

Effektiviseringsguiden – Hemlarm

Så använder du interna resurser smartare
– samtidigt som du förbättrar kundupplevelsen

Innehåll

- s. 3 Introduktion
- s. 4 Varför är faktura och betalning avgörande för kundupplevelsen
- s. 6 Vart försvinner tiden och resuserna idag?
- s. 8 Vad kan resurserna användas till istället?
- s. 9 Därför är outsourcing av fakturahantering ingen lösning
- s. 10 8 tips för smartare betalprocesser – både internt och för dina kunder

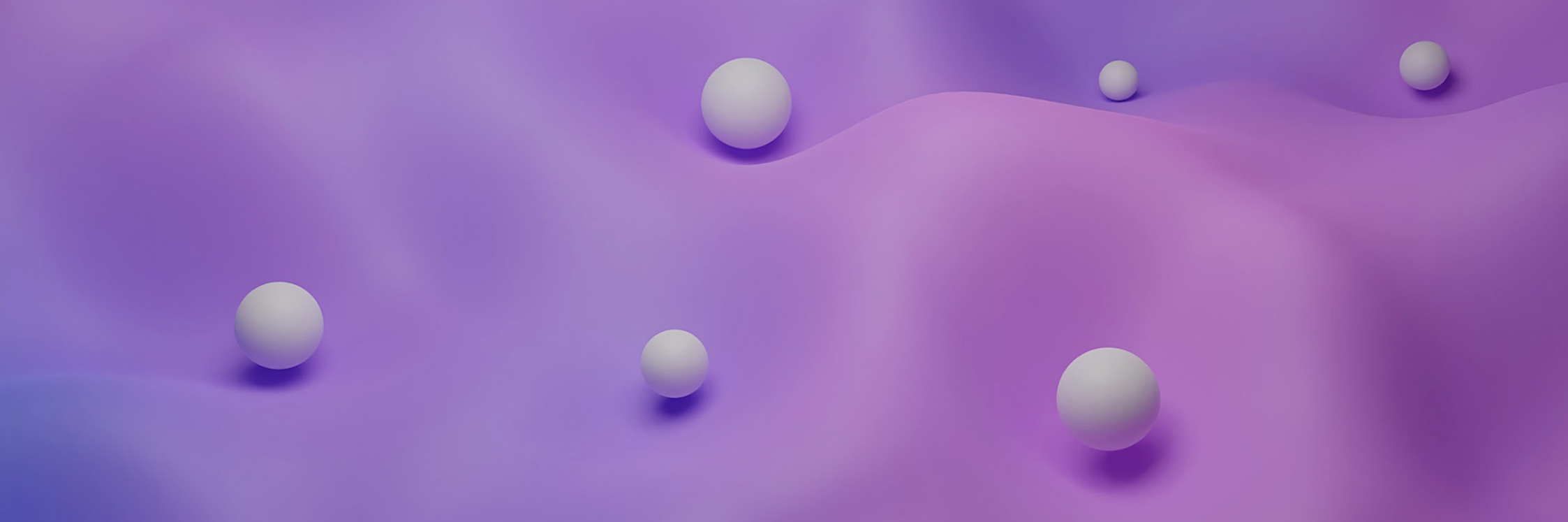
Introduktion

Efterfrågan på produkter och tjänster för ökad trygghet är fortsatt stark. I Brottsförebyggande rådets nationella trygghetsundersökning 2021¹ uppgav 23 % att de har oroat sig för bostadsinbrott mycket eller ganska ofta under det senaste året. Den digitala utvecklingen med uppkopplade hem har skapat nya möjligheter att erbjuda människor känslan av att ha full koll på hemmet via mobilen – oavsett var de är. Marknaden för hemlarm i Sverige är långt ifrån mättad, även om konkurrensen hårdnar i takt med att nya aktörer ger sig in i kampen om kunderna. Många företag i branschen ser nu också potential att växa genom att etablera sig på nya marknader. För att frigöra de resurser som krävs för en lyckad internationell expansion – utan att tappa de kunder man redan lyckats värva på hemmaplan – gäller

det att rensa bort så många administrativa tidstjuvar som möjligt. Och här finns en hemläxa att göra. För även om digitaliseringen har satt fart på produktutvecklingen hos hemlarmsföretagen verkar de interna processerna kring faktura och betalning inte ha hängt med i samma takt. Detta riskerar att bromsa företagets tillväxtresa. Men vilka processer är det som behöver effektiviseras och vilka insatser ger störst effekt? I den här guiden får du handfasta tips på hur du kan frigöra interna resurser som möjliggör större fokus på kärnverksamhet och tillväxt. Som en bonus kommer du att kunna erbjuda en bättre digital kundupplevelse.

Trevlig läsning!

¹[Nationella trygghetsundersökningen 2021](#)



Varför är faktura och betalning avgörande för kundupplevelsen?

Dagens konsumenter ställs inför till synes ändlösa valmöjligheter, vilket gör att varje källa till friktion innebär en ökad risk för kundtapp. Det kan exempelvis handla om oklarheter kring kostnader, krångel med betalningar, avgifter kopplade till detta eller långa väntetider för att få rätt hjälp. I branscher där affärsmodellen bygger på

löpande abonnemang eller prenumerationer, såsom hemlarm, är fakturan dessutom ofta den främsta kontaktytan dina befintliga kunder har med ditt företag. Det är alltså framför allt när dina kunder får sin faktura och betalar som de bekräftas i – eller ifrågasätter – sitt val av dig som leverantör.



Undersökningar från de abonnemangsbaserade branscherna bredband² och energi³ visar att omkring hälften av kunderna aktivt utvärderar sin leverantör när fakturan kommer. Denna andel ökar dramatiskt ju yngre kunderna är.

Yngre konsumenter är inte bara mer benägna att ifrågasätta sina val, utan har också högre förväntningar på smidiga digitala upplevelser jämfört med tidigare generationer – oavsett tjänst. Att ha effektiva digitala processer för fakturahantering handlar därmed om mer än att spara resurser internt. Det är också en nödvändighet för att säkra en stor och nöjd kundbas framöver.

² [Novus Bredband](#)

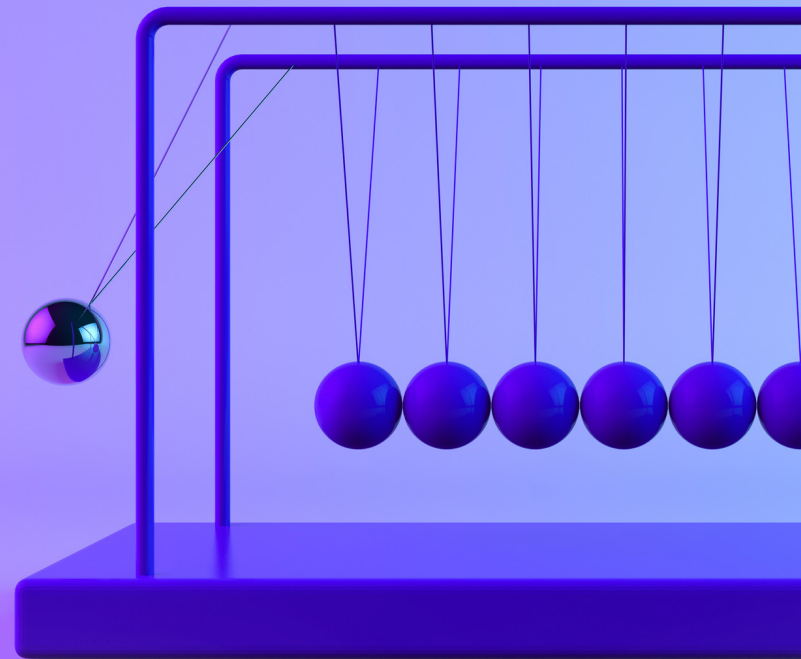
³ [Novus Energi](#)

Vart försvinner tiden och resurserna idag?

Faktura och betalning hanteras delvis av bolagens ekonomiavdelning, men hänger också nära samman med kundtjänst – inte minst eftersom en hög andel av ärendena rör dessa ämnen. Att med digitaliseringens hjälp automatisera fler moment i betalprocessen skulle alltså spara tid och resurser för båda delar av organisationen.

5 exempel på administrativa tidstjuvar inom fakturering och betalning:

- Pappersfakturor
- Felbetalningar
- Påminnelser och förseningar
- Aktivering av autogiro
- Hantering av misslyckade transaktioner





Administrativa utmaningar vid internationell expansion

Om ditt företag har börjat ge sig in på nya marknader, eller planerar att göra det i en nära framtid, tillkommer ytterligare administrativa utmaningar. Hanteringen av dessa riskerar att bli en bromskloss för den internationella tillväxten – och ge mer snabbfotade konkurrenter ett rejält försprång. Tre exempel på tidstjuvar vid en internationell expansion är:

- Olika kundbeteenden och betallosningar för varje marknad
- Svårigheter att hålla sig uppdaterad kring olika länders föränderliga regelverk
- Bristande språkstöd hos befintliga system och leverantörer

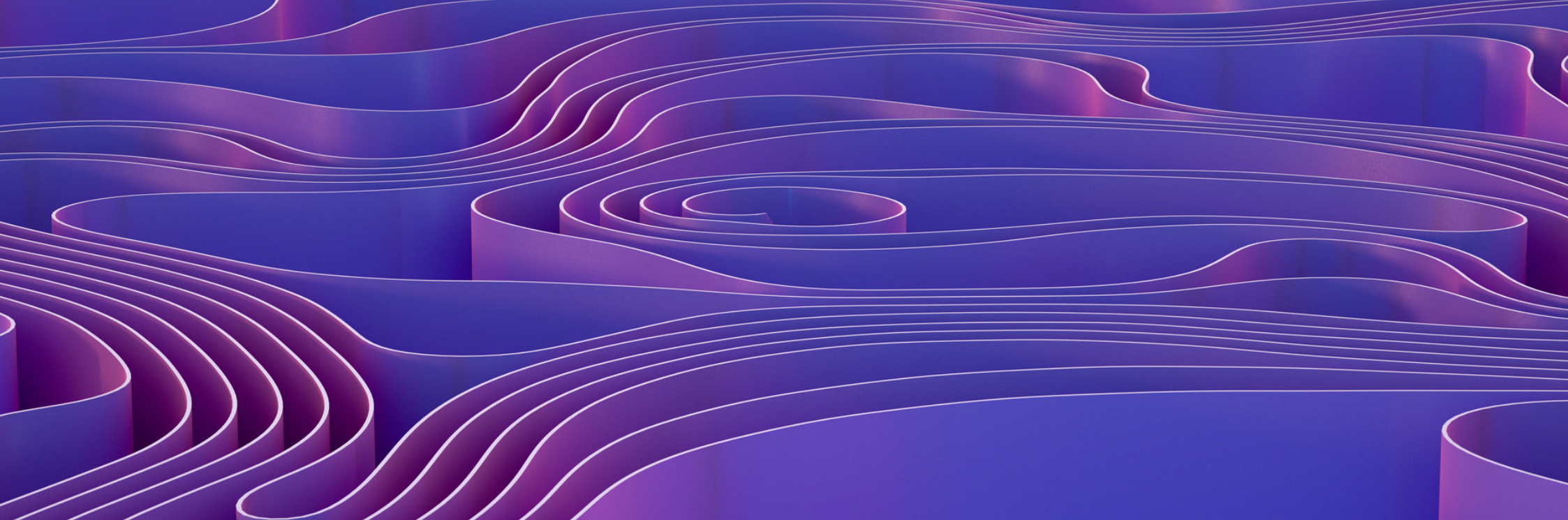
Vad kan resurserna användas till istället?

Om ditt företag skulle lyckas minska tiden och energin som läggs på de administrativa utmaningarna ovan: vad skulle ni vilja lägga resurser på istället? Här finns stor potential att prioritera nya, värdeskapande uppgifter som gynnar affären för företaget som helhet. Med mer proaktiva än reaktiva arbetssätt kan ni förebygga tidskrävande kundtjänstärenden, öka kundnöjdheten, minska kundtappet och bli mer attraktiva för potentiella nykunder.

4 sätt att ta vara på resurserna som frigörs:

- Korta svarstiderna hos kundtjänst
- Kommunicera mer proaktivt med befintliga kunder
- Skapa bättre och mer skräddarsydda erbjudanden
- Säkra en snabbare etablering på nya marknader





Därför är outsourcing av fakturahantering ingen lösning

För att minska den administrativa bördan och kunna fokusera mer på kärnverksamheten väljer många företag att outsourca sin fakturahantering. Detta är dock en riskabel strategi med tanke på den avgörande betydelse som faktura och betalning har för den totala kundupplevelsen. Till exempel kan kundtjänst få sämre insyn i fakturaärenden, och därmed svårare att ge kunderna snabb hjälp. Och varje negativ upplevelse påverkar dina kunders relation till ditt företag, oavsett

om orsaken till missnöjet ligger bortom er kontroll. Ofta behövs flera olika samarbetspartners för olika moment, från distribution av pappersfakturor till inkassoärenden. Vid en internationell expansion blir situationen ännu mer komplex. Till slut kan du behöva avsätta lika mycket personalresurser till att administrera kontakten med alla olika partners som det hade krävts att sköta hanteringen inhouse från början – förutsatt att era interna processer är så effektiva de kan bli.

8 tips för smartare betalprocesser – både internt och för dina kunder

1. Underlätta aktivering av autogiro

Digitaliseringen till trots ligger andelen pappersfakturer bland många svenska bolag fortfarande på omkring 30–50 %. Om fler kunder går över till autogiro finns stora besparingar att göra när det kommer till pappersförbrukning, porto, transporter och manuell fakturahantering. Med en hög andel autogirobetalningar minskar också frågorna till kundtjänst. Enligt en analys från Billogram av fler än 20 000 slutkunder⁴ är kundtappet dessutom dubbelt så stort bland dem som betalar manuellt jämfört med dem som använder automatiska alternativ. Du har

alltså mycket att vinna på att sänka trösklarna för dina kunder att själva aktivera autogirobetalning. Med rätt digitala verktyg kan processen ta mindre än en minut:

- Kunden klickar på en länk via e-post, sms eller sin faktura (lägg länken i en QR-kod om det är en pappersfaktura)
- Kunden identifierar sig mot sin bank och anger konto
- Klart – autogiroet börjar gälla redan samma månad

⁴ [Så påverkas kundlojaliteten av hur du hanterar betalning och fakturering](#)

2. Minimera manuell matchning av kund och faktura

Att manuellt hantera felbetalningar, där kunden till exempel missat en siffra i OCR-numret, tar ofta lång tid. Med en digital betalplattform kan rätt betalning och kund matchas med rätt faktura utifrån den information som finns – även om någon detalj har blivit fel.

3. Hjälp kunden att betala i tid

Förbättra både kassaflödet och kundupplevelsen genom att underlätta för dina kunder att betala sina fakturor i tid. Det sparar också tid internt, eftersom fler sena betalningar innebär fler påminnelseärenden (och fler frågor till kundtjänst). Även här finns ett tydligt samband med kundlojalitet: data visar att kundtappet är nästan tre gånger så stort bland kunder som missar sin betalning än bland dem som betalar i tid.⁵

⁵ [Kravhanteringsrapport](#)



Två sätt att lyckas med detta är:

- Förfallopåminnelse via e-post eller sms samma dag som fakturan förfaller till de kunder som inte har betalat. Denna "mjuka" påminnelse upplevs som betydligt vänligare av kunderna än en "hård" påminnelse som kommer när fakturan redan har förfallit – och som i många fall även medför en avgift.
- Dynamisk distribution, som innebär att om en kommunikations- eller betalningsmetod misslyckas, så görs automatiskt ett nytt försök via en annan kanal – innan fakturan övergår till ett påminnelseärende. Om en kund till exempel inte öppnar ett e-postutskick med fakturan inom en viss tid skickas ett sms istället. Om detta inte heller öppnas skickas en pappersfaktura ut. Samma sak sker om e-postmeddelandet "studsar" på grund av en felaktig adress. Och om en autogirobetalning inte har kunnat dras från kontot får kunden ett e-postmeddelande med en uppmaning om att betala manuellt.



4. Våga släppa taget om påminnelseavgiften

Att en kund inte betalar fakturan i tid kan ha en mängd orsaker, utöver rent slarv. Om du ställer intäkterna du får från att driva in påminnelse- och förseningsavgifter mot vad det kostar i intern hantering av ärendena – inklusive arga samtal till kundtjänst – är det fortfarande lönsamt? En påminnelseavgift som kunden anser vara omotiverad ökar dessutom risken för att man ser sig om efter en ny leverantör. Ett ärende som går vidare till inkasso innebär också att du outsourcar en del av din kundupplevelse till en tredje part. Inkassobolagen är effektiva i att driva in betalningar, men hur påverkar deras processer dina kunders långsiktiga relation till ditt företag?

5. Erbjud kunderna interaktiva fakturor

En PDF-faktura som skickas ut via e-post är visserligen “digital”, men den innebär fortfarande flera manuella moment för både kunden och dina medarbetare. Ta digitaliseringen ett steg längre genom att erbjuda en interaktiv faktura, i en digital plattform.

Tre fördelar med en interaktiv faktura:

- Uppdateras i realtid om till exempel fakturabeloppet eller förfallodatum ändras. Och om kunden delbetalar uppdateras fakturabeloppet så fort betalningen har inkommit. Detta minimerar följdfrågor från kund. All historik sparas också, så att alla – såväl kund som medarbetare – kan följa vad som gjorts och när.
- Möjliggör tvåvägskommunikation i form av meddelanden mellan kund och kundtjänst direkt på fakturan.
- Ger möjlighet att förmedla värdeskapande kommunikation till kunden, som kan agera direkt genom att klicka sig vidare. Det kan till exempel handla om skräddarsydda erbjudanden, tips för att förebygga inbrott under semestern, information om aktuella svarstider hos kundtjänst eller länkar till FAQ. Eller varför inte tipsa om funktioner i er app för att öka användandet där?





6. Använd data för att optimera kundupplevelsen

Ju mer digitaliserad både din kund- och fakturahantering är, desto mer kunddata får du tillgång till. Det kan ge dig värdefulla insikter såsom:

- När och hur föredrar dina kunder att betala sina fakturor?
- Vilka kanaler föredrar de när de kontaktar ditt företag (t.ex. telefon, e-post, chatt, sms eller meddelanden direkt på fakturan)?
- När och i vilka kanaler når du bäst fram till dem med information och erbjudanden?
- Vilken typ av information och erbjudanden genererar störst intresse inom olika kundgrupper?

De här insikterna kan du sedan använda för att öka genomslaget för kommunikationen till dina kunder, påminna om betalningar i rätt tid och bättre planera interna resurser, såsom bemanningen av kundtjänst.

7. Kommunícera proaktivt i flera kanaler

Faktura och betalning står för en hög andel frågor till kundtjänst i de flesta företag. Med kvantifierbara data kan du ta reda på vilka specifika delar som ofta väcker frågor hos just dina kunder och hur du når dem mest effektivt. Säkerställ att du har aktuella kontaktuppgifter, och mer än en kontaktväg, till varje kund. Utifrån kunskapen om dina kunder kan du sedan minska trycket på kundtjänst, genom proaktiv kommunikation som hjälper kunderna att själva hitta information. Förfallopåminnelsen som nämns i punkt tre är ett utmärkt exempel på proaktiv kommunikation.

Andra situationer där du kan ge kunderna rätt förväntningar och förebygga frågor är:

- Om priserna ökar kraftigt eller förväntas göra det längre fram: informera kunderna om detta i så god tid som möjligt, gärna direkt på fakturan, och förklara orsakerna bakom ökningen.
- Om väntetiderna hos kundtjänst är högre vissa tider: informera om detta där kontaktuppgifterna till kundtjänst finns, tillsammans med länkar till svaren på de vanligaste frågorna eller tips om vad kunden själv kan lösa genom att logga in på sitt personliga konto.

8. Välj en helhetslösning att växa med

Ju mer ambitiösa tillväxtplaner ditt företag har, både inom landet och internationellt, desto viktigare är det med enhetliga och centraliserade processer för faktura och betalning. Genom att samla all hantering på en och samma digitala plattform minskar du den interna administrationen och behovet av att samordna arbetet mellan olika externa aktörer.

Välj din plattformsleverantör med omsorg för att få en lösning som är:

- Framtidssäker, med stöd för uppdateringar utifrån förändringar på såväl marknaden som i lagstiftningen.
- Skalbar, med API:er för smarta integrationer så att du snabbt kan anpassa dina processer på en ny marknad.
- Utvecklad för att ge en sömlös upplevelse för dina kunder, oavsett vilket land de bor i eller vilken betalningsmetod de föredrar.



Om Billogram

Billogram har sedan starten 2011 förnyat en föråldrad faktureringsprocess genom att erbjuda företag med återkommande betalningar en intelligent digital plattform för betalningar. Samtidigt förbättrar vi kundupplevelsen runt betalningen med smidiga interaktiva fakturor.

Med hjälp av smart teknologi hjälper vi företag att stärka relationen till sina kunder, samtidigt som vi automatiserar processer vilket sänker kostnader, ökar intäkter och reducerar kundbortfall. Vi arbetar med en mängd kunder som etablerat sig internationellt och vet vad som krävs av en betallösning för en lyckad expansion. Resultatet blir en betalning som alla tjänar på.

Läs mer om oss på billogram.com

