uppemot 95 % vilket Christian Hadenius menar gör dem ypperliga verktyg för företag att använda i syfte att förbättra och renodla sin kommunikation med kunden.

– Vad vi erbjuder är möjligheten att lägga till information och/eller budskap på exempelvis fakturor eller andra affärsdokument som på något sätt är kopplat till ditt köp- eller transaktionsbeteende.

Christian Hadenius menar att en leverantör i regel vet så mycket mer om sina kunder än vad denne utnyttjar och tar telefonfakturan som exempel.

– Du kan utläsa en massa information ur företagets affärssystem som relativt enkelt

kan användas för att rikta skräddarsydda budskap eller erbjudanden till kunden i samband med att man skickar fakturan. Ringer en kund exempelvis mycket till Frankrike är det med hjälp av denna vetenskap enkelt att erbjuda kunden billigare samtalstaxa till Frankrike eller andra för denne relevanta erbjudanden.

Att använda informationen om kundernas transaktionsbeteenden som ett sätt att öka merförsäljningen är dock inte den enda möjligheten. Informationen kan också användas i kundvårdssyfte, som serviceverktyg eller för att bygga förtroende hos kunderna.

– Ett exempel är en av våra kunder, ett norskt elbolag, som utnyttjar applikationen till att på fakturan bland annat notera utomhustemperaturen under perioden som energiförbrukningen gäller. På så sätt kan kunden ställa elförbrukningen i relation till

väderförhållanden och andra relevanta faktorer som kan vara svåra att föra statistik på själv. Det höjer servicegraden gentemot kunderna och visar att leverantören bryr sig. Kunden blir nöjdare helt enkelt.

Men applikationerna innebär inte bara fördelar för leverantören. Även mottagaren av ett affärsdokument drar nytta av att få erbjudanden och information som är relevanta för just henne eller honom.

– Får mottagaren ett riktat budskap som denne kan relatera till ökar läsvärdet på affärsdokumentet ytterligare. Och ju mer leverantören vet om kundens vanor desto mer kan leverantören som sagt renodla sitt budskap, få en mer nöjd, lojal och därmed lönsammare kund, avslutar Christian Hadenius.