



EN INTRODUKTION
TILL WEBBFAKTURAN



Innan vi introducerar dig för den webbaserade fakturan behöver vi prata lite om den värld fakturan ska existera i. Varför är vi så övertygade om att den kommer göra så mycket gott för de företag som använder den?



Den webbaserade fakturan är en fantastisk möjlighet att skapa starka kundupplevelser

Du har knappast missat att mycket har förändrats. Det är roligare än någonsin att vara konsument, och kanske svårare än någonsin att vara ett företag. Gamla knep som reklam och intern effektivisering får mindre genomslag, istället behöver företagen bygga relationer till människor, allt medan människorna blir allt mer upptagna med att leva sina allt mer hektiska liv som dessutom mer och mer sömlöst pendlar mellan analogt och digitalt. Hur bygger man egentligen relationer till sådana människor? Svaret är genom upplevelser – din mest kraftfulla konkurrensfördel.



Kundens upplevelse av dig är allt som räknas

I det här tidevarvet är det framförallt upplevelser som räknas. Kundupplevelser. Kan du inte skapa sammanhängande positiva upplevelser för dina kunder spelar det inte längre lika stor roll om du är billigare, större eller snabbare. Kunden kan alltid gå till någon annan som bryr sig lite mer.

Kundupplevelsen är summan av hur dina kunder uppfattar kontakten med dig. Den byggs upp av alla kontakter: telefonsamtal, besök på webben, inlägg på Facebook eller personliga möten.

Eftersom det finns massor av sätt att skapa de här kontaktytorna på i dag är det avgörande att kunna göra en bra analys av situationen, förstå vilka ytor som är relevanta för just ditt företag och satsa era begränsade resurser där. Men det finns en yta som är lite speciell, en yta som alla dina kunder måste möta dig på, ofta om och om igen, en yta där potentialen att göra någonting bra är enorm: fakturan. Det är här vi kommer in i bilden.

Fakturan är dessutom den kontaktyta där kunden ställer sig en avgörande fråga, nämligen “är det värde jag får värt de pengar jag betalar?” Det är sanningens minut för kundupplevelsen, där och då avgörs om det samlade värdet av dig som leverantör är vad din kund förväntat sig.

Den traditionella fakturan har varit död länge

Fakturan är den enda kontaktpunkten som du säkert vet att du kommer att ha med alla kunder. Alltså en nyckelspelare i kundupplevelsen. Ändå har den inte förändrats nämnvärt på 20 år. Den är fortfarande envägskommunikation i form av ett dött dokument, oavsett om den skickas som en pdf via mejlen, som e-faktura eller på papper. Den traditionella fakturan är inte helt överraskande inte särskilt bra när det kommer till att skapa positiva kundupplevelser.

När allt går som det ska i en affär gör fakturan i bästa fall sitt jobb. Den talar om för kunden vad hon eller han ska betala, till vem, när och hur. Men när någonting går fel blir kunden plötsligt ansvarig för en många gånger bölig process där problemet måste redas ut. Att lösa problemet leder sedan i regel till fler fakturor som ska stämmas av mot varandra. Här löper kundens positiva bild av företaget hög risk att ta skada, helt i onödan. Precis här vinner eller förlorar dagens företag långt fler kunder än någon annanstans.

Att det fortfarande är såhär känns obegripligt i ljuset av hur smidigt allt annat runt omkring oss är. Vi lever i en värld där vi delar filer i molnet, synkar allt vi gör mellan datorer, surfplattor, mobiltelefoner och klockor. Vi söker bland världens samlade information och tycks magiskt hitta precis rätt nästan jämt. Men när fakturan dimper ner ser den fortfarande likadan ut som den gjorde för 20 år sedan. Det är märkligt, eftersom traditionella fakturor inte gör livet bättre för vare sig kunder eller företag.

Klicka här för att se en jämförelse mellan: Traditionella fakturalösningar vs. Billogram



Sluta skicka börja dela

Internet har lärt oss att det är onödigt att skicka om man kan dela. Därför bygger den webbaserade fakturan på just delbarhet – du och kunden ser samma sak, en enkel idé som får stora konsekvenser.

När två parter ser samma sak är det lättare att prata om det, och lösa eventuella problem. Med den webbaserade fakturan kan du och din kund dessutom prata med varandra – direkt i fakturan i ett gränssnitt som är enkelt. På så sätt blir det lättare för alla inblandade att hålla koll på vad som händer och vad som gäller. Om en affär leder till flera fakturor (t.ex. ändringsfakturor eller kreditfakturor) samlas dessutom allt på ett ställe.

Företaget får:

- snabbare inbetalningar
- minskad churn
- en ny mer personlig kommunikationskanal
- automatiska påminnelser
- automatiska avprickningar
- minskade kostnader tack vare att de slipper porto och print
- en ny möjlighet att skapa merförsäljning.

Kunden får:

- en bättre upplevelse
- lättare att se vad som gäller
- allting på samma ställe
- relevanta erbjudanden
- direktkontakt med säljaren på den webbaserade fakturan.



Möjligheter ur 2 perspektiv

Olika delar av ett företag ser ibland på saker och ting ur lite olika perspektiv. Därför ska vi här se på den webbaserade fakturan från två klassiska vinklar och visa några av de möjligheter den ger dig.

1. Från marknadsavdelningens perspektiv

Den webbaserade fakturan gör det enkelt att samla in, studera och använda data personlig data från konsumenterna. Koppla bara tjänsten direkt mot ditt CRM och dina andra datakällor. På så sätt kan du snabbt skaffa insikter om bl.a. dina kunders:

- köphistorik
- köpbeteende
- betalningsvilja
- intresse för andra erbjudanden.

Här är det egentligen bara din egen fantasi som sätter gränserna för vad du kan lära dig om dina kunder, och hur du använder den informationen. På själva fakturan finns nämligen en kommunikationsyta med plats för riktade erbjudanden, undersökningar och annan merförsäljning.

Öka merförsäljningen

När du vet mer om dina kunder kan du också skräddarsy erbjudanden och lyckas bättre med merförsäljningen i en situation där kundens mentala plånbok redan är öppen.

Föreslå produkter som passar ihop

Vissa produkter och tjänster blir bättre i kombination med varandra. Därför kan en användare dra fördel av att få förslag på andra saker som går hand i hand med vad de just köpt

Ge rabatt

Somliga kunder prioriterar tillgänglighet och trygghet innan sitt köp, andra är renodlade prisjägare som alltid söker efter det bästa erbjudandet.

Du kan också, ungefär som på din facebook-sida, låta ditt varumärke träda fram i form av bilder och logotyp. Kundupplevelsen blir starkare när kunden känner att det fortfarande är du vid betalögonblicket, än om det plötsligt dyker upp en till utseendet anonym faktura i det känsligaste skedet av kundens resa.



En faktura från: El i Galaxen AB
Mottagare: Anna Lundberg

Betald ●

249 kr (ink. moms)

Totalbelopp	Bankgiro	OCR/referens	Förfalldatum
249,00 kr	639-8770	323261112737	2017-03-10

Betala faktura

Scanna med bankapp

Visa faktura som PDF



Förläng ditt elavtal och få en månad gratis!

Nu är det dags att förnya ditt elavtal! Lägg enkelt till ytterligare 1 år av ditt fasta elabonnemang och få första månaden gratis.

Läs mer

Specifikation Dokument (5)

Specifikation

Fakturadatum: 2017-02-11

El, januari #007 25% moms	1 st x 249,00
	249,00

Nettosumma	199,20
Moms	49,80
Bruttosumma	249,00

Att betala 249 kr

Dina fakturor från El i Galaxen AB

1 förfallen

Alla fakturor från El i Galaxen AB som matchar era kontaktppgifter.

Visa alla fakturor (6 st)

Skriv ditt meddelande här...

Skicka meddelande

Händelser 2

Betalning på 249,00 kr. 0 kr kvar att betala.

Anna Lundberg
13 mars 2017, 19:37

Hej Anna! Ursäkta för missen! Ordnar det direkt här på fakturan. Hör av dig om det skulle vara något annat!

Stefan, El i Galaxen AB
13 mars 2017, 16:20

Hej El i Galaxen! Jag skulle få 50 kr rabatt i januari. Summan bör nu därför bli 249 kr (istället för 249 kr + 50 kr i påminnelseavgift).

Anna Lundberg
13 mars 2017, 16:02

Påminnelse 1 har skickats som e-post. (50,00 SEK påminnelseavgift tillkommer.)

[Visa dokument](#)

Stefan, El i Galaxen AB
13 mars 2017, 13:00

10 mars 2017, 00:00
Fakturan har passerat sitt förfalldatum.

Fakturan har blivit mottagen.

Anna Lundberg
12 feb 2017, 09:32

Faktura #108734 med beloppet 249,00 kr har skickats via e-post.

[Visa dokument](#)

Stefan, El i Galaxen AB
11 feb 2017, 19:00

2. Från ekonomiavdelningens perspektiv

Billogram innebär en ny konkurrensfördel i faktureringen. Ekonomiavdelningen tar ett stort steg mot att digitaliseras och blir en mer aktiv del av kärnverksamheten.

Med Billogram blir det tydligt när betalningen kommer in och kunden får snabbt besked att den är mottagen. Det här innebär också att båda parter snabbt kan se om betalningen är rätt eller fel. På så vis blir risken mindre för missförstånd och fakturor som förfaller, vilket underlättar för ekonomiavdelningen eftersom det kommer betydligt färre betalningsrelaterade frågor.

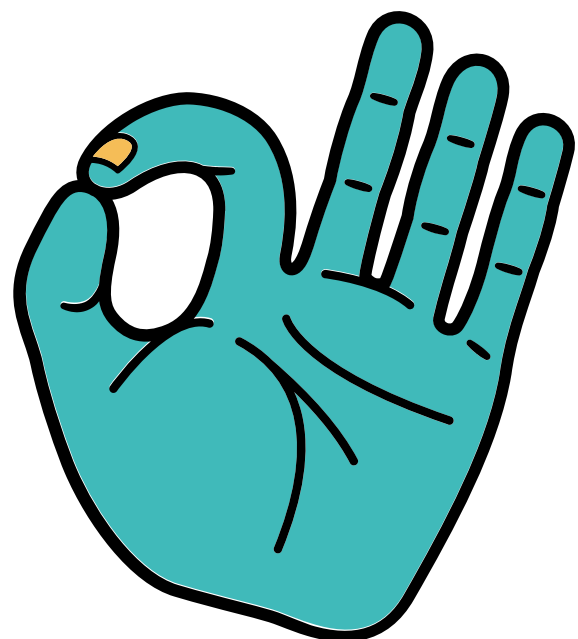
Med Billogram kan du ställa in om och när en påminnelse ska skickas. Du väljer också med vilket intervall och hur många påminnelser som ska skickas. Därmed behöver inte kundreskontrafunktionen själv generera påminnelser.

Det går även att anpassa villkoren för olika kunder. Om ett konto behöver särbehandlas, kan inställningarna för det här hanteras separat. Du väljer också om ni vill använda vår tilläggstjänst för inkasso, i så fall finns möjligheten att skicka ärenden vidare per automatik för fordringar som kunden trots påminnelse inte har betalat. Men som utställare äger du alltid din fordran och kan när som helst avsluta eller förändra ett ärende.

Din biljett till starka kundupplevelser

Den webbaserade fakturan är ett sätt att använda teknologin för att skapa en bättre upplevelse för dina kunder när de får och ska betala sina fakturor. Dessutom går faktureringen från att vara en tråkig och dyr administrativ uppgift till att bli en kostnadseffektiv och naturlig del av affären.

Låt den webbaserade fakturan bli din biljett till starka kundupplevelser.





Från transaktion till relation

www.billogram.com