



Del 5:

---

# Playbook of Technology

*Den här kursen består av 5 delar, som var och en innehåller olika steg för att utveckla din organisation. Mest får du ut av kursen om du läser alla delar, men när du sedan ska tillämpa det du har lärt dig finns det ingen optimal ordning. Börja med det som är viktigast för er och välj bort det som inte är relevant.*

---

## Innehåll

1. Välkommen till del 5 av 5 i Billograms artikelserie för affärs- och verksamhetsutvecklare.
2. Kort sammanfattning av utbildningen.
3. Verktyg för att samla in, analysera och översätta data.
4. Verktyg för intern kommunikation och projektledning.
5. Verktyg för kundupplevelsen.
6. Verktyg för marknadsföring.
7. Några avslutande ord på vägen.
8. Vi som står bakom kursen.

# 1 Välkommen till del 5 av 5 i Billograms artikelserie för affärs- och verksamhetsutvecklare.

I den här delen får du stifta bekantskap med en rad handplockade verktyg som kan hjälpa din organisation inom flera olika områden. Missade du de tidigare delarna kan du läsa dem här:

[Del 1: Digital mognad](#)

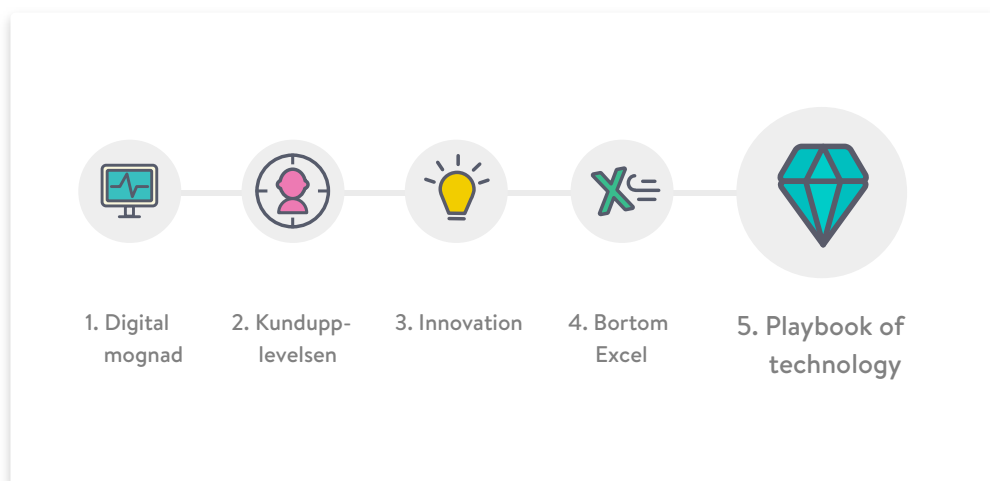
[Del 2: Kundupplevelsen](#)

[Del 3: Innovation](#)

[Del 4: Bortom Excel](#)

Oavsett om du hoppade till den här delen direkt, eller om du har gått igenom vår kurs del för del vill vi bara säga en sak: bra jobbat! Du är här nu och det visar att du vill vara proaktiv i dessa förändringens tider.

Vi på Billogram önskar dig stort lycka till med ditt arbete. Ett område för dig att titta närmare på är hur ni kan omvandla er fakturering från att vara kundfientlig, krånglig och dyr till att istället stärka er kundupplevelse. [Läs mer här!](#)



## 2 Kort sammanfattning av utbildningen

Innan vi presenterar de verktyg som vi uppmanar dig att utforska närmare ska vi sammanfatta huvudpoängerna från den här utbildningen. Vi börjar från början:



### Del 1: Digital mognad

I utbildningens första del lyfte vi begreppet digitalisering. Digitalisering handlar inte så mycket om teknik som de flesta tror, utan snarare om hur man förhåller sig till den. Brian Solis definierar digitalisering (eller digital transformation som han säger) som “att skapa ett nytt värde för kunder och anställda samt att bygga större konkurrenskraft”.

Vi lyfte även fram digital mognad som den viktigaste förutsättningen för en organisation som vill digitaliseras på rätt sätt. I den första delen kan du även göra ett digitalt mognadstest som visar vad din organisation behöver fokusera på för att bygga upp den digital mognaden.



### Del 2: Kundupplevelsen

I den andra delen pratade vi om kundupplevelsen. De flesta organisationer löser egentligen inte kundens problem, utan sina egna, eftersom det är så mycket lättare. Vi pratade med kundupplevelse-experten Daniel Ewerman som sa: “Kundupplevelsen är helt enkelt ett resultat av hur dina kunder uppfattar mötena med dig som leverantör eller organisation”

Vi listade sedan 10 vinster med att jobba med kundupplevelsen. Bland annat får du trognare kunder, differentiering mot konkurrenterna, du blir lättare att välja och dina innovationer blir mer relevanta.



### Del 3: Innovation

I den tredje delen pratade vi om innovation. Många tänker på “uppfinning” när de hör ordet “innovation”. Men innovation är ett begrepp som omfattar mer än så; allt som hjälper organisationen att nå sina mål är innovativt. Du kan t.ex. vara innovativ inom områden som betalningsmodell, varumärke, nätverk och kundengagemang.

Vi visade även en modell för att bygga in innovation i organisationen på 90 dagar. Modellen går i korthet ut på att först definiera dagsläget, sedan välja ett par strategiska områden, skapa en liten utvecklingsgrupp och slutligen bestämma vem som förvaltar innovationen.



### Del 4: Bortom Excel

I den fjärde delen visade vi en verklighet bortom Excel, där data blir användbar, omedelbart. För de företag som inte bara vill överleva förändringen, utan blomstra i den, blir data allt mer avgörande för varje dag som går. Du måste veta precis hur du samlar in, analyserar och översätter datan till användbar information. Du måste helt enkelt veta vad du ska ha datan till.

När du vet vad du ska ha datan till behöver du skaffa rätt verktyg. Vi tipsade om bland andra Geckoboard, Periscope data och Intercom.

# 3 Verktyg för att samla in, analysera och översätta data

Om du följer råden i del 4 i den här kursen och bestämt dig för vad du ska ha datan till, kommer du snabbt vilja skaffa rätt verktyg för att samla in, analysera och översätta. I dag är de här verktygen avgörande för i stort sett alla organisationer eftersom alla typer av beslut som fattas med tillgång till rätt information blir bättre.

När du tittar på verktyg ur den här kategorin är det viktigt att du redan på förhand noggrant tänkt igenom vad ni ska ha datan till. Vilka beslut är det ni behöver fatta? Handlar det om att öka kundnöjdheten eller om att effektivisera leverantörskedjan? Vet ni vad ni ska ta beslut om blir valet av verktyg enklare.

De flesta organisationer behöver något eller några tyngre verktyg kombinerat med några lättare som är fokuserade på områden som är viktiga för er.

Här kommer våra handplockade tips för den här kategorin:



## Geckoboard – låter dig samla och visa data för hela verksamheten

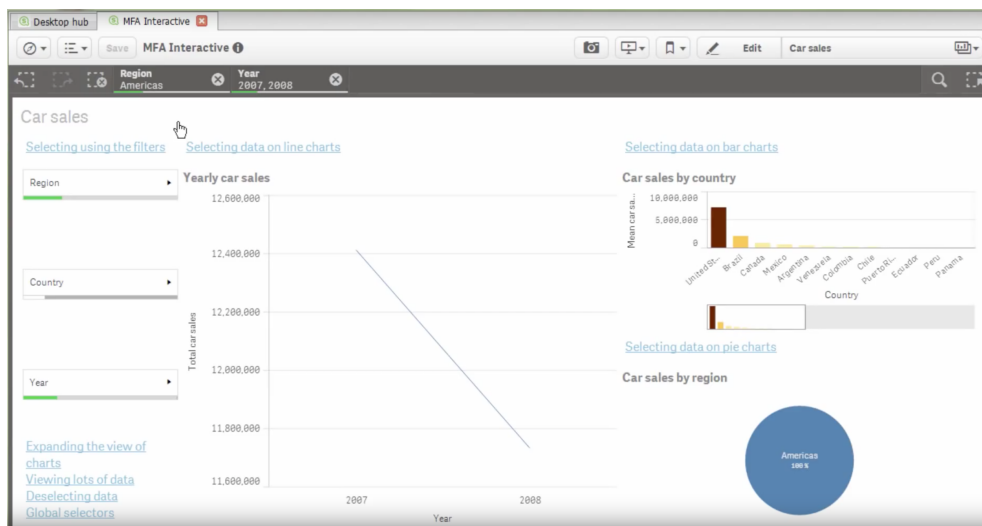
Geckoboard är ett av de mer heltäckande verktygen som låter dig samla och visa data från alla delar av din verksamhet. Du kan lägga in data från såväl sociala medier som traditionella Excel-filer, och Geckoboard sammanställer allt på ett begripligt sätt. Du kan skapa och anpassa din egen dashboard genom att dra och släppa olika element där du vill ha dem. Om du vill kan du dessutom ordna så att utseendet stämmer överens med din organisations grafiska profil och visa upp din dashboard på din egen webbplats.





# Qlik – gör det enkelt för alla att skraddarsy rapporter och dashboard

Svenska Qlik är en populär plattform med en rad olika verktyg. Du hittar bland annat intuitiva analysverktyget Sense som sätter stolthet i att alla på en organisation snabbt och enkelt ska kunna skapa skraddarsydda rapporter och dynamiska dashboards som gör det möjligt att analysera stora mängder data och få nya viktiga insikter.

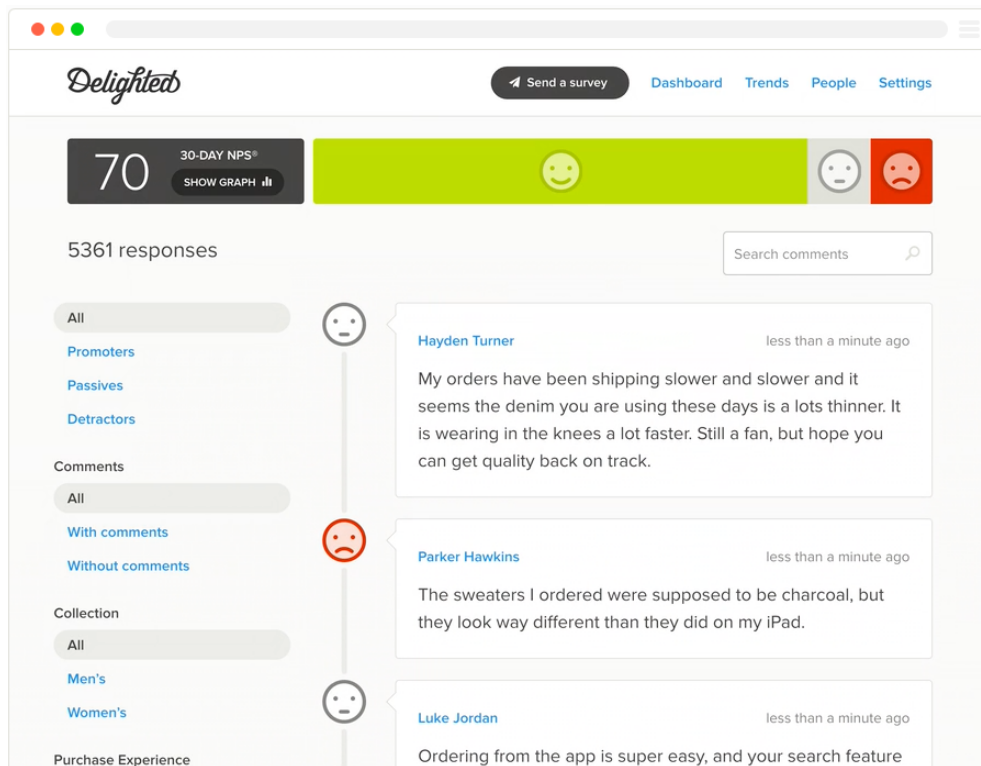






## Delighted – gör enkla NPS-undersökningar

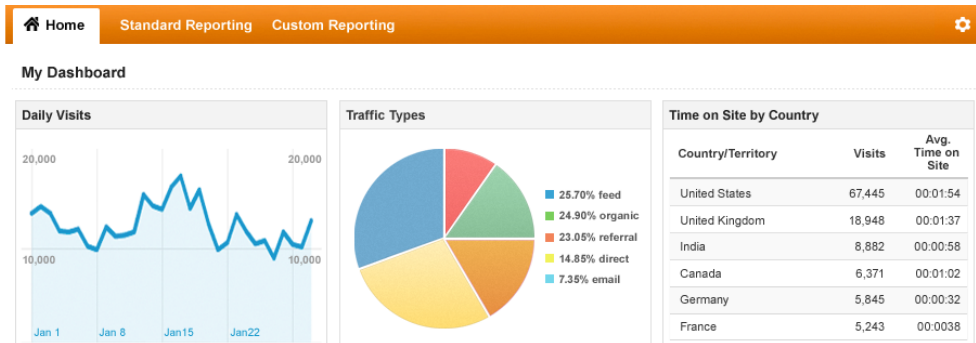
Handen på hjärtat, brukar du ta dig tid att fylla i långa kundundersökningar? De flesta av oss gör nog det inte, och det har Delighted tagit fasta på. De hjälper dig att göra så kallade NPS-undersökningar (net promoter score). En NPS-undersökning innehåller bara en enda fråga: “På en skala från 0–10, hur sannolikt är det att du skulle rekommendera oss till en vän eller kollega?” (de som vill kan också lämna en förklaring till sitt svar). NPS är ett bra sätt att mäta, förstå och förbättra kundupplevelser över hela organisationen. Du laddar upp de kontakter du vill skicka frågan till, så sköter Delighted resten. Du kan också skapa en undersökning som poppar upp på din webbplats. Delighted samlar alla svar och räknar ut NPS-värdet i realtid. Värdet hamnar någonstans mellan -100 och 100, och så länge du är på plus-sidan är det bra. Riktigt bra är det om du ligger över 50.





## Google analytics – samlar och analyserar data om dina webbesökare

Google analytics grej är att samla in och analysera data om personer som besöker din webbplats. Du har själv stora möjligheter att välja vilken information du vill ha, och om vilka besökare. Du kan se hur den samlade trafiken på webbplatsen rör sig – vilka sidor är populära, och hur många går in på sidan med kampanjerbjudandet? Du kan också segmentera informationen, så att du bara får se hur personer i din huvudsakliga målgrupp beter sig. Självklart kan du dela all information med dina kollegor.





# 4

## Verktyg för intern kommunikation och projektledning

Skillnaden mellan intern kommunikation och projektledning på traditionella och digitaliserade företag är enorm. Många gånger lever de traditionella organisationerna kvar i en värld med höga murar mellan avdelningarna där den ena handen inte vet vad den andra gör. Att riva ner de här väggarna är något som digitaliseringens frontpersoner ser som en självklarhet. I det rivningsarbetet spelar verktygen för intern kommunikation och projektledning en stor roll – även om det i slutändan är en fråga om kultur.

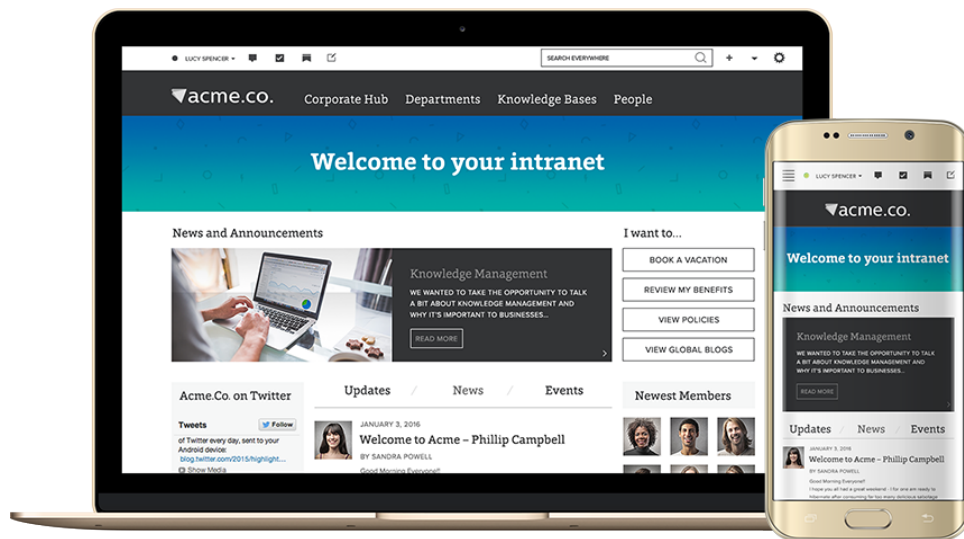
De organisationer som kommunicerar och organiserar sig smart internt brukar även vara de som framstår som smarta och organiserade externt. Vilka verktyg just ni ska välja beror på vilka behov ni har, men här har vi listat ett antal verktyg som borde vara intressanta för de flesta organisationer.

Här kommer våra handplockade tips för den här kategorin:



## Igloo – ger dig ett intranät som du till och med kommer gilla

Igloo är ett intranät som du till och med kommer tycka om. Annars brukar de flesta intranät bli rena sop-högar med skräp. Igloo använder istället den logik vi sett på sociala media-plattformar för att koppla ihop människor med rätt information vid rätt tillfälle. Både innehållet och kommunikationen lyfts in i Igloo som till och med är lätt att använda.





## Adobe Connect – låter dig skapa smarta webinarier och digitala utbildningar

Du har säkert redan koll på många av verktygen från videokonferensområdet, så som Skype och Go2meeting som gör att många organisationer kan dra ner rejält på flygresor och fysiska möten. Men det finns även riktigt intressanta verktyg som är mer inriktade på regelrätta seminarier där det tack vare det digitala blir enkelt att ställa frågor, återuppleva seminariet, dela det med andra och ta del av det varifrån man än önskar. Sådana verktyg ger även stora möjligheter till företag som t.ex. vill utbilda sina kunder på distans. Ett sådant verktyg är Adobe Connect som låter dig jobba med möten, webinarer och så kallad connected learning.





## Slack – gör det enkelt för team att chatta

Slack är ett chatt-program för team som vuxit explosionsartat under de senaste åren. Inom teamet kan ni skapa olika kanaler med olika medlemmar eller olika syften, till exempel en kanal för ekonomiavdelningen, en för de som jobbar med det nya innovationsprojektet och en hemlig kanal för dem som planerar administratörens 50-årsfest. Självklart går det också att skicka privata meddelanden till enskilda medlemmar. Det går att bifoga alla möjliga typer av filer, och allt innehåll blir sökbart. Team som använder Slack rapporterar att det interna mejlandet minskar med nästan hälften, samtidigt som både transparensen och produktiviteten går upp.

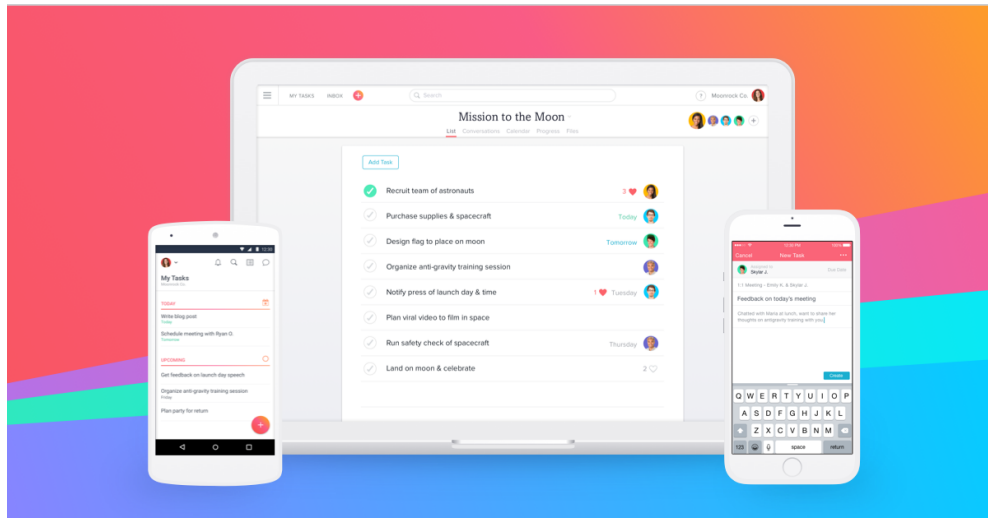
All your team's messages, files and services in one place.

The screenshot displays the Slack interface for a workspace named 'Acme Sites'. The main view is the '#general' channel, which contains several messages from team members like Suzie McGeuze, github, Amy Grint, and Carl Benting. A message from Lauren Ortiz includes a line graph titled 'Daily Active User Growth' showing an upward trend from 2015 to 2016. The right sidebar shows 'Channel Info' for '#general', including a description, pinned items, and a list of 7/18 members such as Aaron Straup Cope and Andrew Braccia.



## Asana – styr upp era projekt

Asana är ett projektverktyg, uppbyggt som en smart version av att-göra-listan i ditt anteckningsblock. Bygg hela hierarkin från projekt till deluppgift, fördela ansvaret till rätt personer och sätt en deadline. Din egen uppgiftslista uppdateras varje dag, så att du alltid ser vilka uppgifter du behöver ta hand om just i dag. När du har slutfört en uppgift bockar du för den, och den flyttas från din lista till arkivet. Har du tur flyger en uppmuntrande enhörning, fågel Fenix eller yeti över skärmen. Du kan skriva in kommentarer och instruktioner under varje uppgift, och ladda upp filer som behövs. Du kan också se statistik över hur många uppgifter som är slutförda, så att du har koll på hur projekten framskrider.

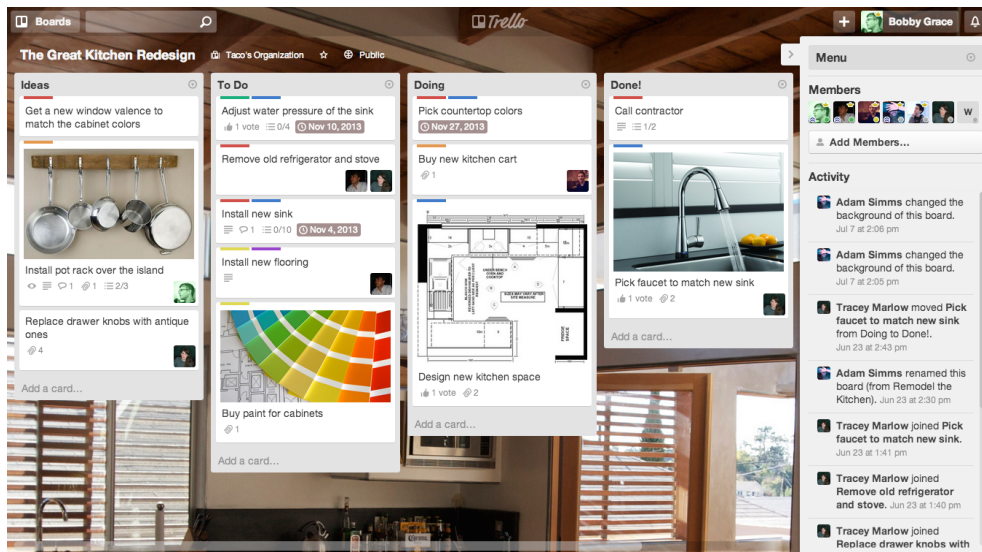






## Trello – ger snabb överblick över projekt och deras framfart

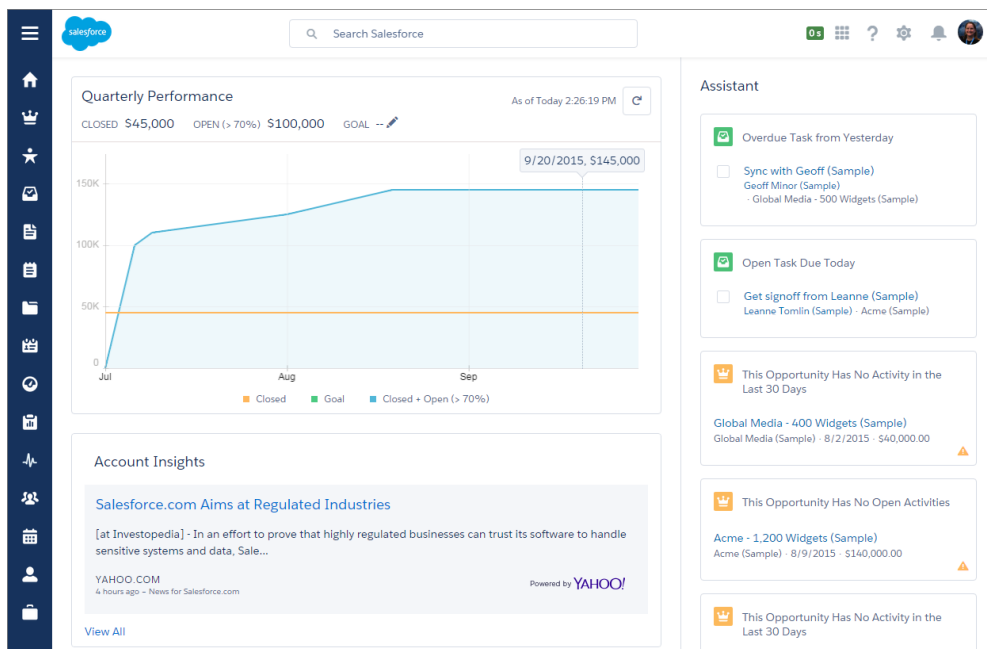
Trello är också ett projektverktyg, men uppbyggt mer som en tavla än en lista. På varje tavla kan du skapa ytor för olika uppgifter eller projekt, som du fyller med “kort”. På kortet skriver du vad du vill, till exempel en instruktion eller en att göra-lista, och sätter ett slutdatum (om det behövs). Du kan också ladda upp bilder och dokument, kommentera korten, lägga upp omröstningar, sätta etiketter på korten och söka bland allt innehåll. Självklart ser du allt i realtid.





# Salesforce – ger er ett molnbaserat ekosystem

Salesforce har gått från ett CRM-system till ett komplett molnbaserat ekosystem för företag med allt från nämnda CRM till kundsupport, marknadsföring och kommunikation. Salesforce är ett verktyg för dig som vill ha allt samlat på ett och samma ställe. Du har din egen personliga startsida där du ser till exempel de mätpunkter som är viktiga för dig och vad du har inplanerat i dag. Salesforce har också ett statusflöde, ungefär som Facebook, så att du och dina kollegor snabbt kan uppdatera er på vad alla gör. Inför ett möte kan du snabbt få koll genom att läsa mötespartners kontaktkort. Där finns all information om er historia sparad, från kontaktuppgifter till mötesanteckningar och affärsavtal.



# 5 Verktyg för kundupplevelsen

Kundupplevelsen är ofta lite för abstrakt för att en organisation ska kunna jobba effektivt med den. Det kräver trots allt dels att man har en tydlig bild över kundens upplevelse, eller kundens resa, kopplad till organisationen, dels att man har verktyg för att ta hand om kunden under resan. Därför ger den här kategorin förslag för bägge typer av verktyg.

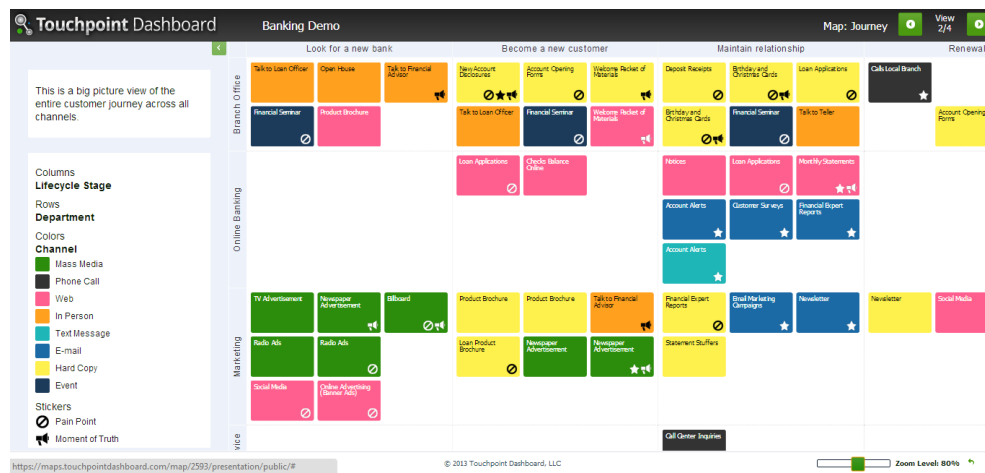
Men oavsett hur många verktyg du samlar på dig är det här i grund och botten ett tankesätt: att utveckla organisationen med kunden i centrum. Verktygen är bara ett sätt att göra det här enklare och tydligare.

Här kommer våra handplockade tips för den här kategorin:



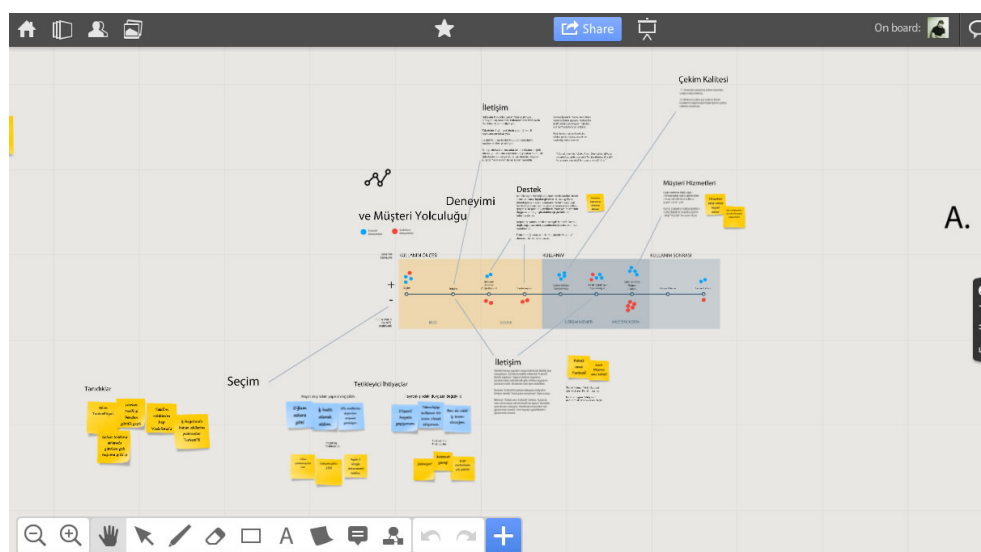
# Touchpoint Dashboard – låter dig rita upp kundresan

Se världen genom dina kunders ögon med Touchpoint Dashboard. Här visualiserar du organisationens kontaktytor mot kunderna genom egna kundresekartor från scratch eller med hjälp av någon av verktygets mallar. Utifrån kartorna kan ni sedan jobba målmedvetet med att stärka era kundupplevelser där det behövs. Med starkare kundupplevelser blir även varumärket starkare.



## Realtime Board – låter dig brainstorma, samarbeta och rita upp saker tillsammans med andra

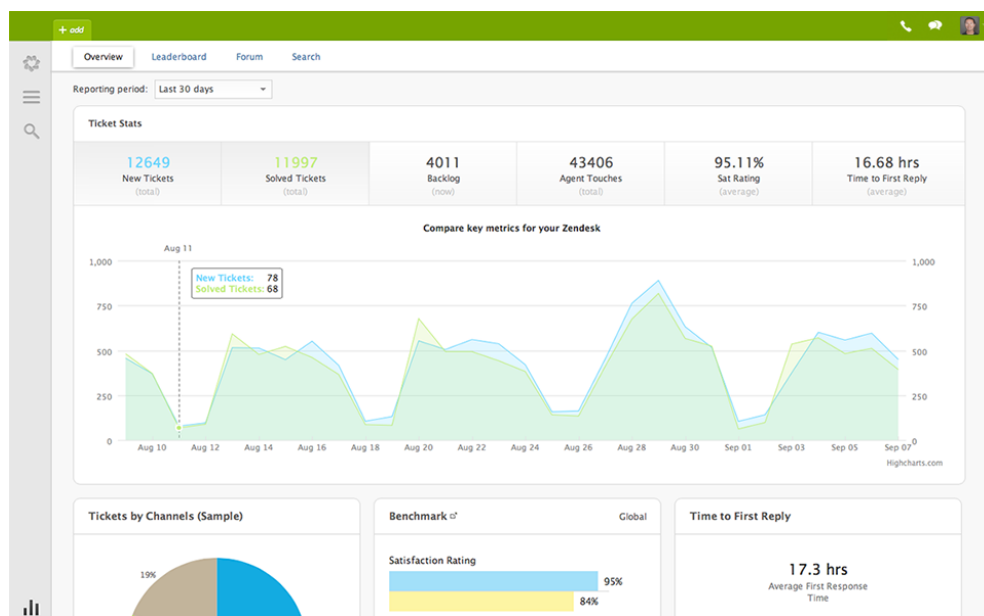
Realtime Board är verktyget för dig som vill ha en kollaborativ whiteboard i molnet. Du kan, precis som med en fysisk whiteboard, använda den till i stort sett vad som helst, men vi rekommenderar särskilt att du ritar upp kundresor i programmet. Om du ska använda Realtime Board till kundresor behöver du först lära dig modellerna, eller så använder du någon av de mallar som redan finns, men som kanske inte passar till just din modell.





## Zendesk – samlar alla dina kundservicekanaler på ett ställe

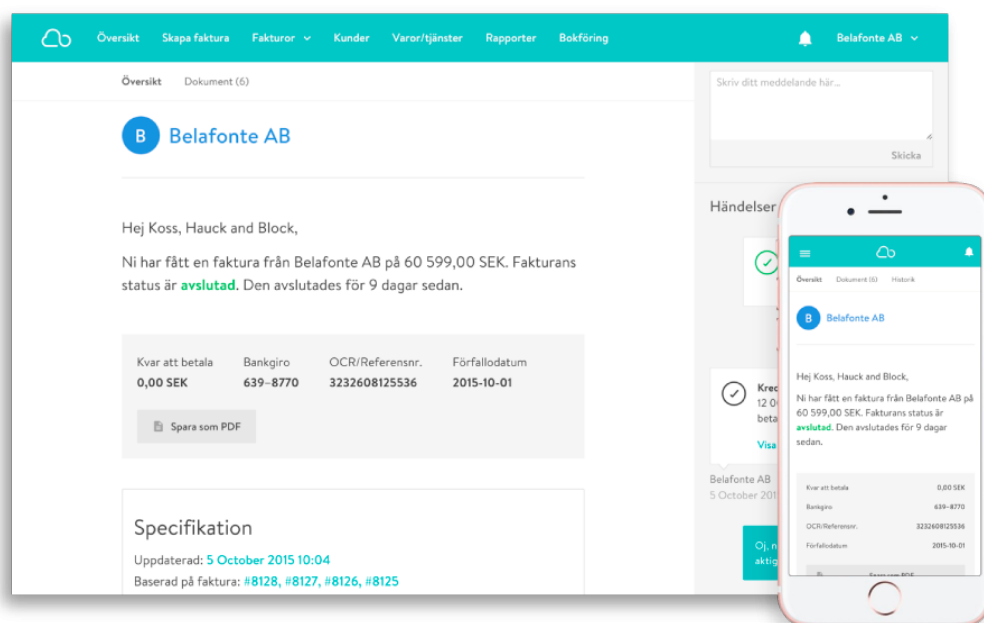
Zendesk är en mjukvara som samlar alla dina kundservicekanaler – telefon, mejl, sociala medier, livechatt och hjälpcenter-sökningar – så att du slipper hålla koll på olika ställen. Kundservice-medarbetare kan jobba med flera ärenden samtidigt, och du kan få ut statistik över hur många ärenden som behandlas och hur lång tid det tar. Du kan skapa “triggers” för olika händelser som upprepas – då gör Zendesk jobbet automatiskt i stället för att du ska behöva hantera dem manuellt varje gång. Du kan till exempel skapa en trigger som gör att alla mejl från en viss kund skickas till en särskild kundservicemedarbetare.





## Billogram – låter dig fakturera smartare

Du som läser den här listan vet säkert redan vad Billogram är: framtidens fakturering. Interaktiva webbfakturor med pappersfakturor som backup-system, automatiska påminnelser och en betalningsmodell som gör att du behåller alla avgifter själv. Dessutom ger Billogram kunden möjlighet att kommunicera med er direkt i fakturan.



# 6

## Verktyg för marknadsföring

Den här kategorin är enorm. En vanlig fråga mellan marknadsförare är “vilken marketing tech stack kör du med?”, vilket alltså handlar om vilka verktyg man använder i sin marknadsföring.

Eftersom möjligheterna till kontakt med människor i marknadsförings-syfte är närmast gränslösa numera är det viktigt att du, innan du börjar använda alla verktyg du snubblar över, har en tydlig strategi att falla tillbaka på. Vad är det ni ska försöka åstadkomma? För vem? Hur?

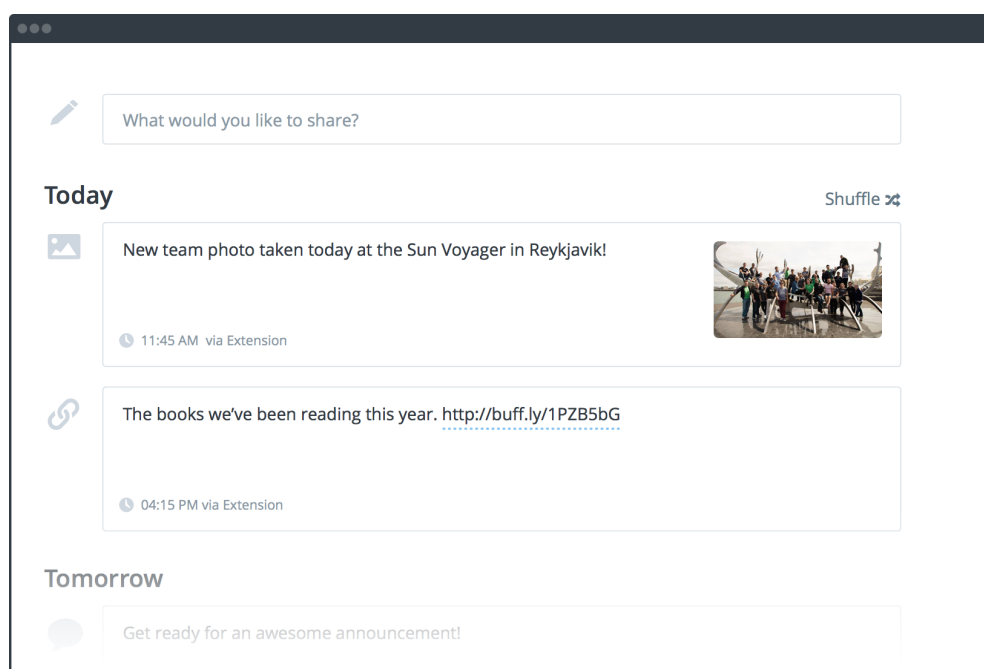
Här kommer våra handplockade tips för den här kategorin:





## Buffer – publicerar inlägg på olika sociala medier samtidigt

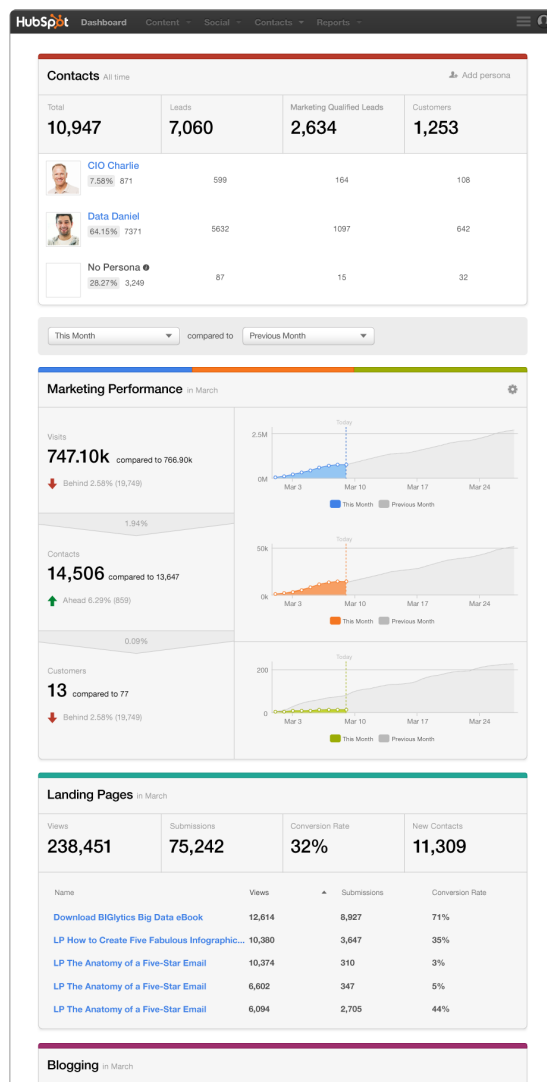
Buffer låter dig publicera inlägg på Twitter, Facebook, LinkedIn, Google + och Pinterest – samtidigt. Använd webbläsartillägget, så finns Buffer alltid där när du hittar något du vill dela. När du klickar på Bufferknappen får du välja vilka av dina sociala medier som du vill publicera inlägget i, och du kan skriva en unik text till varje medium. Om du vill kan du också ställa in att inlägget ska publiceras senare – kanske vid en av de optimala publicerings-tidpunkter som Buffer hjälper dig att räkna ut.





# Hubspot – ger dig ett heltäckande inbound-marknadsföringsverktyg

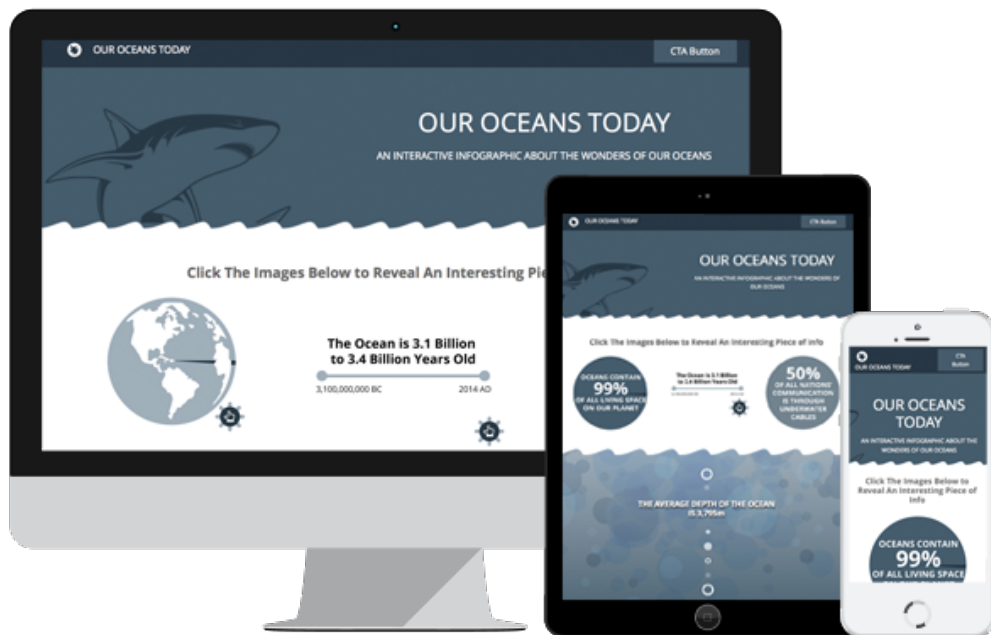
Hubspot är ett “all-in-one marketing software” som hjälper dig med bland annat sökmotoroptimering, mejl, landningssidor, bloggande, sociala media och analyser. Kort och gott det mesta du behöver för att attrahera rätt människor och sedan låsa in affären enligt inboundmarknadsföringens alla regler. Kontrollera ditt innehåll, dina kanaler och dina prestationer samtidigt som du behåller överblicken över allt från en pedagogisk dashboard.





## Ion Interactive – ger dig ett heltäckande verktyg för content marketing

Ion interactive är en webbaserad content marketing-plattform som hjälper marknadsförare att engagera, konvertera och profilera leads. Här får du det mesta du behöver för att snabbt jobba med alla typer av innehåll. Du kan utan att vara tvungen att koda eller vara särskilt tekniskt duktig skapa, testa och mäta alla typer av datadrivna interaktiva upplevelser.



# 7 Några avslutande ord på vägen

Förhoppningsvis hittar du en del verktyg som kan komma till nytta, men kom samtidigt ihåg vad Michael Johansson på Digjourney sa i del 1 av den här kursen:

“Digitalisering handlar 5% om teknik och 95% om hur man förhåller sig till den”

Genom den här kursen har du lärt dig tänka rätt när det kommer till digitalisering, kundupplevelser, innovation och data. Den väg du har framför dig är förmodligen ganska lång, och den börjar garanterat inte med ett verktyg. Däremot kan verktygen, undan för undan som ni digitaliserar verksamheten börja användas. Dessutom kan verktygen i sig inspirera dig till hur ni skulle kunna jobba i framtiden.

När det kommer till digitalisering finns det enligt de experter vi intervjuat två sätt att påbörja arbetet:

1. Ta reda på hur digitalt mogen organisationen är och jobba upp de områden där ni brister. Först när ni har jobbat upp er digitala mognad är ni redo för digitaliseringen.
2. Bestäm er för att lösa kundens problem, rita upp en kundresa och se var i resan som kunden är mest missnöjd. Börja där och försök lösa kundens problem ur ett kanaloberoende perspektiv.

Lycka till!

# 8

## Vi som står bakom kursen

Vi som står bakom den här kursen heter Billogram. Vi har byggt framtidens interaktiva och kundvänliga faktureringslösning där fakturan delas med mottagaren direkt på webben. Alla eventuella ändringar och dialogen med kunden sker direkt på fakturan i realtid. Det gör Billogram till den enda faktureringslösningen som både är kostnadseffektiv och skapar en starkare kundupplevelse.



Grundades 2011



22 anställda



15 000 företag  
arbetar idag med  
Billogram



Antal fakturor  
växer med 10 %  
i månaden

[salj@billogram.com](mailto:salj@billogram.com)

08-400 20 885

[billogram.com](http://billogram.com)



[billogram.com](https://billogram.com)