



Stor succes med erhvervskunder på Betalingsservice

Med en målrettet indsats er det lykkedes Telia at få flere erhvervskunder til at bruge Betalingsservice. Siden 2006 er antallet næsten fordoblet, og det sparer tid og penge for begge parter.

For den lille håndværksvirksomhed ligger ordreblokken ofte oven på telefonregningen i bunken på kontoret. Det har i al fald været oplevelsen hos Telia Erhverv, der de seneste år derfor har arbejdet intenst på at få de mindre virksomheder til at bruge Betalingsservice.

- Mange mindre erhvervsdrivende har haft en traditionel tilgang til bogholderi. For dem har det været vigtigt med et fysisk indbetalingskort, så de ikke fik følelsen af at miste kontrollen over regningerne, fortæller Jane Poulsen Head of credit risk fra Sergel A/S, der tager sig af Telias kredit- og inkassoopgaver.

Kunderne mister ikke kontrollen

For at imødekomme de mindre erhvervsdrivende, der ikke altid får betalt telefonregningen til tiden, har Telia Erhverv taget simple og personlige metoder i brug.

- I forbindelse med rykkerflowet har vi ringet til kunderne og fortalt dem, at de har en regning, der ikke er betalt. Samtidig fortæller vi om fordelene ved Betalingsservice, blandt andet, at man altid kan finde sin regning online. Vi har derefter tilbudt at tilmelde kunderne Betalingsservice over telefonen, eller at vi kunne sende dem en mail med et link til tilmelding, forklarer Jane Poulsen og fremhæver:

Udfordring

Telia ønskede at skabe større kundelojalitet, bedre omsætning, bedre betalingsmønstre, færre kald til kundeservice og en højere indtjening. Derfor satte Telia Erhverv i samarbejde med Nets fokus på de mindre erhvervskunder med det mål at få flere til at tilmelde sig Betalingsservice.

Løsning

Nye erhvervskunder bliver automatisk tilmeldt Betalingsservice ved nyoprettelser. Derudover foretager Telia serviceopkald til de kunder, der har ubetalte regninger. Her fortæller de om fordelene ved Betalingsservice og tilbyder kunderne, at de kan tilmelde sig med det samme over telefonen. Alternativt sender Telia en mail til kunden med et link til et tilmeldingssite.

Resultat

I dag er 55 procent af Telias erhvervskunder tilmeldt Betalingsservice. For otte år siden var det blot 29 procent.

- Vi beroliger og forklarer kunderne, at vi ikke tager noget fra dem. De mister ikke kontrollen over deres regninger. De har mulighed for at afvise betalingen, og de kan stadig komme til at se tallene på regningen og tjekke, hvad de reelt betaler for. Det foregår bare online.

Stigning fra 29 til 55 procent

Manøvren med at få flere kunder til at bruge Betalingsservice er ikke uvant hos Telia. Efter at have fokuseret på privatkunderne i en årrække er det nu lykkedes at få 85 procent af dem til at bruge betalingsløsningen. Til sammenligning brugte blot nær hver tredje erhvervskunde Betalingsservice for otte år siden.

- For et par år siden satte vi sammen med Nets det mål, at 55 procent af vores erhvervskunder skulle over på Betalingsservice inden den 1. oktober i år. Med den målrettede indsats henvendt til de mindre erhvervsdrivende har vi nu nået målet, siger Jane Poulsen.

Den helt store forskel skete, da Telia begyndte at tilmelde erhvervskunderne Betalingsservice ved nyoprettelser.

- Jo nyere kunderne er, jo lettere er det at få dem til at bruge Betalingsservice. De gamle kunder hænger oftere fast i gamle vaner, forklarer Jane Poulsen.

Betalingservice giver høj kundelojalitet

Men Betalingsservice er ikke kun en smart løsning for Telias kunder. Også Telia selv drager fordel af den elektroniske betalingsløsning:

- Der er mange omkostninger forbundet med at sende fakturaer ud til erhvervskunder. De har typisk flere produkter, og det betyder flere fakturaer, der skal sendes med posten. Det er dyrt i både print og porto, siger Jane Poulsen.

- Men det vigtigste for os er, at kundelojaliteten øges, når kunderne er på Betalingsservice. Som udgangspunkt er vi sikret betaling, selvom kunden altid kan afvise den. Men vi får oftest pengene til tiden, og det betyder færre rykkere. Betalingsservice-kunder er generelt bedre betalere, forklarer hun.



Jane Poulsen Head of credit risk fra
Sergel A/S

Om Telia

Telia i Danmark er en del af TeliaSonera-koncernen, som er den førende telekommunikationsvirksomhed i de nordiske og baltiske lande, med virksomheder i Spanien samt i en række lande i Eurasien, inklusiv Rusland og Tyrkiet. Telia i Danmark udbyder mobil og fastnettelefonitil til både privat- og erhvervskunder, bredbåndsforbindelser og data-services samt tv-produkter. Telia havde i 2013 en omsætning på 4,6 milliarder danske kroner. Kilde: telia.dk.

