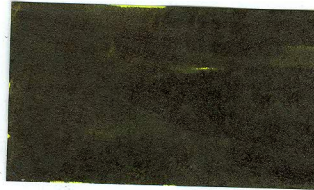


1992-12-15

PEFörslag 2

S2

Per-Erik Eriksson, 031-770 18 79




## Nya arbetsmetoder mot marknaden - Säkerhet

### Bakgrund

Jag tror att det finns några arbetsmetoder som vi för närvarande ej använder i vår marknadsföring. En av dessa är Säkerhet.

Vi skulle kunna använda säkerhet i flera sammanhang. Några exempel är:

- Som "strategisk" imagereklam t ex kopplad till systemkonceptet.
- Som "taktiskt operativ" arbetsmetod i samband med seminarier, kundpresentationer, kundbesök, direktreklam d v s intresseväckare för att få möjlighet att:
  - fördjupa kundkontakter/samarbete
  - diskutera vidare
  - sparka ut konkurrenter
  - ta hem affärer
- Som metod för att få kunder att köpa nättjänster av oss: t ex TIPnet eller X.25 i stället för .
- Som metod för att *behålla* kunder hos oss.
- Samarbete med t ex försäkringsbolag för att få dem att rekommendera kunder att vända sig till Televerket.<sup>2</sup>
- Som metod för att komma ifrån det vi ofta hamnar i idag d v s "burk"-leverans istället för systemlösningar.

### Erfarenhet

Jag har använt mig av säkerhet i diskussioner med vissa kunder sen en tid tillbaka. Detta har fungerat ganska bra som intresseväckare och ett sätt att få prata vidare med dem. Och i några fall att ta hem en affär på.

Det har också varit ett effektivt sätt att få dem att förstå att "Televerket idag inte bara är telefoner och växlar" liksom att vi inte bara pratar "burkar" (vilket tyvärr många både inom och utom Televerket fortfarande verkar tro...).

Hur göra?

### *Imagereklam*

Att använda säkerhet som imagereklam är enligt min uppfattning mycket intressant. Dock är det troligen något som måste förankras på olika håll (Farsta?) innan det kan genomföras.

### *Seminarier*

Under våren föreslår jag att vi genomför seminarier om säkerhet. Dessa kan utformas som renodlade säkerhetsseminarier eller som seminarier där säkerhet och ett eller flera ytterligare ämnen behandlas.

Den innehållsmässiga delen av ett säkerhetsseminarium är till stor del redan klar. Återstår gör att diskutera med marknadsavdelningen om inbjudan av kunder, tid, plats etc.

Återstår gör även att diskutera om det enbart ska vara seminarier. Det kan även vara frukostmöten, besök hos företagarföreningar etc. Eller miniseminarie hos en enstaka kund i samband med ordinarie bearbetning.

### *Kundansvariga säljare*

För att kunna *diskutera* säkerhet behövs utbildning (och intresse). Detta innebär att vi knappast kan räkna med att kundkontoansvariga säljare, för närvarande, klarar att diskutera säkerhet med kunder.

De bör dock kunna ta upp frågan och informera/sälja in Televerket och säkerhet under förutsättning att de har något att luta sig mot.

Stödmaterialet kan vara en informationsskrift och följbrev som förklarar bakgrunden till varför kunden får materialet; vad Televerket gör inom säkerhet liksom varför Televerket arbetar med säkerhet.

Jag bifogar några grova skisser/förslag på hur man skulle kunna lägga upp "presentationspapper" för kundansvarig säljare. Denna dokumentation borde även kunna användas vid seminarier.

Slutligen, så vitt jag kan se, använder ingen av våra konkurrenter säkerhet som försäljningsargument.

Andra företag som t ex Volvo har däremot använt det, med framgång, länge.

Gör vi på rätt sätt, är jag övertygad om att säkerhet är en nisch som vi kan utnyttja med gott resultat.

Vad anser Du?



Per-Erik