Prøv selv

Alle bogens øvelser samlet, kapitel for kapitel

Hvert kapitel slutter med en øvelse, der kan laves i denne uge. Her er de samlet, så I kan tage en ad gangen på ledermødet. Ingen af dem kræver budget, konsulenter eller et projekt. De kræver, at nogen gør dem.

Kapitel 1. Kundens rejse er stadig i fokus

Tegn jeres egen kunderejse, som den faktisk er i dag, ikke som I ønsker, den var. Hvor springer kunden rundt?

Kapitel 2. De store gab mellem virksomhed,

Stil det samme spørgsmål til fem medarbejdere og fem kunder. Hvad er det vigtigste, vi kan gøre bedre? Afstanden mellem svarene er jeres første gab-måling.

Kapitel 3. Den ustyrlige assistent

Bed en assistent om at løse en typisk købsopgave i jeres kategori. Bliver I nævnt? Anbefalet? Forbigået?

Kapitel 4. Den nøgterne og den emotionelle

Gennemgå de seks porte med agent-briller. Ved hvilken port falder jeres produkt fra, hvis en agent skal svare ja?

Kapitel 5. Fra lineær til cirkulær. En kort historie

Find frem til, hvilken model jeres organisation faktisk arbejder efter i dag. Er det stadig en tragt?

Kapitel 6. CIM 5.0. AI som lag og aktør

Markér på Figur 25, hvor virksomheden i dag er stærk, og hvor I er blinde over for AI-laget.

Kapitel 7. Spillereglerne i AI-alderen

Find jeres mest brugte AI-kontaktpunkt og tjek. Ved kunden, at det er AI, og kan hun let se hvorfor og hvordan hendes data bruges?

Kapitel 8. Eksempler på dårlige kunderejser

Saml jeres tre værste selvoplevede kunderejser. Hvad var den fælles årsag?

Kapitel 9. Hvad er friktion, og hvornår er den god?

Lav to lister. Hvilken friktion i jeres rejse skaber værdi for kunden, og hvilken gør ikke?

Kapitel 10. Friktionsmatrixen. Frekvens gange

Plot jeres fem største friktionspunkter ind i matrixen. Hvor mange ligger i Brændpunkter?

Kapitel 11. Friktionsregnskabet. Fra irritation til

Tag jeres værste brændpunkt og lav friktionsregnskabet på det. Hvad bliver det i runde tal målt i kroner?

Kapitel 12. Agent-friktion. Friktion for agenten

Lad en assistent gennemføre et køb hos jer fra ende til anden. Hvor spærrer noget for agenten?

Kapitel 13. Cases. Friktion og mindset i praksis

Tag jeres seneste kundemåling og stil tre spørgsmål: 1. Hvem ejer opfølgningen på den enkelte besvarelse, og hvor hurtigt sker den? 2. Hvilken strukturel beslutning har målingen ført til inden for det seneste år? 3. Hvad skjuler jeres gennemsnit, hvis I splitter tallene på markeder, segmenter eller afdelinger?

Find jeres eget 2006-øjeblik. Hvor viser data fremgang, mens kunderne oplever tilbagegang? Spørg, hvilket mindset der har valgt målepunkterne.

Hvilken kvadrant dominerer i jeres branche? Det afgør, hvor I skal lede først.

Kapitel 14. De klassiske målinger, opdateret

Hvilke af de fire målinger bruger I i dag, og måler I dem på procesniveau eller kun som én samlet score?

Kapitel 15. Net Promoter 3.0. Mål den vækst,

Spørg jeres ti seneste nye kunder, hvorfor de valgte jer. Hvor mange er fortjent, og hvor mange er købt?

Kapitel 16. De nye AI-målepunkter

Spørg fem assistenter om en anbefaling i jeres kategori. Hvad er jeres Share of Model lige nu?

Kapitel 18. Bæredygtighed og AI. Kundens rejse og

Bed jeres cloudleverandør om dokumentation for energikilder og vandforbrug i de datacentre, I bruger. Vurdér svaret, som I ville vurdere en leverandørs kvalitetsdokumentation.

Kapitel 19. Kom i gang. To audits

Kør en lille version af begge audits på én uge. Hvad er den første ting, I vil fjerne?

Fra Kundens rejse i AI-alderen af Per Østergaard Jacobsen og Torsten Ringberg, Efficiens 2026. Hentet på clientcompass.dk. Fri brug internt og i undervisning mod kildeangivelse.